



PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT MELALUI PENGOLAHAN MAKANAN TRADISIONAL *KERUPUK DAPROS* DI DESA GUNUNG REJO

Linda Septiyana, Nizaruddin, Nur Indah Rahmawati, Singgih Rudi
Atma, Anggraini Silvia Putri, Nisa Astuti
IAIN Metro, Lampung

Jl. Ki Hajar Dewantara, 15 A Iring Mulyo, Metro Timur
Email: lindaseptiyana@metrouniv.ac.id

Abstrak

Ekonomi kreatif juga dapat dikatakan sebagai penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Desa Gunung Rejo, Dusun Kali Pasir memiliki pelaku usaha yang masih minim, rata-rata penduduk di sana hanya mengandalkan petani sebagai mata pencahariannya. Tujuan dari Pengabdian ini adalah mendampingi masyarakat di Desa Gunung Rejo dalam pengolahan makanan tradisional Kerupuk Dapros sebagai upaya meningkatkan ekonomi masyarakat. Pelaksanaan Pengabdian ini menggunakan metode ESD (*Education for Sustainable Development*). ESD adalah metode pembelajaran untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, yaitu jenis pembelajaran yang memberikan kesadaran jiwa wirausaha yang inovatif dan kreatif. Program yang dilakukan meliputi: 1) Penyuluhan untuk meningkatkan jiwa wirausaha, 2) Pelatihan mengolah makanan tradisional Kerupuk Dapros, 3) Pelatihan packaging/labeling sehingga kemasan menjadi lebih menarik dan memasarkan produk. Hasil kegiatan pengabdian ini adalah tumbuhnya kesadaran masyarakat desa Gunung Rejo berjiwa wirausaha yang mandiri.

Kata Kunci: *ekonomi kreatif, makanan tradisional, pemberdayaan masyarakat*



PENDAHULUAN

Evolusi perekonomian memunculkan istilah ekonomi kreatif yang memberikan warna tersendiri. Kata “kreatif” memiliki makna yang di dalamnya memuat tentang beberapa kegiatan produksi barang/jasa jika terdapat sentuhan kreatifitas akan menambah nilai output barang/jasa tersebut. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI menyatakan bahwa dimasa yang akan datang kedudukan ekonomi kreatif tentu akan menjadi penting dikarenakan bersumber pada kreativitas yang merupakan sumber daya terbarukan. Hal inilah yang menjadikan ekonomi kreatif dapat berperan sebagai komponen penggerak pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, perdagangan serta inovasi.¹

Seiring perkembangan zaman, ekonomi kreatif kini semakin banyak diminati diiringi dengan perkembangan informasi dan teknologi. Ekonomi kreatif menjadi denyut nadi perekonomian yang memiliki hubungan erat di bidang budaya kewirausahaan yang diprediksi akan menjadi *trend* ekonomi dunia termasuk Indonesia yang akan ikut serta berperan aktif dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).² Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif setidaknya memuat inti bahwa ekonomi kreatif memanfaatkan kemampuan kreativitas dari cipta, rasa dan karsa sehingga bernilai ekonomi baik untuk pelaku ekonomi kreatif itu sendiri maupun orang-orang disekitarnya.

Indonesia juga menyadari bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian nasional. Departemen Perdagangan mendaftarkan 14 sektor yang masuk kategori industri kreatif yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar barang

¹ Carr., J. (2009). “*Creative Industries, Creative Workers and the Creative Economy: a Review of Selected Recent Literature. Scottish Government Social Research*”.

² Arief Iman Santoso, D. (2017). Jurnal Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Era Masyarakat Ekonomi ASEAN 3, no. 2. “*IPTEK Bagi Masyarakat (Ibm) Pengolahan Limbah Kain Perca Di Kelurahan Tipes Kecamatan Serengan Kota Solo*”, Hlm. 172.





seni, kerajinan, desain, fesyen, film, video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio serta riset dan pengembangan.³ Pemerintah Indonesia menyatakan salah satu permasalahan terkait kebijakan ekonomi kreatif di Indonesia adalah bahwa sektor ini diletakkan pada lingkup kegiatan ekonomi, bukan pada lingkup kegiatan industri. Akibatnya menjadi bermakna lain. Sebagaimana diketahui, industri berbeda dengan ekonomi.

Selanjutnya, berbicara tentang ekonomi kreatif maka kuliner sebagai salah satu dari lima belas subsektor di dalam ekonomi kreatif, yaitu merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Kuliner menjadi salah satu bagian dari ekonomi kreatif yang merupakan subsektor berpotensi bagi sektor lainnya. Kuliner juga memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas bangsa Indonesia. Unsur kreatifitas pada subsektor kuliner terdapat dalam hal penyajian, estetika, budaya lokal yang menunjang cita rasa sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli. Kreatifitas pada subsektor kuliner memberikan rangsangan tumbuhnya perusahaan yang bergerak pada subsektor ini. Kontribusi jumlah perusahaan subsektor kuliner terhadap jumlah perusahaan ekonomi kreatif dari tahun 2010-2013 rata-rata 56,09%.⁴

Berkembangnya aktivitas ekonomi kreatif subsektor kuliner memberikan dampak positif bagi perekonomian. Kreatifitas mengakibatkan subsektor ini memberikan nilai

³ Maudizoh, U. (2018). "Pengembangan Industri Kreatif di Panti Asuhan Miftahunnajah Banguntapan Bantul Yogyakarta Berupa Pendampingan Pemasaran Produk Kreatif dari Bahan Limbah Konveksi Kain Perca," . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Teknologi, KACANEGARA* , 30.

⁴ Triady., M. L. (2015). "Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional". (PT. Republik Solusi).





tambah bagi ekonomi kreatif dan PDB. Kontribusi subsektor kuliner masih berpotensi semakin besar disebabkan adanya perubahan gaya hidup masyarakat, kekayaan budaya, sumber daya alam yang dimiliki suatu daerah.

Dengan demikian, diperlukan strategi pengembangan untuk memaksimalkan kontribusi ekonomi kreatif subsektor kuliner terhadap perekonomian nasional dan khususnya bagi perekonomian daerah.

Strategi pengembangan ditentukan berdasarkan pemetaan dan identifikasi awal ekonomi kreatif subsektor kuliner berdasarkan *structure-conduct-performance*.

Desa Gunung rejo ini adalah salah satu desa yang ada di kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, Indonesia. Desa Gunung rejo terdiri dari 12 Dusun: Kalipasir I, Kalipasir II, Gunungrejo, Kaliawi, Fajarbulan, Gunungsari, Lebaksari, Tamansari, Totoharjo, Merawan, Sidorejo dan Candipuro. Luas wilayah Desa Gunungrejo adalah 1343,41 Ha. yang terdiri dari dataran tinggi perbukitan dan pegunungan dengan ketinggian 400 - 500 Dpl. Potensi di desa Gunungrejo lebih dominan di bidang pertanian.

Mayoritas mata pencaharian warga desa Gunung rejo adalah sebagai Petani perkebunan. Terdapat beberapa komoditas perkebunan seperti pala, kakau, karet, sayur-mayur, dll. Namun masyarakat belum bisa mendistribusikan hasil kebunnya secara optimal. Masyarakat masih menjual sayurnya hanya kepada pengepul keliling yang tentunya harganya cukup jauh dari harga pasar.

Selain itu, desa Gunung Rejo, Dusun Kali Pasir memiliki pelaku usaha yang masih minim, rata-rata penduduk di sana hanya mengandalkan petani sebagai mata pencahariannya. Masyarakat yang berperan sebagai pelaku usaha di sana hendaknya dapat mengembangkan potensi kekayaan sumber alam yang dimiliki. Saat ini masih sedikit kajian dan pemetaan ekonomi kreatif subsektor kuliner di Gunung Rejo. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat Desa Gunung Rejo, khususnya Dusun Kali Pasir hanya segelintir orang yang mengetahui makanan tradisional Kerupuk Dapros. Bahan utama pembuatan





Kerupuk Dapros ialah tepung beras.

Kerupuk Dapros merupakan makanan sejenis kerupuk yang terbentuk seperti bunga ros, hal inilah yang membuat makanan ini dinamai Dapros karena bentuknya yang hampir menyerupai bungan ros (mawar), apalagi ditambah dengan pewarna makanan yang berwarna cerah sehingga membuat tampilannya lebih menarik.

Oleh karena itu tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pemahaman untuk meningkatkan jiwa wirausaha sehingga terwujudnya kemandirian ekonomi kreatif dengan pengolahan bahan makanan tradisional Kerupuk Dapros di Desa Gunung Rejo.

KAJIAN LITERATUR

1. Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif pada dasarnya ialah merupakan kegiatan ekonomi yang mendahulukan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda serta memiliki nilai dan bersifat komersial.⁵ Hasil kreatifitas berfikir melahirkan inovasi yang menjadi bagian dalam menentukan kesejahteraan dan kinerja perekonomian dalam jangka panjang sebagaimana inovasi tersebut menjadi pengaruh dalam kinerja sebuah perusahaan.

Ekonomi kreatif juga dapat dikatakan sebagai penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Lebih lanjut didefinisikan Ekonomi kreatif atau dikenal juga dengan sebutan *knowledge based economy* merupakan pendekatan dan tren perkembangan ekonomi dimana teknologi dan ilmu pengetahuan memiliki peran penting di dalam proses pengembangan dan pertumbuhan ekonomi.⁶

⁵ Suryana. (2013). "*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*". Jakarta: (Jakarta: Salemba Empat).

⁶ Howkins, S. N. (2017). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif





Selain itu, ekonomi kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi ke empat setelah era pertanian, era industri, dan era informasi. Ekonomi kreatif merupakan manifestasi dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.⁷

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif mempunyai jangkauan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif adalah ekosistem yang mempunyai hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturance environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*). Berdasarkan pengertian tersebut maka ekonomi kreatif tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi tetapi juga memberikan penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Industri kreatif merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Department for Culture, Media and Sport's (DCMS) Inggris mendefinisikan industri kreatif sebagai kegiatan yang berasal dari kreatifitas, keahlian, bakat dan memiliki potensi untuk memberikan nilai tambah melalui eksploitasi kekayaan intelektual yang dimiliki. Sedangkan pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang menghasilkan *output* dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif dibutuhkan sinergisitas peran pemerintah, intelektual dan bisnis, yang kemudian disebut sistem *triple helix*. Sistem *triple helix* kini telah disempurnakan dengan sistem *quad helix* yang melibatkan

Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta),”.
Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama , 67.

⁷ Sari, P. A. (2013). “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital,”. *Jurnal Optimisme Ekonomi Indonesia* , 11.





peran masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif. Masyarakat juga melakukan inovasi seiring adanya perkembangan sektor pelayanan publik, internet dan era globalisasi. Sistem *quad helix* telah digunakan oleh Pemerintah Indonesia dalam menyusun Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif 2015-2025 dan Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015-2019.

Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

2. Makanan Tradisional

Makanan tradisional atau biasa disebut dengan kuliner lokal ialah jenis makanan yang berkaitan erat dengan suatu daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi.

Makanan lokal khas daerah-daerah di Indonesia sudah ada sejak lama dan masih bertahan sampai saat ini sehingga sangat dihargai sebagai warisan budaya. Resep yang digunakan juga sudah diturunkan dari generasi ke generasi, bahkan cara memasaknya juga masih melestarikan cara lama. Walaupun sudah ada modifikasi atau variasi, namun bahan utama dan cara pengolahannya pun tidak berubah. Karena menjadi bagian dari suatu daerah, maka makanan-makanan tradisional ini sangat mudah ditemukan, bahkan menjadi ikon pariwisata di tempat tersebut, seperti pempek dari Palembang, Gudeg dari Yogyakarta, dan Selat Solo dari Solo.

Selanjutnya, makanan tradisional atau kuliner lokal ialah produk makanan yang sering dikonsumsi oleh suatu kelompok masyarakat atau dihidangkan dalam perayaan dan waktu tertentu, diwariskan dari generasi ke generasi, dibuat sesuai dengan resep secara turun-temurun, dibuat tanpa atau dengan sedikit rekayasa, dan mempunyai karakteristik tertentu yang membedakannya dengan kuliner daerah lain. Makanan





tradisional juga dapat dikatakan sebagai identitas lokal karena keberadaannya yang menjadi bagian dari budaya masyarakat, seperti tata cara tertentu dalam mengolah bahan makanannya, perannya dalam budaya masyarakat serta tata perayaan, dan juga resep yang terjaga secara turun-temurun.⁸

METODE

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan dimulai dari observasi yang dilakukan oleh tim bahwa Desa Gunung Rejo masih memiliki problematika pendapatan ekonomi keluarga yang masih rendah serta kurangnya pemahaman tentang wirausaha untuk mewujudkan ekonomi kreatif masyarakat.

Mitra pada kegiatan ini adalah ibu PKK Dusun Kali pasir Desa Gunung Rejo. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ESD (*Education for Sustainable Development*). ESD adalah metode pembelajaran untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, yakni jenis pembelajaran yang memberikan kesadaran dan kemampuan untuk mendorong masyarakat berpikir kreatif dan konstruktif dalam menghadapi tantangan global serta menciptakan masyarakat yang tangguh dan mandiri secara berkelanjutan.

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan mitra yaitu Bapak Kepala Desa Gunung Rejo dan segenap Perangkat Desa. Kegiatan ini dimulai dari tanggal 16 Januari 2020- 24 Februari 2020. Metode yang diterapkan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut: 1) Penyuluhan untuk meningkatkan jiwa wirausaha, 2) Pelatihan mengolah makanan tradisional Kerupuk Dapros, 3) Pelatihan packaging/labeling sehingga kemasan menjadi lebih menarik dan memasarkan produk.

⁸ Tyas., A. S. (2017). "Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris". *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(1), 3.



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penyuluhan untuk meningkatkan jiwa wirausaha

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan diharapkan dapat memberikan wawasan bagi seluruh warga masyarakat Dusun Kalipasir, Desa Gunung Rejo, Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran Lampung untuk memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap, mental dan keberanian dalam memulai wirausaha sehingga mereka dapat memiliki usaha dan mengelola usaha dengan baik sehingga tidak hanya menggantungkan diri menjadi petani saja.

Pada kesempatan ini Tim Pengabdian menjelaskan tentang: 1) memahami konsep kewirausahaan secara utuh, sehingga masyarakat dapat memiliki minat untuk masuk dunia wirausaha dan mereka memiliki pengetahuan yang benar, 2) memberikan wawasan tentang bagaimana memulai suatu usaha dan memilih jenis usaha dengan benar, 3) memberikan wawasan tentang kemungkinan kegagalan dalam usaha dan cara-cara untuk mengantisipasi dan mengatasi kegagalan usaha.

Capaian kegiatan ini adalah Meningkatkan semangat ibu-ibu PKK .Desa Gunung Rejo untuk memulai usaha mandiri dan kreatif.



Gambar 1. Penyuluhan tentang Wirausaha/Ekonomi Kreatif

2. Pelatihan mengolah makanan tradisional Kerupuk Dapros

Program ini dapat menjadi sebuah inovasi baru dan

merupakan potensi usaha untuk meningkatkan perekonomian warga masyarakat Desa Gunung Rejo. Dengan adanya pelatihan pembuatan dan pengemasan Kerupuk Dapros mampu meningkatkan keterampilan warga setempat sehingga tercipta ekonomi keluarga yang mandiri. Olahan dari tepung beras dan tepung tapioka ini dapat menjadi produk yang memiliki nilai jual. Kegiatan praktik ini disambut dengan antusias oleh warga terutama ibu-ibu dan remaja putri, hal ini dapat dilihat dari proses pelatihan praktik pembuatan Kerupuk Dapros, warga terlihat sangat aktif. Proses produksi ini dimulai dengan persiapan bahan baku dan peralatan.



Gambar 2. Proses Pembuatan Kerupuk Dapros

Kegiatan ini tidak hanya berhenti pada proses produksi namun Tim Pengabdian juga membantu meningkatkan pemahaman tentang bagaimana *design* kemasan dan pemilihan bahan dan bentuk dari Kerupuk Dapros.





Gambar 3. Bentuk Kerupuk Dapros

3. Pelatihan packaging/labeling

Program pengembangan produk local ini mencakup juga tahap packaging/ labelin sebagai upaya untuk menarik minat konsumen dan menambah nilai jual. Kegiatan pelatihan ini berupa praktek pengemasan produk Kerupuk Dapros berupa pemberian label merek dan pelatihan cara pengoperasian alat pengemasan. Tujuan dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk menciptakan nama merek yang mudah diingat oleh konsumen dan menghasilkan kemasan yang tahan lama sehingga

Kerupuk Dapros tidak mudah tengik dan berubah warna ataupun rasa. Nama *Kerupuk Dapros Desa Gunung Rejo* disepakati sebagai nama merek pada kemasan produk. Produk dikemas di dalam Standing Pouch. Kemasan ini dipilih dengan pertimbangan agar produk tidak mudah hancur. Pelatihan kemasan dan pelabelan menjelaskan beberapa informasi terkait dengan produk, seperti bahan baku, tanggal produksi dan tanggal kadaluarsa. Packaging dan labeling adalah strategi yang digunakan untuk menambah nilai jual dan menarik konsumen sehingga membeli produk. Dengan diadakannya pelatihan ini bermanfaat untuk mengasah kreatifitas dan menambah pengetahuan para ibu-ibu PKK dan masyarakat khususnya desa Gunung Rejo.





SIMPULAN

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah sebuah kegiatan ekonomi yang timbul dari adanya kreatifitas, di mana dari berbagai kreatifitas, inovasi, bakat, ide, gagasan, sebagai wujud nyata dari kreatif tersebut dan kekayaan intelektual merupakan sumber utama dari ekonomi kreatif. Masyarakat Desa Gunung Rejo memperoleh pengetahuan dan meningkatnya pemahaman serta keterampilan dalam mengolah makanan tradisional Kerupuk Dapros. Dengan meningkatnya jiwa wirausaha masyarakat dapat meningkatkan perekonomian keluarga secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Iman Santoso, D. (2017). Jurnal Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Era Masyarakat Ekonomi ASEAN 3, no. 2 . “*IPTEK Bagi Masyarakat (Ibm) Pengolahan Limbah Kain Perca Di Kelurahan Tipes Kecamatan Serengan Kota Solo*” , Hlm. 172.
- Carr., J. (2009). “*Creative Industries, Creative Workers and the Creative Economy: a Review of Selected Recent Literature. Scottish Government Social Research*”.
- Hendarmin, M. K. (2018). “Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Kota Pontianak” . *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* , Vol.7, No.1. , 60.
- Howkins, S. N. (2017). “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)” . *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* , 67.
- Kartono, K. (1986). “*Pengantar Metodologi Riset Social*” . Bandung: (Bandung: Alumni). Hlm. 28.
- Mauidzoh, U. (2018). “Pengembangan Industri Kreatif di Panti Asuhan Miftahunnajah Banguntapan Bantul Yogyakarta Berupa Pendampingan Pemasaran Produk Kreatif dari Bahan Limbah Konveksi Kain Perca,” . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Teknologi*,



KACANEGARA , 30.

- Sari, P. A. (2013). “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital,” . *Jurnal Optimisme Ekonomi Indonesia* , 11.
- Sudjono, A. (2006). “*Pengantar Statistik Pendidikan*”. Jakarta: (PT. Rajawali Grafindo Persada,). Hlm. 274.
- Sugiyono. (2014). “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”. Bandun: (Bandung: Alfabeta).
- Suryana. (2013). “*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*”. . Jakarta: (Jakarta: Salemba Empat.).
- Triady., M. L. (2015). “*Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional*”. (PT. Republik Solusi).
- Triady., M. L. (2015). “*Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional*”. . (PT. Republik Solusi).
- Tyas., A. S. (2017). “Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris”. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(1), 3.

