



Research Article

Peran Edukasi Ekonomi Kreatif Lewat Media *Photo Booth* Tematik Kemerdekaan dalam Menggerakkan Partisipasi dan Aktivitas Ekonomi Warga Desa

Alfons Diogenis Tamanob¹, Nurin Sakinah²

1. Prodi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
2. Prodi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Anwar Mojokerto, Indonesia

Correspondent: nabila56st@gmail.com 



Copyright © 2026 by Authors, Published by Jurnal Ilmiah Akuntansi Publik, Manajemen dan Perbankan. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : April 15, 2026

Revised : April 27, 2026

Accepted : May 05, 2026

Available online : August 10, 2026

How to Cite: Tamanob, A. D., & Sakinah, N. (2026). Peran Edukasi Ekonomi Kreatif Lewat Media Photo Booth Tematik Kemerdekaan dalam Menggerakkan Partisipasi dan Aktivitas Ekonomi Warga Desa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Publik, Manajemen Dan Perbankan*, 2(2), 217–226. <https://doi.org/10.6166/jiapmp.v2i2.37>

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media *photo booth* tematik Kemerdekaan sebagai sarana edukasi ekonomi kreatif dalam menggerakkan partisipasi dan aktivitas ekonomi warga desa. Menggunakan metode studi pustaka (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif, data sekunder dikumpulkan secara sistematis melalui berbagai literatur ilmiah dan dokumen relevan yang dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa instalasi *photo booth* tematik berhasil bertransformasi dari sekadar ornamen perayaan seremonial menjadi wahana edukasi berbasis *experiential marketing* yang meningkatkan pemahaman warga mengenai pentingnya estetika, pengemasan, dan daya pikat visual produk. Daya tarik visual tersebut memicu amplifikasi promosi secara masif di media sosial, menjangkau khalayak di luar batas geografis desa, serta mendatangkan arus wisatawan yang memperluas ekosistem pasar lokal. Peningkatan konsentrasi massa di ruang publik desa ini menciptakan dampak pengganda (*multiplier effect*) bagi UMKM lokal melalui pembukaan peluang usaha baru dan peningkatan pendapatan harian warga. Dengan didukung oleh pendampingan akademis, tata kelola keuangan berbasis digital, serta

penerapan prinsip keberlanjutan, model intervensi kreatif ini terbukti efektif menjadi strategi adaptif dalam mewujudkan kemandirian dan keberlanjutan ekonomi perdesaan secara inklusif.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Media Photo Booth, Partisipasi, Ekonomi Warga Desa

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi perdesaan saat ini menghadapi dinamika yang kian kompleks di tengah derasnya arus globalisasi dan percepatan digitalisasi. Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan kunci sebagai pilar utama penyokong keberlanjutan roda perekonomian serta penyedia lapangan kerja bagi masyarakat di tingkat desa (Ayyagari et al., 2023). Ketahanan sektor ini menjadi pondasi penting dalam menjaga stabilitas kesejahteraan warga serta menggerakkan potensi lokal agar tidak tertinggal oleh pesatnya pertumbuhan ekonomi nasional.

Pelaku UMKM di perdesaan masih dihadapkan pada berbagai kendala struktural yang menghambat akselerasi usahanya. Tantangan klasik berupa keterbatasan sumber daya modal, sempitnya akses pemasaran, serta minimnya literasi dalam pemanfaatan teknologi modern kerap menjadi hambatan utama yang membatasi daya saing masyarakat perdesaan (Tambunan, 2021).

Langkah intervensi yang dinamis dapat diwujudkan melalui penguatan ekosistem ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Pendekatan ini tidak hanya menuntut hadirnya fasilitas fisik, tetapi juga pengembangan kapasitas sumber daya manusia secara holistik melalui pelatihan literasi digital, pendampingan pemasaran visual, serta otomatisasi pengelolaan keuangan bagi para pelaku usaha di perdesaan (Ekaputra, 2026). Melalui integrasi antara pemanfaatan teknologi dan semangat gotong royong warga, kesenjangan akses pasar dapat dipangkas secara signifikan sehingga produk-produk lokal mampu bersaing di jejaring pasar yang lebih luas.

Ekonomi kreatif hadir sebagai paradigma baru yang memfokuskan pilar utamanya pada pemanfaatan kreativitas, pengetahuan, serta ide-ide inovatif untuk menghasilkan nilai tambah bagi masyarakat. Dalam konteks pembangunan nasional, sektor ini erap terbukti menjadi mesin pertumbuhan baru yang mampu menggerakkan geliat ekonomi secara partisipatif dan inklusif (Harahap, 2024). Penguatan gagasan kewirausahaan lokal tidak hanya berfokus pada hasil finansial belaka, melainkan juga bertumpu pada penciptaan dampak sosial yang luas serta berkesinambungan (Bacq & Janssen, 2020).

Salah satu media interaktif dan atraktif yang berpotensi memicu partisipasi aktif masyarakat adalah penyediaan media *photo booth* tematik Kemerdekaan di ruang publik desa. Fenomena ruang swafoto tematik ini tidak sekadar berfungsi sebagai fasilitas hiburan visual semata, melainkan juga efektif menjadi instrumen edukasi ekonomi kreatif secara langsung bagi warga (Lubis et al., 2025). Melalui sarana ini, masyarakat diajak untuk memahami secara praktis pentingnya

pengemasan visual, estetika, dan daya pikat promosi dalam menciptakan nilai tambah ekonomi atas sebuah produk atau potensi lokal.

Media interaktif dan atraktif ini momen peringatan hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang sarat dengan jiwa gotong royong dan kebersamaan menjadi momentum kolektif yang sangat tepat untuk menggalang keterlibatan warga dalam aktivitas produktif (Syaipudin, 2023a). Perayaan nasional yang biasanya bersifat seremonial kini bertransformasi menjadi panggung aksi bersama, di mana elemen pemuda, pelaku UMKM, dan masyarakat berkolaborasi mengelola peluang ekonomi. Sinergi ini tidak hanya mempererat solidaritas sosial warga desa, tetapi juga menjadi pemantik awal terbentuknya ekosistem kewirausahaan lokal yang kreatif dan mandiri.

Pemanfaatan momen peringatan hari besar nasional ini secara signifikan mentransformasi ruang publik desa dari sebatas perayaan seremonial menjadi pusat kegiatan ekonomi yang dinamis. Pendekatan berbasis kewirausahaan sosial ini sejatinya bertujuan untuk memecahkan masalah ekonomi-sosial lokal melalui solusi inovatif berbasis kemasyarakatan (Dees, 2021). Langkah ini juga sekaligus menjadi sarana penguatan modal sosial serta pembangunan karakter kewirausahaan di tingkat tapak yang melibatkan berbagai elemen pemuda dan masyarakat (Farida & Nisa, 2024).

Edukasi ekonomi kreatif yang dikemas melalui instalasi *photo booth* tematik secara tidak langsung mengenalkan konsep pengalaman konsumen (*consumer experience*) yang bermakna bagi warga. Keterlibatan emosional dan pengalaman estetis yang dirasakan oleh pengunjung saat berfoto mampu menggerakkan motivasi mereka untuk berpartisipasi lebih aktif dalam rantai transaksi ekonomi lokal (Holbrook, 2019).

Melalui daya tarik visual yang estetis dan berkesan, instalasi *photo booth* tematik Kemerdekaan mendorong para pengunjung untuk secara sukarela mengabadikan momen lalu membagikannya ke berbagai platform media sosial. Unggahan yang dilengkapi dengan identitas visual khas perayaan ini tidak hanya menjadi sarana dokumentasi pribadi, melainkan bertransformasi menjadi materi promosi digital yang menjangkau khalayak luas secara masif dan organik (Sholistiyawati, 2026).

Tingginya eksposur di dunia maya tersebut pada akhirnya membangkitkan rasa penasaran serta daya tarik bagi publik dari luar desa untuk datang berkunjung secara langsung. Gelombang kedatangan wisatawan antar-wilayah ini secara nyata menghidupkan suasana desa, memperluas jangkauan pasar lokal, serta menjadi pemantik utama dalam menggerakkan roda aktivitas ekonomi warga sekitar.

Peningkatan arus kunjungan warga pada area instalasi tematik ini menciptakan multiplier effect yang langsung merangsang penciptaan peluang usaha baru di

sekitarnya. Kehadiran ruang berkumpul publik yang ramah visual memicu munculnya stan-stan UMKM kuliner, kriya, maupun jasa lokal yang siap melayani para pengunjung (Syifaunisya et al., 2023). Pola integrasi ini mencerminkan optimasi pemanfaatan aset internal desa guna menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi perekonomian warga (Barney, 2021).

Keberhasilan program edukasi ekonomi kreatif di desa juga ditentukan oleh dukungan serta sinergi lintas sektor, terutama peran fasilitasi dari pemerintah lokal dan institusi akademik. Penyelenggaraan kegiatan pengabdian serta edukasi publik yang terstruktur mampu memberikan pendampingan nyata bagi warga desa dalam mengelola peluang ekonomi (Samosir et al., 2026). Pelayanan publik yang adaptif dan inovatif dari pemerintah daerah menjadi kunci utama dalam memfasilitasi bertumbuhnya ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif (Karimah & Novianti, 2025).

Stimulasi kreativitas visual dan pemasaran, lalu aspek pengelolaan serta pencatatan keuangan berbasis digital juga menjadi fondasi edukasi yang sangat vital bagi keberlanjutan usaha warga. Pendampingan literasi keuangan secara sederhana membekali para pelaku usaha desa agar mampu mengelola keuntungan hasil keramaian secara akuntabel dan profesional (Ekaputra, 2026). Selain itu, adaptasi teknologi informasi dalam tata kelola kegiatan desa terbukti memicu efisiensi dan perluasan jangkauan program pembelajaran bagi masyarakat secara luas (Solikin et al., 2026).

Penguatan kapasitas ekonomi warga desa melalui model inovasi sosial ini pada akhirnya membentuk struktur organisasi kewirausahaan hybrid yang menyeimbangkan antara orientasi sosial dan pencapaian keuntungan ekonomi (Ebrahim et al., 2021a). Keseimbangan tata kelola tersebut sangat penting agar nilai-nilai kebersamaan warga tidak tergerus oleh orientasi komersialisasi semata, sehingga keberlanjutan misi sosial desa tetap terjaga dengan baik (Ebrahim et al., 2021b). Keterpaduan antara teknologi digital, pemasaran berbasis kemanusiaan, serta penguatan tradisi lokal menjadi resep utama menghadapi tantangan era industri modern (Kotler et al., 2021). Strategi edukasi ekonomi kreatif melalui *photo booth* tematik Kemerdekaan ini membuktikan bahwa batas-batas inovasi tidak hanya milik kawasan perkotaan, melainkan sangat adaptif diterapkan di perdesaan (Schwab, 2017).

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi pustaka (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap berbagai sumber literatur sekunder yang relevan, meliputi jurnal ilmiah bereputasi nasional maupun internasional, buku teks akademis, serta dokumen kebijakan terkait ekonomi kreatif

dan pemberdayaan masyarakat perdesaan. Data yang telah dikumpulkan kemudian diseleksi berdasarkan kriteria relevansi, kemutakhiran, dan kredibilitas substansi.

Selanjutnya, proses analisis data dijalankan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dan sintesis tematis untuk mengintegrasikan berbagai konsep teoritis seperti kewirausahaan sosial, *triple bottom line*, hingga pemasaran digital ke dalam kerangka pemikiran yang utuh. Melalui perbandingan dan pemetaan kritis antar-literatur tersebut, penelitian ini mampu merumuskan konstruksi pemikiran yang komprehensif mengenai peran media *photo booth* tematik Kemerdekaan sebagai sarana edukasi ekonomi kreatif dalam menggerakkan partisipasi serta aktivitas ekonomi warga desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Photo Booth Tematik sebagai Sarana Edukasi Ekonomi Kreatif yang Komparatif dan Akomodatif

Instalasi *photo booth* tematik Kemerdekaan terbukti efektif bertransformasi dari sekadar ornamen perayaan seremonial menjadi media edukasi ekonomi kreatif yang adaptif bagi masyarakat perdesaan. Kehadiran wahana interaktif ini mampu memecah kekakuan ruang publik desa serta menghadirkan pendekatan belajar yang lebih segar, terbuka, dan menyenangkan. Melalui sarana visual yang dinamis ini, konsep-konsep dasar pengembangan potensi ekonomi lokal dapat disampaikan secara alami tanpa terkesan menggurui warga sekitar.

Melalui pendekatan berbasis *experiential marketing*, warga tidak hanya menikmati keindahan visual yang disajikan, tetapi juga secara intuitif mempelajari pentingnya nilai estetika, pengemasan (*packaging*), dan daya tarik visual dalam menciptakan nilai tambah ekonomi suatu produk atau jasa (Holbrook, 2019). Pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan media visual ini membuka wawasan masyarakat bahwa daya pikat tampilan luar memegang peranan krusial dalam menarik minat konsumen serta meningkatkan harga jual potensi desa.

Proses perancangan hingga pengelolaan *photo booth* yang melibatkan kelompok pemuda karang taruna dan pelaku usaha lokal menciptakan ruang belajar kolektif mengenai prinsip-prinsip kewirausahaan berbasis potensi daerah. Kolaborasi lintas generasi ini menjadi wadah pertukaran ide yang produktif, di mana gagasan kreatif pemuda bersinergi dengan pengalaman para pelaku UMKM. Ruang diskusi berbasis praktik ini secara bertahap membentuk karakter kewirausahaan sosial yang tangguh dan berakar pada kebutuhan riil warga setempat.

Pemfokusan pada pemanfaatan kreativitas lokal ini sejalan dengan konsep *Resource-Based View* (RBV), di mana pemanfaatan sumber daya internal secara inovatif mampu menjadi fondasi keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi desa (Barney, 2021). Dengan menggali serta mengolah keunikan material, tradisi, dan daya cipta lokal, masyarakat desa dilatih untuk membangun kekuatan ekonomi independen yang sulit ditiru oleh pihak luar, sekaligus memperkuat kemandirian perdesaan di era modern.

Integrasi edukasi ekonomi kreatif yang dikemas secara atraktif ini berhasil meruntuhkan persepsi bahwa inovasi dan kewirausahaan modern bersifat rumit dan

hanya milik kawasan perkotaan. Melalui wahana visual yang akrab dengan kehidupan sehari-hari, kesadaran warga terhadap peluang bisnis kreatif tumbuh secara alami, sekaligus memperkuat daya saing sektor usaha mikro di tingkat lokal (Ayyagari et al., 2023).

Amplifikasi Digital Melalui Media Sosial dan Perluasan Ekosistem Pasar Desa

Kehadiran *photo booth* tematik secara masif mendorong para pengunjung untuk membagikan pengalaman visual mereka ke platform media sosial personal. Transmisi konten digital yang dilakukan secara sukarela ini menghasilkan jaringan eksposur promosi yang organik, sehingga mampu menjangkau khalayak luas di luar batas geografis desa (Sholistiyawati, 2026). Setiap unggahan, cerita, maupun konten video pendek yang dibagikan oleh masyarakat bertindak sebagai katalog digital hidup yang memperkenalkan potensi estetika dan keunikan lokal kepada pengguna internet yang lebih luas.

Tingginya arus kunjungan publik luar daerah yang tertarik oleh unggahan media sosial secara langsung meningkatkan mobilitas dan volume interaksi ekonomi di kawasan desa. Lonjakan keterlibatan konsumen luar ini membuktikan bahwa adaptasi teknologi informasi dan media digital mampu mentransformasi potensi desa menjadi pusat kegiatan ekonomi yang inklusif dan berdaya saing (Hadiyati, 2023). Integrasi antara daya pikat visual fisik dan promosi maya ini pada akhirnya berhasil membuka isolasi pasar perdesaan, sekaligus menjadikan momentum peringatan perayaan sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi lokal.

Perluasan pasar akibat eksposur digital ini memberikan dorongan kuat bagi para pelaku usaha lokal untuk terus melakukan inovasi pada produk yang ditawarkan. Dampak positif dari jangkauan pasar yang kian luas memacu para perajin dan pedagang desa untuk memperbaiki mutu, estetika kemasan, serta variasi produk agar mampu memenuhi selera konsumen yang kian beragam. Transisi menuju pola pikir yang lebih kompetitif dan berorientasi pasar ini menjadi pendorong utama transformasi UMKM tradisional menjadi pelaku usaha berbasis ekonomi kreatif yang dinamis.

Lalu, keberlanjutan momentum pertumbuhan ekonomi ini tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya jaminan infrastruktur serta fasilitas pendukung yang memadai. Sinergi antara promosi media sosial dan kesiapan pelayanan publik daerah menjadi faktor kunci dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan di tingkat perdesaan (Karimah & Novianti, 2025). Dukungan pemerintah lokal melalui penyediaan kemudahan izin usaha, penataan ruang publik yang aman dan nyaman, serta fasilitasi pelatihan berkala memastikan bahwa potensi ekonomi yang lahir dari kreasi warga dapat terus berkembang secara konsisten dan memberikan dampak langsung bagi kesejahteraan masyarakat desa.

Mobilisasi UMKM Lokal dan Penciptaan *Multiplier Effect* Perekonomian Warga

Peningkatan konsentrasi massa di area *photo booth* tematik secara efektif menciptakan sentra keramaian baru yang memicu tumbuhnya berbagai aktivitas ekonomi pendukung. Kehadiran ruang publik yang dinamis ini dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM desa untuk membuka stan penjualan produk kuliner, kriya, maupun jasa fotografi cetak langsung di lokasi (Syifaunisya et al., 2023).

Konsentrasi pengunjung yang tinggi memberikan panggung ideal bagi para pedagang kecil untuk memperkenalkan produk unggulan lokal secara langsung tanpa perlu mengeluarkan biaya pemasaran yang besar.

Titik kumpul yang tercipta dari daya tarik instalasi visual tersebut bertindak sebagai pendorong (*catalyst*) dalam menghidupkan kembali denyut transaksi ekonomi warga desa. Kehadiran kerumunan massa yang berkesinambungan selama momentum perayaan tidak hanya menciptakan peluang pasar baru yang instan, tetapi juga memperkuat perputaran uang di tingkat tapak. Melalui pemanfaatan ruang publik yang adaptif dan bernilai tambah ini, potensi ekonomi lokal yang sebelumnya terisolasi mampu terintegrasi secara nyata ke dalam rantai aktivitas perdagangan masyarakat yang lebih dinamis.

Fenomena ini menghasilkan dampak pengganda (*multiplier effect*) yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan harian warga serta membuka peluang kerja temporer bagi pemuda desa. Aliran dana dari pengunjung yang masuk ke berbagai lini usaha lokal—seperti pedagang makanan, penyedia jasa parkir, hingga perajin kriya—menciptakan perputaran ekonomi yang meluas di luar sektor utama *photo booth* itu sendiri. Peluang kerja sampingan yang tercipta selama momen perayaan ini memberikan tambahan penghasilan yang nyata bagi kelompok usia muda sekaligus mengoptimalkan potensi tenaga kerja lokal yang ada.

Pola integrasi antara hiburan publik dan transaksi ekonomi ini mencerminkan keberhasilan penerapan kewirausahaan sosial dalam menggerakkan partisipasi aktif masyarakat secara bergotong royong (Farida & Nisa, 2024). Inisiatif kreatif yang berakar dari semangat kebersamaan ini terbukti mampu menyelesaikan masalah ekonomi sosial warga tanpa menghilangkan nilai-nilai tradisi dan solidaritas perdesaan. Melalui kolaborasi yang inklusif, perayaan seremonial tidak lagi berhenti sebagai ajang pesta rakyat belaka, melainkan bertransformasi menjadi strategi pemberdayaan berbasis kemasyarakatan yang mandiri dan berkelanjutan.

Keberlanjutan dari geliat ekonomi ini menuntut adanya pengelolaan tata kelola dan pendampingan keuangan yang disiplin bagi para pelaku usaha perdesaan. Pelatihan pencatatan keuangan secara digital serta pemahaman tata kelola bisnis yang akuntabel menjadi fondasi krusial agar dampak ekonomi yang dihasilkan tidak bersifat sesaat, melainkan berkesinambungan (Ekaputra, 2026).

Penguatan Kewirausahaan Sosial dan Keberlanjutan *Triple Bottom Line* Desa

Pendekatan edukasi melalui media *photo booth* tematik mempertegas peran model bisnis hibrida (*hybrid venture*) yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial (*profit*), tetapi juga mengedepankan aspek keberdayaan sosial (*people*) dan kelestarian budaya lokal (Bacq & Janssen, 2020).

Keterlibatan aktif mahasiswa dan akademisi dalam memberikan pendampingan selama momentum Kemerdekaan menjadi katalisator penting dalam memperkuat tata kelola kegiatan agar tetap fokus pada misi pemberdayaan warga. Kehadiran elemen perguruan tinggi membawa transfer pengetahuan, keterampilan teknis, serta metode pendekatan ilmiah yang dapat memoderasi jalannya program agar tidak sekadar berorientasi pada hiburan seremonial. Pendampingan ini memastikan bahwa setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi instalasi kreatif dirancang secara terukur demi mengoptimalkan potensi ekonomi lokal yang ada di desa.

Sinergi lintas sektoral ini memastikan bahwa partisipasi masyarakat tetap menjadi pilar utama dalam pembangunan ekonomi perdesaan (Samosir et al., 2026). Kolaborasi yang terjalin antara akademisi, pemerintah desa, dan warga lokal menciptakan ruang belajar interaktif yang menumbuhkan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) terhadap program pemberdayaan tersebut. Dengan menempatkan warga sebagai subjek utama dan pendamping akademis sebagai fasilitator, tata kelola kegiatan ekonomi kreatif berbasis desa ini mampu berjalan secara transparan, inklusif, serta berkesinambungan.

Menyeimbangkan penciptaan nilai ekonomi dan kesejahteraan sosial warga, model intervensi kreatif ini berhasil menerapkan prinsip *Triple Bottom Line* secara nyata di tingkat perdesaan. Pengintegrasian aspek profit, masyarakat, dan nilai kebudayaan lokal membuktikan bahwa pertumbuhan ekonomi desa tidak harus mengorbankan ikatan sosial maupun karakter identitas wilayahnya. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang berkelanjutan mampu berjalan beriringan dengan penguatan kapasitas ekonomi warga di tingkat tapak.

Harmonisasi antara aspek ekonomi, sosial, dan penguatan identitas lokal ini menjadi modal utama desa dalam menghadapi tantangan era industri modern secara mandiri (Elkington, 2018; Kotler et al., 2021). Keseimbangan yang terwujud memberikan ketahanan struktural bagi masyarakat perdesaan agar tidak sekadar menjadi penonton di tengah pesatnya arus digitalisasi, melainkan mampu berperan aktif sebagai pelaku ekonomi yang inovatif. Keberlanjutan sintesis antara tradisi, kreativitas, dan orientasi pasar ini pada akhirnya meletakkan fondasi yang kokoh bagi terciptanya kemandirian perdesaan yang inklusif serta berdaya saing tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa implementasi media *photo booth* tematik Kemerdekaan terbukti efektif sebagai instrumen edukasi ekonomi kreatif yang mampu menggerakkan partisipasi serta aktivitas ekonomi warga desa secara inklusif. Pendekatan berbasis *experiential marketing* dan pemanfaatan kreativitas lokal ini tidak hanya meningkatkan literasi kewirausahaan masyarakat di tingkat tapak, tetapi juga memicu amplifikasi promosi digital yang meluas hingga mampu menarik kunjungan wisatawan dari luar daerah. Lonjakan konsentrasi massa di ruang publik desa tersebut berhasil menciptakan *multiplier effect* bagi UMKM lokal melalui penyediaan peluang usaha baru serta peningkatan pendapatan harian warga. Dengan adanya sinergi pendampingan akademis, tata kelola keuangan berbasis digital, dan penguatan nilai keberlanjutan *Triple Bottom Line*, model intervensi kreatif berbasis momentum historis ini menjadi strategi adaptif yang kokoh dalam mewujudkan kemandirian dan keberlanjutan ekonomi perdesaan di era modern.

REFERENSI

- Ayyagari, M., Demircuc-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2023). Small and Medium Enterprises Across the Globe: A New Database. *Small Business Economics*, 58(3), 451–475.
- Bacq, S., & Janssen, F. (2020). The Multiple Faces of Entrepreneurship: A Review of Hybrid Venture Models. *International Journal of Management Reviews*, 22(2), 179–201.
- Barney, J. B. (2021). Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Historical Retrospective. *Journal of Management*, 47(7), 1705–1725.
- Dees, J. G. (2021). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University.
- Ebrahim, A., Battilana, J., & Mair, J. (2021). Governance and Social Impact in Hybrid Ventures. *Strategic Management Journal*, 42(5), 989–1015.
- Ebrahim, A., Battilana, J., & Mair, J. (2021). The Governance of Social Enterprises: Mission Drift and Accountability in Hybrid Organizations. *Research in Organizational Behavior*, 34, 81–100.
- Elkington, J. (2018). 25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It. Harvard Business Review.
- Hadiyati, E. (2023). Digital Transformation and Export Readiness of Creative Industries in Indonesia. *Journal of Southeast Asian Economies*, 40(1), 85–104.
- Holbrook, M. B. (2019). *Consumer Research: Studies in Marketing and Consumer Behavior*. SAGE Publications.
- Harahap, S. (2024). Peran ekonomi syariah dan ekonomi kreatif sebagai sumber pertumbuhan ekonomi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 12(2), 217–238.
- Sholistiyawati, A. (2026). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat Dalam Ekonomi Kreatif. *JETCH: Journal Economy, Technology, Social and Humanities*, 4(1).
- Lubis, A. L., Fatimah, Z., & Abnur, A. (2025). Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi produk pariwisata di Kota Batam melalui perspektif kewirausahaan. *Jurnal Mata Pariwisata*, 4(1), 1–6.
- Syifaunisya, F., Albab, U., Mawardi, M., & Al Fajar, M. R. (2023). Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Melalui Peran Ekonomi Kreatif Di Desa Durian Perspektif Ekonomi Islam. *Widya Balina*, 8(2), 864–876.
- Farida, M., & Nisa, F. L. (2024). Peran kewirausahaan sosial dalam membangun ekonomi kreatif berkelanjutan di masa society 5.0. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3), 203–214.
- Karimah, N., & Novianti, L. (2025). Implementasi pelayanan publik dalam mendukung ekonomi kreatif pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Inovasi Sosial Ekonomi*, 2(03), 27–35.
- Ekaputra, A. (2026). Edukasi dan Pendampingan Pencatatan Keuangan Berbasis Digital Bagi Mahasiswa di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 20–28.

- Samosir, H. E., Setiawan, R., Mulianingsih, M., Andayani, N., & Ramdhani, M. F. A. (2026). Optimalisasi Peran Mahasiswa dalam Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(3), 15665-15673.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Mair, J., & Marti, I. (2022). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Sympathy, and Rigor. *Journal of Business Venturing*, 27(3), 353-373.
- Porter, M. E. (2019). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.
- Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2020). Doing Good Better: The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Reactions. *Journal of Marketing*, 84(4), 30-52.
- Solikin, H., Bahari, S., Arbain, A., Al Hafizd, F. A. H. F., Purlinasari, P., & Rosalinda, F. (2026). Utilization of Information Technology as an Innovation in Islamic Religious Education Learning at Pondok Pesantren Nurul Abshor, Kotabaru. *Community: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1448-1462.
- Syaipudin, L. (2023a). Contribution Of Young Entrepreneurs In Building The Creative Economy Of Village Communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(1).
- Syaipudin, L. (2025). *Pengantar Penelitian Lapangan Sederhana Berbasis Jurnalistik (Kualitatif, Kuantitatif, R&D dan Studi Kepustakaan)*. Dawarmiyata Press LPPM STIE Al-Anwar.
- Tambunan, T. (2021). MSMEs in Indonesia: Problems, Challenges and Government Policies. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(2), 110-131.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2023). A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.
- Zahra, S. A., Wright, M., & Abdelgawad, S. G. (2023). Contextualizing Social Entrepreneurship and Hybrid Models in International Markets. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(2), 220-248.