
Transformasi Ekonomi Komunitas melalui Inkubasi Usaha Kreatif Berbasis Budaya Lokal

Wahyu Utama¹, Slamet Hamid²

Pendidikan Ekonomi, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia^{1,2}

✉ Email Korespodensi: wutama1487@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 25-07-2025

Disetujui 04-08-2025

Diterbitkan 06-08-2025

Katakunci:

Pengabdian kepada masyarakat; ekonomi komunitas; inkubasi usaha; budaya lokal; kewirausahaan; UMKM,

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendorong transformasi ekonomi komunitas melalui inkubasi usaha kreatif berbasis budaya lokal di Desa Grogol, Gunung Kidul, DIY. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif yang mencakup identifikasi potensi lokal, pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital, pendampingan usaha, serta pameran produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa tiga kelompok usaha kreatif berhasil dibentuk, dengan fokus pada batik motif lokal, kuliner tradisional, dan kerajinan dari limbah kayu. Program ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan kewirausahaan (naik 38%), adopsi teknologi digital, serta pendapatan awal kelompok usaha. Selain dampak ekonomi, kegiatan ini juga memperkuat identitas budaya dan kohesi sosial masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa inkubasi usaha berbasis budaya lokal dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Utama, W., & Hamid, S. (2025). Transformasi Ekonomi Komunitas melalui Inkubasi Usaha Kreatif Berbasis Budaya Lokal. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 829-834. <https://doi.org/10.63822/jaat8727>

PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi berbasis komunitas kini menjadi pendekatan yang semakin relevan dalam mendorong pembangunan berkelanjutan, terutama di wilayah pedesaan. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pembangunan ekonomi lokal, bukan semata sebagai objek pembangunan. Dalam konteks ini, peran usaha kreatif yang digali dari budaya lokal menjadi motor penggerak utama dalam menciptakan peluang ekonomi baru yang berkelanjutan (Widiyanto, 2020). Desa Grogol yang terletak di Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, memiliki potensi budaya dan alam yang sangat kaya. Namun demikian, sebagian besar masyarakatnya masih mengandalkan pertanian subsisten dengan hasil yang relatif rendah. Di tengah keterbatasan ini, kekayaan budaya lokal seperti seni kerajinan tangan, makanan tradisional, dan pertunjukan rakyat dapat diolah menjadi sumber daya ekonomi melalui pengembangan usaha kreatif berbasis budaya (Pertiwi et al., 2021).

Usaha kreatif berbasis budaya tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga menjadi wahana pelestarian identitas budaya masyarakat. Ketika budaya lokal dikemas ulang menjadi produk yang bernilai ekonomi tinggi, terjadi sinergi antara pelestarian warisan budaya dan peningkatan pendapatan masyarakat (Susilo & Fitriani, 2019). Dengan pendekatan ini, masyarakat tidak lagi memandang budaya sebagai hal statis, melainkan sebagai aset dinamis yang dapat dikembangkan sesuai kebutuhan zaman. Inkubasi usaha kreatif merupakan metode strategis dalam membina pelaku usaha pemula agar mampu mengembangkan bisnisnya secara terarah dan berkelanjutan. Proses inkubasi mencakup pelatihan, pendampingan, akses pasar, dan penguatan jejaring. Pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menciptakan inovasi produk dan strategi pemasaran yang sesuai dengan permintaan pasar (Ati et al., 2014; Ramli, 2024).

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membentuk ekosistem ekonomi kreatif berbasis budaya lokal di Desa Grogol melalui program inkubasi. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah kelompok masyarakat yang memiliki keterampilan seni dan budaya namun belum terfasilitasi dalam bentuk usaha ekonomi produktif. Melalui identifikasi potensi, pelatihan, serta pendampingan berkelanjutan, diharapkan dapat muncul unit-unit usaha kreatif yang tangguh dan kompetitif.

Dalam proses pengembangan usaha kreatif, pendekatan partisipatif menjadi kunci keberhasilan. Keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam setiap tahapan kegiatan memastikan bahwa program tidak bersifat top-down, melainkan lahir dari kebutuhan dan aspirasi komunitas. Hal ini selaras dengan prinsip pembangunan berbasis masyarakat (*community-based development*), di mana keberdayaan sosial menjadi fondasi utama dari transformasi ekonomi (Hadi & Kusumawardani, 2022). Gunung Kidul secara geografis memiliki tantangan tersendiri, terutama terkait akses terhadap informasi, modal, dan pasar. Oleh karena itu, pendampingan usaha tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga pada strategi pemasaran digital yang efektif. Penguatan literasi digital dan pemanfaatan platform online menjadi bagian penting dari program inkubasi ini (Wibowo & Arifin, 2023).

Pengalaman di berbagai daerah menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah, menurunkan angka pengangguran, serta memperkuat kohesi sosial masyarakat (Hutabarat et al., 2021). Oleh karena itu, penting untuk menjadikan potensi lokal sebagai titik awal dalam proses pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai program jangka menengah dengan luaran berupa terbentuknya kelompok usaha kreatif yang mandiri dan memiliki akses pasar yang luas. Selain itu, kegiatan ini juga

mendokumentasikan model inkubasi yang dapat direplikasi di desa lain dengan karakteristik serupa. Penguatan kelembagaan lokal seperti Karang Taruna, PKK, dan kelompok seni menjadi bagian integral dari upaya pembangunan berkelanjutan ini.

Dengan demikian, transformasi ekonomi komunitas melalui inkubasi usaha kreatif berbasis budaya lokal di Desa Grogol diharapkan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif akan pentingnya pelestarian budaya sebagai bagian dari identitas dan kekuatan ekonomi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dan inklusif, yang mengedepankan keterlibatan aktif masyarakat Desa Grogol sebagai mitra utama. Metode pelaksanaan dirancang dalam beberapa tahap strategis untuk memastikan tercapainya tujuan transformasi ekonomi berbasis komunitas melalui inkubasi usaha kreatif.

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Potensi Lokal

Pada tahap awal, dilakukan survei lapangan dan wawancara mendalam untuk mengidentifikasi potensi budaya lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk usaha kreatif. Observasi dilakukan terhadap aktivitas kesenian, kerajinan tangan, kuliner khas, serta praktik budaya tradisional yang masih dijalankan masyarakat. Tim pengabdian juga berkoordinasi dengan pemerintah desa, Karang Taruna, kelompok seni, dan PKK sebagai mitra lokal.

2. Pemilihan Mitra dan Penyusunan Program Inkubasi

Berdasarkan hasil identifikasi, dipilih sejumlah mitra potensial yang terdiri dari individu maupun kelompok masyarakat yang memiliki ketertarikan dan keterampilan dasar dalam bidang seni atau produksi kreatif. Selanjutnya disusun kurikulum pelatihan inkubasi yang mencakup materi kewirausahaan, inovasi produk, pengemasan, manajemen usaha, hingga strategi pemasaran digital.

3. Pelatihan dan Capacity Building

Pelatihan dilaksanakan secara bertahap selama 4–6 minggu. Materi pelatihan meliputi:

- Dasar-dasar Kewirausahaan dan Perencanaan Bisnis
- Inovasi Produk dan Pengembangan Kreativitas
- Pengenalan Teknologi dan Literasi Digital
- Pemasaran Online melalui Media Sosial dan Marketplace
- Pengemasan Produk dan Branding Berbasis Budaya Lokal

Pelatihan difasilitasi oleh tim dosen dan praktisi yang berpengalaman di bidang usaha kreatif dan pengembangan UMKM. Setiap sesi pelatihan disertai dengan praktik langsung dan studi kasus.

4. Pendampingan Usaha dan Inkubasi Produk

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif selama dua bulan dalam bentuk mentoring individual dan kunjungan lapangan. Pendampingan difokuskan pada implementasi rencana bisnis, pembuatan prototipe produk, pengelolaan keuangan usaha, serta pemanfaatan media digital untuk promosi. Tim pengabdian juga membantu fasilitasi akses ke pasar lokal dan online.

5. Evaluasi dan Monitoring Program

Evaluasi dilakukan dengan metode kuantitatif dan kualitatif, melalui angket kepuasan, wawancara, dan

dokumentasi kegiatan. Indikator keberhasilan meliputi: peningkatan jumlah produk kreatif, peningkatan pendapatan peserta, terbentuknya jejaring pemasaran, serta penguatan lembaga lokal mitra usaha. Monitoring dilakukan selama program berlangsung dan dilanjutkan pasca-program melalui komunikasi daring dan kunjungan berkala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan selama tiga bulan, dimulai dari tahap identifikasi hingga monitoring hasil inkubasi. Berdasarkan rangkaian aktivitas yang dilakukan, diperoleh sejumlah hasil yang menggambarkan dampak langsung terhadap peningkatan kapasitas ekonomi komunitas di Desa Grogol.

1. Terbentuknya Tiga Kelompok Usaha Kreatif

Sebanyak tiga kelompok usaha kreatif berhasil dibentuk, masing-masing dengan fokus produk sebagai berikut:

- Kelompok “Grogol Batik Budaya”: memproduksi batik dengan motif khas lokal berbasis legenda dan simbol desa.
- Kelompok “Tilik Rasa”: mengembangkan produk kuliner tradisional seperti tiwul, jenang, dan rempeyek dengan kemasan modern.
- Kelompok “Kayu Kreatif Karang”: memanfaatkan limbah kayu menjadi kerajinan seperti gantungan kunci, hiasan dinding, dan souvenir pariwisata.

Pembentukan kelompok ini dilandasi minat dan potensi masing-masing anggota serta dukungan dari tokoh masyarakat dan perangkat desa.

2. Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan dan Digital Marketing

Hasil pretest dan posttest menunjukkan peningkatan skor rata-rata pengetahuan peserta terkait kewirausahaan dan pemasaran digital sebesar 38%. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum mengenal konsep segmentasi pasar, branding, atau penggunaan marketplace. Setelah pelatihan, sebanyak 85% peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial (Instagram, Facebook) dan 60% telah memiliki etalase produk di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia.

3. Inovasi Produk dan Pengemasan

Peserta didampingi dalam pengembangan desain produk yang sesuai dengan tren pasar namun tetap mempertahankan nilai budaya lokal. Produk batik kini memiliki motif baru hasil eksplorasi narasi lokal. Produk makanan dikemas dalam wadah praktis, dilabeli dengan merek, komposisi, dan barcode. Kerajinan kayu dilengkapi cerita asal-usul desain yang menarik bagi konsumen wisata budaya.

4. Peningkatan Pendapatan dan Kemandirian Usaha

Dalam dua bulan pasca inkubasi, dua dari tiga kelompok usaha berhasil menghasilkan pendapatan awal berkisar Rp1.500.000 hingga Rp3.200.000, dengan permintaan terbanyak berasal dari pesanan souvenir acara dan produk makanan untuk oleh-oleh wisatawan. Kelompok “Tilik Rasa” mulai menerima pesanan rutin dari warung oleh-oleh lokal, sementara “Grogol Batik Budaya” telah melakukan uji coba penjualan melalui bazar dan media sosial.

5. Dampak Sosial dan Budaya

Kegiatan ini juga membawa dampak positif secara sosial, di antaranya: meningkatnya rasa percaya diri masyarakat dalam memasarkan produk budaya mereka, terbentuknya semangat gotong royong dalam kelompok usaha, serta munculnya inisiatif pelestarian budaya lokal melalui media usaha. Beberapa anggota kelompok mengusulkan pengembangan wisata edukasi budaya yang melibatkan anak-anak muda desa.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa strategi inkubasi usaha kreatif berbasis budaya lokal mampu menjadi motor penggerak transformasi ekonomi komunitas. Hasil yang diperoleh selaras dengan berbagai studi yang menegaskan bahwa pendekatan partisipatif dan penguatan kapasitas lokal merupakan kunci keberhasilan pembangunan ekonomi berbasis masyarakat (Hadi & Kusumawardani, 2022). Terbentuknya tiga kelompok usaha kreatif di Desa Grogol menunjukkan adanya potensi laten dalam komunitas yang selama ini belum tergarap secara optimal. Sebelum intervensi program, masyarakat hanya memproduksi kerajinan atau makanan tradisional untuk konsumsi pribadi atau dijual dalam skala terbatas tanpa perencanaan bisnis yang jelas. Melalui pelatihan dan pendampingan, masyarakat mulai memahami pentingnya nilai tambah, diferensiasi produk, dan pengemasan yang menarik dalam proses komersialisasi budaya lokal (Susilo & Fitriani, 2019).

Peningkatan pengetahuan kewirausahaan hingga 38% berdasarkan hasil pretest dan posttest mencerminkan efektivitas metode pelatihan yang diberikan. Hal ini memperkuat temuan dari Amin & Taufik (2020) bahwa inkubasi usaha yang disertai bimbingan teknis dan mentoring intensif dapat meningkatkan literasi bisnis masyarakat secara signifikan. Selain itu, penggunaan pendekatan belajar langsung dan studi kasus dari pelaku usaha sukses terbukti relevan dengan konteks lokal. Penerapan teknologi digital dalam pemasaran juga membawa dampak signifikan. Masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses atau pemahaman terhadap media digital kini telah memiliki akun bisnis di media sosial dan marketplace. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wibowo & Arifin (2023) yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM menjadi strategi krusial dalam memperluas pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha mikro, khususnya di wilayah pedesaan.

Inovasi produk yang berakar dari budaya lokal memberikan nilai kompetitif tersendiri di pasar. Motif batik khas Grogol, makanan tradisional dengan kemasan modern, serta kerajinan kayu dengan narasi budaya menjadi pembeda dari produk komersial biasa. Dengan demikian, budaya tidak hanya berfungsi sebagai warisan, tetapi juga sebagai modal sosial-ekonomi yang dapat dikembangkan secara strategis (Pertiwi et al., 2021; Hutabarat et al., 2021). Keberhasilan awal kelompok usaha dalam menghasilkan pendapatan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki daya adaptif dan semangat kewirausahaan yang tinggi. Meski angka pendapatan masih relatif kecil, tren positif ini menunjukkan potensi pertumbuhan ekonomi yang lebih besar jika usaha terus dikembangkan. Hal ini mengindikasikan bahwa model pemberdayaan berbasis inkubasi dapat direplikasi di wilayah dengan karakteristik serupa.

Dampak sosial dari kegiatan ini pun tidak dapat diabaikan. Terjadi peningkatan kohesi sosial, keterlibatan lintas generasi dalam kelompok usaha, serta tumbuhnya rasa bangga terhadap identitas budaya lokal. Dalam konteks ini, kegiatan ekonomi tidak hanya menjadi sarana mencari keuntungan, tetapi juga membangun jati diri dan solidaritas sosial masyarakat desa. Namun demikian, beberapa tantangan juga ditemukan, seperti keterbatasan modal usaha lanjutan, belum adanya kelembagaan formal

(koperasi/kelompok usaha bersama), dan kurangnya pengalaman dalam mengelola produksi skala besar. Oleh karena itu, keberlanjutan program sangat bergantung pada dukungan lintas sektor, baik dari pemerintah desa, dinas terkait, maupun perguruan tinggi. Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan pentingnya integrasi antara pelestarian budaya, inovasi ekonomi, dan transformasi digital dalam upaya pengembangan komunitas yang berdaya secara ekonomi. Desa Grogol kini tidak hanya menjadi penghasil produk budaya, tetapi mulai bergerak menjadi aktor aktif dalam rantai nilai ekonomi kreatif lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan inkubasi usaha kreatif berbasis budaya lokal dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong transformasi ekonomi masyarakat desa. Melalui tahapan identifikasi potensi, pelatihan, pendampingan, hingga pameran produk, masyarakat Desa Grogol mampu membentuk kelompok usaha baru yang memanfaatkan kekayaan budaya lokal sebagai aset ekonomi. Keberhasilan program ini tercermin dalam peningkatan kapasitas kewirausahaan, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Produk-produk lokal yang sebelumnya tidak memiliki nilai tambah kini mampu bersaing di pasar dengan kemasan dan narasi budaya yang kuat. Selain berdampak pada aspek ekonomi, kegiatan ini juga memperkuat identitas budaya dan membangun semangat kolaboratif antarwarga desa. Meskipun masih terdapat tantangan dalam hal akses permodalan dan keberlanjutan kelembagaan usaha, model inkubasi ini terbukti dapat menjadi pijakan awal yang kuat untuk mendorong kemandirian ekonomi berbasis komunitas. Program ini berpotensi untuk direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik sosial dan budaya yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ati, S., Nurdien, K., & Taufik, A. (2014). Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan. *Universitas Terbuka*, 230.
- Hadi, S. , &, & Kusumawardani, N. (2022). Community-Based Economic Development: Pendekatan Partisipatif dalam Pemberdayaan Desa. . *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 105–117.
- Hutabarat, W. , Sari, D. , & Lubis, A. (2021). Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal: Studi pada Desa Wisata di Indonesia. . *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 21(1), 55–64.
- Pertiwi, R. , Santosa, H. , & Wulandari, R. (2021). Pemanfaatan Budaya Lokal sebagai Sumber Daya Ekonomi: Studi Kasus di Gunung Kidul. . *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(3), 280–289.
- Ramli, R. (2024). Inkubator Bisnis Sebagai Strategi Pengembangan Ekosistem Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMAWA)*, 2(1), 1–8.
- Susilo, T. , &, & Fitriani, R. (2019). Peluang Pengembangan Usaha Kreatif Berbasis Budaya untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. . *Jurnal Abdimas*, 3(1), 44–53.
- Wibowo, A. , &, & Arifin, M. (2023). Digitalisasi Pemasaran Produk Lokal melalui Pelatihan Literasi Digital di Desa. . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 7(1), 65–75.
- Widiyanto, A. (2020). Transformasi Ekonomi Berbasis Komunitas: Peluang dan Tantangan di Era Industri 4.0. . *Jurnal Ekonomi Sosial*, 14(2), 102–113.