

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Pola Pemberdayaan

Secara Konseptual pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata *power* (kekuasaan atau keberdayaan). Karenanya ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan.¹⁵ Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat golongan masyarakat yang sedang kondisi miskin, sehingga mereka dapat melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan masyarakat dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi itu menjadi tindakan nyata.¹⁶ Proses pemberdayaan antara komunitas satu dengan yang lain tentu memiliki perbedaan, hal ini tergantung dari situasi ataupun keadaan dan yang dihadapi oleh masyarakat tersebut.

Menurut Jim Ife, konsep pemberdayaan memiliki hubungan erat dua konsep pokok yakni: konsep *power* (daya) dan konsep *disadvantaged* (ketimpangan).¹⁷ Fasilitator memberikan dorongan kepada masyarakat untuk menganalisis permasalahan yang terjadi serta penyelesaian yang

¹⁵ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), hal. 57

¹⁶ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2014), hal. 24

¹⁷ *Ibid*, hal. 25

sesuai untuk menciptakan kemandirian, selain itu masyarakat didorong untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan sumber daya alam yang mampu meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

Pemberdayaan adalah sebuah “proses menjadi” bukan “proses instan”. Sebagai proses, pemberdayaan mempunyai tiga tahapan yaitu penyadaran, pengkapasitasan, dan pendayaan.¹⁸

1. Tahap penyadaran, pada tahap ini yang menjadi sasaran yaitu masyarakat yang kurang mampu yang harus diberikan pemahaman bahwa mereka mempunyai hak untuk menjadi berada atau mampu. Di samping itu juga mereka harus dimotivasi bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk keluar dari kemiskinannya.
2. Tahap pengkapasitasan, bertujuan untuk memampukan masyarakat yang kurang mampu sehingga mereka memiliki keterampilan untuk mengelola peluang yang akan diberikan.
3. Tahap pendayaan, masyarakat diberikan peluang yang disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki melalui partisipasi aktif dan berkelanjutan yang ditempuh dengan memberikan peran yang lebih besar secara bertahap sesuai dengan kapasitas.

Upaya pemberdayaan masyarakat membutuhkan strategi dalam pencapaian tujuan yang diinginkan, salah satunya yaitu dengan proses pendampingan. Proses pendampingan bukan hanya pada bidang ekonomi saja, tetapi juga bisa dilakukan dalam bidang lain. Seorang pendamping

¹⁸Randy R Wrihatnolo dan Riant Nugroho Dwidjowijoto, *Manajemen Pemberdayaan. Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007), hal. 2

masyarakat harus memposisikan dirinya sebagai perencana, pembimbing, motivator, penghubung, fasilitator, dan sekaligus evaluator. Semua itu tidak lepas dari masyarakat, karena pendamping harus bekerjasama dengan masyarakat untuk kepentingan masyarakat serta belajar dengan masyarakat.

Proses pemberdayaan memiliki tujuan yaitu memperkuat kekuasaan masyarakat lemah. Masyarakat lemah diberikan peluang dalam mengembangkan diri untuk menjadi mandiri dan terlepas dari problem yang dihadapi. Masyarakat dikatakan berdaya ketika masyarakat telah memiliki tiga kuasa, yaitu kuasa atas milik, kuasa atas kelola, dan kuasa atas guna.

Pemberdayaan sebagai usaha dan memberikan kesempatan kepada kelompok atau komunitas untuk memberikan ide atau gagasan, memunculkan keberanian dalam penyampaian pendapat, serta menentukan suatu tindakan yang sesuai, dengan begitu masyarakat mampu meningkatkan kemampuan dan menciptakan kemandirian. Selain itu juga upaya pemanfaatan sumber daya masyarakat secara lebih efektif dan efisien, dalam pemberdayaan terdapat unsur partisipatif, yaitu bentuk keterlibatan masyarakat di dalam proses tersebut.

Pembelaan terhadap kaum miskin dan masyarakat pinggiran telah lama menjadi agenda pembangunan di Indonesia.¹⁹ Praktik pembangunan yang diklaim sebagai upaya untuk melakukan perubahan sosial justru

¹⁹Makinuddin dan Tri Hadiyanto Sasongko, *Analisis Sosial: Bersaksi Dalam Advokasi Irigasi*, (Bandung: Yayasan AKATIGA, 2006), hal. 1

banyak mengabaikan partisipasi masyarakat dalam berbagai level pengambilan keputusan tentang pembangunan. Akibatnya, pembangunan menjadi mesin yang secara efektif mengubah tatanan sosial-politik Indonesia, terutama masyarakat petani.²⁰

B. Kreativitas Menjadi Peluang Ekonomi

Ketika mendengar kata kreativitas seringkali yang muncul dalam benak kita adalah para penulis, pelukis, penyair, musisi para seniman yang bergerak di dunia seni. Padahal kreativitas mencakup hal-hal yang lebih luas termasuk untuk membuat usaha.²¹ Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan ilmu pengetahuan dari sumber daya manusia merupakan faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Melihat kondisi ekonomi Indonesia pada era saat ini, tentunya ekonomi kreatif menjadi suatu alternatif dalam peningkatan ekonomi. Selain itu dengan adanya ekonomi kreatif di pedesaan akan menyerap tenaga kerja pada setiap individu pedesaan dengan peluang kerja yang minim.

Ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh tokoh bernama John Howkins, penulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Menurut definisi Howkins, ekonomi kreatif adalah kegiatan transaksi ekonomi dimana nilai dari produk kreatif tersebut berlipat ganda dari hasil kreasi, maka esensi dari kreatifitas adalah

²⁰*Ibid*, hal. 8

²¹Ariwibowo Suprajitno Adi dan Sri Bawono, *Kecerdasan Entrepreneur*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), hal. 48

gagasan.²² Ekonomi kreatif dibangun dalam sebuah gagasan atau pemikiran atau ide yang berbeda dalam diri setiap individu, dengan modal gagasan seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang layak. Kreativitas dan ekonomi bukanlah hal yang baru, tapi yang baru adalah sifat dan tingkat hubungan antara keduanya dan bagaimana menggabungkannya untuk menciptakan nilai yang luar biasa.

Sifat kreativitas merupakan seni yang mampu menciptakan sesuatu yang baru, hal baru yang diaplikasikan dalam wujud nyata akan memberikan nilai ekonomi. Kreativitas adalah proses berfikir dan menggugah inspirasi dengan cara yang berbeda dari biasanya, dimana seseorang tertantang untuk dapat melahirkan suatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Setiap individu tentunya memiliki pemikiran dan ide yang berbeda-beda.²³ Kreativitas dalam hal sederhana sekalipun jika masyarakat mampu mengolahnya dengan baik dan mengembangkannya, maka hal itu akan memiliki hasil ekonomi sebagai pendapatan dalam dirinya. Ekonomi kreatif sangat menekankan kreativitas yang dimiliki dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global jika hanya mengandalkan harga dan kualitas, tetapi persaingan harus berdasarkan kreativitas, inovasi dan imajinasi. Secara sederhana proses tersebut dapat distrukturkan

²²John Howkins, *The Creative Economy. How People Make Money From Idea*, (London: Penguin Group, 2007)

²³Muhammad Buswari, Tantangan dan Peluang Ekonomi Kreatif, diakses melalui <http://inspirasiabangsa.com/tantangan-dan-peluang-ekonomi-kreatif/>, pada tanggal 23 April 2016 pukul 11.20

sebagai berikut, yang dikembangkan dari pemikiran atau konsep yang terdapat dalam buku Kecerdasan Enterpreneur.



Kreativitas seseorang sering kali muncul dalam kondisi yang sulit, dengan kata lain ketika masyarakat berupaya meningkatkan ekonominya maka mereka akan berfikir upaya seperti apa yang mampu dilakukan masyarakat sebagai usaha peningkatan ekonomi. Berfikir adalah segala aktivitas mental yang membantu merumuskan atau memecahkan masalah, membuat keputusan, atau memenuhi keinginan untuk memahami. Selain itu berfikir juga melatih ide-ide dengan cara yang tepat dan seksama dengan cara dimulai dengan adanya masalah. Proses berfikir ini tentunya akan menganalisis apa yang mampu dilakukan sebagai upaya peningkatan ekonomi, simbol-simbol yang digunakan dalam berfikir pada umumnya adalah menggunakan kata-kata, bayangan atau gambaran, dan bahasa. Ide dan konsep akan berkembang yang selanjutnya memunculkan suatu inspirasi.

Inspirasi merupakan percikan ide-ide kreatif atau gagasan kreatif yang waktu dan tempat keluarnya jarang dikenali, kecuali sudah terlatih dan terbiasa. Ide-ide kreatif yang muncul akan diaplikasikan atau dituangkan dalam bentuk realisasi nyata yang mampu menghasilkan nilai ekonomi. Ide yang ada akan menjadi sesuatu yang baru dan berbeda dari

yang lain, unsur pembaruan inilah yang menjadi salah satu unsur dalam inovasi. Selanjutnya bagaimana membuat cara berfikir itu dinamis, yaitu diperlukan diskusi untuk menuangkan ide-ide kreatif yang dimiliki masyarakat. Individu terkadang tidak menyadari bahwa di dalam diri mereka terdapat kreativitas. Diskusi yang dilakukan sebagai upaya untuk membangun dan mengembangkan kreatifitas yang dimiliki oleh seseorang.

Tahun 2014 diperkirakan industri kreatif menyumbang lebih dari 7,5 persen terhadap PDB, menyerap sekitar 11,8 juta tenaga kerja atau lebih dari 10 persen tenaga kerja nasional, menciptakan usaha baru lebih dari 5 juta serta memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perolehan devisa negara.²⁴ Adanya ekonomi kreatif sesuai dengan visi misi presiden Jokowi, pada akhirnya tanggal 26 Januari 2015 presiden Jokowi melantik Triawan Munaf sebagai kepala badan ekonomi kreatif. Fakta bahwa sektor pertanian tidak mendapat posisi strategis dalam gelombang ekonomi keempat. Hal ini terlihat dalam instruktur Presiden Republik Indonesia Nomor 6 tahun 2009 Tentang pengembangan ekonomi kreatif (2009-2015). Dari 14 prioritas bidang pengembangan ekonomi kreatif, tidak satupun eksplisit bernuansa dan spesifik tertuju pada agribisnis. Ke-14 belas prioritas tersebut meliputi periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fashion atau mode, film, video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan

²⁴Unggul Tri Ratomo, Upaya Presiden Jokowi Kembangkan Ekonomi Kreatif dinilai Tepat, diakses dari <http://www.antarane.ws.com/berita/512594/upaya-presiden-jokowi-kembangkan-ekonomi-kreatif-dinilai-tepat>, pada tanggal 31 Maret 2016 pukul 11.30

percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, radio dan televisi, riset dan pengembangan.²⁵

Melihat adanya badan ekonomi kreatif di Indonesia, masyarakat seharusnya menuangkan ide-ide kreatif yang dimiliki. Apalagi dengan Indonesia yang telah memasuki MEA, daya saing tenaga kerja bukan hanya masyarakat Indonesia sendiri melainkan dari masyarakat luar. Sumber daya manusia adalah potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial, yang mampu mengolah dirinya sendiri dan potensi yang terkandung dalam alam. Saat ini sumber daya manusia memegang peranan penting dalam proses pembangunan. Semakin tinggi kualitas SDM maka semakin mendorong kemajuan. Peningkatan SDM di pedesaan merupakan langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagian besar pedesaan di Indonesia memiliki sumber daya yang melimpah. Tingkat pendidikan rendah di desa tentunya sulit untuk bersaing, jika masyarakat tidak melakukan usaha sendiri, ekonomi mereka akan tetap sama tidak bisa meningkat dan mensejahterakan keluarga.

Oleh sebab itu, kegiatan pembangunan perlu diarahkan untuk merubah kehidupan masyarakat menjadi lebih baik. Perencanaan dan implementasi pembangunan seharusnya berisi usaha untuk memberdayakan masyarakat, sehingga mempunyai akses pada sumber-sumber ekonomi sekaligus politik. Oleh sebab itu, usaha memberdayakan masyarakat desa

²⁵Iwan Setiawan, *Agribisnis Kreatif*, (Depok: Penebar Swadaya, 2012), hal. 122-123

serta perang melawan kemiskinan dan kesenjangan di pedesaan masih harus menjadi agenda penting dalam kegiatan pembangunan.²⁶

Dalam konteks pembangunan masyarakat ekonomi kreatif memiliki posisi yang penting, sebab kreativitas akan berdampak pada kesejahteraan, sosial, dan kualitas hidup. Gambaran tersebut dapat digambarkan dalam bagan sebagai berikut.²⁷



Dari gambar di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kontribusi Ekonomi

Tahun 2006 industri kreatif di Indonesia telah menyumbang PDB sebesar 104,73 triliun rupiah atau 6,28% PDB Indonesia, sedangkan jumlah tenaga kerja yang diserap oleh sektor industri kreatif pada tahun 2006 mencapai 5,4 juta pekerja dengan tingkat partisipasi

²⁶Sunyoto Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hal. 31

²⁷Ardiansyah Parman, dkk, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, (Jakarta: Kelompok Kerja Indonesia Design Power-Departemen Perdagangan, 2008), hal. 24

pekerja sebesar 5,8%. Tahun 2006 nilai ekspor industri kreatif di Indonesia mencapai 81,4 triliun rupiah dan berkontribusi sekitar 9,13% terhadap total nilai ekspor nasional.

Penerapan ekonomi kreatif di pedesaan akan memberikan dampak pada aspek ekonomi masyarakat. Meskipun belum berdampak sampai pada ekspor, tetapi ekonomi kreatif sebagai upaya dalam meningkatkan ekonomi masyarakat selain itu menyerap tenaga kerja dari dalam desa tersebut.

2. Iklim Bisnis

Investasi sangat dipengaruhi oleh iklim bisnis. Semakin kondusif iklim bisnis di Indonesia, semakin besar penanaman modal di dalam negeri. Industri kreatif dapat dimanfaatkan sebagai perangsang investasi yaitu dengan pembangunan lingkungan urban yang kondusif, dengan menciptakan kota-kota kreatif yang diikuti dengan pembangunan infrastruktur, komunikasi dan informasi yang mudah diakses. Pembangunan yang mendukung tumbuhnya kreativitas akan menimbulkan iklim bisnis yang kompetitif, karena kreativitas adalah suatu keinginan untuk menciptakan sesuatu yang baru, unik dan berbeda.

Pemikiran yang kreatif akan menciptakan suatu inovasi dengan nilai ekonomi. Inovasi ini akan menjadikan suatu bisnis atau usaha yang akan bersaing dipasaran. Untuk menjadikan produk unggulan dipasaran, masyarakat harus menciptakan sesuatu yang baru dan

berbeda dengan lainnya. Selain itu memberikan kualitas yang bagus dengan harga yang rendah.

3. Citra dan Identitas Bangsa

Indonesia adalah Negara yang terkenal dengan keindahan alam dan warisan budaya yang tinggi. Indonesia memiliki potensi besar menarik wisatawan asing, dengan mengangkat warisan budaya lokal dalam konteks yang baru diharapkan wisatawan asing memperoleh pengalaman baru yang dapat dibawa pulang ke negaranya. Pembangunan yang terarah ke industri kreatif berbasis budaya pada akhirnya akan dapat menciptakan landasan budaya lokal yang kuat. Dibalik ekonomi kreatif tentunya tidak lepas dari individu yang kreatif. Semakin banyak ikon-ikon nasional yang dikenal secara internasional, akan semakin mengharumkan nama bangsa.

Begitu juga dengan adanya ekonomi kreatif di pedesaan akan memberikan nama terhadap desa dan menjadi kebanggaan bagi masyarakat. Keberhasilan penerapan ekonomi kreatif di pedesaan akan menjadi contoh bagi desa-desa lain untuk membangun desanya.

4. Sumber Daya Terbarukan

Kreativitas adalah elemen dasar individu. Sehingga potensi kreatif terdapat pada semua orang, dan semua orang memiliki modal yang sama. Pembangunan yang berbasis pada sumber daya manusia, maka turut serta dalam pembangunan kapasitas sumber daya manusia Indonesia. Kreativitas di dalam desain dalam konteks produk berbasis

sumber daya alam, misalnya industri mebel dapat memperlambat proses eksploitasi sumber daya alam.

Upaya merangsang produksi barang jadi di dalam negeri, maka pemakaian bahan baku yang berasal dari sumber daya alam akan hemat serta lebih banyak menyerap tenaga kerja. Komunitas hijau yang mandiri potensial dibangun didaerah pedesaan, sehingga muncul klaster-klaster produksi skala desa yang berwawasan lingkungan, ekonomi desa tumbuh dan mencegah urbanisasi.

Tingkat urbanisasi di Desa Titik cukup tinggi, sebagian dari jumlah penduduk desa yaitu 493 jiwa melakukan urbanisasi. Hal ini sebagai upaya dalam peningkatan ekonomi bagi masyarakat yang tidak mau melakukan aktivitas bertani. Perubahan dalam aspek ekonomi bukan hanya dilakukan dengan urbanisasi. Masyarakat yang masih bertahan di desa dengan mengandalkan sektor pertanian juga mampu meningkatkan ekonomi mereka dengan kreativitas yang dimiliki.

Pengembangan kreativitas masyarakat yang menciptakan nilai ekonomi bukan hanya berdampak pada aspek ekonomi, namun juga pada sumber daya manusia. Masyarakat desa dengan skill dalam bidang pertanian akan memiliki skill baru dalam segi kreativitas, yang mampu mengolah dan menciptakan sesuatu yang baru dengan nilai ekonomi.

5. Inovasi dan Kreativitas

Ekonomi saat ini sangat dipengaruhi oleh globalisasi, salah satu produk dari globalisasi adalah Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI). Siapa yang memiliki gagasan dan ide yang unik dapat memproteksi idenya itu dan menghalangi orang lain menggunakannya. Di jaman ini ide bukan lagi hal yang dianggap remeh. Ide yang dimiliki seseorang mampu menciptakan sesuatu yang baru. Kemampuan adaptasi dan konvergensi agar tercipta suatu ide yang baru membutuhkan daya imajinasi dan visualisasi.

6. Dampak Sosial

Pembangunan bermodalkan yang terarah dan tepat sasaran, pada jangka panjang dapat meningkatkan pertumbuhan dan keadilan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup. Hal ini disebabkan karena:

- a. Kreativitas dapat meningkatkan daya saing produk, karena kreativitas merupakan *input* utama dalam proses desain yang akan menghasilkan inovasi. Daya saing yang tinggi dapat meningkatkan keuntungan dan dapat meningkatkan pendapatan pekerja, yang akhirnya dapat meningkatkan daya beli dan kualitas hidup masyarakat.
- b. Pembangunan kewirausahaan berbasis kreativitas dapat berorientasi inovasi sosial. Inovasi dan kreativitas berperan dalam memberdayakan masyarakat di lapisan bawah sebagai pekerjanya.

Motivasi dari inovasi sosial adalah mencapai tingkat kualitas hidup yang lebih baik dari sisi kebahagiaan, yang dibangun berdasarkan prinsip kebersamaan dan saling berbagi.

- c. Secara statistik, terbukti bahwa pekerja di sektor industri kreatif memiliki penghasilan di atas rata-rata penghasilan pekerja di sektor industri lain. Hal ini menandakan bahwa profesi sebagai pekerja kreatif adalah profesi yang cukup menjanjikan di masa depan.

Toleransi sosial merupakan faktor utama untuk menciptakan iklim yang kreatif yang dapat menarik pekerja kreatif untuk tinggal dan berkreasi. Kota yang memiliki iklim kreatif, umumnya lebih hidup dan ekonominya berjalan dengan cepat. Hal ini disebabkan oleh konsentrasi pekerja kreatif yang telah menarik minat perusahaan-perusahaan untuk mendirikan usahanya di sana, dan pada akhirnya membuka lapangan pekerjaan untuk penduduk sekitar.

Ekonomi kreatif yang tepat dan sesuai sasaran akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Ekonomi kreatif ini sebagai upaya dalam mengatasi kerentanan ekonomi masyarakat dengan penghasilan rendah. Penghasilan yang meningkat akan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat.

Membangun ekonomi kreatif tentunya tidak lepas dari peran masyarakat serta pemerintah desa. Untuk menjadikan suatu desa dengan peningkatan ekonomi kreatif harus mengidentifikasi apa yang mampu dimanfaatkan untuk menghasilkan nilai ekonomi, selain itu skill yang

dimiliki oleh masyarakat. Ekonomi kreatif harus memperhatikan gagasan, konsep, produksi dan pemasaran, lebih jelasnya yaitu sebagai berikut:

1) Gagasan

Pemikiran yang kreatif yang diolah dengan sedemikian rupa dan direalisasikan dengan nyata akan memiliki nilai ekonomi. Masyarakat desa dengan pendidikan yang rendah pasti memiliki ide dan kreatifitas tersendiri dalam dirinya. Kreatifitas sederhana yang dimiliki masyarakat pasti akan memiliki nilai ekonomi.

2) Konsep

Pemikiran yang kreatif akan menjadi sebuah konsep, seperti apa penguasaan kreativitas tersebut, dan bagaimana mewujudkannya. Konsep ini tentunya disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, serta kemampuan yang dimiliki masyarakat. Seiring dengan perkembangan yang ada keinginan manusia terus bertambah. Selain keinginan pokok, manusia memiliki keinginan tambahan yang banyak. Untuk itu bagaimana masyarakat menciptakan suatu kreatifitas dengan desain yang menarik dan mampu memenuhi keinginan pembeli, serta mampu menarik konsumen.

3) Produksi

Konsep yang telah didesain dengan baik akan menghasilkan suatu barang yang nantinya akan masuk dalam proses pemasaran. Kegiatan produksi ini tentunya berkaitan dengan tenaga kerja dan modal, untuk menghasilkan produksi yang baik tentunya dengan tenaga yang baik

pula. Kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat tentunya disesuaikan dengan kerja yang akan dilakukan, namun dalam pendampingan masyarakat tidak perlu memilih masyarakat yang memiliki posisi yang dominan, sehingga masyarakat yang lemah diabaikan. Penyatuan masyarakat harus menjadi kekuatan dalam pembentukan ekonomi kreatif disamping kreatifitas yang dimiliki.

4) Pemasaran

Proses pemasaran harus memperhatikan kondisi pasar yang ada, bagaimana memasarkan barang yang berkualitas dengan harga yang murah. Pembeli pasti mencari barang dengan kualitas yang baik, selain itu akan membedakan dengan produk lainnya. Persaingan pasar bukan dijadikan kendala oleh masyarakat untuk berhenti dalam mengembangkan ekonomi kreatif, tetapi bagaimana masyarakat mampu memperbarui ide kreatifitas yang dimiliki. Perkembangan teknologi yang semakin maju dan menembus pedesaan akan memberikan kemudahan dalam proses pemasaran.