



EKONOMI KREATIF : PELATIHAN EKONOMI KREATIF UNTUK REMAJA KARANG ANYAR PRAKTIK PEMBUATAN ES SUSU GULA AREN SEBAGAI IDE USAHA KEKINIAN

I Gede Kasih^{1*}, Anak Agung Istri Anom², & I Wayan Astraguna³

^{1,2,&3}Program Studi Ekonomi Hindu, Fakultas Dharma Duta, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, Jalan Pancaka Nomor 7B, Mataram, Nusa Tenggara Barat 83126, Indonesia

*Email: igedekasih47@gmail.com

Submit: 20-10-2025; Revised: 27-10-2025; Accepted: 30-10-2025; Published: 31-10-2025

ABSTRAK: Pelatihan ekonomi kreatif bagi remaja Karang Anyar melalui praktik pembuatan es susu gula aren merupakan bentuk pengabdian masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan keterampilan teknis pembuatan minuman kekinian, menumbuhkan kreativitas, serta memperkenalkan strategi pemasaran sederhana yang sesuai dengan perkembangan era digital. Metode pelaksanaan meliputi observasi, persiapan, pemberian materi, dan praktik langsung. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis, kreativitas, dan rasa percaya diri remaja dalam menghasilkan produk yang bernilai ekonomis. Peserta mampu meracik bahan, menyajikan minuman secara menarik, serta memahami cara sederhana untuk memasarkan produk melalui media sosial. Kegiatan ini juga berperan penting sebagai alternatif positif untuk mengurangi keterlibatan remaja dalam aktivitas negatif, seperti mabuk-mabukan dan perjudian. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga membuka peluang usaha baru yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif masyarakat desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Es Susu Gula Aren, Kewirausahaan, Pemasaran Digital, Remaja.

ABSTRACT: Creative economy training for Karang Anyar teenagers through the practice of making coconut sugar ice cream is a form of community service. The purpose of this activity is to provide technical skills in making contemporary beverages, foster creativity, and introduce simple marketing strategies that are in accordance with the development of the digital era. The implementation method includes observation, preparation, provision of materials, and direct practice. The results of the training showed an increase in technical skills, creativity, and confidence of adolescents in producing products with economic value. Participants are able to mix ingredients, serve drinks in an attractive way, and understand simple ways to market products through social media. This activity also plays an important role as a positive alternative to reduce adolescent involvement in negative activities such as drunkenness and gambling. Thus, this training not only increases individual capacity, but also opens up new business opportunities that support the sustainable development of the creative economy of village communities.

Keywords: Creative Economy, Coconut Sugar Ice, Entrepreneurship, Digital Marketing, Youth.

How to Cite: Kasih, I. G., Anom, A. A. I., & Astraguna, I. W. (2025). Ekonomi Kreatif : Pelatihan Ekonomi Kreatif untuk Remaja Karang Anyar Praktik Pembuatan Es Susu Gula Aren sebagai Ide Usaha Kekinian. *Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 316-324. <https://doi.org/10.36312/nuras.v5i4.749>



Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa masyarakat memasuki era digital yang penuh dengan tantangan sekaligus peluang. Era digital memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, sosial, budaya, hingga ekonomi (Aliansy *et al.*, 2024). Menurut Tapscott (2014) dalam Aksoy (2023), era digital ditandai dengan konektivitas, berbagi pengetahuan, dan inovasi yang membentuk kembali cara individu dan organisasi beroperasi. Dalam konteks ekonomi, era digital mendorong lahirnya berbagai peluang usaha baru yang berbasis kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan teknologi (Bangsawan, 2023). Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah ekonomi kreatif, yaitu sistem ekonomi yang mengandalkan ide, kreativitas, serta kemampuan inovatif sumber daya manusia sebagai modal utama (Rahmawati, 2021). Seperti dijelaskan oleh Howkins (2001) dalam Rahmini (2025), ekonomi kreatif didasarkan pada ide dan kekayaan intelektual masyarakat, bukan pada *input* industri tradisional.

Bagi masyarakat desa, era digital membuka peluang untuk ikut serta dalam pengembangan ekonomi kreatif tanpa harus meninggalkan identitas lokal (Riswanto *et al.*, 2023). Desa yang dulunya dipandang tertinggal kini memiliki kesempatan untuk berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan *platform* digital lainnya menjadikan produk lokal desa agar lebih mudah dikenal dan dipasarkan secara luas. Namun, tantangan tetap ada, khususnya terbatasnya keterampilan generasi muda desa dalam menciptakan produk inovatif dan mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan tuntutan era digital (Anabuni *et al.*, 2025; Efendi *et al.*, 2020).

Remaja desa Karang Anyar merupakan kelompok potensial yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat lokal. Masa remaja adalah periode penting untuk belajar, mencoba, dan berkreasi (Gultom, 2022). Sayangnya, sebagian besar remaja belum mampu mengarahkan kreativitasnya menjadi aktivitas produktif bernilai ekonomi, sehingga lebih sering berperan sebagai konsumen tren daripada produsen kreatif. Padahal, menurut Santrock (2011) dalam Branje *et al.* (2021), masa remaja merupakan masa transisi yang penuh dengan potensi kreativitas, eksplorasi identitas, dan pengembangan keterampilan. Oleh karena itu, program pelatihan diperlukan sebagai wadah untuk menggali potensi, mengembangkan keterampilan, sekaligus membangun semangat kewirausahaan remaja desa.

Salah satu bentuk nyata pengembangan ekonomi kreatif yang relevan adalah melalui pelatihan praktik membuat es susu gula aren sebagai ide usaha kekinian (Lisan *et al.*, 2023). Minuman ini digemari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, karena cita rasanya yang khas dan tren gaya hidup konsumtif masyarakat urban. Menurut Annastasya (2024), produk kuliner kekinian yang sederhana namun memiliki diferensiasi dapat menjadi peluang usaha dengan prospek yang menjanjikan. Melalui pelatihan ini, remaja Karang Anyar tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pengetahuan dasar mengenai pengelolaan usaha kecil dan peluang pengembangannya.

Lebih jauh, pelatihan ini juga diarahkan agar remaja mampu memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*,



maupun *WhatsApp* merupakan sarana yang efektif untuk memperkenalkan produk, membangun identitas merek, dan menjangkau konsumen yang lebih luas (Safitri & Harahap, 2025). Sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2009) dalam Erwin *et al.* (2023), pemasaran digital telah mengubah cara bisnis menjangkau dan melibatkan konsumen, terutama melalui platform media sosial. Dengan demikian, keterampilan membuat produk dipadukan dengan strategi promosi digital akan mendorong remaja Karang Anyar untuk mandiri, kreatif, serta berdaya saing.

Kegiatan pelatihan ekonomi kreatif ini diharapkan mampu melahirkan generasi muda desa yang berjiwa wirausaha, inovatif, serta mampu memanfaatkan perkembangan era digital untuk meningkatkan taraf hidup. Program ini tidak hanya berorientasi pada keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran bahwa ekonomi kreatif berbasis digital dapat menjadi salah satu pilar penting dalam mewujudkan kemandirian ekonomi desa. Dengan demikian, remaja Karang Anyar diharapkan menjadi pelaku aktif yang membawa perubahan positif, baik bagi diri sendiri, keluarga, maupun masyarakat desa secara keseluruhan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Dusun Karang Anyar, Desa Jembatan Kembar, Kecamatan Lembar, Kabupaten Lombok Barat. Dalam menyelesaikan program kerja individu Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini, penulis menggunakan metode penyelesaian, yaitu observasi, persiapan, pemberian materi, dan praktik pelatihan.

Observasi

Pada tahap awal program kerja ini yaitu observasi, metode observasi dalam kegiatan KKN di Dusun Karang Anyar dilaksanakan langsung ke lokasi dengan tujuan untuk mengamati kondisi dusun, aktivitas masyarakat, dan dinamika sosial yang sudah ada. Hasil observasi menunjukkan bahwa warga Dusun Lilin, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua, memiliki tingkat keaktifan yang tinggi dalam berbagai kegiatan. Berdasarkan temuan ini, tim pengabdian memutuskan untuk mengembangkan program kerja individu dengan judul “Pelatihan Ekonomi Kreatif untuk Remaja Karang Anyar Praktik Pembuatan Es Susu Gula Aren sebagai Ide Usaha Kekinian”.

Program

Program ini diharapkan dapat memanfaatkan semangat dan keaktifan masyarakat, terutama remaja di Dusun Karang Anyar, bahwa remaja memiliki potensi besar untuk diarahkan pada kegiatan yang produktif, salah satunya melalui pelatihan ekonomi kreatif. Kegiatan ini sekaligus menjadi upaya untuk mengembangkan keterampilan wirausaha di bidang minuman kekinian, yaitu es susu gula aren yang sesuai dengan tren pasar saat ini, dan memiliki peluang usaha yang menjanjikan.

Persiapan

Pada tahap persiapan, penulis menyiapkan materi mengenai teknik dasar pembuatan es susu gula aren. Materi dirancang sederhana dan mudah dipahami oleh remaja Karang Anyar, mencakup pemilihan bahan berkualitas, takaran bahan yang sesuai, cara mencampur susu dan gula aren agar menghasilkan rasa yang enak, serta teknik penyajian agar terlihat menarik. Selain itu, penulis juga menyiapkan metode



penyampaian yang komunikatif, berupa ceramah singkat disertai diskusi, sehingga peserta dapat lebih mudah memahami isi materi.

Pemberian Materi

Tahap ini merupakan penyampaian materi yang telah disusun. Penulis memberikan penjelasan kepada remaja Karang Anyar mengenai langkah-langkah pembuatan es susu gula aren, mulai dari pengenalan bahan, perbandingan takaran, hingga cara penyajian. Penyampaian dilakukan secara interaktif dengan memadukan ceramah, tanya jawab, dan demonstrasi langsung. Peserta dapat mengajukan pertanyaan serta berdiskusi terkait tips menjaga cita rasa agar tetap konsisten.

Praktik

Pada tahap praktik, peserta langsung mempraktikkan materi yang telah dipelajari. Remaja Karang Anyar diberikan kesempatan membuat es susu gula aren sesuai kreativitas masing-masing, mulai dari meracik gula aren, mencampur dengan susu, menambahkan es, hingga menyajikannya dengan tampilan menarik. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri peserta dalam menghasilkan produk yang bernilai jual, dan berpotensi dijadikan peluang usaha kekinian.

HASIL DAN DISKUSI

Pelatihan ekonomi kreatif yang dilakukan di Dusun Karang Anyar melalui praktik pembuatan es susu gula aren memiliki tujuan utama untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan remaja. Kegiatan ini dirancang agar para peserta tidak hanya memperoleh keterampilan praktis dalam membuat minuman kekinian, tetapi juga memahami pentingnya kreativitas dalam mengembangkan peluang usaha.

Kegiatan ini sejalan dengan konsep ekonomi kreatif yang menekankan pada pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta inovasi untuk menghasilkan produk yang bernilai jual. Menurut Howkins (2001) dalam Kartini (2022), ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai dari sebuah ide. Dengan demikian, pelatihan ini dapat menjadi wadah bagi remaja untuk mengembangkan kreativitas mereka dalam bidang usaha minuman.

Tren minuman kekinian seperti es susu gula aren menunjukkan adanya potensi pasar yang besar. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Musta'in *et al.*, 2022) menyebutkan bahwa subsektor kuliner mendominasi kontribusi ekonomi kreatif di Indonesia, mencapai lebih dari 40% dari total kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB. Hal ini memperlihatkan bahwa pelatihan pembuatan minuman dapat menjadi langkah strategis dalam mencetak wirausaha muda.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa para peserta mampu memahami teknik dasar pembuatan es susu gula aren, mulai dari pemilihan bahan, peracikan takaran, hingga teknik penyajian yang menarik. Selain itu, kegiatan praktik memberikan pengalaman langsung bagi peserta, sehingga menumbuhkan rasa percaya diri dalam menciptakan produk yang siap dipasarkan. Hal ini sesuai dengan pembelajaran berbasis praktik dapat meningkatkan keterampilan sekaligus memotivasi individu untuk lebih produktif.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian Permana *et al.* (2025) yang menekankan bahwa remaja memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui usaha kuliner kekinian, karena mampu menangkap tren pasar dan menuangkannya ke dalam ide usaha yang inovatif. Dengan demikian, pelatihan pembuatan es susu gula aren bukan hanya sebatas kegiatan keterampilan, melainkan juga bagian dari upaya pemberdayaan remaja menuju kemandirian ekonomi.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 1. Observasi Masyarakat.

Sebelum pelaksanaan pelatihan ekonomi kreatif untuk remaja Karang Anyar, yaitu praktik membuat es susu gula aren sebagai ide usaha kekinian, tim KKN melakukan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi sosial, potensi sumber daya lokal, serta minat remaja terhadap kegiatan produktif. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian remaja Karang Anyar masih sering terlibat dalam aktivitas negatif seperti mabuk-mabukan dan perjudian yang berdampak pada rendahnya produktivitas dan motivasi mereka dalam mengikuti kegiatan yang bermanfaat. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan wadah yang mampu mengalihkan perhatian remaja dari kegiatan negatif menuju aktivitas positif dan bernilai ekonomi.

Menurut Sarwono (2017), remaja berada pada fase pencarian jati diri sehingga rentan terhadap perilaku menyimpang apabila tidak diarahkan dengan kegiatan positif. Kondisi ini sejalan dengan realitas yang ditemukan di Karang Anyar, dimana sebagian remaja membutuhkan kegiatan alternatif yang dapat membangun kreativitas sekaligus meningkatkan rasa percaya diri. Di sisi lain, potensi lokal cukup mendukung. Bahan baku seperti susu, gula aren, dan es batu tersedia dengan mudah di wilayah sekitar, sehingga membuka peluang untuk dijadikan usaha minuman kekinian.

Berdasarkan penelitian Darmawati *et al.* (2022), remaja memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui usaha kuliner kekinian, karena mampu menangkap tren pasar dan menuangkannya ke dalam ide usaha yang inovatif. Berdasarkan hasil observasi tersebut, program pelatihan kemudian dirancang dalam tiga tahap, yaitu persiapan, pemberian materi, dan praktik, dengan harapan dapat memberikan dampak positif berupa peningkatan keterampilan

sekaligus mengurangi keterlibatan remaja dalam aktivitas negatif. Melalui rangkaian pelatihan ini, remaja membangun kepercayaan diri untuk memulai dan mengembangkan usaha kuliner secara mandiri.

Tabel 1. Alat dan Bahan Pelatihan.

Alat	Bahan
Mixer	Gula Aren
Cap Es	Crimer Bubuk
Jigger	Susu
Kocor Takar	Es Batu

Tahap Pemberian Materi



Gambar 2. Pemberian Materi.

Pada tahap kegiatan pemberian materi yang dilaksanakan pada tanggal 4 Juli 2025, peserta dibimbing untuk memahami teknik pembuatan es susu gula aren. Penulis menjelaskan secara runtut mulai dari pengenalan bahan-bahan utama seperti susu, gula aren, dan es, teknik dasar peracikan agar menghasilkan rasa yang seimbang, hingga tips penyajian yang menarik secara visual. Penulis memberikan strategi sederhana dalam menghitung biaya produksi serta cara pemasaran yang mudah diterapkan remaja, misalnya melalui media sosial atau penjualan langsung di lingkungan sekitar. Menurut Kotler & Keller (2012) dalam Beka *et al.* (2024), pemasaran yang efektif tidak hanya berbicara tentang menjual produk, tetapi bagaimana membangun nilai dan komunikasi dengan konsumen. Oleh karena itu, peserta juga diarahkan untuk memahami pentingnya promosi digital sederhana, seperti membuat konten menarik di *Instagram* atau *WhatsApp* yang sesuai dengan tren anak muda masa kini. Hasil dari pemberian materi menunjukkan bahwa peserta mampu memahami langkah-langkah pembuatan minuman kekinian sekaligus memiliki gambaran awal bagaimana produk tersebut dapat dijadikan ide usaha yang bernilai ekonomis.

Praktik



Gambar 3. Praktek Pembuatan dan *Finishing*.

Pada tahap praktik pembuatan, remaja Karang Anyar dibimbing untuk langsung mencoba meracik es susu gula aren sesuai materi yang telah diberikan, dimulai dari pemilihan bahan berkualitas, penakaran gula aren dan susu yang tepat, hingga teknik penyajian yang menarik agar memiliki daya tarik jual. Kegiatan ini tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dalam menghasilkan produk yang bernilai ekonomi. Selanjutnya, kegiatan ditutup dengan *finishing* (penutup) berupa refleksi dan evaluasi bersama, dimana peserta menyampaikan pengalaman serta kesan selama mengikuti pelatihan, sementara penulis menekankan bahwa keterampilan yang diperoleh diharapkan mampu menjadi alternatif kegiatan positif sekaligus peluang usaha, sehingga remaja Karang Anyar dapat teralihkan dari aktivitas negatif, seperti mabuk-mabukan dan perjudian menuju kegiatan kreatif dan produktif yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun lingkungan sekitarnya.

SIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan ekonomi kreatif untuk remaja Karang Anyar, yaitu praktik membuat es susu gula aren sebagai ide usaha kekinian berjalan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari peserta. Melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pemberian materi, dan praktik, remaja Karang Anyar tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai teknik pembuatan es susu gula aren, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat dijadikan peluang usaha. Kegiatan ini mampu menumbuhkan semangat wirausaha, meningkatkan kreativitas, serta menumbuhkan



rasa percaya diri peserta dalam menghasilkan produk yang memiliki nilai jual. Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat menjadi alternatif kegiatan positif yang dapat mengalihkan remaja dari aktivitas negatif, seperti mabuk-mabukan dan perjudian, sehingga mereka lebih terarah pada kegiatan yang produktif, bermanfaat, dan berdaya guna bagi masyarakat sekitar.

SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan adalah membangun kerja sama dengan pelaku UMKM setempat untuk memberikan pengalaman langsung kepada remaja tentang proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha secara nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada pemerintah Desa Jembatan Kembar serta para tokoh masyarakat Dusun Karang Anyar yang telah memberikan izin, fasilitas, dan bantuan selama kegiatan berlangsung. Penulis juga berterima kasih kepada para remaja Karang Anyar yang berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian pelatihan, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan hasil yang bermanfaat. Apresiasi disampaikan kepada seluruh pihak, baik lembaga maupun individu yang telah memberikan dukungan moral, material, serta kontribusi pemikiran dalam penyusunan artikel ini. Semoga segala bantuan yang diberikan menjadi nilai keberkahan dan bermanfaat bagi pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan masyarakat.

REFERENSI

- Aksoy, C. (2023). Digital Business Ecosystems: An Environment of Collaboration, Innovation, and Value Creation in the Digital Age. *Journal of Business and Trade*, 4(2), 156-180. <https://doi.org/10.58767/joinbat.1358560>
- Aliansy, A. P., Putri, H., Wijaya, S., & Sari, I. K. (2024). Pengaruh Globalisasi dan Perubahan Sosial bagi Pendidikan dan Siswa di Era Digital. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(1), 650-660.
- Anabuni, A. U. T., Dewiati, I. L., Kellen, M. S. L., Himpi, P. J. K., & Mooy, D. (2025). Peluang dan Tantangan UMKM di Era Digital: Solusi Praktis untuk Masyarakat Amanuban Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2133-2138. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.728>
- Annastasya, A. S. (2024). Analisis Strategi Diferensiasi Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah (Studi pada Produk *Buak Tat Kehago* Lampung). *Disertasi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27-40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Beka, A., Bunga, M., Riwu, Y., & Fanggidae, A. (2024). Strategi *Word of Mouth* dalam Membangun *Brand Image* pada *Loveta Boutique* Kupang. *Glory : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5(5), 987-995.



<https://doi.org/10.35508/glory.v5i5.15260>

- Branje, S., de Moor, E. L., Spitzer, J., & Becht, A. I. (2021). Dynamics of Identity Development in Adolescence: A Decade in Review. *Journal of Research on Adolescence*, 31(4), 908-927. <https://doi.org/10.1111/jora.12678>
- Darmawati, D. M., Busyra, N., & Azhar, E. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Usaha Kuliner. *Ta'awun*, 2(2), 194-203. <https://doi.org/10.37850/taawun.v2i02.329>
- Efendi, I., Safnowandi, S., Dewi, I. N., Utami, S. D., & Abidin, Z. (2020). Pelatihan Produk Olahan Jamur Pasca Panen untuk Penguatan Produktivitas Ekonomi SMA Islam Al-Azhar NW Kayangan. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 1(2), 100-105. <https://doi.org/10.33394/jpu.v1i2.2876>
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Gultom, R. (2022). Krisis Identitas Masa Remaja sebagai Ide dalam Seni Lukis. *Skripsi*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Kartini, Y. (2022). Produktivitas Kerja Pembuatan *Lipa' Le'leng* Masyarakat Adat Kajang sebagai Subsektor Ekonomi Kreatif. *Seiko : Journal of Management & Business*, 5(1), 333-342. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1651>
- Lisan, M. F., Zulkipli, Z., Wulandari, N., Utami, N. N. P., Andini, M. R., Bisri, D., Diba, A. Y. P. F., Aini, W., Ramadhan, F., Astuti, S., & Muthahanas, I. (2023). Inovasi Produk Pengolahan Kopi Susu Gula Aren serta Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sambik Bangkol Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1), 179-184. <https://doi.org/10.29303/jpmpmi.v6i1.3247>
- Musta'in, M. M., Muafiqie, M. S. D. H., Karman, M. S. A., & Kalsum, M. M. U. (2022). *Ekonomi Kreatif Berbasis Digital dan Kemandirian Masyarakat Era Society 5.0*. Surabaya: CV. Global Aksara Pers.
- Permana, D. G. Y., Perwira, A. A. G. A. N., Putra, I. M. L. A., Dewi, G. A., Werthi, K. T., Wati, N. L. S., & Swari, D. A. A. P. Y. (2025). Mengembangkan Potensi Kewirausahaan dalam Ekonomi Kreatif bagi Generasi Muda di Era Digital. *UNBI Mengabdi*, 6(1), 26-34. <https://doi.org/10.34063/um.v6i1.433>
- Rahmawati, F. (2021). Pilar-pilar yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 159-164. <http://dx.doi.org/10.23960/E3J/v4i2.159-164>
- Rahmini, N. (2025). *Ekonomi Kreatif dan Pariwisata*. Padang: Akiopedia Press.
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., Dassir, M., & Hikmah, A. N. (2023). *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Safitri, I., & Harahap, N. (2025). Analisis *Branding* Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap Produk Tas Purun. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(1), 219-230. <https://doi.org/10.29240/jdk.v10i1.13229>
- Sarwono, S. (2017). *Ilmu Kandungan*. Jakarta: Bina Pustaka.