



## Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata

Sri Sudiarti<sup>1</sup>, Nanang Rusliana<sup>2</sup>, Nuk Gurroh Setyoningrum<sup>3</sup>, Alam<sup>4</sup>, Raisa Hillia Aini Syfa<sup>5</sup>

<sup>1,3,4,5</sup> Universitas Cipangung Tasikmalaya, Jawa Barat Indonesia <sup>2</sup> Universitas Siliwangi, Jawa Barat Indonesia

Email: srisudiarti@uncip.ac.id<sup>1</sup>, nanangrusliana@unsil.ac.id<sup>2</sup>, nuke@uncip.ac.id<sup>3</sup>, alam@uncip.ac.id<sup>4</sup>, raisa.hillia2019@uncip.ac.id<sup>5</sup>

Article History : Received: 20-07-2025 Accepted: 06-08-2025 Publication: 07-08-2025

**Abstract:** *This community mentoring activity aims to identify local potential that can be developed into creative economic products and formulate development strategies appropriate to the characteristics of tourist villages. The mentoring approach uses socialization and talk shows. The mentoring results indicate that creative economy development based on local potential, such as arts and crafts, traditional culinary arts, local culture, and ecotourism, can increase community income and strengthen local identity. Recommended development strategies include increasing human resource capacity, collaborating with various stakeholders, utilizing digital technology for promotion, and strengthening village institutions. In conclusion, developing a creative economy based on local potential requires a participatory, sustainable, and adaptive approach to the dynamics of the tourism market.*

**Abstrak :** *Kegiatan pendampingan masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif serta merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik desa wisata. Pendekatan metode pendampingan melalui sosialisasi dan talkshow. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pada potensi lokal seperti seni kerajinan, kuliner tradisional, budaya lokal, dan ekowisata mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat identitas lokal. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kolaborasi dengan berbagai stakeholder, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi, serta penguatan kelembagaan desa. Kesimpulannya, pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal memerlukan pendekatan yang partisipatif, berkelanjutan, dan adaptif terhadap dinamika pasar wisata.*

**Keywords:** *Creative Economy, Local Potential, Tourism Village, Development Strategy, Community Empowerment*

### PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah. Ekonomi kreatif mengandalkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai tambah, sehingga sangat relevan untuk dikembangkan di wilayah pedesaan, khususnya desa wisata. Desa wisata merupakan bentuk pengembangan wilayah pedesaan yang memadukan potensi alam, budaya, dan kearifan lokal menjadi daya tarik pariwisata yang unik dan berkelanjutan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Dalam menghadapi tantangan dan

**Cite this article as :**

Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

**Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0**

memanfaatkan peluang di era Industri 4.0 pendekatan yang melibatkan sosialisasi interaktif, diskusi kelompok dan praktik langsung. Akan memberikan solusi praktis dan relevan bagi pelaku UMKM.(Sudiarti et al., 2024)

Potensi lokal seperti kerajinan tangan, seni pertunjukan, kuliner tradisional, hingga produk berbasis budaya lokal memiliki nilai jual tinggi jika dikemas secara kreatif dan inovatif. Namun, pengembangan potensi tersebut seringkali menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pengetahuan manajerial, keterbatasan akses pasar, rendahnya pemanfaatan teknologi, serta belum adanya strategi yang terarah dan berkelanjutan(PERPRES/97/2019, 2019). Beberapa pelaku usaha masih kesulitan dalam memahami cara menggunakan *platform e-commerce* secara efektif serta bagaimana memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pelanggan baru (Febriani SM et al., 2023).

Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal di desa wisata harus melibatkan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang mencakup peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan lokal, dukungan infrastruktur, serta integrasi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Dengan demikian, desa wisata tidak hanya menjadi destinasi pariwisata, tetapi juga sebagai pusat produksi dan inovasi lokal yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Kemenparekraf, 2021). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan pengembangan industri kreatif yang ada di daerah wisata dan menggali potensi-potensi lokal yang ada di desa wisata. Dengan pendekatan yang melibatkan sosialisasi interaktif, diskusi kelompok dan praktik langsung(Putu Ayu Sita Laksmi & I Gde Wedana Arjawa, 2023). Kegiatan ini bertujuan memberikan solusi praktis dan relevan bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi lokal yang dimiliki(Eskak, 2020). Dengan membantu masyarakat desa mengenali potensi unggulan yang dimiliki, baik berupa sumber daya alam (misalnya pertanian, kerajinan, kuliner lokal) maupun sumber daya budaya (seperti seni, tradisi, dan kearifan lokal) yang dapat dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif(Ahmadi et al., 2020). Memberikan pelatihan, pendampingan, dan transfer pengetahuan kepada masyarakat desa agar mampu mengelola dan mengembangkan produk ekonomi kreatif berbasis potensi lokal secara berkelanjutan(Oktavia Anggraini & Hendra Riofita, 2024). Serta menyusun strategi yang relevan dan kontekstual berdasarkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat, serta potensi wisata yang ada. Strategi ini mencakup aspek produksi, pemasaran, branding, dan kelembagaan(Wulansari et al., 2022). Melalui pengembangan produk dan jasa berbasis kreativitas dan potensi lokal, diharapkan desa wisata memiliki keunikan dan daya tarik yang berbeda, sehingga mampu menarik wisatawan serta menciptakan peluang ekonomi baru(Pertanian, 2020).

Cite this article as :

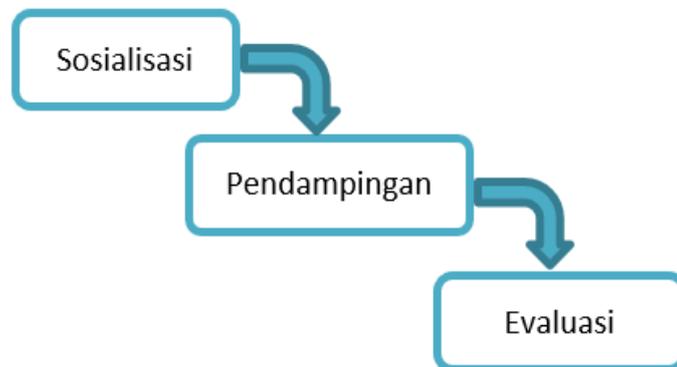
Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

[Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0](#)

## METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan metode Sosialisasi dengan bentuk seminar dan *Talk show* sehingga metode seminar santai supaya mengena dihati masyarakatnya. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada Hari Sabtu, 7 September 2024 pukul 08.00 WIB s.d selesai yang bertempat Gedung Aula Kantor Desa Cibatu, Kecamatan Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya. dengan pemateri atau narasumber Akademisi Dr.Nanang Rusliana,SE.,M.Si (Dosen Universitas Siliwangi), Sri Sudiarti,SE.,MM.(Dosen Manajemen Universitas Cipasung) dan Deni Rismayadi dari Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dari Dinar Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya. Berikut gambar 1 tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat



Gambar 1.Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Tahapan awal pada kegiatan ini adalah sosialisasi berupa pemaparan materi mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. Manfaat pengembangan desa wisata. Supaya bisa meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, pelestarian budaya dan lingkungan, serta menarik investasi. Melalui pengabdian pada masyarakat ini, pelaku UMKM didorong untuk meningkatkan pengetahuannya untuk mengembangkan ekonomi kreatif melalui memunculkan produk lokal yang ada di desa wisata. Guna meningkatkan pendapatan masyarakat dari hasil penjualan produk lokal serta sekaligus mengenalkan Desa wisata khususnya di desa Cibatu yang mempunyai beberapa potensi wisata yaitu diantaranya Curuk Salawe, Rumah batu dan Gunung Kedok yang apabila dikembangkan sangat potensial untuk menambah penghasilan masyarakat sekitarnya.

Tahapan selanjutnya pendampingan dengan menjelaskan *case studi* dari beberapa hasil produk ekonomi kreatif yaitu makanan ringan, produk anyaman atau kerajinan. Hal ini bertujuan agar para

Cite this article as :

Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

[Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0](#)

pelaku UMKM bisa meningkatkan keterampilannya atau penjualannya melalui pelatihan *packaging* maupun *branding* produk. Begitu juga dengan mempromosikan desa wisata bisa menggunakan media sosial, website, dan aplikasi mobile. Jadi dengan mempromosikan Desa Wisata sekaligus kita mempromosikan produk lokal. Tahapan ini berupa pelatihan keterampilan kerajinan, kuliner, dan pemandu wisata. Sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk wisata.

Tahapan akhir dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah evaluasi dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat dan pelaku UMKM melalui sesi tanya jawab, kegiatan ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana masyarakat mampu memahami dan mengimplementasikan konsep dari pengembangan ekonomi kreatif melalui mempromosikan produk lokal khususnya di daerah wisata guna meningkatkan pendapatan masyarakat. Hasil pengamatan ini menjadi dasar utama dalam merancang pendekatan edukatif yang lebih tepat sasaran dan efektif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta kemampuan masyarakat dalam mempromosikan produk lokal. Serta dapat meningkatkan kemampuan digitalisasi dikalangan masyarakat dan pelaku UMKM agar dapat lebih maksimal dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan usahanya(Sudiarti & Andriati, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 40 peserta yang terdiri dari 18 orang dari pelaku UMKM, 3 orang dari aparaturnya Desa, 15 orang dari perwakilan mahasiswa serta 4 orang perwakilan dosen dari Universitas Cipasung Tasikmalaya dan 1 Dosen dari Universitas Siliwangi. Sesi ini dimulai dengan sambutan dari perwakilan Aparatur Desa yang menjelaskan secara rinci agenda sosialisasi dan tujuan kegiatan pengabdian ini. Sambutan ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada peserta mengenai manfaat pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, materi yang disampaikan serta harapan yang diinginkan dari pelaksanaan kegiatan tersebut. Dengan penjelasan ini, peserta diharapkan dapat memahami arah kegiatan dan mengikuti acara dengan lebih fokus dan antusias.

Selanjutnya pemaparan materi Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata oleh Narasumber dari salah satu pemateri yang berasal dari Universitas Siliwangi oleh Bapa Dr. Nanang Rusliana,SE.M.Si (Gambar 3). Pemaparan ini berfokus pada Manfaat pengembangan desa wisata untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, pelestarian budaya dan lingkungan, serta menarik investasi. Ada 4 Pilar Ekonomi Kreatif Di Desa Wisata yaitu terdiri dari Kreativitas, Kewirausahaan, Teknologi dan Kolaborasi. Setiap pilar memainkan peran penting dalam mengembangkan ekonomi desa yang berbasis wisata. Potensi ekonomi kreatif di desa wisata. Kerajinan tangan, daerah wisata, seni pertunjukan, kuliner tradisional, dan homestay. Memanfaatkan potensi lokal untuk menarik wisatawan dan menciptakan produk unik. Berikut gambar 2 sambutan perwakilan desa

Cite this article as :

Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

[Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Gambar 2. Sambutan Perwakilan Desa

Pengembangan desa wisata dapat dilakukan dengan penggunaan media sosial, website, dan aplikasi mobile. Teknologi digital memudahkan promosi dan interaksi dengan wisatawan. Melalui promosi tersebut dapat membranding desa wisata, event budaya, dan kolaborasi dengan influencer. Pemasaran yang efektif meningkatkan kunjungan wisatawan. Selain masyarakat dapat melakukan pelatihan keterampilan kerajinan, kuliner, dan pemandu wisata serta meningkatkan kualitas pelayanan dan produk wisata. Pengembangan dapat juga dilakukan dengan peningkatan infrastruktur yaitu dengan pembangunan jalan, fasilitas akomodasi, dan sarana wisata. Infrastruktur yang baik meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas wisatawan.

Kegiatan penyampaian materi semakin menarik ketika pemateri oleh Deni Rismayadi dari Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kabupaten Tasikmalaya yang menjelaskan peran yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata di tingkat lokal, terutama di desa atau kawasan wisata. Secara umum Kelompok Sadar Wisata dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pariwisata. Pokdarwis berfungsi sebagai wadah edukasi dan sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata. Mereka mengajak warga agar peduli, ramah terhadap wisatawan, serta menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan.

Kelompok sadar wisata dapat membantu sebagai penggerak partisipasi masyarakat. Pokdarwis mendorong masyarakat ikut serta aktif dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata, baik melalui penyediaan layanan, atraksi budaya, kerajinan lokal, hingga homestay. Kelompok sadar wisata

**Cite this article as :**

Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

**Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0**

juga sebagai pelestarian budaya dan alam local Pokdarwis berperan dalam melestarikan nilai-nilai budaya lokal, adat istiadat, serta menjaga lingkungan hidup, sehingga wisata yang dikembangkan tetap berbasis pada kearifan lokal dan berkelanjutan. Berikut gambar 3 para narasumber kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 3 Narasumber Pokdarwis

.Dengan mengelola dan mengembangkan potensi wisata, Pokdarwis menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha baru bagi warga, seperti pemandu wisata, penyedia makanan, pengrajin, dan sebagainya. Kelompok sadar wisata juga menjadi mitra pemerintah dan stakeholder. Pokdarwis menjadi jembatan antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang terpadu, termasuk dalam hal perencanaan, promosi, dan pelatihan. Kelompok sadar wisata turut menjaga ketertiban dan keamanan wisata. Anggota Pokdarwis seringkali turut menjaga kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan, termasuk dalam penataan kawasan, pengawasan kegiatan wisata, dan penanganan masalah di lapangan.

Pokdarwis juga melakukan promosi destinasi wisata melalui berbagai media, festival, serta kerjasama dengan pihak luar agar destinasi semakin dikenal. Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) adalah motor penggerak utama dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Kegunaannya bukan hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga sosial, budaya, dan lingkungan. Sedangkan untuk Gambar 5. merupakan narasumber dari Universitas Cipasung yaitu ibu Sri Sudiarti, SE., MM yang menjelaskan dampak ekonomi dari desa wisata yaitu Peningkatan pendapatan lokal, Kesempatan kerja, Pengurangan urbanisasi dan Bagaimana desa wisata berkontribusi pada ekonomi lokal dan nasional. Serta Tantangan Pengembangan Desa Wisata yaitu: Keterbatasan sumber daya, Masalah lingkungan, dan Manajemen berkelanjutan.

Cite this article as :

Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

[Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0](#)

Mayoritas peserta menunjukkan minat besar terhadap strategi pengembangan ekonomi kreatif. Memberikan pemahaman bahwa ekonomi kreatif bukan hanya seni, tetapi peluang usaha berbasis ide, budaya, dan kreativitas yang bisa menghasilkan uang. Dengan pendekatan komunikatif, partisipatif, dan dalam bahasa yang mudah dipahami. Pelibatan tokoh lokal dan generasi muda sangat penting untuk mendorong perubahan pola pikir (*mindset*) bahwa usaha kreatif itu bernilai dan menjanjikan. Masyarakat harus merasa dilibatkan dan dihargai. Ruang diskusi, komunitas kreatif, atau koperasi dapat dibentuk untuk menyatukan ide dan semangat bersama. Bantuan permodalan, alat produksi, subsidi, atau akses pasar akan membuat masyarakat lebih percaya diri dan semangat menjalankan usaha kreatif. Strategi pengembangan ekonomi kreatif harus disertai pendekatan sosial dan budaya yang membuat masyarakat paham, percaya, dan mau terlibat. Ketika mereka merasakan manfaat langsung (ekonomi maupun sosial), maka ekonomi kreatif akan tumbuh secara berkelanjutan. Berikut gambar 4 para peserta pengabdian masyarakat



Gambar 4. Foto peserta pengabdian masyarakat

Untuk menciptakan pengalaman yang berkesan, kami mengadakan sesi foto bersama di akhir acara. Dalam suasana penuh kebersamaan ini diharapkan dapat menjadi pengingat yang manis dan meninggalkan kesan positif bagi seluruh peserta. Kegiatan pengabdian ini mendapat sambutan yang sangat positif dari masyarakat yang tercermin dari antusiasme peserta yang sangat tinggi sepanjang acara. Keaktifan mereka dalam mengikuti setiap sesi dan berpartisipasi dalam diskusi menunjukkan minat besar terhadap topik yang dibahas. Terutama pada materi strategi yang harus diterapkan untuk UMKM dan pemanfaatan media sosial, peserta terlihat sangat tertarik untuk menggali lebih dalam

**Cite this article as :**

Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

[Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0](#)

strategi pengembangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan usaha mereka. Selain itu langkah-langkah yang diamobil oleh peserta setelah seminar seperti menerapkan ilmu yang didapat dan mencari lebih banyak informasi terkait topik tersebut, semakin memperkuat indikasi bahwa seminar ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi mereka. Partisipasi yang aktif ini mengindikasikan bahwa masyarakat sangat terbuka dan siap untuk menerapkan teknologi dalam mengembangkan usaha mereka ke arah yang lebih baik.

### **KESIMPULAN**

Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal di desa wisata merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat identitas budaya, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Dengan memanfaatkan potensi lokal seperti seni, budaya, kuliner, dan sumber daya alam, desa wisata mampu menciptakan produk dan pengalaman unik yang menarik bagi wisatawan. Implementasi strategi ini harus melibatkan partisipasi aktif masyarakat, penguatan kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan dari pemerintah dan pihak terkait melalui pelatihan, pembiayaan, dan akses pasar. Pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat desa, tetapi juga berperan dalam pelestarian nilai-nilai lokal dan pembangunan desa yang inklusif serta berdaya saing. Oleh karena itu, strategi ini layak diterapkan secara luas sebagai model pembangunan desa berbasis potensi dan kreativitas lokal.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada: Desa Cibatu, Kecamatan Karangnunggal Kabupaten Tasikmalaya, Universitas Siliwangi, Universitas Cipasung Tasikmalaya dan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kabupaten Tasikmalaya. Yang telah berkontribusi atau memberikan dukungan baik secara moril, materiil dan spiritual kepada penulis selama pengabdian kepada masyarakat ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadi, R. S., Harnani, N., & Setiadiwibawa, L. (2020). Peningkatan Volume Penjualan Pada Umkm Industri Kreatif Makanan, Minuman Melalui E-Commerce Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu - Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 22(2), 172–180. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i2.24537>
- Eskak, E. (2020). Kajian Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Kerajinan dan Batik Di Era Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, B.10 | 1-13. <https://proceeding.batik.go.id/index.php/snbk/article/view/60>

**Cite this article as :**

Sudiarti, S. ., Rusliana, N. ., Setyoningrum, N. G. ., Alam, A., & Syfa, R. H. A. . (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209.

<https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>

[Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

- Febriani SM, N. N., Setyoningrum, N. G., Mulyani, F. S., & Maududy, R. (2023). Sosialisasi Peningkatan Pemanfaatan Teknologi Dan Literasi Digital Bagi Desa Cikawungading. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 970–975. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.231>
- Kemenparekraf. (2021). Kemenparekraf.go.id. *Fashion Muslim*, 3, 1.
- Oktavia Anggraini, & Hendra Riofita. (2024). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Di Industri Kreatif. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3), 37–46. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v4i3.843>
- PERPRES/97/2019. (2019). *Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2019 Tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. 016366, 12772.
- Pertanian, I. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>
- Putu Ayu Sita Laksmi, & I Gde Wedana Arjawa. (2023). Kearifan Lokal Dalam Mendukung Pengembangan Industri Kreatif Di Provinsi Bali. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM)* e-ISSN 2745-5955 / p-ISSN 2809-0543, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol4iss1pp1-15>
- Sudiarti, S., & Andriati, Y. S. (2020). ... Penentu Produk Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Dan Kinerja Pemasaran Sentra Kerajinan Anyaman Di Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(November), 116–125. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem/article/view/2387>
- Sudiarti, S., Pekerti, R. D., Khodijah, A. S., Hillia, R., & Syfa, A. (2024). *Transparansi Finansial untuk Kesejahteraan Bersama : Sosialisasi dan Pengawasan terhadap Investasi Bodong di Lingkungan Masyarakat*. X, 11–21.
- Wulansari, W., Fauziyah, D., Hidayat, T., Ramasiah, S., Prehanto, A., & Nuryadin, A. (2022). Perkembangan Industri Kreatif Di Kota Tasikmalaya Pada Era Digital. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2), 122–129. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i2.1313>