

**Pemberian Motivasi Terkait Ekonomi Kreatif Kepada Masyarakat Desa Muara Botung***Giving Motivation Related To Creative Economy To The People Of Muara Botung Village*

**Ahmad Sayuti Pulungan¹, Makhrani Makhrani², Nursalamah Nursalamah³,
Lailan Syafrina Hasibuan⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Graha Nusantara, Padangsidempuan

Korespondensi penulis: ahmadpul214@gmail.com

Article History:

Received: 30 April 2023

Revised: 30 Mei 2023

Accepted: 30 Juni 2023

Keywords: Creative Economy,
Creative Thinking, Observe, Imitate
and Modify

Abstract: The abstract contains a brief description of the problem and research objectives, the method used. This community service activity (PkM) was carried out in Kotanopan District, Mandailing Natal Regency. The aim of this PkM is to build community motivation in developing the creative economy in the area where they live. The implementation of this activity was carried out using the lecture and question and answer method. The purpose of the lecture method is to provide understanding and explain why a creative economy is needed. Furthermore, in this dedication, it is explained about other methods by observing, imitating and modifying. Furthermore, it is also explained in this service in the form of examples of villages that have developed a creative economy based on their potential.

Abstrak

Abstrak memuat uraian singkat mengenai masalah dan tujuan penelitian, metode yang Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Kecamatan Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal. Tujuan dari PkM ini adalah untuk membangun motivasi dari masyarakat dalam mengembangkan ekonomi kreatif di daerah tempat tinggalnya. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab. Tujuan dari metode ceramah adalah untuk memberikan pengertian dan menjelaskan mengapa perlu ekonomi kreatif. Selanjutnya pada pengabdian ini dijelaskan tentang lain dengan melakukan metode Amati, Tiru dan Modifikasi. Selanjutnya dijelaskan juga dalam pengabdian ini berupa contoh-contoh desa yang telah mengembangkan ekonomi kreatif berdasarkan potensi yang dimiliki.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Berfikir Kreatif, Amati, Tiru dan Modifikasi

PENDAHULUAN

Dalam strategi percepatan pembagungan desa, Kementerian Desa, Pembangunan Desa Tertinggal, dan Transmigrasi tahun 2017, telah dikembangkan Program Prioritas, diantaranya adalah kegiatan Pengembangan Produk Unggulan Desa dan Kawasan Melalui program tersebut diharapkan merangsang munculnya inovasi-inovasi baru dalam praktik pembangunan, dan solusi inovatif untuk menggunakan Dana Desa yang lebih berkualitas, tepat, dan efektif (Kementerian Desa Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi-RI, 2017). Berbagai desa, khususnya di daerah terpencil telah mengembangkan kewirausahaan desa, seperti desa Sukamaju, Kecamatan Tellu Limpo, Sulawesi Selatan yang merintis produk unggulan desa melalui buah naga. Desa Barabali, Kabupaten Lombok, NTB yang memiliki potensi beternak kambing disamping bercocok tanam, mencetuskan ide beternak kambing sebagai mata pencaharian dan tabungan pendidikan.

* Ahmad Sayuti Pulungan, ahmadpul214@gmail.com

Pada dasarnya setiap desa memiliki keunggulannya masing-masing, sehingga setiap desa potensi untuk mengembangkan dirinya. Untuk itu diperlukan kreatifitas dari warga desa untuk mengembangkan ekonomi desa. Ekonomi Kreatif menjadi slogan untuk membangun desa. Hasil penelitian Dumasari et al. (2013) menunjukkan bahwa kewirausahaan dapat mendorong produktivitas dan kreatif kerja petani (Dumasari et al., 2013). Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di desa Pamatang Sidamanik, bertujuan untuk memotivasi masyarakat desa tersebut untuk berpikir kreatif, untuk mengembangkan ekonomi desanya.

Dari hasil observasi diperoleh informasi bahwa pekerjaan dari masyarakat di Kecamatan Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara pada umumnya adalah petani dan pekerja di kebun kopi. Hanya sebagian kecil dari masyarakat yang telah memanfaatkan potensi yang ada di daerah tersebut, seperti kopi. Oleh karena itu, untuk membuka wawasan masyarakat, maka pada tahap awal perlu diberikan penyuluhan tentang “Pengembangan Ekonomi Kreatif.” Dengan penyuluhan awal, diharapkan masyarakat dapat terbuka dan berpikir kreatif.

METODE

Peserta dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah masyarakat di Muara Botung. Masyarakat Muara Botung diundang dengan memperoleh ijin dari Camat Kecamatan Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal. Pelaksanaan PkM “Pengembangan Ekonomi Kreatif” ini dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab secara terbuka. Selanjutnya penulisan laporan PkM menggunakan metode deskriptif.

HASIL dan DISKUSI

Menurut The Fourth Industrial Revolution (dalam Prasetyo, 2018), bahwa dunia telah mengalami empat tahapan revolusi, yaitu: 1) Revolusi Industri 1.0 terjadi pada abad ke 18 melalui penemuan mesin uap, sehingga memungkinkan barang dapat diproduksi secara masal, 2) Revolusi Industri 2.0 terjadi pada abad ke 19-20 melalui penggunaan listrik yang membuat biaya produksi menjadi murah, 3) Revolusi Industri 3.0 terjadi pada sekitar tahun 1970an melalui penggunaan komputerisasi, dan 4) Revolusi Industri 4.0 sendiri terjadi pada sekitar tahun 2010an melalui rekayasa intelegensia dan *internet of thing* sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin. Pendapat lain membedakannya menjadi era pertanian (*agricultural age*), era industri (*industrial age*), era informasi (*information age*), dan era konseptual (*conceptual age*). Dalam menjawab tantangan era industri 4.0 (*conceptual age*), ekonomi kreatif menjadi salah satu isu strategis. Pada era ini diharapkan muncul industri kreatif, yaitu ide-ide kreatif, inovasi, serta hasil penemuan baru (*invention*). Dalam konteks

pengembangan ekonomi masyarakat, maka slogan „Ekonomi Kreatif“ menjadi slogan penting di era sekarang.

Pengertian ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai factor produksi utama (Wikipedia, 2019). Ekonomi kreatif juga dapat dijelaskan sebagai penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumberdaya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.

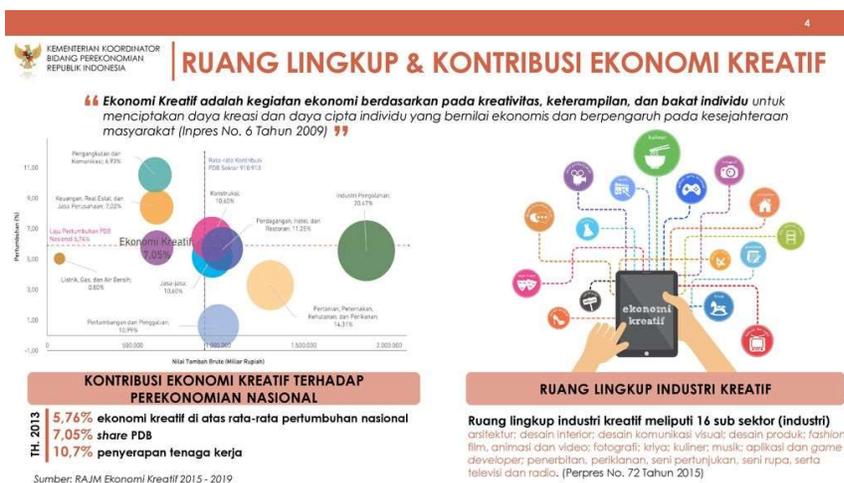
Alasan mengapa Indonesia memerlukan ekonomi kreatif, karena ekonomi kreatif berpotensi besar terhadap perekonomian. Argumentasi perlunya ekonomi kreatif, seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Ekonomi Kreatif

Inovasi dan kreativitas.

Seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam gelombang ekonomi industri 4.0 merupakan era konseptual. Pada era itu dibutuhkan adanya inovasi dan kreativitas. Terdapat 15 ruang lingkup (sub sektor) pengembangan ekonomi kreatif. Ruang lingkup pengembangan ekonomi kreatif dibedakan berdasarkan intensitas sumber dayanya, yaitu berwujud, seperti kerajinan, mode, kuliner, seni rupa, dan penerbitan (dapat tergolong tidak berwujud jika diterbitkan secara online), serta tidak berwujud, seperti penelitian dan pengembangan, arsitektur, teknologi informasi, permainan interaktif, desain, TV dan Radio, periklanan, music, film/video/fotografi, dan seni pertunjukkan. Sedangkan substansi domainnya dapat dibedakan menjadi seni dan budaya, desain, dan media, seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Ruang Lingkup Pengembangan Ekonomi Kreatif

Dampak Sosial.

Ekonomi kreatif dapat membawa dampak sosial, yaitu kualitas hidup yang lebih baik karena ditemukannya hal-hal yang baru. Selain itu, ide kreatif yang menular pada akhirnya akan memberi dampak pemerataan kesejahteraan, serta peningkatan toleransi sosial.

Kontribusi Ekonomi.

Kontribusi dan pertumbuhan dari tiap jenis ekonomi kreatif, seperti ditunjukkan pada Gambar 4. Pada tahun 2014, sub sector uang memberikan kontribusi terbesar adalah sub sektor kuliner, diikuti oleh mode dan Kriya. Sedangkan pertumbuhan sub sector tertinggi adalah sub sector teknologi informasi, diikuti oleh sub sector arsitektur dan periklanan.

Sumber Daya Terbarukan.

Dengan kreativitas dapat tercipta berbagai inovasi yang dapat membantu manusia memecahkan permasalahan yang dihadapi. Ekonomi kreatif dapat mendorong terciptanya sumber daya terbarukan sebagai solusi jika sumber daya yang tidak terbarukan menjadi habis. Bagaimana mencari ide Kreatif

Ada berbagai cara untuk mendapatkan ide kreatif, beberapa diantaranya adalah:

- a. *Survey Peluang Yang Ada Di Desa.*

Melakukan survey terhadap peluang yang ada di desa, atau dengan memperhatikan dan mencermati: (a) Apa kebutuhan masyarakat yang belum ada, dan (b) Apa peluang usaha yang masih memiliki prospek tinggi. Survey dapat dilakukan dengan bertanya kepada kerabat, orang tua dan teman.

- b. *Tentukan Minat atau Bakat Yang Anda Miliki*

Usaha yang dijalankan harus sesuai dengan minat yang dapat memberikan dampak positif. Dengan demikian akan sangat serius ketika menjalankannya.

c. Amati Tiru dan Modifikasi (ATM)

Jika ingin sukses cepat, maka perlu belajar dari orang yang tepat. Belajarlah dari orang yang sudah ahli pada bidang yang ingin ditekuni.

d. Desa Kreatif

Contoh desa kreatif adalah Panyabungan, Kecamatan Kotanopan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara. Melalui program Satu Entrepreneur Satu Tandan Pisang, membuat keripik pisang. Desa itu berhasil mengangkat taraf hidup warganya (sejak tahun 2015), dan beberapa diantaranya sampai mampu membeli rumah ataupun mobil.

e. BUMDes yang Menjamin Pasar Petani Sawit Skala Kecil

Contoh desa yang telah mampu mengembangkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), adalah Desa Batahan, Kecamatan Kotanopan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara. BUMDes Karya Makmur di Desa Batahan telah memiliki usaha menjadi pengumpul hasil panen petani sawit skala kecil, di bawah dua hektar, sehingga: (a) Petani kecil memiliki kepastian pasar, (b) BUMDes bersaing dengan pengepul besar yang sudah ada, (c) BUMDes dapat berkontribusi terhadap pendapatan asli desa.

f. Mengubah Sampah Menjadi Tabungan

Desa Sinunukan, Kecamatan Kotanopan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara telah berhasil mengubah sampah menjadi tabungan/penghasilan tambahan. Tabungan sampah telah membantu keluarga-keluarga untuk membiayai pendidikan anak-anak mereka, menunjang kesehatan keluarga, dan masyarakat menjadi sadar akan potensi sampah daur ulang serta lingkungan menjadi lebih bersih dan terpelihara.

KESIMPULAN

Dalam era industri 4.0, desa-desa harus mengembangkan potensi yang dimiliki dengan berpikir kreatif; mengembangkan ekonomi desa ekonomi kreatif berbasis sumberdaya khas yang dimiliki. Dengan berpegang pada slogan Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi RI, maka desa perlu belajar dari desa lain yang telah lebih dulu maju.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada Dekan Ekonomi yang telah mendukung kegiatan PKM ini sehingga terlaksana dengan baik. Selain itu tim PKM juga mengucapkan terimakasih kepada Kecamatan Kotanoan Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara yang telah banyak membantu dan mendukung kegiatan PKM ini hingga selesai.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Ekonomi Kreatif 2017. Ekspor Ekonomi Kreatif 2012 – 2016.
- BPS Kotanopan. 2019. Kecamatan Mandailing Natal dalam Angka.
- Cooper, Roger G. 2000. Product Inovation and Technology Strategy. Journal Research Technology Management, p 38-41
- Kementerian Desa Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi-RI (2017) Dokumen Pembelajaran Program Inovasi Desa.
- Miles, Mathew B, Huberman, A Michael, Saldana, Johnny. 2014. Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook. USA : Sage Publications, Inc.
- Rangkuti, F. 2008. Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rogers, Everett, M. 1983. Diffusion Of Innovation. New York : Free Press
- Soenyono. 2012. Sosiologi Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment). Surabaya : Jenggala Pustaka Utama.
- Suryana. 2013. Ekonomi Kreatif- Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta : Salemba Empat.
- Suharto, Edi. 2014. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Bandung : Refika Aditama.
- Winardi, J. 2008. Entrepreneur dan Entrepreneurship. Jakarta : Kencana.