



## Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda Dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa Melalui Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang

Novy Setia Yunas ✉, Andy Ilman Hakim, Aza Nur Alisa

Universitas Brawijaya Malang

Jl. Veteran, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145, Indonesia

| [novysetiayunas@ub.ac.id](mailto:novysetiayunas@ub.ac.id) ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i3.1772> |

### Abstrak

Ekonomi kreatif menjadi hal yang penting dalam upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional saat ini. Sehingga dengan peluang besar tersebut, perlu adanya pemberdayaan di setiap daerah khususnya di desa. Hal tersebut bertujuan untuk menciptakan desa mandiri yang didukung oleh potensi sumber daya dan tingkat perekonomian wilayah. Optimalisasi peluang industri kreatif dapat dilakukan di berbagai level, salah satunya di desa yang didukung dengan adanya peran serta kolaborasi antara masyarakat dengan stakeholders terkait terutama bagi kelompok perempuan dan generasi muda. Generasi muda memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan di berbagai level, dengan jumlah yang cukup besar dan didukung dengan kualitas intelektual yang kreatif, inovatif dan adaptif terhadap perubahan. Kelompok perempuan turut menjadi instrument penting dalam proses pembangunan industri kreatif yang didukung dengan jumlah yang cukup besar mencapai 49,65% di Kabupaten Jombang. Sehingga tujuan program Pemberdayaan Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa dengan mitra yakni Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang dilakukan dengan: Pertama, Memberikan workshop terhadap kelompok perempuan dan generasi muda bekerjasama dengan komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang dalam upaya pengembangan industri kreatif desa. Kedua, menginisiasi pembentukan kelompok pengusaha generasi muda bidang industri kreatif dalam rangka pengembangan jejaring. Program tersebut nantinya akan memaksimalkan penyediaan berupa Coworking Space sebagai wadah bagi para pelaku industri kreatif untuk saling bertemu, dan berkolaborasi dalam satu tempat yang sama serta mendukung pengembangan inovasi, skill dan passion generasi milenial melalui tersedianya ruang kreatif (creative hub) dan ruang diskusi.

**Kata Kunci:** Generasi muda, Perempuan, Desa, UKM, Industri kreatif



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Gagasan ekonomi kreatif menjadi salah satu alternatif di dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Data Bank Indonesia tahun 2015 menunjukkan industri kreatif telah menyumbang Rp 642 triliun atau 7,05% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Kemendesa, 2020). Artinya sektor ekonomi kreatif berpotensi memberikan peluang lebih besar jika perluasan beberapa sektor dapat dimaksimalkan, desa misalnya. Sejauh ini, optimalisasi potensi desa telah banyak dimulai baik melalui program dana desa hingga pembentukan Badan Usaha Milik Desa atau Bumdes (Suharto, 2016).

Usaha pemerintah untuk menggalakkan program tersebut dalam rangka mendorong terciptanya desa mandiri dengan memaksimalkan sumber daya dan peningkatan perekonomian wilayah (Puspitasari, 2016).

Menurut (Booyens, 2012) industri yang memanfaatkan kreativitas, inovasi dan keterampilan yang dimiliki seseorang dalam menghasilkan ide, gagasan ataupun produk yang dihasilkan merupakan industri kreatif yang mengarah pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa. Peran industri kreatif dalam pembaruan kota kreatif, dan implikasinya terhadap pembangunan sosial dan kebijakan. Sumberdaya merupakan peran utama dalam industri kreatif, dengan demikian pembangunan industri kreatif Indonesia yang kompetitif dilandasi Sumber Daya Manusia (SDM) yang terampil, terlatih, berpengetahuan dan memiliki kreativitas (Hesty, 2020: 291). Menurut (Lestariningsih *et al.*, 2017) tiga dimensi dalam pembangunan berkelanjutan antara lain pertumbuhan ekonomi, pembangunan sosial dan kelestarian lingkungan. Pengembangan industri kreatif memberikan kontribusi positif pada iklim bisnis, penciptaan inovasi, dan pembentukan kreativitas yang didukung dari segi (1) SDM sebagai modal dasar, (2) Industri, (3) Teknologi, (4) Sumber daya, (5) Institusi, dan (6) Lembaga keuangan. Disamping itu peran bisnis dan peran pemerintah sangat diperlukan untuk mendukung dan mengembangkan industri kreatif pada UMKM. Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan modal besar yang menjadi faktor kunci dalam pengembangan industri kreatif untuk menghadapi persaingan dengan industri lain di era Industri 4.0. Penciptaan SDM melalui pendidikan, pelatihan serta pendampingan diharapkan mampu dalam percepatan pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan inovatif. Ekonomi kreatif di Indonesia mencakup 16 industri kreatif: (1) Arsitektur; (2) Desain interior; (3) Desain komunikasi visual; (4) Desain produk; (5) Film, animasi dan video; (6) Fotografi; (7) Kerajinan; (8) Seni kuliner; (9) Musik; (10) Mode; (11) Pengembangan aplikasi dan game; (12) Penerbitan; (13) Periklanan; (14) Televisi dan radio; (15) Seni pertunjukan; dan (16) Seni rupa. Ke-16 industri ekonomi kreatif Indonesia diukur dengan menggunakan standar siklus hidup survei, yang dimulai dari penghubung klien, perencanaan, pengembangan survei, desain sampel, pengumpulan data, pengolahan, estimasi, analisis, diseminasi, dan evaluasi. Pengumpulan data yang dihasilkan bermanfaat untuk mendeskripsikan kontribusi ekonomi kreatif terhadap pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (Lestariningsih *et al.*, 2018).

Penekanan pada pengembangan ide dan kreatifitas yang dihasilkan Industri sangat tergantung pada teknologi, dimana SDM memiliki kemampuan dalam mengaplikasikan teknologi tersebut (Alexandri *et al.*, 2019). Pada rantai kreasi Industri kreatif Information and Communication Technology (ICT) digunakan untuk memperoleh, menyebarkan dan melakukan pertukaran informasi dan memperkaya ide kreasi. Pada rantai distribusi dan komersialisasi penggunaan ICT dalam proses transaksi dan promosi.

Tim pengabdian masyarakat melihat urgensi gagasan ekonomi kreatif berbasis desa akan memberi sumbangsih positif dalam upaya mengoptimalkan usaha pemerintah yang ditunjang oleh keterlibatan masyarakat melalui inovasi desa. Sebagaimana ide pengabdian masyarakat yaitu Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa melalui Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang, tim pengabdian masyarakat melihat implementasi gagasan ekonomi kreatif harus melibatkan kelompok perempuan dan generasi muda untuk memetakan potensi ekonomi kreatif di Kabupaten Jombang. Sasaran tersebut

merupakan usaha perluasan pemetaan potensi agar tidak menggantungkan pada pelaku ekonomi lama, melainkan menghidupkan potensi pelaku ekonomi baru dalam industri ekonomi kreatif.

Kehadiran perempuan dan generasi pemuda dalam industri kreatif diharapkan akan memberikan inovasi-inovasi yang kreatif untuk dapat mengali potensi-potensi sumber daya yang ada di sekitarnya. Dengan pengetahuan, kemampuan teknologi informasi, memiliki daya penghitungan yang matang serta mampu membuat perencanaan yang baik bukan tidak mungkin kemandirian ekonomi akan benar-benar tercapai di seluruh daerah, yang mereka butuhkan adalah kepercayaan dan kesempatan sebagai ruang bagi pemuda dalam berkreasi dalam sebuah wadah-wadah yang terlembaga dan terstruktur di desa (Yunas, 2021: 565).

Kompleksitas masalah dan dinamika kehidupan yang berkembang pesat saat ini ditambah dengan fenomena bonus demografi yang menjadi peluang sekaligus tantangan bagi generasi muda kita. Indonesia dengan jumlah populasi generasi muda mencapai 60 juta lebih (BPS, 2013), merupakan sebuah kekuatan potensial bagi pembangunan negeri ini. Pemuda sebagai tulang punggung bangsa, bukan hanya dimasa yang akan datang tetapi juga saat ini, tentunya perlu ada sebuah agenda utama untuk menyiapkan masa depan sekaligus menyiapkan Indonesia menghadapi fenomena bonus demografi tersebut. Bonus demografi merupakan salah satu fenomena kependudukan dimana jumlah usia produktif lebih banyak daripada usia tidak produktif dengan kata lain jumlah generasi muda akan sangat banyak. Munculnya bonus demografi sebenarnya mulai tampak sejak akhir tahun 2000 melalui hasil Sensus Penduduk 2000.

Merujuk pada data BPS tahun 2012, struktur penduduk Indonesia didominasi penduduk dewasa dan produktif dari segmen umur 25-64 tahun yang mencapai 52,63 persen, usia anak sekolah dari segmen 10- 24 tahun mencapai 29,39 persen, balita umur 0-5 tahun di kisaran 10,09 persen, dan lansia 65-75 + mencapai 7,16 persen. Dalam hal ini, bonus demografi pada gelombang pertama tahun 2010 hingga 2020 terjadi pada segmen penduduk produktif 52,63 persen yang menanggung 1 lansia per 100 penduduk maupun 5 balita per 100 penduduk. Tren positif mengenai bonus demografi sepertinya masih akan berlanjut hingga tahun 2020-2030. Pada rentang waktu tersebut, beban ketergantungan penduduk usia anak-anak dan beban ketergantungan penduduk usia tua berada pada posisi paling optimal. Setelah tahun 2030 beban ketergantungan penduduk usia tua akan meningkat sehingga beban ketergantungan total akan naik kembali. Diperkirakan bonus yang dapat disumbangkan oleh penduduk usia kerja akan menjadi makin kecil karena harus menanggung beban ketergantungan penduduk usia tua yang jumlahnya akan makin membengkak (Jati, 2015:5).

Berdasarkan hasil pemetaan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang tahun 2020, beberapa potensi daerah Kabupaten Jombang meliputi posisi wilayah yang strategis. Di dalam peta wilayah provinsi Jawa Timur, kabupaten Jombang berada pada koridor bagian tengah dan berada pada posisi silang, yaitu pada jalur Surabaya-Madiun dan Malang-Babat. Selain itu, di dalam konteks penataan ruang wilayah provinsi Jawa Timur, kabupaten Jombang termasuk di dalam skenario pengembangan Gerbangkertosusila Plus. Dalam hal ini, kabupaten Jombang sangat potensial menjadi daerah tujuan investasi. Kondisi tersebut juga ditunjang dengan pembangunan ruas jalan tol Bandarkedungmulyo-Mojokerto-Surabaya. Dengan posisi yang demikian, maka menjadikan kabupaten Jombang sebagai pilihan yang strategis bagi investor untuk mengembangkan investasinya dengan pertimbangan bahwa waktu dan jarak tempuh yang relatif semakin pendek dengan Surabaya Metropolitan Area. Prasarana

jalan yang ada di kabupaten Jombang terdiri dari jalan negara sepanjang 44.438 km, jalan provinsi sepanjang 71.145 km dan jalan kabupaten termasuk jalan poros desa sepanjang 462,600 km. Kondisi ini ditunjang dengan kondisi prasarana perhubungan yang baik, meliputi terminal, stasiun dan sarana perhubungan lainnya. Dengan keberadaan infrastruktur tersebut maka kegiatan lalu lintas ekonomi di wilayah Kabupaten Jombang cukup prospektif dan relatif tidak ada kendala yang cukup berarti sehingga diperkirakan akan menjadi daerah yang mempunyai perkembangan perekonomian yang cukup menjanjikan untuk masa yang akan datang.

Berbicara mengenai potensi desa, di kabupaten Jombang terdapat beberapa desa yang sedang mengembangkan potensi desanya untuk peningkatan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat. Pertama di desa Panglungan, kecamatan Wonosalam terdapat potensi kopi Excelsa yang cukup besar. Tidak hanya itu, potensi wisata juga sangat potensial dikembangkan di desa Panglungan, kecamatan Wonosalam tersebut. Kedua di desa Made, kecamatan Kudu, selain terkenal dengan petilasan Prabu Airlangga yakni Sendang Made, desa ini pun memiliki potensi cukup besar dalam hal pengolahan industri Keripik Gadung. Di desa Made, potensi umbi-umbian cukup besar diantaranya adalah umbi gadung (30 ton/ tahun), ganyong (15 ton/ tahun), dan garut (20 ton/ tahun). Umbi-umbian tersebut salah satunya gadung selama ini banyak dinilai sebagai tanaman liar yang beracun dan sangat sulit dalam pengelolaannya. Padahal gadung merupakan salah satu sumber alternatif karbohidrat, yang dapat dijadikan peningkatan diversifikasi pangan dengan mendayagunakan pangan lokal. Ketiga, desa Plabuhan, Kecamatan Plandaan yang memiliki potensi pengembangan daun kelor untuk minuman herbal (Yunas. 2019: 13).

Mengacu pada analisis situasi tersebut, Tim Pengabdian Masyarakat bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang untuk meningkatkan kapasitas pemberdayaan bagi kelompok perempuan dan generasi muda di kabupaten Jombang untuk turut menjadi bagian dalam pengembangan industri kreatif desa. Program tersebut akan memaksimalkan penyediaan *Coworking Space*. *Coworking Space*, hadir sebagai wadah bagi para pelaku industri kreatif untuk saling bertemu, dan berkolaborasi dalam satu tempat yang sama. Tidak hanya itu, sarana dan prasarana tersebut dapat mendukung pengembangan inovasi, *skill* dan *passion* generasi milenial melalui tersedianya ruang kreatif (*creative hub*) dan ruang diskusi.

## 2. Metode

---

Terdapat rincian tahap kegiatan workshop dengan tema Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang. Program ini terdiri dari beberapa tahapan, antara lain: (1) Tim pengabdian masyarakat bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang akan melakukan pemetaan sasaran peserta dan penerjemah kegiatan pengabdian masyarakat.

Sasaran dari tahap persiapan ini adalah kelompok perempuan dan generasi muda yang aktif bergerak di bidang industri kreatif berbasis potensi desa di Kabupaten Jombang sejumlah 50 orang; (2) Pelaksanaan Sosialisasi kegiatan workshop dengan tema Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang selanjutnya juga membuka pendaftaran peserta pembekalan, karena peserta dibatasi maka diadakan seleksi langsung pada calon peserta ketika mendaftar kepada tim

pelaksana. Beberapa peserta hasil seleksi, akan diumumkan melalui jejaring komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang; (3) Kegiatan workshop dengan tema Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang ini dilaksanakan tanggal 25 Juni sampai 25 Agustus 2021, dengan jumlah peserta sebanyak 50 orang dengan pelatih profesional; (4) Setelah dilakukan pelatihan maka tim pengabdian masyarakat akan melakukan *follow up* terkait pelatihan pengembangan usaha industri kreatif berbasis desa.

Tim pengabdian masyarakat mendampingi pihak-pihak yang terkait pengembangan usaha tersebut. Pendampingan tersebut dilakukan mulai dari tahap perencanaan usaha hingga terbentuknya usaha tersebut. Untuk membantu mengembangkan usaha tersebut, tim pengabdian masyarakat akan membantu membentuk kelompok/ jejaring pelaku usaha industri kreatif.

### 3. Hasil dan Pembahasan

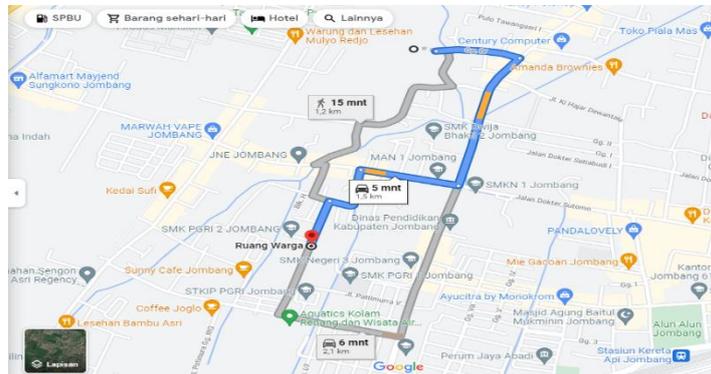
---

Gagasan ekonomi kreatif menjadi salah satu alternatif dalam upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Data Bank Indonesia tahun 2015 menunjukkan industri kreatif menyumbang sebanyak Rp 642 triliun atau 7,05% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Kemendesa, 2020). Artinya sektor ekonomi kreatif berpotensi memberikan peluang lebih besar jika perluasan beberapa sektor dapat dimaksimalkan seperti di desa. Sejauh ini, optimalisasi potensi desa telah banyak dimulai baik melalui program dana desa hingga pembentukan Badan Usaha Milik Desa atau Bumdes. Usaha pemerintah tersebut untuk menggalakkan program tersebut dalam rangka mendorong terciptanya desa mandiri dengan memaksimalkan sumber daya dan peningkatan perekonomian wilayah.

Berdasarkan hasil pemetaan dari Komunitas Ruang Inovasi Jombang tahun 2020, beberapa potensi daerah di kabupaten Jombang meliputi posisi yang strategis dan dalam konteks penataan ruang wilayah provinsi Jawa Timur, kabupaten Jombang termasuk dalam skenario pengembangan Gerbang Kertosusila Plus yang dalam hal ini kabupaten Jombang memiliki potensi menjadi daerah tujuan investasi dengan pertimbangan waktu dan jarak tempuh yang relative semakin pendek dengan adanya Surabaya Metropolitan Area. Mengenai potensi desa, terdapat beberapa desa yang mengembangkan potensi desanya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat diantaranya yaitu desa Panglunga kecamatan Wonosalam, desa Made kecamatan Kudu, dan desa Plabuhan kecamatan Plandaan.

Melihat dari data tersebut, maka tim pengabdian masyarakat yang bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang melihat adanya urgensi mengenai gagasan ekonomi kreatif yang berbasis desa dapat memberikan sumbangsih secara positif dalam mengoptimalkan usaha pemerintah yang ditunjang oleh keterlibatan masyarakat melalui adanya inovasi masyarakat desa. Melalui tema kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengabdian masyarakat melihat adanya implementasi gagasan tersebut harus melibatkan kelompok perempuan dan generasi muda untuk ikut serta dalam memetakan potensi ekonomi kreatif di kabupaten Jombang. Kegiatan pengabdian masyarakat ini kedepannya akan memaksimalkan penyediaan Co-working space sebagai wadah inkubasi bagi para pelaku usaha insutri kreatif dan sebagai sarana prasarana dalam mendukung pengembangan inovasi, kemampuan, dan ketertarikan generasi milenial melalui adanya ruang kreatif dan ruang diskusi tersebut.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di kabupaten Jombang tepatnya di Ruang Warga yang beralamat di jalan Wahidin Sudirohusodo Gg.IV kabupaten Jombang, 5 menit dari pusat kabupaten, seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta Jalan Lokasi Workshop (Ruang Warga Jombang)

Tim Pengabdian Masyarakat telah memberikan setidaknya dua jenis pengembangan dalam industri kreatif di kabupaten Jombang, yaitu: (1) *Workshop* pengembangan industri kreatif desa dengan sasaran kelompok perempuan dan generasi muda, dan (2) Pembentukan kelompok pengusaha generasi muda di bidang industri kreatif dalam pengembangan jejaring. Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya tahun 2021 dengan mengangkat tema “Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa melalui Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang” dilaksanakan pada hari Sabtu, 18 September 2021 secara Luring dengan tetap mematuhi protokol kesehatan ketat di ruang warga kabupaten Jombang dan secara Daring melalui *Platform Zoom Meeting* dan Live Streaming Youtube. *Workshop* ini dihadiri oleh 2 pemateri yaitu ibu Wiwin Sumrambah selaku Ketua Tim Penggerak PKK dan Dekranasda kabupaten Jombang dan bapak Bhadraka G. Nandiwardhana serta 1 rekan kerja beliau sebagai *City Seller Performance*, Kategori F&B Tokopedia. Acara ini dipandu secara langsung oleh moderator bapak Andy Ilman Hakim, S.IP., M.IP selaku dosen Program Studi Ilmu Politik FISIP UB.

Berdasarkan hasil workshop tim pengabdian masyarakat telah menemui beberapa kebutuhan mitra untuk menjawab permasalahan mereka. Adapun permasalahan tersebut yaitu (1) kebutuhan akan memaksimalkan wadah atau komunitas yang mampu mengembangkan dan meningkatkan jejaring industri kreatif desa, (2) tingkat keterlibatan generasi muda dalam pengelola potensi desa di kabupaten Jombang, dan (3) Kurang maksimalnya kerjasama dan penyelenggaraan pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, karena banyaknya diantara generasi muda belum terlalu memahami tingginya manfaat akan potensi industri kreatif berbasis desa yang berada di kabupaten Jombang. Kegiatan workshop ditunjukkan pada Gambar 2, sedangkan pemateri dapat ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 2. Kegiatan Workshop Tim Pengabdian Masyarakat



Gambar 3. Pemateri Workshop Pengabdian Masyarakat

Workshop pengabdian masyarakat oleh Dosen FISIP UB yang perdana dilaksanakan di Ruang Warga ini kedepannya akan menjadi tempat inkubator bisnis para pelaku usaha UKM dan menjadi ruang diskusi dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Jombang. Tentunya *workshop* ini tidak hanya berjalan satu arah namun dilaksanakan secara dua arah, yaitu setelah pelaksanaan sesi pemaparan materi oleh kedua pemateri, lalu dilaksanakan *Small Grup Discussion* dengan Tokopedia yang membahas mengenai pengembangan bisnis secara digital dalam memasarkan produknya dan Ibu Wiwin yang lebih kepada *sharing session* seputar wirausaha di kabupaten Jombang. Pertanyaan dari diskusi tersebut muncul tidak lepas dari tema workshop kali ini pengembangan industry kreatif dan UKM di kabupaten Jombang dan terjawab secara langsung oleh pemateri dalam sesi *small grup discussion* tersebut. Sesi ini dilaksanakan selama kurang lebih 60 menit setelah pemaparan materi dan *coffee break* berlangsung serta dilanjutkan dalam sesi penutup oleh pemateri dan moderator. Secara keseluruhan, pemateri mengungkapkan bahwasannya menjadi pegiat usaha terutama generasi muda kemampuan yang harus diasah saat ini untuk karir kedepannya adalah kemampuan berani dalam mencoba segala sesuatu yang baru dan konsisten dalam melakukan sesuatu. Karena pada dasarnya orang yang berkompeten yang akan unggul dalam karir dan usaha yang ditekuni saat ini dan kedepannya.

Kehadiran narasumber dari Tokopedia tentunya memberikan gambaran tersendiri bagi para pelaku UKM dan industri kreatif betapa pentingnya transformasi pola pemasaran secara digital atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* di Indonesia telah menjadi norma sosial yang berkembang dengan penggunaan platform online produk perawatan kesehatan, produk makanan beku, produk kerajinan, barang elektronik dan layanan internet seperti indihome menjadi pembeli online 85 juta

dibandingkan sebelum Covid-19 yaitu 75 juta (Saragih *et al.*, 2020). Selain itu, *market place* yang dikembangkan melalui layanan *e-commerce* akan lebih cepat dalam melakukan penawaran produk dengan segala keunikannya, untuk dapat memenangkan dalam persaingan global dengan mengimplementasikan *less contact* ekonomi ke masyarakat khususnya mitra. Hal ini sejalan dengan data yang dirilis oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Darat Tahun 2020 terjadi peningkatan transaksi online shop sebesar 12 juta dibandingkan pada tahun 2019 yang hanya sebesar 3,1 juta sampai 4,8 juta. Menurut (Elrhim & Elsayed, 2020) sekarang adalah waktu yang tepat bagi sektor *e-commerce* untuk menyelamatkan ekonomi dunia dari pengaruh penyebaran Covid-19 di pasar dan melakukan intervensi dan vitalitas untuk membuktikan pentingnya dan efektivitasnya *e-commerce* di bidang perdagangan dan belanja *online*.

Transformasi digital dalam industri kreatif ini memang sangatlah penting, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Saragih *et al.*, 2020) penggunaan *Information and Communication Technology* (ICT) membantu distribusi logistik dan pengiriman pada kegiatan transportasi. Struktur rantai suplai berubah mengikuti lokasi, kapasitas produksi, proses produksi, dan lokasi pergudangan yang mampu beradaptasi sebagai sistem di *new normal*. Pengembangan Industri kreatif melalui Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM) berbasiskan kreatifitas dan pemanfaatan *Information Technology* berdasarkan potensi lokal wilayah serta perubahan preferensi konsumen sangat cepat dan bahkan sulit diprediksi dapat menjadi peluang bisnis bagi UMKM bangkit.

Program Pengabdian Masyarakat ini tentunya memberikan dampak yang signifikan, hal tersebut terlihat setelah kegiatan para peserta yang dalam hal ini terdiri dari para pelaku UKM serta industri kreatif di kabupaten Jombang melakukan *coaching clinic* dengan tim dari Tokopedia. Selain itu, ada kerjasama yang terbentuk dengan Ruang Warga yang dalam hal ini merupakan *Coworking Space* dan *Creative Hub* yang dimiliki komunitas Ruang Inovasi untuk menyediakan tempat *showcase* maupun penjualan bagi produk UKM dan industri kreatif yang tentunya akan meningkatkan *value* ekonomi bagi para pelaku UKM yang mengikuti program kegiatan pengabdian masyarakat tersebut.

## 4. Kesimpulan

---

Ekonomi kreatif saat ini memiliki peluang besar dalam upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Hal tersebut turut serta menghadirkan program-program pemerintah di berbagai level salah satunya yaitu di level desa. Hal ini bertujuan untuk mendorong terciptanya desa mandiri dengan memaksimalkan potensi sumber daya dan peningkatan perekonomian wilayah. Tim pengabdian masyarakat kami melihat adanya urgensi mengenai gagasan ekonomi kreatif berbasis desa yang akan memberikan sumbangsih positif dalam upaya mengoptimalkan usaha pemerintah yang ditunjang oleh keterlibatan masyarakat melalui inovasi desa.

Tim pengabdian masyarakat kami mengimplementasikannya ke dalam dua bentuk kegiatan pengembangan yaitu: pertama, memberikan workshop terhadap kelompok perempuan dan generasi muda yang bekerjasama dengan komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang guna pengembangan ekonomi kreatif desa. Kedua, menginisiasi pembentukan kelompok pengusaha generasi muda bidang industri kreatif dalam rangka pengembangan jejaring. Program tersebut nantinya akan memaksimalkan penyediaan berupa *coworking Space* sebagai wadah bagi para pelaku industri kreatif untuk saling bertemu, dan berkolaborasi dalam satu tempat yang sama serta

mendukung pengembangan inovasi, *skill* dan *passion* generasi milenial melalui tersedianya ruang kreatif (*creative hub*) dan ruang diskusi.

Melihat dari proses pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh tim kami, maka muncul rekomendasi yang harapannya dapat ditindaklanjuti di kemudian hari yaitu: (1) Memberikan wadah dan memaksimalkannya kepada kelompok perempuan dan industri kreatif yang aktif dalam bidang ekonomi kreatif seperti adanya *co-working space* yang khusus digunakan untuk mengembangkan inovasi dan jejaring sosial, (2) Perlu adanya komitmen penuh antara kelompok perempuan dan generasi muda dalam mengelola potensi desa di kabupaten Jombang, dan (3) Perlu adanya kolaborasi yang matang dalam penyelenggaraan pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, karena banyaknya diantara generasi muda belum terlalu memahami tingginya manfaat akan potensi industri kreatif berbasis desa yang berada di Kabupaten Jombang.

## Acknowledgement

---

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak yang telah mendukung terselenggaranya Program Pengabdian kepada Masyarakat ini, khususnya kepada seluruh member Ruang Inovasi, Ruang Warga, para kelompok perempuan dan generasi muda yang aktif dalam industri kreatif di Kabupaten Jombang.

## Daftar Pustaka

---

- Alexandri MB, Zultaqawa Z, dan Aulia MD. (2019). Creative industries: Strategy and challenges in the Craft Sub-sector. *Review Integrative Business and Economics Research*. 8(4): 255- 263.
- Booyens I. (2012). Creative industries, inequality and social development: developments, impacts and challenges in Cape Town. *Urban Forum*, 23 (1): 43-60.
- Budiono GL. 2017. Mapping and selecting company's competitive strategy. *European Research Studies Journal*. XX (4A): 696-706.
- Direktorat Jendral Perhubungan Darat. (2020). Tantangan industri logistik dalam masa Pandemi COVID-19. *Webinar Transportasi dan Logistik Saat dan Pasca Pandemi Covid19 di Indonesia*. Jakarta:10 Juni 2020.
- Elrhim MA dan Elsayed A. (2020). The effect of COVID-19 spread on the E-commerce market: The case of the 5 Largest E-commerce companies in the World. *SSRN-Elsevier*. 1-14, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3621166>
- Heryani, Hesti, Agung Cahyo Legowo, Indra Prapto Nugroho. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi Creative Industry Development Strategy for Innovation. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 30 (3): 290-298
- Jati, W. R. (2015). Bonus Demografi Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi: Jendela Peluang Atau Jendela Bencana Di Indonesia? *Populasi*, 23(1), 1-19. <https://doi.org/10.22146/jp.8559>
- Jodi NS, Sudjadi A, dan Anggraeni AI. 2019. The role of creativity in forming innovative behaviours of creative industrial workers. *International Journal Innovation, Creativity and Change*. 11(9): 166-178.
- Kozlenkova IV, Hult GTM, Lund DJ, Mena JA, Kecec P. 2015. The role of marketing channels in supply chain management. *Journal Retailing*. 91(4): 586-609.

- Lestariningsih E, Maharani K, dan Lestari TK. 2018. Measuring creative economy in Indonesia: issues and challenges in data collection. *AsiaPacific Sustainable Development Journal*. 25(2): 99-114.
- Lestariningsih E, Gusnisa S, dan Maharani K. 2017. Legal setting for the development of interagency sectoral statistics database (ISSD). Asia-Pacific Economics Statistics Week, 22 - 26 May 2017. *BPS-Statistics Indonesia*, Jakarta
- Puspitasari, D. C. (2016). Wirausaha Sosial Muda Desa: Peran Strategis Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Makalah Seminar Nasional Universitas Negeri Lampung (UNILA)*, Lampung.
- Saragih NI, Hartati V, dan Fauzi M. (2020). Tren, tantangan, dan perspektif dalam sistem logistik pada masa dan pasca (New Normal) Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*. 9(2): 77-86.
- Suharto, D. (2016). Membangun Kemandirian Desa (Perbandingan UU No.5/1979, UU No.22/1999,&UU No.32/2004 serta Perspektif UU No.6/2014). *Pustaka Pelajar*.
- Yunas, N. S., & Nailufar, F. D. (2021). Pemberdayaan Ruang Inovasi Kabupaten Jombang Sebagai Komunitas Pemuda Penggerak Pembangunan Desa Dalam Optimalisasi Produk UMKM. *Surya Abdimas*, 5(4), 561-572. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v5i4.1371>
- Yunas, N. S. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan*, 3(1), 37-46. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46>.