



Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan EcoNatural Society di Kota Gunungsitoli)

Fonaha Hulu

STIE Bina Karya

Email : ifan.hulu@yahoo.co.id

ABSTRACT

This research aims to explain the development of a creative economy based on home industry carried out by the EcoNatural Society Foundation, explain its impact on people's income, as well as supporting factors in the development of the creative economy at the EcoNatural Society Foundation. The method used is descriptive qualitative research, the method of collecting data is through observation, interviews and documentation of the research object. The data analysis technique uses descriptive analysis. The research results show (1) the development of a creative economy based on home industry carried out by the EcoNatural Society Foundation through the formation of home business groups, (2) an increase in the income of people who participate in home business groups, (3) internal and external factors that become a supporter in the development carried out by the EcoNatural Society Foundation in Gunungsitoli City.

Keywords: Creative Economy Development, Home Industry, Community Income.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society*, menjelaskan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat, serta faktor-faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif di Yayasan *EcoNatural Society*. Metode yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap objek penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan (1) pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society* melalui pembentukan kelompok usaha rumah tangga, (2) peningkatan pendapatan masyarakat yang berpartisipasi dalam

kelompok usaha rumah tangga, (3) faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi pendukung dalam pengembangan yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society* di Kota Gunungsitoli.

Kata Kunci: Pengembangan Ekonomi Kreatif, Industri Rumah Tangga, Pendapatan Masyarakat

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas serta Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi yang paling utama. Produk yang dihasilkan dari ekonomi kreatif adalah produk yang memiliki ciri khas, unik, serta berbeda dari yang lain. Produk yang dihasilkan dari ekonomi kreatif bisa juga berupa sebuah pengembangan dari produk yang sudah pernah ada sebelumnya.

Kreativitas di dalam Ekonomi kreatif merupakan sesuatu yang sangat berharga. Ekonomi kreatif dapat digunakan untuk mempertahankan usaha yang dimiliki dengan cara menciptakan inovasi dan kreasi atas produk yang dipasarkan. Setidaknya produk yang dihasilkan memiliki ciri khas yang dapat diingat oleh konsumen ketika berkunjung ke suatu daerah atau kota tertentu.

Ekonomi kreatif merupakan era perekonomian yang telah memasuki gelombang ekonomi keempat setelah gelombang ekonomi pertama yaitu gelombang ekonomi pertanian, kedua gelombang ekonomi industri, dan ketiga gelombang ekonomi informasi (Setiawan et al., 2021; Djulius et al., 2022; Rostiana et al., 2022). Gelombang Ekonomi kreatif diprediksi akan membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia di mana kebanyakan pelaku dalam Ekonomi kreatif adalah pelaku usaha kecil dan menengah. Subsektor industri kreatif merujuk kepada Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2010, terdapat 14 subsektor antara lain: periklanan, arsitektur, pasar dan barang seni, kerajinan, desain, *fashion*, film, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, televisi dan radio, riset dan pengembangan.

Home Industry atau Industri Rumah Tangga dalam suatu perekonomian merupakan salah satu kunci yang memiliki peranan selain mampu dalam meningkatkan perekonomian suatu negara, Industri kecil juga mampu menyerap Sumber Daya Manusia (SDM) yang lebih besar (Suryaman, 2024). Kegiatan usaha kecil Industri Rumah tangga secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara atau tetangga para pelaku industri rumah tangga (Hamijaya et al., 2023).

Kota Gunungsitoli merupakan salah satu kota yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Perkembangan Ekonomi kreatif di kota Gunungsitoli mulai diperhatikan oleh pemerintah. Salah satu wujud dalam mengembangkan ekonomi kreatif adalah dengan adanya Yayasan *EcoNatural Society* dalam mengembangkan pengelolaan potensi berbagai komoditas sumber daya alam.

Yayasan *EcoNatural Society* merupakan yayasan yang bergerak dalam bidang sosial. Yayasan ini memiliki konsep pengembangan wirausaha muda berbasis ekonomi kreatif yang diharapkan mampu memfasilitasi lahirnya ide-ide wirausaha di desa dan kecamatan yang ada di Gunungsitoli. Kegiatan melibatkan peserta, baik dalam unsur warga masyarakat maupun peserta

dari luar daerah berusia 15-30 tahun. Para peserta kelak diharapkan jadi pemprakarsa lahirnya ide penempatan lokasi usaha tepat guna. Yayasan *EcoNatural* ini sendiri telah banyak menghasilkan berbagai jenis produk yang dibuat melalui kreativitas yang berasal dari potensi lokal diantanya Abon Sehat, Mete Aneka Rasa, Keripik Pisang, Kerajinan Nentu, Kerajinan Limbah Plastik, *Virgin Coconut Oil* (VCO), Silajara Oil (Minyak Kelapa), KunyitBubuk Khas kota Gunungsitoli, Cabe Rawit Bubuk, Terasi Udang dan Juku' Kalotoro (Ikan Kering).

Yayasan *EcoNatural Society* merupakan salah satu yayasan yang memberikan peluang kepada masyarakat untuk berinovasi bersama. Pengembangan pengetahuan dan kreativitas melalui pembinaan dengan memanfaatkan aset lokal yang dimiliki. Melalui pembinaan yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society*, akan memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society*, mengetahui dampaknya terhadap masyarakat yang berpartisipasi dalam pembinaan, serta mengetahui faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga oleh Yayasan *EcoNatural Society*.

TINJAUAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Menurut Hasanah (2015), bahwa "Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber dayamansianya sebagai faktor produksi yang utama". Studi pemetaan industri kreatif yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2007), memberikan definisi industri kreatif, yaitu "Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreatif dan kreativitas individu".

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu (Ananda dan Susilowati, 2018). Menurut Rakib, Yunus, dan Amin (2018), Elemen utama dari industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan bakat yang memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran ciptaan intelektual. Berdasarkan uraian para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Sektor-sektor dalam Ekonomi Kreatif

Klasifikasi industri kreatif yang ditetapkan oleh setiap Negara berbeda-beda. Pengklasifikasian industri kreatif tergantung pada tujuan analitik dan potensi suatu negara. Industri kreatif yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia telah ditetapkan sebanyak 14 (empat belas) subsektor industri kreatif. Menurut Akhmad dan Hidayat (2015), bahwa Ada 14 subsektor Ekonomi Kreatif, yaitu: (1) Periklanan; (2) Arsitektur; (3) Pasar Barang Seni; (4) Kerajinan; (5) Desain; (6) Fesyen (*Fashion*); (7) *Video, Film*, dan Fotografi; (8) Permainan Interaktif (*Game*); (9) Seni Pertunjukan (*Showbiz*); (10) Penerbitan dan Percetakan; (11) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*Software*); (12) Televisi dan Radio (*Broadcasting*); (13)

Riset dan Pengembangan (R&D); (14) Kuliner.

Pilar Ekonomi Kreatif di Indonesia

Seperti halnya sebuah rumah yang membutuhkan pilar untuk bisa tetap berdiri tegak, ekonomi kreatif memiliki 5 pilar yang perlu terus diperkuat sehingga industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang mencapai visi dan misi ekonomi kreatif Indonesia 2025. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (2014), dalam buku *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*, kelima pilar ekonomi kreatif tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut: a. Sumber Daya Pendukung Sumber daya yang dimaksud di sini adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani yang bias menjadi landasan dari industri kreatif karena sumber daya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi *input* penunjang dalam industri kreatif. Baik sumber daya alam maupun sumber daya budaya merupakan *input* yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah karya kreatif.

Industri. Industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran, serta konsumsi produk atau jasa. Pengembangan industri kreatif tidak hanya meliputi industri utamanya saja, dalam hal ini 15 industri kreatif yang menjadi fokus pengembangan ekonomi kreatif, tetapi juga industri pendukungnya, seperti industri pengolahan produk kayu bagi industri kerajinan. Selain itu, lingkungan pengembangan juga perlu mendapatkan perhatian, seperti dunia pendidikan yang akan menumbuhkembangkan orang kreatif, serta media yang dapat mendorong distribusi pengetahuan dan informasi kepada masyarakat.

Pembiayaan. Lembaga pembiayaan berperan dalam penyaluran pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal maupun pinjaman. Lembaga keuangan baik konvensional, seperti perbankan maupun nonkonvensional merupakan elemen penting dalam menjembatani kebutuhan keuangan orang kreatif dan pemilik modal.

Pemasaran. Karya kreatif akan bernilai ekonomi bila menemukan pasarnya. Untuk menemukan pasar bagi industri kreatif diperlukan riset pasar tentang selera pasar dan teknik pemasaran yang efektif sehingga karya kreatif tersebut dapat diterima pasar dengan nilai yang tinggi. Peluang pasar karya kreatif Indonesia terbuka lebar tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di luar negeri. Merupakan tantangan bagi pemerintah untuk membantu orang kreatif memperluas akses pasar baik di dalam maupun di luar negeri.

Teknologi dan Infrastruktur. Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan nonmaterial, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi bias dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi. Tantangan yang tidak kalah pentingnya adalah penyediaan infrastruktur, tidak hanya infrastruktur fisik seperti jalan, tetapi juga infrastruktur nonfisik seperti akses internet.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, dalam mengembangkan industri kreatif yang ada di dalam suatu negara maka dibutuhkan sumber daya pendukung, industri, pembiayaan, pemasaran, serta teknologi dan informasi sebagai pilar yang akan mendukung pertumbuhan dan

perkembangan industri kreatif tersebut.

Industri Rumah Tangga

Usaha kecil mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Zuhri (2013), menjelaskan bahwa, “Industri RumahTangga merupakan rumah usaha produk barang atau perusahaan kecil. Dikatakan perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah”. Pengertian mengenai Usaha Kecil menurut Undang- Undang Nomor 20 tahun 2008, adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orangperorangan atau badan usahayang bukan merupakan anakperusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidaklangsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaanbersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidaktermasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00(tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Pendapatan Masyarakat

Pendapatan dapatdidefinisikan sebagai penerimaan yang didapat seseorang dari kegiatan yang dilakukan, yang mana kegiatan yang dimaksud dapat berupa hasil dari penjualan barang atau jasa yang diproduksi kepada pelanggan. Reksoprayinto(2004), mendefinisikan bahwa, “Pendapatan (*revenue*) merupakan total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Menurut Rosyidi dalam Tulus dan Londa (2014), bahwa: Pendapatan masyarakat adalah arus uang yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa, dan laba, dan bahwa pendapatan perseorangan (*personalincome*) terdiri atas sewaupah dan gaji, bunga, labaperusahaan bukan perseroan,dividen, dan pembayaran transfer. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan masyarakat adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh para masyarakat untuk jangka waktutertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

Pemberdayaan Masyarakat

Konsep utama yang terkandung dalam pemberdayaan adalah bagaimana memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk menentukan sendiri arah kehidupan dalam komunitasnya(Rakib dan Syam, 2016). Menurut Kartasasmita dalam Andriyani, Martono, dan Muhamad (2017), bahwa “Pemberdayaan Masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisisekarang tidak mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan”.

Menurut Noor (2011), bahwa: Pemberdayaan masyarakat dilakukan oleh pemerintah untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan, dan mengelola sumber daya yang dimiliki sehingga pada akhirnya masyarakat dapat memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, ekologi, dan sosial secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dekriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah informan atau orang yang bersedia untuk memberikan informasi yang berkaitan

dengan kondisi dari latar penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap objek penelitian kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga yang dilakukan oleh Yayasan EcoNatural Society di Kabupaten Kepulauan Selayar

Untuk melihat pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society* dalam menghasilkan produk kreatif yang berasal dari potensi lokal, dapat dilihat dengan:

Desain dan Perencanaan Produk Kreatif berdasarkan Potensi Lokal

Mendesain dan merencanakan produk dilakukan setelah hasil pengkajian secara detail. Metode yang umum digunakan dalam pengkajian secara detail itu adalah dengan melakukan *survey* terhadap kebutuhan masyarakat serta potensi yang terdapat di setiap desa yang dijadikan lokasi kegiatan. Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan potensi lokal yang dimiliki oleh suatu desa. Maka, selanjutnya menjadi tugas dari tim Yayasan *EcoNatural Society* dalam mengonsepan produk yang akan dibuat nantinya. Seperti yang diungkapkan oleh saudara Muhammad Yusran yang merupakan pendamping Program Kelapa Terpadu (Wawancara pada 17 Juni 2019): “Inovasi produk yang akan dibuat nantinya bersama dengan kelompok masyarakat telah dikonsepan sebelumnya. Kelompok diajak bermusyawara guna menyampaikan ide yang telah dikonsepan itu”.

Informan menjelaskan bahwa semua produk yang telah diproduksi selama ini merupakan hasil diskusi bersama dengan tim Yayasan *EcoNatural Society* sebelum turun langsung ke masyarakat guna menyampaikan ide yang telah dirancang sebelumnya.

Membentuk Kelompok Usaha Rumah Tangga

Industri rumah tangga merupakan suatu kegiatan produksi yang dipusatkan di rumah. Yayasan *EcoNatural Society* telah menyediakan rumah sebagai tempat untuk memproduksi produk kreatif oleh masyarakat yang dibina. Hal ini sesuai dengan konsep industri rumah tangga menurut Zuhri (2013), bahwa, “Industri Rumah Tangga merupakan rumah usaha produk barang atau perusahaan kecil. Dikatakan perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah”.

Beberapa tahapan yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society* dalam membentuk kelompok usaha rumah tangga, adalah Melakukan Pendekatan. Langkah awal yang perlu dipahami dalam memberdayakan masyarakat adalah dengan mengetahui kebutuhan masyarakat yang diberdayakan. Dengan begitu perlu adanya pendekatan yang dilakukan oleh tim Yayasan *EcoNatural Society* baik pendekatan secara formal maupun informal. Pendekatan formal berarti mencari informasi tentang kebutuhan masyarakat melalui pertemuan formal seperti pada rapat pimpinan desa, pertemuan dengan masyarakat, serta kegiatan yang diadakan oleh pemerintah. Sedangkan pendekatan informal dapat dilakukan dengan cara berbaur dengan obrolan masyarakat. Simulasi Pembuatan Produk Kreatif Simulasi secara sederhana dapat diartikan sebagai proses peniruan. Simulasi merupakan bagian terakhir dari pembelajaran. Pada

pembelajaran ini, produk yang telah direncanakan akan diproduksi dan dikemas. Tujuan dilakukan tahap simulasi adalah agar kelompok yang dibentuk nantinya dapat mengetahui tahapan-tahapan dalam proses produksi. Tugas fasilitator adalah membantu individu di dalam kelompok menemukan *skill*-nya.

Dampak Pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis Industri Rumah Tangga Terhadap Pendapatan Masyarakat yang dilakukan oleh Yayasan EcoNatural Society

Dengan adanya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society*, selain dapat meningkatkan keterampilan yang dimiliki, juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan sehingga dapat membantu suami dalam menambah penghasilan. Menurut Kartasmita dalam Andriyani, Martono, dan Muhamad adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan". Secara singkat, untuk mengetahui pendapatan yang diterima oleh masyarakat dalam memproduksi Abon Sehat, Minyak Kelapa, VCO, dan Nata, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Pendapatan Masyarakat

| Produk | Pendapatan sekali produksi |
|------------------|----------------------------|
| Abon Sehat | Rp. 300.000 |
| Minyak Kelapa | Rp. 50.000 |
| Nata de Silajara | Rp. 60.000 |
| VCO | Rp. 86.000 |

Sumber: Kumpulan hasil wawancara dengan Informan (2023)

Kesadaran bahwa kebutuhan rumah tangga yang semakin banyak serta kurangnya kegiatan yang dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan minat masyarakat untuk ikut serta dalam kelompok yang dibentuk oleh Yayasan *EcoNatural Society*. Dampak yang diperoleh melalui pemanfaatan keterampilan (2017), bahwa "Pemberdayaan Masyarakat. "Pemberdayaan Masyarakat dan bakat masyarakat dalam mengembangkan ekonomi kreatif yaitu dengan terciptanya kesejahteraan masyarakat yang dibangun melalui upah yang diberikan oleh Yayasan *EcoNatural Society*. Hal ini sesuai dengan konsep industri kreatif menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2007), bahwa industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreatif dan kreativitas individu. Pendapatan yang diterima oleh kelompok usaha rumah tangga binaan Yayasan *EcoNatural Society* dalam sekali produksi masih belum signifikan dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga selama sebulan. Proses produksi yang tidak menentu dalam setiap bulan akan berdampak pada pendapatan masyarakat, karena pendapatan masyarakat hanya akan meningkat apabila telah melakukan kegiatan produksi.

Faktor-faktor yang Mendukung dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis Industri Rumah Tangga di Yayasan EcoNatural Society

Berikut adalah faktor-faktor yang mendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis

industri rumah tangga di Yayasan *EcoNatural Society*:

Faktor Internal

1. Tim *Work* Yayasan *EcoNatural Society*

Tim kerja dalam Yayasan *EcoNatural Society* merupakan salah satu faktor penentu yang sangat penting bagi keefektifan berjalannya suatu kegiatan. Sebuah organisasi dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada. Kualitas sumber daya manusia banyak ditentukan oleh sejauh mana sistem yang ada di organisasi atau perusahaan dalam meningkatkan kualitas tersebut. Informan menjelaskan apabila anggota tim di dalam Yayasan *EcoNatural Society* telah berhasil melalui pembelajaran yang berkaitan dengan *personality* mereka dengan baik, maka anggota tersebut akan dipercaya dan diberikan proyek pengembangan. Dengan begitu, anggota tersebut akan bertugas dalam mendampingi kelompok usaha rumah tangga dalam kegiatan produksi.

2. Kekuatan *Financial*

Faktor internal kedua yang menjadi faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif di Yayasan *EcoNatural* adalah kekuatan finansial. Selain melakukan kegiatan yang bersifat *non-profit*, Yayasan *EcoNatural* juga melakukan kegiatan yang bersifat *profit* yang dapat membantu kondisi keuangan di dalam Yayasan *EcoNatural Society* agar tetap stabil. Kekuatan finansial dalam melakukan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif merupakan aspek yang perlu untuk diperhatikan. Dengan kondisi keuangan dan sumber daya yang baik maka kegiatan pengembangan dapat terlaksana.

Faktor Eksternal

1. Kemitraan

Dalam mempertahankan suatu organisasi atau perusahaan, tentunya perlu menjalin kemitraan. Kemitraan dilakukan oleh pelaku bisnis skala besar dengan pelaku usaha skala menengah atau kecil. Kemitraan dilakukan karena adanya hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dan membutuhkan oleh pihak yang melakukan kemitraan.

2. Perubahan pola pikir masyarakat

Mindset berpikir dalam penyelesaian masalah akan berubah jika menggunakan pola berpikir mengambil pada sisi-sisi yang lainnya dari sebuah masalah yang dihadapi. Seperti yang diketahui bahwa, dari sebuah masalah dapat juga diartikan sebagai sebuah proses dalam menjalani hidup. Tidak ada proses yang instan. Maka, dari situ manusia perlu untuk berpikir. Salah satu faktor yang dapat mendukung program pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Yayasan *EcoNatural Society* adalah dengan mengubah pola pikir masyarakat yang akan dibina. Informan menjelaskan dengan mengubah pola pikir masyarakat bahwa tidak ada proses yang mengecewakan serta menjalin komitmen dengan masyarakat akan mendorong masyarakat agar lebih aktif untuk bekerja. Dapat menghasilkan produk yang luar biasa yang bahkan belum pernah dipikirkan sebelumnya oleh masyarakat menjadikan salah satu bukti bahwa dengan menghargai proses maka semua yang diinginkan akan tercapai bahkan untuk hal yang belum pernah dibayangkan sekalipun.

KESIMPULAN

Kegiatan pengembangan oleh tim Yayasan *EcoNatural* yaitu dengan mendesain dan merencanakan produk kreatif yang akan diproduksi berdasarkan potensi lokal masing-masing

desa. Selanjutnya, pengembangandilakukan dengan membentuk kelompok usaha rumah tangga yang dibina untuk meningkatkan *skill* yang dimiliki oleh masyarakat dalam menghasilkan produk kreatif. Produk yang dihasilkan melalui pemanfaatan keterampilan danbakat masyarakat berdampak padapeningkatan pendapatanmasyarakat khususnya pada ibu-ibu rumah tangga dari golongan ekonomi ke bawah yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan namun, ingin mempunyai penghasilan. Pengembangan ekonomi kreatifberbasis industri rumah tangga di Yayasan *EcoNatural Society* dapat terlaksana dengan baik karena beberapa faktor yang mempengaruhi, baik faktor internal maupun faktor eksternal.

REFERENSI

- Akhmad, Sabarudin; Hidayat, Rachmad. 2015. *Pemetaan Potensi Industri Kreatif Unggulan Madura*. Jurnal Sains, Teknologi dan Industri. 12 (2): 155-165.
- Ananda, AD & Susilowati D. 2018. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang*. Jurnal Ilmu Ekonomi. X (X): 120-142.
- Andriyani, AAI; Matono, Edhi; Muhamad. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Desa Wisata dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi di Desa Wisata Penglipuran Bali)*. Jurnal Ketahanan Nasional. 23 (1): 1-16.
- Dj Julius, H., Lixian, X., Lestari, A. N., & Eryanto, S. F. (2022). The Impact of a Poor Family Assistance Program on Human Development in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11(4), 59-70.
- Hamijaya, M. W., & Suryaman, R. A. (2023). Sustainable tourism competitiveness analysis for regional economic enhancement in West Java. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(2), 161-168.
- Hartomo, Deni Dwi; Cahyadin, Malik. 2013. *Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik. 4 (2): 225.
- Hasanah, L.L.N.E. 2015. *Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Studi Pemuda. 4 (2): 268-280.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. 2007. *Studi Industri Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kementrian Perdagangan RI.
- Noor, Munawar. 2011. *Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal Ilmiah CIVIS. 1 (2): 87-99.
- Rakib, Muhammad; Syam, Agus. 2016. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program *Life Skills Berbasis Potensi Lokal untuk Meningkatkan Produktivitas Keluarga di Desa Lero Kecamatan Suppa Kabupaten Pirang*". *Jurnal Administrasi Publik*. 6 (1): 96-108.
- Rakib, Muhammad; Yunus, Muchtar; Amin, Nur. 2018. *Creative Industry Development Based on Entrepreneurship Training in Developing Local Economy in Parepare City*. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*. 2 (1): 32-45.

- Reksoprayitno. 2004. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Bina Grafika: Jakarta.
- Rupublik Indonesia. 2008. *Undang- undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Sekretariat Negara: Jakarta.
- Rostiana, E., Djulius, H., & Sudarjah, G. M. (2022). Total Factor Productivity Calculation of the Indonesian Micro and Small Scale Manufacturing Industry. *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 17(1), 54-63.
- Setiawan, M., Indiastuti, R., Hidayat, A. K., & Rostiana, E. (2021). R&D and Industrial Concentration in the Indonesian Manufacturing Industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 112.
- Suryaman, R. A. (2024). Identification of Economic Impact Valuation on Small Industrial Centers (Study on the Sukaregang Leather Tannery Industrial Center). *Gorontalo Development Review*, 57-69.
- Tulusan, FMG & Londa, VY. 2014. *Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa*. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*. 1 (1): 92-105.
- Zuhri, Saifuddin. 2013. *Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan*. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 2 (3): 46-65.