

Optimalisasi Potensi Desa melalui Pelatihan Pembuatan Souvenir Lokal Kreatif di Desa Bantaragung, Majalengka

Venny Oktaviany^{1,*}, Titim Nurlia², Ermanuri³, Eriene Iranie Nizarlie⁴, Rita Mardiana⁵

¹ Manajemen Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bekasi Karawang, Indonesia; email: : vennyoktaviany@umbk.ac.id

² Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta; email: titim.nurlia@gmail.com

³ Komputerasi Akuntansi, Politeknik LP3i Jakarta, Indonesia; email: erm4nur1@gmail.com

⁴ Program Studi Manajemen dan akuntansi, STIE Bisnis Indonesia; email: eriene.nizarlie@gmail.com

⁵ Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bekasi Karawang; email: rmardiana2020@gmail.com

*Koresponden: email: vennyoktaviany@umbk.ac.id

Artikel Info: Diterima: 10-05-2026 | Direvisi: 11-05-2026 | Disetujui: 12-05-2026

Abstract

Bantaragung Village, Majalengka Regency, possesses local potential that can be developed into valuable creative economic products, one of which is through the creation of village souvenirs. However, this potential has not been optimally utilized due to limited community skills in processing materials and creating creative products with market appeal. This community service activity aims to improve the community's knowledge and skills in producing creative local souvenirs based on village potential. The implementation method includes outreach, practical souvenir-making training, product design assistance, and evaluation of training outcomes. Participants consisted of village residents, particularly youth groups and housewives interested in creative crafts. The results of the activity indicate an increase in the participants' ability to produce more innovative, attractive, and economically valuable souvenir products. Furthermore, this training also fostered community awareness of the importance of utilizing local potential as an effort to develop the village's creative economy. Through this activity, it is hoped that the Bantaragung Village community will be able to develop a local souvenir business sustainably, thereby supporting increased community income and strengthening the village's local cultural identity.

Keywords: village potential; souvenirs; Bantaragung

Abstrak

Desa Bantaragung, Kabupaten Majalengka, memiliki potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif bernilai jual, salah satunya melalui pembuatan souvenir khas desa. Namun, pemanfaatan potensi tersebut masih belum optimal karena keterbatasan keterampilan masyarakat dalam mengolah bahan dan menciptakan produk kreatif yang memiliki daya tarik pasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pembuatan souvenir lokal kreatif berbasis potensi desa. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan praktik pembuatan souvenir, pendampingan desain produk, serta evaluasi hasil pelatihan. Peserta kegiatan terdiri dari masyarakat desa, khususnya kelompok pemuda dan ibu rumah tangga yang memiliki minat dalam bidang kerajinan kreatif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan produk souvenir yang lebih inovatif, menarik, dan memiliki nilai ekonomi. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemanfaatan potensi lokal sebagai upaya pengembangan ekonomi kreatif desa. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan masyarakat Desa Bantaragung mampu mengembangkan usaha souvenir lokal secara berkelanjutan sehingga dapat mendukung peningkatan pendapatan masyarakat serta memperkuat identitas budaya lokal desa.

Kata kunci: potensi desa ; souvenir ;Bantaragung

PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata tidak hanya bertumpu pada eksploitasi keindahan alam semata, melainkan juga pada kemampuan masyarakat lokal dalam mengintegrasikan potensi budaya, kreativitas, dan sumber daya setempat menjadi produk bernilai ekonomi tinggi. Karakteristik pariwisata modern saat ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi wisatawan, di mana mereka tidak lagi sekadar menjadi penikmat visual (*passive tourists*), melainkan cenderung mencari pengalaman autentik yang melekat pada identitas lokal suatu daerah (*active-experiential tourists*). Salah satu representasi fisik dari pengalaman pariwisata tersebut diwujudkan melalui produk industri kreatif berupa souvenir atau buah tangan khas desa.

Desa Bantaragung yang terletak di Kecamatan Sindangwangi, Kabupaten Majalengka, merupakan salah satu destinasi pariwisata unggulan yang memiliki daya tarik luar biasa. Ditetapkan sebagai salah satu desa wisata berprestasi di tingkat nasional, Desa Bantaragung dianugerahi potensi lanskap alam yang memukau, seperti kawasan Ciboer Pass, terasering sawah yang ikonik, serta kedekatannya dengan Taman Nasional Gunung Ciremai. Berdasarkan data kunjungan wisatawan, Desa Bantaragung mencatat arus kedatangan wisatawan yang konsisten setiap tahunnya. Tingginya volume kunjungan ini secara teoritis merupakan pasar potensial yang besar bagi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta industri kreatif di tingkat lokal.

Namun, realita di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) antara potensi kunjungan wisatawan yang masif dengan tingkat optimalisasi pendapatan masyarakat dari sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan observasi awal, sebagian besar pendapatan desa masih bergantung pada retribusi tiket masuk pariwisata dan sektor jasa lingkungan. Sektor komoditas penunjang seperti penyediaan souvenir lokal kreatif masih belum berkembang secara signifikan. Wisatawan yang berkunjung sering kali kesulitan menemukan produk buah tangan khas yang autentik, bernilai estetis, dan secara khusus merepresentasikan identitas visual Desa Bantaragung. Keterbatasan ini disebabkan oleh beberapa faktor utama, antara lain:

1. Rendahnya keterampilan teknis (*hard skills*) masyarakat dalam mengolah bahan baku lokal menjadi produk kerajinan tangan bernilai jual.
2. Minimnya pemahaman mengenai inovasi desain produk dan teknik pengemasan (*packaging*) yang menarik konsumen modern.
3. Belum terbentuknya kelompok pengrajin terstruktur yang mampu memproduksi souvenir secara konsisten dan berkelanjutan.

Jika permasalahan ini dibiarkan, maka potensi perputaran uang dari wisatawan akan mengalir keluar daerah (*economic leakage*), dan masyarakat lokal hanya akan menjadi penonton di tengah pesatnya perkembangan pariwisata daerah mereka sendiri. Oleh karena itu, diperlukan sebuah intervensi akademis dan praktis melalui program pengabdian kepada masyarakat yang terstruktur untuk menjembatani masalah tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan berbasis pemanfaatan potensi lokal efektif dalam meningkatkan pendapatan keluarga di kawasan wisata (Prasetyo et al., 2024; Wijaya & Utami, 2023). Namun, penelitian yang secara spesifik mengintegrasikan pelatihan pembuatan souvenir kreatif berbasis kearifan lokal dengan penguatan kelembagaan lokal di kawasan Majalengka masih terbatas.

Berpijak pada latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi Desa Bantaragung melalui pelaksanaan pelatihan pembuatan souvenir lokal kreatif. Fokus utama kegiatan ini difokuskan pada peningkatan kapasitas keterampilan masyarakat, khususnya kelompok pemuda dan kader PKK, mulai dari tahapan ideasi kreatif, proses produksi kerajinan, hingga strategi komersialisasi produk. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat tercipta diversifikasi produk wisata yang mampu memperkuat branding Desa Bantaragung

sebagai destinasi wisata mandiri, sekaligus menjadi katalisator dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat secara berkelanjutan

2. MASALAH, TARGET DAN LUARAN

Berdasarkan analisis situasi dan observasi awal di Desa Bantaragung, Majalengka, permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat mitra dapat dikelompokkan ke dalam tiga aspek krusial:

1. **Keterbatasan Keterampilan Teknis Kerajinan (*Hard Skills*):** Masyarakat, khususnya generasi muda dan kader PKK, belum memiliki keterampilan teknis dalam mengolah bahan baku lokal (seperti bambu, limbah kayu, atau material khas setempat) menjadi produk *souvenir* yang memiliki nilai estetika tinggi dan layak jual.
2. **Minimnya Inovasi Desain dan Pengemasan (*Packaging*):** Produk yang dihasilkan saat ini masih bersifat konvensional dan monoton. Belum ada sentuhan inovasi desain yang memasukkan identitas visual atau kearifan lokal Desa Bantaragung (seperti ikon Ciboer Pass atau terasering). Selain itu, pemahaman mengenai pentingnya pengemasan yang aman dan menarik konsumen modern masih sangat rendah.
3. **Belum Terbentuknya Wadah Kelembagaan Ekonomi Kreatif:** Belum adanya kelompok pengrajin atau unit usaha kolektif yang terorganisir di desa. Akibatnya, kegiatan produksi tidak dapat berjalan secara konsisten, berkelanjutan, dan belum terintegrasi dengan tata kelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) maupun pengelola objek wisata setempat

Adapun Target Kegiatan pengabdian masyarakat ini menetapkan target perubahan yang spesifik setelah intervensi dilakukan, antara lain:

1. Peningkatan Kapasitas Mitra: Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan praktis peserta pelatihan sebesar minimal 75% (diukur melalui *pre-test* dan *post-test*) terkait teknik pembuatan *souvenir* kreatif, estetika desain, dan metode pengemasan produk.
2. Diferensiasi Produk Wisata: Terciptanya minimal 3 (tiga) varian prototipe produk *souvenir* lokal baru yang autentik, inovatif, dan siap dipasarkan kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Bantaragung.
3. Pembentukan Kelompok Pengrajin: Terbentuknya 1 (satu) kelompok atau komunitas pengrajin *souvenir* lokal kreatif yang mandiri dan memiliki struktur organisasi jelas, sebagai motor penggerak keberlanjutan program.

Luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu luaran produk fisik/kelembagaan di lapangan (Target Mitra) dan luaran akademik (Standardisasi Jurnal):

1. Luaran untuk Mitra (Praktis)
 - a. Produk Fisik: Prototipe dan stok produk *souvenir* kreatif khas Desa Bantaragung yang siap jual lengkap dengan desain kemasan (*packaging*) yang representatif.
 - b. Dokumen Kelembagaan: Terbentuknya struktur organisasi kelompok pengrajin lokal yang disahkan oleh Pemerintah Desa.
 - c. Media Edukasi: Buku saku atau modul panduan praktis pembuatan *souvenir* lokal kreatif dan strategi pemasarannya sebagai panduan berkelanjutan bagi mitra.
2. Luaran Akademik (Publikasi)
 - a. Artikel Ilmiah: Artikel ilmiah yang disubmit atau dipublikasikan pada Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nasional Terakreditasi (Sinta).
 - b. Media Massa: Publikasi berita pelaksanaan kegiatan di media massa cetak atau *online* nasional/regional sebagai bentuk akuntabilitas publik.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Jumat 08 Mei 2026 di Desa Bantaragung, Majalengka Jawa Barat, menggunakan pendekatan partisipatif (*Participatory Appraisal*), di mana mitra tidak hanya diposisikan sebagai objek pelaksana, melainkan dilibatkan secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi program. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah kelompok pemuda Karang Taruna dan kader Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Bantaragung, Majalengka, dengan jumlah peserta aktif sebanyak 10 Peserta Ibu PKK.

Secara garis besar, metode pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi empat tahapan utama yang sistematis, sebagai berikut:

Gambar 1 Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Bantaragung



1. Tahap Persiapan dan Koordinasi (*Pre-Project*)

Tahapan ini bertujuan untuk menyamakan persepsi, memetakan kebutuhan spesifik, serta mempersiapkan teknis pelaksanaan di lapangan. Aktivitas pada tahap ini meliputi:

- a. Survei Lapangan dan Analisis Kebutuhan: Tim pengabdian melakukan observasi langsung terhadap ketersediaan bahan baku lokal di Desa Bantaragung serta melakukan wawancara dengan perangkat desa untuk memetakan karakteristik peserta.

Gambar 2 Potensi Alam Desa Bantaragung



- b. Koordinasi dengan Pemangku Kepentingan : Melakukan perizinan dan diskusi berkala dengan Kepala Desa Bantaragung, ketua PKK, dan ketua Karang Taruna guna menyusun jadwal pelatihan agar tidak bentrok dengan aktivitas harian warga.
- c. Pengadaan Alat dan Bahan: Menyiapkan modul pelatihan, peralatan produksi kerajinan, serta bahan baku utama yang akan digunakan selama pelatihan.

2. Tahap Pelatihan dan Pendampingan (*Implementation*)

Tahap ini merupakan inti dari program pengabdian yang dilaksanakan melalui metode ceramah interaktif, demonstrasi langsung, dan praktik mandiri (*workshop*). Pelatihan dibagi menjadi tiga sesi utama:

- a. Sesi I: Ideasi Kreatif dan Wawasan Pasar: Penyampaian materi mengenai potensi ekonomi kreatif, pentingnya *branding* pariwisata, serta teknik menyisipkan identitas visual Desa Bantaragung (seperti motif lanskap terasering atau Ciboer Pass) ke dalam desain produk.

Gambar 3 Peluang pengembangan ekonomi Kreatif



- b. Sesi II: Praktis Pembuatan *Souvenir* (Workshop): Peserta didampingi langsung oleh instruktur/pengrajin ahli untuk mempraktikkan pembuatan beberapa jenis prototipe *souvenir* lokal (misalnya: gantungan kunci etnik, plakat mini dari bahan lokal, atau kerajinan tangan fungsional lainnya).

Gambar 4 Wawasan Peluang Pengembangan Ekonomi Kreatif



- c. Sesi III: Pelatihan Pengemasan (*Packaging*) dan Pemasaran: Edukasi mengenai pentingnya kemasan yang estetik dan aman untuk meningkatkan nilai jual produk, serta pengenalan strategi pemasaran digital (*digital marketing*) sederhana.

3. Tahap Evaluasi (*Evaluation*) dan Rencana Keberlanjutan (*Sustainability*)

Untuk mengukur tingkat keberhasilan dan efektivitas program, tim pengabdian menerapkan dua mekanisme evaluasi:

- a. Evaluasi Pengetahuan (*Pre-test* dan *Post-test*): Peserta diminta mengisi kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengukur peningkatan pemahaman kognitif mengenai manajemen produk kreatif.
- b. Evaluasi Kinerja Produk (*Product Review*): Penilaian objektif terhadap hasil karya atau prototipe *souvenir* yang dibuat oleh peserta selama pelatihan, dinilai dari aspek estetika, kerapian, kekhasan lokal, dan ketahanan produk.

Gambar 6 Foto Bersama setelah Evaluasi Bersama Ibu-ibu PKK



- c. Inisiasi Pembentukan Kelompok Pengrajin: Memfasilitasi pembentukan pengurus kelompok pengrajin *souvenir* "Bantaragung Kreatif" sebagai wadah produksi kolektif.
- d. Integrasi dengan Ekosistem Wisata Desa: Mendorong komitmen Pemerintah Desa dan pengelola objek wisata lokal agar bersedia menyediakan ruang/gerai khusus di kawasan wisata (seperti area parkir utama atau pusat informasi) sebagai pusat penjualan resmi *souvenir* hasil karya masyarakat tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif di Desa Bantaragung, Majalengka, telah dilaksanakan dengan melibatkan kelompok pemuda Karang Taruna dan kader PKK. Kegiatan ini dieksekusi melalui beberapa tahapan terstruktur, mulai dari sosialisasi, lokakarya (*workshop*) produksi, hingga pendampingan kelembagaan.

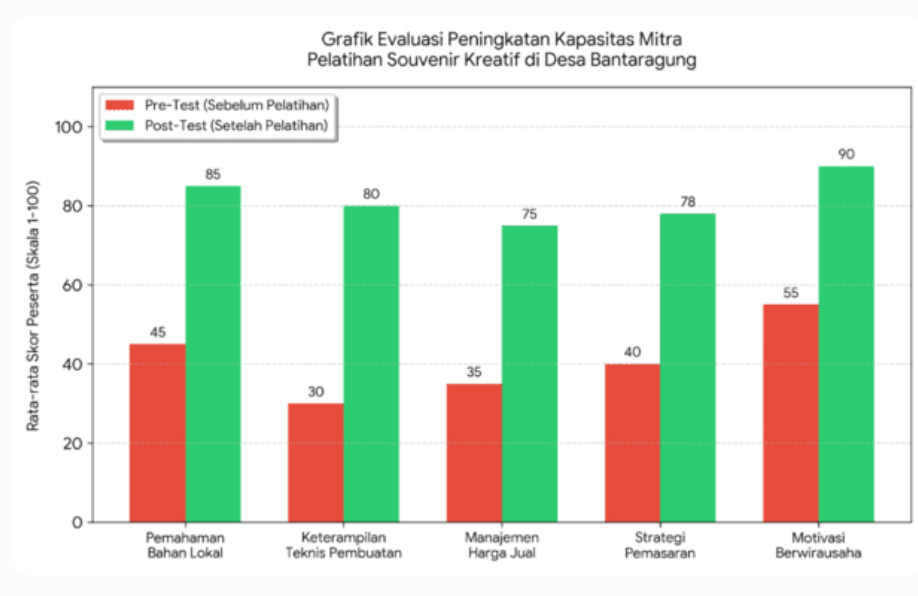
Peningkatan Kapasitas Pengetahuan dan Keterampilan Mitra

Untuk mengukur efektivitas intervensi yang diberikan, dilakukan evaluasi berupa *pre-test* sebelum pemaparan materi dan *post-test* setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai. Indikator yang dinilai mencakup aspek pemahaman ideasi produk berbasis kearifan lokal, teknik produksi, standardisasi pengemasan (*packaging*), dan strategi pemasaran. Hasil perbandingan tingkat pemahaman mitra disajikan sebagai berikut:

Tabel 1 Indikator Presentase Score Pre Test dan Post Test

Indikator Evaluasi	Skor Pre-Test	Skor Post-Test
Pemahaman Potensi Bahan Baku Lokal	45	85
Keterampilan Teknis Pembuatan <i>Souvenir</i>	30	80
Pengetahuan Manajemen & Penentuan Harga Jual	35	75
Pemahaman Strategi Pemasaran Produk Wisata	40	78
Motivasi Keberlanjutan Usaha Mandiri	55	90

Gambar 7



Berdasarkan Tabel dan Grafik di atas, terlihat adanya peningkatan kapasitas yang signifikan pada diri peserta di seluruh indikator evaluasi yang diuji. Sebelum pelaksanaan program (*pre-test*), keterampilan teknis pembuatan *souvenir* merupakan aspek dengan skor terendah, yaitu hanya mencapai 30. Hal ini disebabkan mayoritas warga Desa Bantaragung belum pernah mendapatkan pelatihan formal mengenai pemanfaatan komoditas lokal menjadi produk kerajinan tangan bernilai estetik.

Setelah program intervensi berupa pelatihan terstruktur dan praktik langsung dilaksanakan, skor *post-test* pada aspek keterampilan teknis melonjak tajam sebesar 50 poin hingga menyentuh angka 80. Lonjakan ini mengindikasikan bahwa metode transfer keterampilan (*transfer of knowledge and skill*) yang diterapkan tim pengabdian berjalan dengan sangat efektif.

Selain itu, aspek motivasi keberlanjutan usaha mandiri juga mendapatkan skor tertinggi pada evaluasi akhir (*post-test* = 90). Tingginya angka ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak sekadar membekali kemampuan teknis, melainkan juga berhasil menumbuhkan kesadaran dan antusiasme masyarakat untuk menggerakkan roda ekonomi kreatif secara mandiri guna menunjang sektor pariwisata di Desa Bantaragung, Majalengka.

Integrasi Identitas Lokal dalam Produk Kreatif

Integrasi identitas lokal dalam produk kreatif menjadi salah satu strategi penting dalam optimalisasi potensi Desa Bantaragung, Majalengka, melalui pelatihan pembuatan souvenir lokal kreatif. Identitas lokal merupakan unsur khas yang mencerminkan budaya, tradisi, kearifan lokal, serta karakteristik daerah yang dapat diangkat menjadi nilai tambah pada produk souvenir. Dalam kegiatan pelatihan ini, masyarakat diarahkan untuk memanfaatkan unsur-unsur lokal sebagai inspirasi utama dalam proses desain dan produksi souvenir.

Penerapan identitas lokal dilakukan melalui penggunaan motif khas daerah, pemanfaatan bahan baku lokal, serta pengangkatan simbol budaya dan potensi alam Desa Bantaragung ke dalam produk kreatif. Dengan adanya ciri khas tersebut, souvenir yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mampu menjadi media promosi budaya dan identitas desa kepada masyarakat luas maupun wisatawan.

Selain meningkatkan daya tarik produk, integrasi identitas lokal juga berperan dalam memperkuat rasa bangga masyarakat terhadap budaya daerahnya sendiri. Produk kreatif yang mengandung unsur lokal memiliki nilai autentik yang lebih tinggi sehingga dapat meningkatkan daya saing di pasar ekonomi kreatif. Hal ini menjadi peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis potensi desa secara berkelanjutan.

Melalui pelatihan pembuatan souvenir lokal kreatif, masyarakat Desa Bantaragung tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam pembuatan produk, tetapi juga pemahaman tentang pentingnya mempertahankan identitas budaya dalam setiap karya yang dihasilkan. Dengan demikian, integrasi identitas lokal dalam produk kreatif dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat sekaligus mendukung pengembangan ekonomi kreatif dan desa wisata di Desa Bantaragung, Majalengka.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pembuatan souvenir lokal kreatif di Desa Bantaragung, Majalengka, merupakan salah satu upaya optimalisasi potensi desa yang efektif dalam meningkatkan keterampilan, kreativitas, dan pemberdayaan masyarakat. Melalui pemanfaatan sumber daya lokal serta pengembangan produk souvenir yang memiliki nilai ekonomi dan ciri khas daerah, masyarakat memperoleh peluang untuk menciptakan usaha baru yang dapat menunjang peningkatan pendapatan.

Pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi dan pelestarian budaya lokal sebagai identitas desa. Selain meningkatkan kemampuan teknis peserta, kegiatan ini mampu mendorong semangat kewirausahaan serta memperkuat partisipasi masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi desa.

Program pelatihan pembuatan *souvenir* lokal kreatif di Desa Bantaragung, Majalengka, telah berhasil mengaktualisasikan potensi desa melalui strategi pemberdayaan masyarakat. Dengan mengubah bahan-bahan lokal menjadi produk kerajinan yang menarik, warga kini memiliki komoditas baru yang siap dipasarkan kepada wisatawan. Secara keseluruhan, program ini berdampak positif terhadap kesiapan masyarakat dalam mendukung ekosistem pariwisata daerah yang berkelanjutan. Sebagai rekomendasi untuk keberlanjutan program (*sustainability*), diperlukan adanya pendampingan lanjutan secara berkala mengenai strategi pemasaran digital (*digital marketing*) dan manajemen keuangan agar produk yang telah tercipta dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, program pelatihan pembuatan souvenir lokal kreatif di Desa Bantaragung dapat menjadi strategi berkelanjutan dalam mendukung pengembangan desa wisata, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menciptakan produk unggulan desa yang memiliki daya saing di pasar lokal maupun regional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Bantaragung beserta seluruh masyarakat yang telah memberikan dukungan, kerja sama, dan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak perguruan tinggi/lembaga yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan fasilitas sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan optimal.

Selain itu, apresiasi kami berikan kepada seluruh tim pelaksana, narasumber, mahasiswa, serta para peserta pelatihan yang telah berkontribusi dalam menyukseskan kegiatan ini. Semoga program pelatihan pembuatan souvenir lokal kreatif ini dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, meningkatkan keterampilan dan kreativitas warga, serta mendukung pengembangan potensi ekonomi Desa Bantaragung secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Rahmawati, D. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 112–120.
- Hidayat, R., & Sulastri, E. (2022). Pelatihan kerajinan tangan sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat desa wisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 45–53.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Mulyani, S., & Wijaya, A. (2023). Strategi pengembangan souvenir lokal dalam mendukung desa wisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 8(1), 55–67.
- Prasetyo, A., & Utama, R. (2021). Strategi pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal dan kreativitas masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 7(1), 45–53. <https://doi.org/10.22146/jpkm.58941>
- Prasetyo, B., & Lestari, Y. (2020). Optimalisasi potensi desa melalui pemberdayaan usaha mikro kreatif masyarakat. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 5(3), 201–210.
- Rahman, F., & Nurhayati, I. (2024). Pelatihan kreativitas produk lokal untuk meningkatkan daya saing UMKM desa. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 88–97.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2021). *Ekonomi Kreatif: Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. (2020). Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Wulandari, T., & Saputra, H. (2025). Peningkatan keterampilan masyarakat melalui pelatihan souvenir kreatif berbasis budaya lokal. *Jurnal Pengembangan Desa*, 10(1), 15–26.
- Yuniarti, E., & Lestari, S. (2020). Pemanfaatan sumber daya lokal dalam pembuatan kerajinan tangan untuk mendukung ekonomi kreatif desa wisata. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI*, 4(2), 178–184. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i2.2104>