

# KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

## Kewirausahaan Sosial Feminisme Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Desa Wisata Cikolelet Kabupaten Serang

Rahmawati Rahmawati<sup>a</sup>, Hartuti Purnaweni<sup>b</sup>, Hardi Warsono<sup>c</sup>, Tri Yuniningsih<sup>d</sup>

<sup>a</sup> Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, Indonesia

<sup>b,c,d</sup> Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

e-mail : <sup>a</sup> [rahmawati@untirta.ac.id](mailto:rahmawati@untirta.ac.id); <sup>b</sup> [hartutipurnaweni@gmail.com](mailto:hartutipurnaweni@gmail.com); <sup>c</sup> [hardi\\_wsn@live.undip.ac.id](mailto:hardi_wsn@live.undip.ac.id) ;

<sup>d</sup> [triyuningsih26@gmail.com](mailto:triyuningsih26@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pelaksanaan *Social Entrepreneurship Feminisme* dalam industri kreatif desa wisata yang selama ini masih didominasi oleh laki-laki (70,22%), sedangkan perempuan hanya 29,78%. Kewirausahaan sosial perempuan merupakan pendekatan yang menjelaskan bagaimana nilai-nilai feminisme diterapkan dalam proses penciptaan usaha untuk meningkatkan posisi perempuan dalam masyarakat. Dalam industri kreatif desa wisata, *Social Entrepreneurship Feminisme* bertujuan untuk menciptakan dampak positif yang lebih besar perempuan berkiprah dalam perekonomian global, terutama dalam industri kreatif pada desa wisata. Desa wisata Cikolelet mengembangkan alternatif atraksi wisata pada ekonomi kreatif dan UMKM ketika atraksi wisata alam terhenti akibat pandemi covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, sejalan dengan tujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan SEF pada desa wisata Cikolelet. Informan penelitian terdiri dari pelaku industri kreatif pada desa wisata, pemerintah desa wisata, kelompok sadar wisata dan pengunjung desa wisata. Kontribusi penelitian ini adalah tergambarkannya pelaksanaan *Social Entrepreneurship Feminisme* yang memberikan dampak tumbuhnya kembali aktivitas perekonomian dari sektor pariwisata di Desa wisata Cikolelet.

**Kata kunci** : desa wisata ; kewirausahaan sosial perempuan; industri kreatif.

## *Social Entrepreneurship Feminism in The Development of Micro, Small and Medium Enterprise in Cikolelet Tourism Village, Serang District*

### Abstract

*This study aims to analyze how the implementation of Feminist Social Entrepreneurship in the creative industry of tourist villages which has so far been dominated by men (70.22%), while women are only 29.78%. Women's social entrepreneurship is an approach that explains how feminist values are applied in the process of creating a business to improve the position of women in society. In the creative industry of tourist villages, Feminist Social Entrepreneurship aims to create a greater positive impact on women's participation in the global economy, especially in the creative industry in tourist villages. Cikolelet tourist village develops alternative tourist attractions in the creative economy and MSMEs when natural tourist attractions are stopped due to the Covid-19 pandemic. The research method used is descriptive qualitative. Research informants consist of creative industry actors in tourist villages, tourist village governments, tourism awareness groups and visitors to tourist villages. The contribution of this study is the description of the implementation of Feminist Social Entrepreneurship which has an impact on the re-growth of economic activity from the tourism sector in Cikolelet tourist village.* Keywords: creative industry; village tourism; *Social Entrepreneurship Feminism.*

**Key words** : *tourism village; creative industry; social entrepreneurship feminisme.*

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

## A. PENDAHULUAN

Industri kreatif memiliki hubungan yang erat dengan pariwisata. Terdapat beberapa sektor industri kreatif yang menjadi atraksi pariwisata sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Secara umum industri kreatif didefinisikan sebagai segala proses penciptaan, kreativitas, ide dan gagasan dari seseorang atau kelompok yang kemudian dapat menghasilkan karya atau produk setelahnya. Kementerian Perindustri dan Perdagangan Republik Indonesia Tahun 2009 mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri kreatif akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu.

Kementerian Perdagangan membagi 17 sub industri kreatif di Indonesia sebagai berikut 1) aplikasi, 2) desain produksi, 3) fotografi, 4) arsitektur, 5) desain interior, 6) musik, 7) desain dan komunikasi lisan, 8) kriya, 9) kuliner, 10) fesyen, 11) penerbitan, 12) film animasi dan vidio, 13) periklanan, 14) permainan interaktif, 15) seni pertunjukkan, 16) seni rupa, 17) TV dan radio. Data statistik kreatif Indonesia Tahun 2020 mencatat kontribusi industri kreatif terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.**

Kontribusi industri kreatif thd PDB

2015	2016	2017	2018	2019
852.5	923.0	989.1	1.006.6	1.153.4
6	5	5	4	0

Sumber : Kemenparekraf 2020.

Tabel di atas menunjukkan terjadi peningkatan kontribusi yang signifikan dari industri kreatif terhadap produk domestik bruto Indonesia. Sebagai komoditas ekspors non migas, industri kreatif memberikan kontribusi US\$ 11, 6

milyar dollar AS yang disumbang oleh subsektor industri fesyen (62,04%), kerajinan tangan (30,95%), makanan (6,76%) dan subsektor lainnya sebesar (0,25%) (Kemenparekraf, 2020).

Selain menyumbang terhadap PDB Indonesia, industri kreatif juga menyerap tenaga kerja. Ide dan kreativitas individu atau kelompok yang dapat menghasilkan penerimaan, membawa dampak penyerapan tenaga kerja, sebagaimana terlihat pada tabel 2 di bawah ini.

**Tabel 2.**

Penyerapan tenaga kerja pada industri kreatif

2015	2016	2017	2018	2019
15,959,	16,909,	17,678,	18,497,	19,240,
590	690	878	322	184

Sumber : Kemenparekraf 2020.

Penyerapan tenaga kerja industri kreatif di Indonesia disumbang terbesar oleh subsektor kuliner (49,54%), fesyen 23%, kriya 20,85%, penerbitan 2,93%, subsektor seni pertunjukkan 1,11%, fotografi 0,38%, musik 0,32% dan subsektor lainnya sebesar 1,23%.

Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Tahun 2020 melansir laporan bahwa perempuan menjadi pemain utama di industri kreatif dengan presentase sebesar 53,86%. Meskipun demikian, kondisi tersebut berbanding terbalik dengan kondisi tenaga kerja Indonesia, dimana pada umumnya daya serap tenaga kerja perempuan hanya 37,16% dan laki-laki sebesar 62, 84%. Partisipasi perempuan pada ekonomi kreatif menunjukkan tren meningkat setiap tahunnya. Bahkan dalam kurun waktu 6 tahun munculnya industri kreatif, terjadi peningkatan sebesar 6% tenaga kerja perempuan dalam industri tersebut.

United Nation World Tourism Organization tahun 2019 dalam Global Report on Women and Tourism melaporkan bahwa pekerja perempuan mendominasi dengan persentase sebesar 54%, akan tetapi 14,7% perempuan

# KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

yang bekerja di sektor pariwisata mendapatkan upah lebih rendah. Hal tersebut dipertegas oleh (Freund & Maskivker, 2021) bahwa meskipun perempuan mendominasi pekerjaan di sektor pariwisata, bukan berarti perempuan sudah berdaya dan terlibat secara adil dalam sektor pariwisata. Secara vertikal, piramida gender tidak berubah dimana tetap terjadi segregasi gender yang signifikan di pasar tenaga kerja.

Segregasi gender yang terjadi dalam pasar tenaga kerja industri kreatif melahirkan pandangan social entrepreneurship feminisme atau kewirausahaan sosial feminis. Pendekatan *Social Entrepreneurship Feminisme* bertujuan memadukan nilai-nilai feminisme dengan aktivitas bisnis di sektor industri kreatif pariwisata. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan yang sama pada perempuan untuk berkiprah dan berkontribusi lebih besar dalam pengembangan pariwisata di wilayahnya sehingga berdampak terjadinya peningkatan pendapatan rumah tangga.

Industri kreatif di Provinsi Banten Tahun 2019 paling tinggi disumbang oleh subsektor musik 26,75%, subsektor Film animasi 13,18% dan subsektor kuliner 12,04%. Berdasarkan wilayah, Kota Tangerang Selatan berkontribusi 40,56%, Kota Tangerang berkontribusi 21,75% dan Kabupaten Tangerang sebesar 19,07%. Sementara untuk kabupaten dan kota lainnya sebesar 18,62%. Lebih lanjut, Setyadi et al (2020) menyatakan potensi dan peluang industri kreatif di Provinsi Banten paling tinggi subsektor kriya, kedua subsektor fesyen dan subsektor kuliner (Setyadi et al., 2020).

Meskipun secara statistik nasional, tenaga kerja pada industri kreatif sebagian besar adalah perempuan 56,62%, laki-laki 43,38%. Tidak demikian di Provinsi Banten. Tenaga kerja laki-laki pada industri kreatif sebesar 70,22% dan perempuan hanya 29,78%. Hal tersebut memperkuat piramida gender bahwa terjadi segregasi gender dalam tenaga kerja pariwisata. Terlebih industri kreatif pada desa wisata di Kabupaten Serang, khususnya desa wisata Cikolelet.

Desa Wisata Cikolelet merupakan desa wisata di Kabupaten Serang yang telah diakui secara

nasional dimana tahun 2021 mendapatkan peringkat ke 5 sebagai desa wisata rintasan pada Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI 2020). Keberhasilan tersebut disumbang oleh keterlibat dan peran serta kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Desa Cikolelet dan juga industri kreatif seperti produk sabun sereh dan minyak sabun sereh yang dihasilkan sebagai cinderamata Desa Wisata Cikolelet. Akan tetapi, keterlibatan perempuan dalam Pokdarwis dan pengembangan wisata di Desa Cikolelet masih rendah. Artinya kontribusi perempuan dalam pengembangan industri kreatif di Desa Wisata Cikolelet belum signifikan. Hal ini melatarbelakangi peneliti untuk meneliti lebih jauh tentang Analisis *Social Entrepreneurship Feminisme* dalam Pengembangan Industri Kreatif pada Desa Wisata Cikolelet Kabupaten Serang.

Santoso (2023) memaparkan gerakan gotong royong kelompok wanita tani yang tergabung dalam ASKOWANI telah merealisasikan pendekatan social entrepreneurship feminisme melalui kegiatan produksi berbagai produk olahan makanan yang dikelola oleh para anggota KWT. Selain itu melakukan pembinaan berupa pelatihan dan pendampingan perempuan desa untuk berpartisipasi di dalamnya, menjalin kemitraan dengan berbagai stakeholder untuk mempercepat akselerasi pertumbuhan industri kreatif di wilayahnya dalam hal permodalan (Santoso, 2023).

Rahmawati & Darwis (2023) melakukan penelitian dengan konsep yang pemberdayaan perempuan dalam pariwisata dengan tujuan peningkatan posisi perempuan melalui pendekatan ekofeminisme. Dampak dari pemberdayaan perempuan adalah munculnya rasa bangga terhadap tempat tinggal, terbukanya kesempatan untuk terlibat dan mengambil keputusan serta terjalin hubungan yang baik dalam kelompok (Rahmawati & Darwis, 2023)

Azizi & Widodo (2021) pendekatan *Social Entrepreneurship* juga dilakukan oleh masyarakat Kampung Gagot dalam pengembangan eduwisata. Kegiatan yang dilakukan antara lain mengidentifikasi masalah sosial sebagai peluang bisnis, kedua

# KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

tahap orientasi kewirausahaan dengan melakukan inovasi dan pengambilan risiko yang tepat. Inovasi yang berbeda sehingga dapat berkembang. Tahap terakhir adalah proses social entrepreneurship tersebut berupa penciptaan nilai sosial dengan mengubah mindset dan mendorong masyarakat berkembang bersama, menciptakan lapangan pekerjaan dan mencapai kesejahteraan (Azizi & Widodo, 2021).

Saadati (2022) memaparkan bahwa industri kreatif yang dikembangkan pada desa wisata Menari Getasan Semarang merupakan upaya memanfaatkan bahan baku lokal yang tersedia pada desa tersebut. Hasil olahan seperti sabun susu dan keripik tangan menjadi cinderamata pengunjung desa. Produk industri kreatif tersebut pada dasarnya merupakan hasil olahan lain dari mata pencaharian suami mereka sebagai petani dan peternak (Saadati, 2022).

Berdasarkan paparan literatur terdahulu, dapat disimpulkan bahwa pendekatan *Social Entrepreneurship* dalam konteks feminisme dilakukan pada perempuan atau dengan suami yang bekerja sebagai petani. Sedangkan pada sektor pariwisata lebih mengkaji dari sudut pandang eduwisata. Oleh karena itu, maka kebaruan dalam penelitian ini adalah peneliti akan menganalisis penerapan *Social Entrepreneurship* yang dikembangkan pada desa wisata, khususnya desa wisata Cikolelet Kabupaten Serang.

*Social Entrepreneurship* secara mendalam merupakan proses penciptaan nilai sosial yang dibangun oleh kerjasama dengan pihak lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam inovasi sosial, dengan dorongan motif ekonomi. Menurut Hurgard terdapat 4 komponen *Social Entrepreneurship* yaitu nilai sosial, masyarakat sipil, inovasi dan aktivitas ekonomi.

## B. METODE

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam dengan pelaku ekonomi/pengelola UMKM perempuan, pekerja perempuan. Pengumpulan data sekunder

menggunakan dokumentasi dan sumber pustaka.

## C. PEMBAHASAN

Desa Wisata Cikolelet Kabupaten Serang terbentuk sejak tahun 2017 dengan atraksi unggulan berupa obyek wisata alam puncak cibaja dan puncak pilar. Dua obyek wisata tersebut merupakan atraksi wisata yang memberikan pengalaman dan petualangan menikmati flying fox, berkemah dan spot foto selfi.

Akan tetapi, ketika pandemi covid melanda Indonesia, sektor pariwisata terdampak, demikian pula halnya dengan kunjungan wisatawan ke desa cikolelet yang mengalami penurunan signifikan.

Penurunan jumlah wisatawan juga berdampak pada pendapatan masyarakat. Selama hampir kurang lebih 2 tahun yaitu 2020 – 2022, sektor pariwisata di Desa Cikolelet mengalami “mati suri”. Untuk mengatasi hal tersebut, kepala desa Cikolelet mencoba menemukan inovasi baru yang dapat dijadikan sebagai atraksi wisata alternatif yaitu pengembangan wisata berbasis ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Desa Cikolelet memiliki beberapa usaha kecil yang dijalankan perempuan dan menjadi sumber pendapatan keluarga. Menurut (Jiang et al., 2024), semangat berwirausaha yang selama ini dijalankan perempuan telah merevitalisasi ekonomi global, terutama di saat pandemi.

Terkait dengan kewirausahaan perempuan di Desa wisata Cikolelet hasil penelitian menunjukkan bahwa industri rumah tangga yang dijalankan perempuan Cikolelet dalam produk makanan seperti emping, jamur tiram. Dalam bentuk kerajinan berupa atap rumbia. Sementara dari seni budaya, terdapat tradisi badrong lesung yang keseluruhan pemainnya adalah perempuan.

Nilai sosial yang dikembangkan dalam kewirausahaan perempuan di desa Cikolelet adalah bagaimana upaya mempertahankan perekonomian keluarga di tengah pandemi yang membatasi interaksi masyarakat dalam kegiatan wisata. Sebagaimana pendapat Austin dalam (Jeong & Yoo, 2022) bahwa

# KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

kewirausahaan sosial adalah aktivitas kewirausahaan dengan tujuan sosial yang tertanam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan industri rumah tangga tersebut dapat menyerap tenaga kerja yang berasal dari keluarga sendiri (sepupu, ipar) untuk membantu dan akhirnya memberikan kontribusi penerimaan pada keluarga lain.

Sementara itu dari unsur masyarakat sipil, industri rumah tangga tersebut digabungkan menjadi beberapa UMKM atau komunitas untuk kemudian dikelola dalam satu badan usaha desa atau BUMDesa. Salah satu tujuan dibentuknya komunitas UMKM kategori makanan dan kerajinan di Desa wisata Cikolelet untuk memudahkan wisatawan berkunjung pada kawasan atau kampung sesuai dengan komunitas yang ada di wilayah tersebut.

Hasil penelitian mencatat kampung ekonomi kreatif berada di kampung mengkol, industri makanan seperti kopi, jamur tiram berada di kampung kopi. UMKM pembuat tahu dan tempe berada di kampung cisirih. Sedangkan komunitas budaya seperti bandrong lesung dan kesenian rudat berada di kampung baru jalan, kampung kandang dan kampung Ciraab.

Dari unsur inovasi, kewirausahaan sosial perempuan tersebut melalui pemerintah desa menggandeng perguruan tinggi untuk memberikan pelatihan tentang UMKM. Pelatihan-pelatihan tersebut antara lain pelatihan pengemasan, pelatihan pemasaran digital dan pelatihan manajemen keuangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan beberapa UMKM telah melakukan inovasi produk dan pengemasan agar lebih tahan lama dan juga pemasaran secara digital, meskipun masih terbatas. Produk-produk UMKM desa Cikolelet berupa terdaftar di market place karena kendala bahan baku yang terkadang berkurang.

Aktivitas ekonomi dari kewirausahaan sosial perempuan tersebut berkembang dengan cukup baik dimana saat ini ketika ada kunjungan wisatawan, diarahkan untuk mengunjungi kampung ekraf dan kampung budaya. Geliat pariwisata yang sudah bangkit kembali memberikan dampak cukup baik bagi aktivitas perekonomian desa dan khususnya perempuan yang bekerja pada sektor UMKM.

Berikut jumlah UMKM yang ada di Desa Cikolelet.

**Tabel 3.** Jenis UMKM Di Desa Cikolelet

Jenis UMKM	Jumlah
Pengrajin dan pembuat emping melinjo	2
Kerajinan dari eceng gondok dan tembikar	1
Pembuat tempe	1
Pembuat tahu	2
Pembuat tembikar, welit dan bilik	1
Susu kambing etawa	1

Sumber : hasil penelitian, (2024).

## D. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Kewirausahaan sosial perempuan di Desa Cikolelet telah berhasil memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan perempuan dan keluarga. Melalui pengembangan UMKM di bidang kerajinan dan makanan, para perempuan di desa ini mampu menciptakan peluang ekonomi yang tidak hanya mendukung penghasilan keluarga, tetapi juga memperkuat sektor pariwisata lokal dengan menyediakan produk-produk yang menarik bagi pengunjung. Aktivitas kewirausahaan ini telah menghidupkan kembali ekonomi desa yang berpusat pada pariwisata, sehingga memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Kesimpulannya, kewirausahaan sosial perempuan di Desa Cikolelet menunjukkan potensi besar dalam memberdayakan perempuan dan menggerakkan roda perekonomian desa. Dengan melibatkan perempuan dalam sektor ekonomi kreatif dan pariwisata, desa ini telah berhasil menciptakan model ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Inisiatif ini juga menjadi contoh bagaimana kewirausahaan sosial dapat menjadi alat pemberdayaan perempuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa secara keseluruhan.

## REFERENSI

- Agustina, I., Ajis, M.N.B., Pradesa, H.A. (2021). Entrepreneur's perceived risk and risk-taking behavior in the small-sized creative businesses of tourism sector during COVID-19 pandemic. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 18 (2), 187-209.  
<http://dx.doi.org/10.31106/jema.v18i2.12563>.
- Agustina, I., & Pradesa, H.A. (2020). Gender Differences in Risk Taking Among Entrepreneurs : Case on Small Medium Enterprise in Malang: English. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 63-72.  
<https://doi.org/10.22225/wmbj.2.2.020.63-72>.
- Azizi, A. P. A., & Widodo, A. (2021). Social Entrepreneurship dalam Pengembangan Eduwisata Kampung Gagot Desa Kutawuluh Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara. *ICODEV: Indonesian Community Development Journal*, 2(2), 97-109.  
<https://doi.org/10.24090/icodev.v2i2.6337>.
- Cahyadi, S. S., & Reni Wijayanti. (2023). Analysis of Entrepreneurial Orientation at Employees of PT. Pertamina Patra Niaga - Bandung Retail Sales Area. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 20(2), 191-197.  
<https://doi.org/10.31113/jia.v20i2.975>
- Febrianti, W. , Rahman, A., Rahmawati, A., & Taufik, N. I. (2023). Model Penilaian Kinerja Keuangan PT XYZ. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5596-5604.  
<https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2843>
- Freund, D., & Maskivker, G. H. (2021). Women managers in tourism: Associations for building a sustainable world. *Tourism Management Perspectives*, 38(April), 100820.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100820>.
- Indarsyah, R., Rahman, A., Putrianti, S. D. , & Taufik, N. I. . (2023). Model Strategi Pemasaran Kue Kering Lebaran Di UMKM Ranayya Kitchen Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis Swot. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7471-7487.  
<https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2790>.
- Jeong, E. B., & Yoo, H. (2022). A systematic literature review of women in social entrepreneurship. In *Service Business* (Vol. 16, Issue 4). Springer Berlin Heidelberg.  
<https://doi.org/10.1007/s11628-022-00512-w>
- Jiang, Y., Jiang, Z., & Chen, Z. (2024). Women entrepreneurship in China: A bibliometric literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 179(December 2022), 114688.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114688>
- Kemenparekraf. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*.  
<https://kemenparekraf.go.id/publikasi-statistik-ekonomi-kreatif/statistik-ekonomi-kreatif-2020>
- Kurniawan, I., Asri, M.D., Fitriani, L., Priatna, R. (2023). Penguatan Kelembagaan Bumdes untuk Pembangunan Desa di Kecamatan Rancakalong. *Setia Mengabdikan: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4 (2), 73-83.  
<https://doi.org/10.31113/setiamengabdikan.v4i2.50>
- Kurniawan, I., Fitriani, L. (2021). Pengembangan Desa Wisata Dengan Pendekatan Klaster Di Kabupaten Bandung. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation*, 2 (2), 52 - 59.  
<https://doi.org/10.31960/ijoei.v2i2.1477>
- Mursalim, W., Ravenska, N., & Wijayanti, R. (2020). Penguatan pengusaha pemula berbasis teknologi jawa barat melalui

# KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

- pendampingan inkubator bisnis politeknik STIA LAN Bandung. *SeTIA Mengabdikan : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Nikmatullah, H. R. ., Wijayanti, R., Kurniawan, I., & Purba, C. O. . (2023). Peranan Service Convenience dalam Meningkatkan Repurchase Intention dan Loyalitas Pelanggan di Bahagia Kopi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8018-8030.  
<https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2655>.
- Rahmawati, A., & Darwis, R. S. (2023). Pemberdayaan Perempuan di Sektor Pariwisata dalam Perspektif Ekofeminisme. *Pekerjaan Sosial*, 22(1), 103-115.  
<https://doi.org/10.31595/peksos.v22i1.760>
- Rahman, A., Nugroho, A.B., Tindaon, S.S., Wijayanti, R. (2020). Advokasi Model Pemanfaatan E-commerce Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM. *SeTIA MENGABDI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2), 63 - 69.
- Saadati, N. (2022). Peran perempuan dalam berwirausaha menuju pengembangan industri ekonomi kreatif di Desa Wisata Menari Getasan Kabupaten Semarang. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 2(1), 37-49.  
<https://doi.org/10.53088/jerps.v2i1.265>
- Santoso, M. E. (2023). Social Entrepreneurship Feminisme ASKOWANI- Gotong Royong KWT Mengembangkan Industri Kreatif di Lampung Tengah. *SETARA : Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 5(1), 211-225.  
<https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/jsga/article/view/5463%0Ahttps://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/jsga/article/download/5463/3146>
- Setyadi, S., Moh, D., Budiarto, S., Bisnis, F. E., Sultan, U., Tirtayasa, A., Raya, J., Km, J., Serang Banten, P., Perencanaan, B., Daerah, P., Banten, P., Syeh, J., Al Bantani, N., & Serang Banten, P. (2020). Potensi Dan Prioritas Industri Kreatif Skala Mikro, Kecil Dan Menengah Di Provinsi Banten Potential and Priority Micro, Small and Medium Scale Creative Industries in Banten Province. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 4(1), 118-128.
- Tindaon, S.S. (2023). Edukasi dan Pelatihan Dasar Berinvestasi di Pasar Modal Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah Agro Garut. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol Pp. 3330 - 3338.
- Tindaon, S.S., Asty, W.D. (2023). Marketing Mix Strategy to Increase the Product Sales at Flaleeka Creative Industry. *Journal of Advanced Management Science* Vol. 11, No. 3, pp. 91 - 98.