

SKRIPSI

**PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN
PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF
(Studi Kasus Di Komunitas *Cafe Silatouraksi* Metro Timur)**

Oleh:

**PUTRI DILA WATI
NPM. 1804040080**



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/ 2022 M**

**PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN
PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF
(Studi Kasus Di Komunitas *Cafe Silatouraksi* Metro Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Skripsi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
PUTRI DILA WATI
NPM. 1804040080

Pembimbing : M. Ryan Fahlevi, M.M

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/ 2022 M**



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : I (Satu) berkas
Perihal : **Untuk Dimunaqosahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi penelitian yang telah disusun oleh :

Nama	: PUTRI DILA WATI
NPM	: 1804040080
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Judul	: PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (Studi Kasus Di Komunitas <i>Cafe Silatouraksi</i> Metro Timur)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Metro, 14 April 2022

Pembimbing

M. Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT
EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN
EKONOMI KREATIF (Studi Kasus Di
Komunitas *Cafe Silatouraksi* Metro Timur)

Nama : PUTRI DILA WATI

NPM : 1804040080

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dalam siding munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 14 April 2022
Pembimbing



M. Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2297 / In-2023 / D / PP-009 / 06 / 2022

Skripsi dengan judul PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (Studi Kasus Di Komunitas Cafe Silatouraksi Metro Timur). Disusun oleh Putri Dila Wati NPM. 1804040080, Jurusan Ekonomi Syariah (ESY). Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Jumat / 10 Juni 2022.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M. (.....)
Penguji I : Dharma Setyawan, M.A. (.....)
Penguji II : Hotman, M.E.Sy. (.....)
Sekretaris : Yudhistira Ardana M.E.K. (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jahl, M.Hum.
NIP. 19620812199803 1 001

**PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN
PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (Studi Kasus Di Komunitas
Cafe Silatouraksi Metro Timur)**

ABSTRAK

**Oleh:
PUTRI DILA WATI**

Edukasi dan pemberdayaan di bidang ekonomi kreatif merupakan upaya dalam proses peningkatan mutu dalam masyarakat yang dapat mengurangi masalah sosial, dan menciptakan kemandirian dalam masyarakat. Saat ini, ekonomi kreatif memiliki banyak peluang dan tidak memiliki batasan tertentu dalam melakukan pergerakan ekonomi, sosial, dan budaya.

Dengan demikian pelaku ekonomi kreatif di Kota Metro mengembangkan jaringan dan membentuk wadah yaitu komunitas silatouraksi sebagai wadah berkumpul, saling belajar, tumbuh, berkembang bersama serta upaya yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan anggotanya maupun masyarakat. *Cafe* digunakan sebagai tempat diskusi, edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan komunitas silatouaksi karena memiliki fungsi sosial sebagai ruang publik yang digunakan masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui peran komunitas silatouraksi dalam mengoptimalkan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif serta peran *café* di komunitas silatouraksi.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mengumpulkan sumber-sumber yang relevan sebagai dasar penelitian yaitu dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Sesuai dengan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yakni suatu penelitian yang memfokuskan pada penelitian lapangan (*Field Research*). Kemudian dianalisa dengan metode berpikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian, komunitas silatouraksi telah mengoptimalkan proses edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif dengan kegiatan yang dilakukan berupa *tour* dan aksi. *Tour* yang dimaksud yaitu kemanapun berlapak atau *street market*, di manapun ada *event*. Dan sebisa mungkin para pegiat melakukan aksi, seperti kegiatan bersih-bersih, edukasi, pengadaan kelas dan lain-lain mengajak anggotanya dan masyarakat. Berbagai kreativitas dan inovasi dilakukan *café* dan komunitas silatouraksi untuk mengoptimalkan proses edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif guna menarik pengunjung mengikuti kegiatan tersebut.

Kata Kunci : Komunitas, Edukasi, Pemberdayaan dan Ekonomi Kreatif

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Putri Dila Wati
NPM : 1804040080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwasannya tugas skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 18 Mei 2022
Menyatakan,

Putri Dila Wati
NPM. 1804040080

MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۝ ١٣٩

Artinya : Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman. (QS. Ali Imran ayat 139)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti hanturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dengan rendah hati peneliti persembahkan keberhasilan studi dan do'a ini kepada:

1. Kedua Orang Tuaku, Bapak Mardani dan Ibu Purwati yang sangat saya hormati dan saya sayangi, yang telah mengasuh, mendidik, membimbing, serta senantiasa dengan tulus dan ikhlas mendo'akan saya dan selalu memberikan kasih sayang dalam meraih keberhasilan saya serta memberi dukungan materil dan moril demi pendidikan saya.
2. Bapak M. Ryan Fahlevi, M.M, selaku pembimbing skripsi yang selalu memberi bimbingan dan arahan untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Komunitas silatouraksi telah membantu dan sangat terbuka selama melakukan penelitian.
4. Teruntuk UKM IMPAS terkhusus saudara-saudaraku angkatan 18, senior dan alumni serta rekan-rekan pengiat seni dari komunitas yang telah memberikan dukungan, motivasi, kritik dan masukan pada penelitian ini.
5. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 18, terkhusus kelas B yang sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
6. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam jurusan ekonomi syariah IAIN Metro.

Semoga kita semua selalu termasuk orang-orang yang dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan dunia akhirat. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul. “Peran Komunitas Sebagai Pusat Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif”, sebagai salah satu proses yang harus dilewati peneliti guna menyelesaikan pendidikan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro sehingga memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam kesempatan ini saya selaku peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag. selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Bapak Dharma Setyawan, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak M. Ryan Fahlevi, M.M selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberi masukan, dan memberikan arahan dalam perbaikan skripsi sehingga skripsi dapat terselesaikan secara baik.
5. Bapak Dliyaul Haq, M.E.I. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada saya tentang perkuliahan, proses pengajuan judul, dan hingga saat ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh civitas akademika yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti dan membantu dalam pembuatan skripsi.

Dalam hal ini, peneliti sangat membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga hasil dari skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti sendiri.

Metro, 10 April 2022



Putri Dila Wati
NPM. 1804040080

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Penelitian Relevan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Komunitas.....	13
1. Pengertian Komunitas	13
2. Peran dan Tujuan Komunitas	14
3. Karakteristik Komunitas.....	16
4. Hambatan dalam Komunitas	17
B. Edukasi	18
1. Pengertian Edukasi	18
2. Pendidikan Transformatif	19
3. Fungsi Edukasi	20

C. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif.....	21
1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Kreatif	21
2. Faktor Pendukung Pemberdayaan Ekonomi Kreatif	24
3. Tujuan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Sifat dan Jenis Penelitian.....	29
B. Sumber Data Penelitian	30
C. Teknik Pengumpulan Data	32
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	34
E. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Komunitas Silatouraksi	39
1. Profil Komunitas Silatouraksi	39
2. Profil <i>Café</i> Komunitas Silatouraksi	43
B. Analisis Peran Komunitas Sebagai Pusat Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif	49
1. Kegiatan Edukasi dan Pemberdayaan Komunitas Silatouraksi	49
2. Kegiatan Edukasi dan Pemberdayaan di <i>Café</i> Komunitas Silatouraksi	55
3. Manfaat Komunitas Silatouraksi	60
4. Tantangan dalam Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Relevan.....	10
Tabel 4.1 Anggota Komunitas Silatouraksi	40
Tabel 4.2 Batas Wilayah Lokasi SDM.....	44
Tabel 4.3 Batas Wilayah Lokasi Coffee Et Bien	47

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Kepengurusan Komunitas Silatouraksi	42
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Festival Ketjil Tanam Padi Silatouraksi x Studio Djajan Metro x Kampung Peng_angguran.....	58
------------	---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi kreatif meyumbang peran besar terhadap pengembangan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Pelaku ekonomi kreatif berasal dari berbagai kalangan dan keahliannya masing-masing. Selain itu, dampak positif ekonomi kreatif dapat membuka lapangan pekerjaan dan lapangan usaha.¹

Daya dongkrak suatu produk ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan ide, gagasan, bakat atau keterampilan, dan kreativitas yang dapat menunjang pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Nilai ekonomi di era digital tidak lagi ditentukan dari bahan baku, atau sistem produksi. Melainkan dari pengembangan kreativitas dan penciptaan inovasi untuk menghadapi ketatnya persaingan. Sehingga terdapat 3 hal pokok dalam ekonomi kreatif, yaitu kreativitas, inovasi, dan penemuan.²

Proses peningkatan kualitas SDM yang kreatif, inovatif, dan professional dapat dilakukan dengan edukasi, pelatihan serta diiringi dengan pemberdayaan.³ Pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi merupakan upaya dalam proses peningkatan mutu dalam masyarakat yang

¹ Imma Rokhmatul Aysa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang", *Jurnal At- : Kajian Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2, September 2020, 122.

² *Ibid.*, 127.

³ Wafa Abdullah Faqih, "Strategi Pengembangan SDM Dalam Persaingan Bisnis Industri Kratif Di Era Digital", *Adliya: Jurnal Hukum dan Kemanusiaan*, Vol. 13, No. 1, Juni 2019, 117-119.

dapat mengurangi masalah sosial, dan menciptakan kemandirian dalam masyarakat.⁴

Di era modern seperti saat ini, masyarakat diberi kemudahan dengan teknologi yang ada untuk melakukan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif guna meningkatkan potensi yang dimiliki serta kepekaan sosial. Edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif dapat dilakukan di mana saja seperti di *cafe*. *Cafe* dapat dijadikan sebagai tempat edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif karena memiliki fungsi sosial sebagai ruang publik yang digunakan masyarakat untuk mengekspresikan pendapat dan berdiskusi mengenai berbagai hal.

Sebagai wadah kegiatan sosial seperti bertemu dan berinteraksi, *cafe* sering diabaikan manfaatnya. Kegiatan ngobrol bareng sambil menyantap makanan dan minuman membuat orang merasa nyaman dan dapat menemukan ide-ide kreatif dan inovatif, serta lahirnya komunitas untuk melakukan pergerakan di bidang sosial dan ekonomi.⁵

Adanya komunitas bisa menjadi sarana untuk membantu sesama manusia, berinteraksi, dan berdiskusi. Dengan berbagai latar belakang yang berbeda tetapi memiliki tujuan yang sama, komunitas dapat membangun relasi baru, sehingga dapat saling berbagi informasi dan ilmu

⁴ Dewi Mahrani Rangkuty, Mesra B, dan Aldi Agustino, "Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Edukasi Konsep Ekonomi Kreatif Industri Rumah Tangga di Kecamatan Binjai Kota", *Jurnal Pasca Dharma Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 2, 2020, 58.

⁵ Eka Perwitasari Fauzi, "Kedai Kopi Dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern", *Jurnal Jurnalisa*, Vol. 05, No. 1, Mei 2019, 21.

kepada para anggota dan masyarakat⁶. Adanya hubungan timbal balik dengan sesama anggota, Misalnya, seseorang yang telah memiliki pengalaman dalam bidang ekonomi atau yang mempunyai skill dapat membagikan pengalaman dan keahlian yang dimilikinya kepada orang lain.

Komunitas ekonomi kreatif yang ada di Kota Metro yaitu “silatouraksi”. Silatouraksi merupakan sebuah komunitas yang menghimpun para pelaku usaha di Kota Metro, yang memiliki *brand* produk sendiri, serta memiliki skill dan bakat tertentu, dengan tujuan mendukung tumbuhnya usaha dan *brand* lokal yang ada di Kota Metro. Dengan adanya komunitas silatouraksi, pelaku usaha yang tergabung di dalamnya bisa menambah jaringan sosial, serta *sharing* mengenai pengalaman, keterampilan, *branding* dan *marketing*. Dengan ini komunitas silatouraksi dapat mengembangkan ekonomi kreatif yang ada di Kota Metro, membangun *brand* lokal yang mampu beradaptasi dengan lingkungan dan perkembangan zaman.⁷

Salah satu *cafe* yang menjadi wadah perkumpulan komunitas silatouraksi yaitu Studio Djajan Metro (SDM). Studio Djajan Metro merupakan tempat teretusnya ide membentuk komunitas silatouraksi yang dilakukan oleh sekitar 5-6 orang melalui obrolan santai namun serius.

Café yang masuk dalam komunitas silatouraksi dijadikan tempat untuk

⁶ Febila Shinta Kusuma, “Fungsi Komunitas Laskar Sedekah Surabaya Bagi Anggotanya”, *Jurnal Antropologi Unair*, Vol. 6, No. 3, 2017, 376-377.

⁷ Wawancara dengan Bapak Dwi Setiawan, sebagai salah satu pelopor Komunitas Silatourasi.

nongkrong, diskusi, menciptakan inovasi dan kreativitas untuk membuat kegiatan yang memberikan edukasi dan keterampilan sesama anggota silatourasi sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha dan mensejahterakan anggotanya.⁸

Café yang menjadi wadah perkumpulan komunitas silatouraksi yang letaknya di Metro Timur ada Studio Djajan Metro dan *Coffee Et Bien*. Studio Djajan Metro mengusung konsep alam terbuka di pinggir sawah. Dengan menu yang dijual adalah menu angkringan seperti sate-satean, sosis bakar, cekeer bakar, bakso bakar, indomie, nasi tempe, nasi teri serta minumannya es teh, kopi susu, stowberry soda dan lain-lain.⁹ Untuk *Coffee Et Bien* yang berada di pusat kota pendidikan, menawarkan suasana *outdoor* dan *indoor* dengan produk yang dijual berupa aneka kopi yang jenisnya lebih ke *Arabica*, kopi tanpa ampas, miuman non kopi seperti *red velvet*, *matcha*, *chocolate*, serta makanan yang ada di sana berupa *chicken fried rice*, *chicken teriyaki*, *katsudon*, *mentaichicken rice* dan lain-lain.¹⁰

Sebelum adanya komunitas silatouraksi, para pelaku usaha berjalan sendiri dengan timnya masing-masing. Tetutama dalam *branding* dan pemasaran. Selain itu, para pelaku usaha hanya fokus mencari keuntungan tanpa berkontribusi dalam pergerakan sosial. Menurut Atmaka Yonni sesudah adanya komunitas silatouraksi, banyak ide dan masukan yang ia dapat untuk perkembangan usahanya, selain itu adanya hubungan timbal

⁸ Wawancara dengan Bapak Dwi Setiawan, sebagai pemilik Studio Djajan Metro.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Wawancara Bapak Atmaka Yonni, Sebagai Pemilik *Coffee Et Bien*.

balik saling membantu antar sesama anggota. Misalnya dalam bidang pemasaran, apabila dulu pemasaran hanya dilakukan di akun sosial media masing-masing *café*, saat ini akun sosial media silatouraksi ikut memposting, dan akun sosial media orang-orang yang tergabung dalam komunitas ikut memposting produk, keistimewaan, atau kegiatan yang dilakukan *café* tersebut. Jangkauannya lebih luas, dan dalam hal ini tidak perlu jasa *selebgram*. Terdapat kegiatan silatouraksi yang dilakukan di *café*, membuat masyarakat tahu tempat tersebut dan yang datang memesan menu yang ada di *café* tersebut.¹¹

Motif pelaku *café* dan pelaku ekonomi kreatif lainnya yang tergabung dalam komunitas silatouraksi semata-mata tidak hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga memberikan manfaat bagi orang lain dan berkontribusi dalam kegiatan sosial dan ekonomi yang ada di Kota Metro. Adanya kehidupan bermasyarakat yang baik antar sesama manusia, akan membuat individu maupun kelompok berkembang sehingga dapat memberikan kesejahteraan. Sebagai makhluk sosial islam mengajarkan umatnya untuk saling membantu dan tolong menolong antar sesama manusia. Hal ini dijelaskan dalam Q.S Al-Maidah Ayat 2:¹²

... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : ...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.

¹¹ *Ibid.*

¹² Departemen Agama, *Al-Quran Al Aliyy dan Terjemahannya* (Bandunng: CV Diponegoro, 2000), 85.

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa kita sebagai sesama manusia tidak boleh memiliki benci atau dendam kepada orang lain terlalu dalam karena hal itu tidak baik. Selain itu sebagai umat islam hendaknya saling tolong-menolong dalam hal kebaikan dan menjauhi permusuhan antar sesama manusia.

Kegiatan yang dilakukan komunitas silatouraksi memang lebih fokus mendukung tumbuhnya usaha dan *brand* lokal yang ada di Kota Metro atau orang-orang yang telah memiliki *brand* dan skill. Namun masyarakat umum boleh ikutserta dalam kegiatan yang diadakan komunitas silatouraksi. Misalnya masyarakat tertarik dengan tanaman, atau pembuatan kaos tetapi tidak memiliki pengetahuan dalam bidang tersebut, di dalam kegiatan tersebut masyarakat bisa *sharing* dan mendapatkan wawasan, keterampilan dari anggota komunitas silatouraksi yang telah berkecimpung dibidang tersebut. Anggota komunitas silatouraksi terkadang juga membuka *workshop* atau kelas untuk masyarakat umum seperti desain, ilustrasi, pembuatan keramik serta kegiatan diskusi atau *sharing session* yang dilakukan di *cafe* atau via online.¹³

Namun partisipan yang mengikuti kegiatan tersebut terkadang hanya sedikit, bahkan biasanya hanya orang yang terlibat dalam acara tersebut, atau masyarakat yang masuk dalam komunitas silatouraksi saja. Menurut Gita Farera salah satu pengujung setia *Coffee Et Bien* bahwa ia

¹³ Wawancara dengan Bapak Dwi Setiawan, sebagai salah satu pelopor Komunitas Silatourasi.

pernah mengikuti workshop pembuatan ruang keramik di *Coffee Et Bien*. Ia mengikuti kegiatan tersebut awalnya dihubungi akun instagram ruang keramik untuk datang dan mengikuti kegiatan tersebut. Setelah merasakan manfaatnya seperti menambah wawasan dan keterampilan dirinya tentang kerajinan tangan dari mengikuti workshop tersebut, ia sering mengikuti rangkaian yang digelar komunitas silatouraksi. Dari hal ini dapat dilihat, kesukarelaan masyarakat dalam mengikuti kegiatan tersebut masih kurang, dan masyarakat yang datang masih berupa ajakan yang sifatnya personal.¹⁴

Partisipasi masyarakat meningkat biasanya pada *event* besar yang dilaksanakan komunitas silatouraksi. Karena di dalamnya terdapat kegiatan menarik dan juga hiburan. Namun kegiatan ini tidak bisa sering dilakukan mengingat anggota komunitas silatouraksi merupakan wirausaha dan pelaku ekonomi kreatif, yang tidak bisa sesering mungkin meninggalkan pekerjaannya.

Berkurangnya partisipasi masyarakat akan berdampak pada pencapaian yang dilakukan komunitas silatouraksi. Partisipasi masyarakat dalam hal ini berperan juga sebagai konsumen. Tujuan komunitas silatouraksi dapat tercapai apabila minat konsumen mengonsumsi dan menggunakan *brand* lokal di Kota Metro dari komunitas silatouraksi meningkat. Dalam kegiatan yang digelar komunitas silatouraksi masyarakat dapat memperoleh wawasan baru, pengalaman dan relasi. Semakin banyak masyarakat yang hadir, mengikuti kegiatan,

¹⁴ Wawancara kepada Gita Farera, pengunjung *Café Coffee Et Bien*.

mengonsumsi produk, memakai produk dan membagikannya di sosial media maka masyarakat dapat berperan dalam upaya mendukung tumbuhnya usaha dan *brand* lokal yang ada di Kota Metro. *Brand* lokal dapat dikenal dan terus berkembang serta memberikan kesejahteraan bagi anggota komunitas silatouraksi.¹⁵

Berdasarkan hasil uraian di atas, maka peneliti tertarik mengambil judul “Peran Komunitas Sebagai Pusat Edukasi Dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif”.

B. Pertanyaan Penelitian

Bedasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka yang menjadi fokus pertanyaan penelitian yaitu: “Bagaimana peran komunitas silatouraksi dalam mengoptimalkan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif serta peran *café* di komunitas silatouraksi?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui seberapa besar peran komunitas silatouraksi dalam mengoptimalkan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif serta peran *café* di komunitas silatouraksi.

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Dwi Setiawan, sebagai salah satu pelopor Komunitas Silatourasi.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan ini sebagai berikut:

a. Secara teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan tentang peran komunitas dalam melakukan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif.

b. Secara praktis

Manfaat praktis dari penelitian yang akan dilakukan ini:

- 1) Bagi masyarakat, khususnya pelaku usaha kreatif. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi atau referensi untuk mengembangkan usaha, serta pemberdayaan di daerahnya masing-masing.
- 2) Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan, pengalaman, dan motivasi penulis untuk berpikir inovasi dan kreatif serta dapat melakukan kegiatan yang dapat memberi kontribusi dalam bidang ekonomi dan sosial.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan bertujuan agar peneliti mengerti tentang masalah yang akan diteliti dan dapat mendalami masalah yang akan dikaji menggunakan teori yang relevan.¹⁶ Penelitian relevan berisi pemaparan penelitian (karya

¹⁶ Azuar Juliandi Irfan et al., “*Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPP*”, (Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016), 5.

ilmiah) yang sudah dilakukan sebelumnya, yang pembahasannya ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Inayah dari jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro. Dengan judul skripsi “Peran Inovasi Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Jati Ukir Jepara Indah Mebel Desa Sangga Buana Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)”.¹⁷

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

Persamaan	Perbedaan	Hasil
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan metode penelitian kualitatif 2. Mengkaji tentang peran inovasi dan kreativitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak terdapat peran komunitas di dalamnya 	<p>Hasil dari penelitian Inayah yaitu kontribusi inovasi dan kreativitas dapat meningkatkan pendapatan usaha jati ukir jepara indah mebel. Bentuk inovasi dan kreativitas dalam usaha tersebut yaitu dengan bentuk dan motif pahatan ukiran tersebut. Ada berbagai jenis motif yang memiliki keunggulan, salah satunya motif flora yang terkenal dengan keindahannya. Motif ukiran jepara selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman,</p>

¹⁷ Inayah, “Peran Inovasi Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Jati Ukir Jepara Indah Mebel Desa Sangga Buana Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)”, Institut Agama Islam Negeri Metro, Skripsi 2020.

		dan agar tidak selalu monoton sehingga dapat terus menarik minat pelanggan
--	--	--

2. Penelitian Teguh Riadi dari jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim (SUSKA) Riau dengan judul skripsi “Peran Komunitas Fotografi Pekanbaru (KFP) Dalam Mempromosikan Pariwisata Riau”.¹⁸

Persamaan	Perbedaan	Hasil
1. Menggunakan metode penelitian kualitatif 2. Mengkaji tentang mengkaji peran komunitas fotografi. Fotografi masuk dalam sub sektor ekonomi kreatif, walaupun dalam penelitian yang dilakukan Teguh Riadi hanya dibahas sedikit.	1. Penelitian Teguh Riadi tidak membahas adanya inovasi dan kreativitas dalam Komunitas Fotografi Pekanbaru (KFP) 2. Peran komunitas terfokus untuk mempromosikan pariwisata Riau	Hasil dari penelitian Teguh Riadi membahas tentang peran Komunitas Fotografi Pekanbaru (KFP) sebagai tempat untuk mempelajari fotografi, terutama dikalangan anak muda dapat menyalurkan dan mengembangkan hobi menjadi sesuatu yang bermanfaat, sehingga komunitas tersebut dapat mempromosikan pariwisata di Riau.

¹⁸ Teguh Riadi, “Peran Komunitas Fotografi Pekanbaru (KFP) Dalam Mempromosikan Pariwisata Riau”, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Skripsi 2020.

3. Penelitian yang dilakukan Dewi Isma Aryani, Aulia Wara A.P. dan Tan Indra Jandi dalam jurnal abdimas unwas dengan judul penelitian “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Rumah Tangga Melalui Kreativitas Pemanfaatan Kaus Bekas Dengan Teknik Tie Dye”.¹⁹

Persamaan	Perbedaan	Hasil
Mengkaji tentang pemberdayaan dan kreativitas ekonomi kreatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian tersebut tidak membahas adanya inovasi dan Komunitas. 2. Pemberdayaan yang dilakukan berupa pemanfaatan kaus bekas dengan teknik tie dye. 	Hasil dari penelitian tersebut yaitu dapat memberikan pengetahuan, keterampilan dan mengembangkan kreativitas masyarakat di Sukajadi Bandung yang mengikuti kegiatan tersebut, dalam pemanfaatan kaus bekas dengan teknik tie dye. Dan ikut serta mendukung program pemerintah Kota Bandung dalam melakukan pemberdayaan ekonomi mikro khususnya dalam lingkup rumah tangga.

¹⁹ Dewi Isma Aryani, Aulia Wara A.P. dan Tan Indra Jandi, “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Rumah Tangga Melalui Kreativitas Pemanfaatan Kaus Bekas Dengan Teknik Tie Dye”, *Jurnal Abdimas Unwas*, Vol. 5, No.1, April 2020.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunitas

1. Pengertian Komunitas

Istilah komunitas berasal dari bahasa latin yaitu *communitas* yang artinya sama. Suatu kelompok sosial yang berasal dari berbagai kalangan masyarakat yang berbeda namun memiliki kesamaan minat dan kepentingan, saling bertukar pikiran serta merumuskan visi misi dalam setiap kegiatannya yang harus dicapai.¹

Sukanto menjelaskan bahwa komunitas merupakan keberagaman yang ada dimasyarakat sekitar saling membentuk kelompok sesuai dengan keperluannya agar tercapainya kebutuhan hidup.²

Rachmiati menjelaskan bahwa komunitas berasal dari 2 (dua) komponen yang ada dalam kehidupan bermasyarakat.

- a. Kelompok masyarakat yang mendiami wilayah yang sama. Misalnya komunitas masyarakat yang tinggal di desa yang sama, mereka saling berinteraksi dan memiliki tujuan yaitu untuk memajukan daerah tersebut.

¹ Susanti, Endang, dan Nur Kholisoh, "Kontruksi Makna Kualitas Hidup Sehat (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersand di Jakarta)", *LUGAS Jurnal Komunikasi*, Vol. 2, No. 1, Juni 2018, 6.

² Atie Rachmatie, *Radio Komunitas E lisi Demokratisasi Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 71.

- b. Kelompok masyarakat yang berasal dari berbagai wilayah berbeda, namun memiliki kesamaan kepentingan, atau hobi. Misalnya komunitas seni yang memiliki kesamaan kepentingan dan hobi. Setiap anggota dapat menyalurkan minatnya, dan membuat suatu garapan seni yang hasilnya bisa dipamerkan dan dipentaskan.³

Dari beberapa definisi di atas peneliti menyimpulkan definisi dari komunitas adalah sekelompok manusia yang memiliki hubungan yang sama, baik wilayah yang ditempati, kepentingan, minat dan hobi yang saling berinteraksi, sehingga hubungan timbal balik tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan tujuan yang ingin dicapainya.

2. Peran dan Tujuan Komunitas

Komunitas berperan dalam proses pembangunan yang melibatkan berbagai kegiatan sosial di masyarakat. Suatu individu mengarahkan dirinya untuk mengenali minat dan kebutuhannya lebih dalam, setelah itu masuk dalam ruang lingkup sosial guna lebih meningkatkan minat dan terpenuhinya kebutuhan tersebut. Melalui pengimplentasikan ide, dan gagasan komunitas sosial dapat melakukan proses pembangunan dimulai dari meng-*upgrade* kemampuan masyarakat, menemukan peluang yang didapatkan dari pengalaman dan aktivitas sosial yang dilakukan. Suatu individu akan lebih mudah mengembangkan dirinya apabila masuk dalam kegiatan sosial. Dengan adanya komunitas proses

³ *Ibid.*, 72.

peningkatan kualitas hidup masyarakat akan lebih mudah, karena terdapat anggota yang sudah memiliki kemampuan dan membagikan pengalamannya kepada yang lain.

Banyak komunitas yang fokus melakukan pergerakan sosial, lingkungan, dan pelatihan sumber daya manusia yaitu melalui proses pemberdayaan. Misalnya di suatu daerah tingkat kemakmuran masyarakat tersebut rendah. Komunitas berperan dalam proses pemberdayaan daerah tersebut dengan cara pengalokasian sumber daya alam yang ada agar bisa bermanfaat bagi masyarakat, serta mengoptimalkan kemampuan masyarakat dengan cara berbagi ilmu, pelatihan yang hasilnya dapat diteruskan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini perlu adanya keterlibatan masyarakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional.⁴

Menurut Rubin & Rubin tujuan komunitas adalah:

- a. Mengetahui tujuan hidup dan tindakan nyata yang dilakukan melalui berbagi keluh kesah antar sesama anggota komunitas dan diskusi.
- b. Meminimalisir adanya ketimpangan sosial dalam kehidupan masyarakat, yang disebabkan dari dampak negatif keberagaman.
- c. Pengimplementasian nilai-nilai demokrasi, yang merupakan tahap meningkatkan kesejahteraan individu dan komunitas.

⁴ Eko Wahyono, "Komunikasi Kelompok: Studi Dialog Komunitas dalam Pengembangan Masyarakat di Perkotaan", *Nyimak: Journal of Communication*, Vol. 2, No.2, Agustus 2018, 116-117.

- d. Mendapatkan dan mengembangkan kemampuan diri, melalui hubungan timbal balik yang terjalin dengan sesama anggota dan masyarakat.
- e. Melahirkan kenyamanan melalui keakraban yang dijalin, sehingga dapat memberikan energi positif bagi seluruh anggota.⁵

3. Karakteristik Komunitas

Landasan utama terbentuknya komunitas yaitu ketertarikan individu akan sesuatu dan berusaha memenuhi rasa ketertarikannya. Namun manusia adalah makhluk sosial yang memerlukan adanya orang lain yang memiliki ketertarikan sama sehingga dapat terbentuknya komunitas. Dalam komunitas perlu dipupuk keakraban dan rasa persaudaraan agar terciptanya rasa nyaman bagi para anggotanya. Rasa nyaman memudahkan interaksi sesama anggota tanpa adanya batasan dalam berekspresi tetapi tetap dalam batasan norma. Hal ini membantu aktivitas sosial yang berlangsung dan dapat membuat komunitas tersebut bertahan lama.⁶

Adapun karakteristik komunitas sebagai berikut:

- a. Komunitas mempunyai tujuan yang harus dicapai. Artinya dalam segala aktivitas yang dilakukan komunitas dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan individu, komunitasnya sendiri, dan masyarakat.

⁵ Atie Rachmatie, *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 74.

⁶ *Ibid.*

- b. Adanya rasa senang yang didasari dari minat dan kebutuhan setiap anggota, serta mau berkontribusi dalam hal materi, tenaga dan pikiran.
- c. Memiliki rencana, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Rencana ini berkaitan dengan visi misi komunitas, pencapaian yang harus diraih, sasaran dari komunitas tersebut, dan kemakmuran setiap anggota.⁷
- d. Adanya pembagian tugas dan tanggung jawab. Hal ini dilakukan agar segala kegiatan dapat terstruktur secara baik, setiap anggota yang menjalani tugas dapat amanah dan bertanggung jawab.⁸

4. Hambatan dalam Komunitas

Ada dua faktor yang menjadi yang menyebabkan terjadinya hambatan dalam komunitas:

- a. Faktor internal. Adapun hambatan dari dalam yaitu adanya perbedaan ide dan gagasan yang menyebabkan terjadi pertentangan antar anggota. Ataupun ada masalah dalam komunitas itu yang disebabkan oleh anggota yang dampaknya sangat buruk bagi komunitas tersebut.⁹
- b. Faktor eksternal. Faktor eksternal yang menghambat perkembangan komunitas yaitu tidak adanya bantuan dari

⁷ Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), 177-178.

⁸ Brend D. Ruben dan Lea. P Sterwart, *Komunikasi dan Perilaku manusia*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), 376.

⁹ H. Hartomo dan Arnicun Aziz, *Ilmu Sosial Dasar*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001), 257.

pemerintah dari segi moril dan materiil, serta kurangnya partisipasi dari masyarakat.¹⁰

B. Edukasi

1. Pengertian Edukasi

Menurut Senna berpendapat bahwa edukasi ialah suatu proses menambah informasi. Edukasi juga dimaksudkan untuk menumbuhkan karakter dan wawasan edukasi lebih dikenal pengajaran untuk memberikan pendidikan pada masyarakat.¹¹

Menurut Indu Indah menyatakan edukasi adalah interaksi yang terjadi pada titik ketika seseorang telah menemukan karakter, yang jalannya dibawa keluar oleh persepsi dan pembelajaran. Sehingga hasilnya berubah menjadi aktivitas dan perilaku dari seseorang itu.¹²

Menurut Elmira Febri dalam konteks edukasi wirausaha. Edukasi merupakan kegiatan yang memberikan pengalaman belajar, membangun kemampuan yang utama dan menyesuaikan sikap.¹³

Dari beberapa definisi di atas peneliti menyimpulkan definisi dari edukasi adalah suatu proses menambah informasi, menumbuhkan karakter dan wawasan. Sehingga hasilnya berubah menjadi aktivitas dan perilaku seseorang dari pengalaman belajar.

¹⁰ Eko Wahyono, "Komunikasi Kelompok: Studi Dialog Komunitas dalam Pengembangan Masyarakat di Perkotaan", *Nyimak: Journal of Communication*, Vol. 2, No.2, Agustus 2018, 127.

¹¹ Damanik, Senna Rohdelima, dan Nopriandi, "Game Edukasi Pola Hidup Sehat Berbasis Android dalam Penyebaran Covid-19", *Jurnal Comasie*, Vol. 5, No. 5, 2021, 37.

¹² Indu Indah, "Aplikasi Game Edukasi Lingkungan Agen P VS Sampah Berbasis Android Menggunakan *Construct 2*", *Jurnal: Technologia*, Vol. 11, No. 2, April-Juni 2020, 87.

¹³ Damayanti, Elmira Febri, dan Sri Rahayu, "Peran Edukasi dan Lingkungan dalam Pengembangan Minat Mahasiswa Berwirausaha", *Jurnal: Manajemen Magister Darmajaya*, Vol. 4, No. 2, Juli 2018, 174.

2. Pendidikan Transformatif

Proses Pendidikan adalah proses pembebasan dan sekaligus proses untuk mengakui akan keterbatasan manusia. Dengan demikian manusia diarahkan pada norma-norma untuk menghayati eksistensinya yang serba terbatas. Pendidikan transformatif menekankan kepada pentingnya partisipasi dengan sesama manusia. Partisipasi dengan sesama manusia menuntut tindakan-tindakan atau kelakuan yang mau menerima sesama manusia sebagai mana adanya. Tanggung jawab, toleransi, kerjasama, saling membantu, saling menghormati sesama orang lain, dan berbagi sikap dan kelakuan manusia yang membuat kerja sama manusia, merupakan nilai-nilai yang mendapatkan prioritas didalam proses pendidikan transformatif.

Dengan demikian, pendidikan transformatif adalah pendidikan yang menempatkan penghormatan kepada hak asasi manusia, yang berarti pula pengakuan terhadap kewajiban asasi manusia untuk saling menghormati manusia dan masyarakat yang berbeda dengan kita. Pendidikan transformatif merupakan pendidikan humanistik dan sekaligus pendidikan anti kekerasan. Pendidikan transformatif merupakan salah satu entitas sosial yang terelasi dengan teks sosial yang melingkupinya. Artinya, konstruksi pendidikan suatu bangsa merupakan salah satu metafor kebudayaannya, yang merefleksikan ideologi dan filsafat pendidikannya. Karena itu, persoalan sosial suatu

bangsa tidak dapat dilepaskan dari konstruksi pendidikannya yang menjadi kerangka kerja proses sosial.

Istilah transformasi berasal dari kata transformation yang artinya perubahan, sedangkan transformasi sosial berarti perubahan menyeluruh dalam bentuk, rupa, sifat, watak dan sebagainya dalam hubungan timbal balik antar manusia, baik sebagai individu-individu maupun kelompok-kelompok.

Maka dikatakan bahwa pendidikan transformatif adalah perubahan sosial, dan perubahan sosial adalah pendidikan transformatif. Perubahan sosial tentu membutuhkan aktor-aktor yang mempunyai pengetahuan, kemampuan, komitmen, serta kesadaran akan diri dan posisi strukturalnya. Untuk itu perlu tersedianya suatu media dimana ide-ide, nilai-nilai maupun ideologi, yang tentunya kontra ideologi hegemonik, ditransmisikan kepada para pelaku perubahan sosial.¹⁴

3. Fungsi Edukasi

- a. Mempersiapkan diri di masyarakat, agar masyarakat mampu bersaing dalam dunia pekerjaan atau yang lainnya.
- b. Membuat bakat yang ada di diri seseorang berkembang dan dapat bermanfaat di kehidupan sehari-hari.
- c. Dengan adanya edukasi berfungsi untuk melestarikan budaya.

Karena dalam edukasi terjadi interaksi sesama manusia, bisa dari

¹⁴ Rozikan, Muhamad. "Menggagas Pendidikan Transformatif Berbasis Kearifan Lokal (Sebuah Ekspektasi Pada Kurikulum 2013)." SEMINAR NASIONAL FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN, 2013, 163-164.

beda kebudayaan dan sosial. Sehingga dapat membuat kita mengenal kebudayaan, dan melestarikan kebudayaan

- d. Keterampilan yang diperoleh dari proses edukasi berpartisipasi dalam hal demokrasi.

Menurut David Popeneo, ada 5 macam fungsi edukasi yaitu:

- a. Sebagai pemindahan kebudayaan.
- b. Sarana pengajaran peran sosial.
- c. Menjaga integrasi sosial.
- d. Sebagai sarana mengajarkan kepribadian dalam masyarakat.
- e. Menciptakan inovasi dalam kehidupan sosial.¹⁵

C. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Menurut Pearson et al berpendapat bahwa pemberdayaan merupakan kegiatan yang memprioritaskan seseorang mendapatkan keterampilan, edukasi, dan pelatihan yang dapat berpengaruh pada kehidupannya dan kehidupan bermasyarakat.

Menurut Mubarak pemberdayaan mengarah pada rangkaian kegiatan yang melibatkan masyarakat menjadi produktif, dan dapat menentukan jalannya sendiri menuju kemakmuran. Kegiatan pemberdayaan harus dilakukan secara terus menerus, karena proses

¹⁵ Afita Nur Hayati, "Tata Terbit Busana Kampus: Edukasi, Etika dan Komunikasi", *Jurnal Pendidikan*, Vol. 13, No. 1, Juni 2018, 42-43.

peningkatkan kualitas hidup tidak bisa hanya dilakukan hanya sekali, namun secara bertahap dan berkelanjutan.¹⁶

Dalam melakukan pemberdayaan di masyarakat perlu adanya keterlibatan masyarakat dan pemerintah. Pemerintah berfungsi untuk mendukung segala kegiatan, memberi bantuan baik secara moril dan materiil, serta memberi jaminan atas segala kegiatan yang dilakukan guna mencapai tujuan dari pemberdayaan. Keikutsertaan masyarakat berperan dalam kesuksesan pemberdayaan.¹⁷

Ekonomi Kreatif adalah pembentukan nilai tambah yang bergantung pada pemikiran kemudian direalisasikan dari daya cipta sumber daya manusia (individu yang imajinatif) berbasis pengetahuan, dan dibekali kemampuan dalam teknologi.

Howkins menggambarkan ekonomi kreatif sebagai gerakan ekonomi di masyarakat umum yang memberikan sebagian besar energinya untuk menghasilkan pemikiran, tidak hanya melakukan hal-hal yang normal dalam kehidupan sehari-hari. Menciptakan pemikiran merupakan kebutuhan mutlak bagi masyarakat umum guna menyongsong kemajuan.¹⁸

Ekonomi kreatif merupakan ide ekonomi lain yang berasal dari pemikiran, daya cipta dan pengembangan untuk menggerakkan perekonomian. Ekonomi kreatif hasil pengembangan keempat setelah

¹⁶ Ar Royyan Ramli et al., *Ekonomi Desa (Analisa Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa)*, (Banda Aceh: Natural Aceh, 2018), 34-35.

¹⁷ *Ibid.*, 20.

¹⁸ Andreas Syah Pahlevi et al., *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*, (Semarang: CV. Oxy Consultant, 2018), 16.

ekonomi agraris, ekonomi modern dan ekonomi informasi Proses implementasi ekonomi kreatif perlu adanya peran kreativitas, inovasi dan informasi yang dilaksanakan oleh seseorang, perkumpulan, atau organisasi guna tercapainya kemajuan dan kemakmuran dari pelaku industri kreatif

Ekonomi kreatif diandalkan untuk menjadi tumpuan perekonomian Indonesia. Peningkatan ekonomi kreatif harus dijunjung tinggi oleh berbagai pihak, tidak kurang dari tiga pihak. Dorongan utama dibalik kemajuan ekonomi kreatif ialah orang-orang cerdas, visioner bisnis, dan pemerintah. Kuantitas visioner bisnis di Indonesia saat ini masih belum sesuai dengan harapan. Perlu adanya upaya untuk membangun kuantitas pelaku usaha, salah satunya adalah mendorong semua kalangan terkhusus mahasiswa untuk menjadi visioner bisnis.

Menurut Ginanjar Kartasamita, pemberdayaan ekonomi kreatif adalah upaya yang pengerahan sumber daya untuk mengembangkan potensi dan meningkatkan produktivitas masyarakat, baik sumber daya alam dan sumber daya alam di sekitar, dapat ditingkatkan produktivitasnya.¹⁹

Dari beberapa penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan pengertian pemberdayaan ekonomi kreatif ialah kegiatan yang memprioritaskan seseorang mendapatkan keterampilan, edukasi, dan

¹⁹ *Ibid.*, 326.

pelatihan. Menjadikan masyarakat produktif, dan dapat menentukan jalannya sendiri menuju kemakmuran, meningkatkan kesejahteraan dalam masyarakat dan mengatasi kemiskinan dengan gerakan ekonomi di masyarakat umum yang memberikan sebagian besar energinya dengan mengembangkan kreativitas, inovasi dan informasi untuk menghasilkan pemikiran guna pembentukan nilai tambah serta tercapainya kemajuan dan kemakmuran dari pelaku industri kreatif.

2. Faktor Pendukung Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

a. Inovasi

Menurut Everett M. Roger menyatakan bahwa inovasi merupakan suatu pemikiran, praktik, dari artikel/objek yang diakui sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau kelompok. Inovasi merupakan perubahan yang diatur yang diharapkan dapat lebih mengembangkan praktek sebelumnya. Oleh karena itu, dasar dari inovasi adalah perubahan. Perubahan dapat dilakukan sebanding dengan semua level dan area yang bersangkutan. Perubahan dapat terjadi secara kebetulan maupun tidak. Namun untuk menyebut perubahan sebagai sebuah inovasi, membutuhkan dasar yang kuat yaitu kemauan, kesadaran, dan perenungan. Segala tindakan dari inovasi menghasilkan perubahan, namun perubahan tidak selalu berasal dari inovasi.²⁰

²⁰ Andi Setiawan dan Goerge Tower Ikbal, "Inovasi Pelayanan Publik di Bidang Pertanian", *PROSIDING SENASPOLHI*, Vol. 1, No. 1, 2019, 7.

Tuomi menyatakan bahwa kegiatan dasar inovasi meliputi pembaharuan dan perkembangan, inovasi sendiri merupakan faktor yang menunjang adanya perkembangan dan pembaharuan.²¹

Inovasi bisa dikatakan pengaplikasian dari kreativitas yang diperbaharui.²² Digunakan untuk melakukan perubahan dan memanfaatkan sebuah peluang. Keberhasilan inovasi biasanya memiliki konsep yang lebih spesifik seperti memiliki ciri khas, jelas, dan cermat. Tidak hanya sebuah pemikiran, melainkan melakukan aksi nyata. Hal terpenting dari inovasi merupakan pengelolaan sumber daya melalui suatu pemikiran, kemudian direalisasikan, dan dapat memberikan manfaat. Merubah nilai dari sumber daya menjadi lebih berharga.²³

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, jadi peneliti menyimpulkan bahwa inovasi adalah suatu pemikiran, praktik, dari artikel/objek yang diakui sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau kelompok dengan memanfaatkan peluang menjadi gagasan menarik yang dapat dipasarkan, hasil untuk pengembangan kreativitas menjadi sesuatu yang bernilai pembaharuan dan perkembangan, inovasi sendiri merupakan faktor yang menunjang adanya perkembangan dan pembaharuan.

Selain pengertian di atas, inovasi tidak dipisahkan dari:

²¹ A. Rusdiana, "*Kewirausahaan Teori dan Praktik*", (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 109.

²² Yunus Suryana dan Kartib Bayu, "*Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 204.

²³ *Ibid.*, 221-222.

- 1) Informasi Baru
- 2) Cara-Cara Baru
- 3) Objek baru
- 4) Teknologi Baru
- 5) Penemuan Baru.²⁴

b. Kreativitas

West menjelaskan bahwa kreativitas yaitu penyatuan informasi dari berbagai bidang dan keterlibatan untuk menyampaikan pemikiran yang baru dan lebih baik.

Menurut Zimmerer, dkk menjelaskan kreativitas adalah sebagai kemampuan untuk mengembangkan terobosan baru dan menemukan pendekatan yang lebih baik untuk melihat masalah dan menemukan celah.

Kreativitas merupakan interaksi yang diciptakan dan ditingkatkan. Ada proses yang harus dihadapi sebelum pemikiran menjadi sebuah karya. Perincian pemikiran, perencanaan, dan program kegiatan yang harus dilakukan sesuai rencana yang telah memahami suatu pemikiran. Kreativitas dapat diciptakan melalui perluasan jumlah dan berbagai kontribusi gagasan, terutama hal-hal baru. Memori dan pikiran kreatif menyebabkan munculnya

²⁴ Andi Setiawan dan Goerge Tower Ikbal, "Inovasi Pelayanan Publik di Bidang Pertanian", *PROSIDING SENASPOLHI*, Vol. 1, No. 1, 2019, 6.

pemikiran baru untuk daya cipta baru.²⁵ Dari beberapa definisi di atas peneliti menyimpulkan bahwa pengertian kreativitas adalah penciptaan pemikiran baru, perencanaan, dan kemampuan untuk mengembangkan terobosan baru dan menemukan pendekatan melalui penyatuan informasi dari berbagai bidang sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat.

Ada beberapa proses yang digunakan seseorang untuk mengembangkan kreativitas yang ada didirinya menurut James L. Adams dalam:

- 1) Mengenali Hubungan
- 2) Kembangkan Prespektif Fungsional
- 3) Gunakan Akal
- 4) Hapus Perasaan Ragu-Ragu.²⁶

3. Tujuan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Tujuan pemberdayaan ekonomi kreatif yaitu untuk upaya meningkatkan kesejahteraan dalam masyarakat dan mengatasi kemiskinan dengan menyediakan wadah edukasi dan pelatihan kebutuhan dasar bagi individu. Adanya edukasi dan pelatihan berperan penting dalam pemberdayaan guna menciptakan masyarakat yang terampil, berwawasan luas, dan mampu bertahan di era modern.²⁷

²⁵ A. Rusdiana, "*Kewirausahaan Teori dan Praktik*", (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 94-95.

²⁶ *Ibid.*, 99-100.

²⁷ Musdalipah et al., "Pemberdayaan Masyarakat Tentang Swamedikasi Melalui Edukasi Gema Cermat dengan Metode CBIA", 106.

Mendukung pembangunan dalam segala sektor misalnya ekonomi, pengembangan potensi masyarakat, dan pengoptimalan sumber daya alam. Dalam kehidupan bermasyarakat pemberdayaan dilakukan dengan menjunjung adanya rasa kebersamaan, keluarga, dan kemandirian dalam individu guna mewujudkan keselarasan dan kesetaraan sosial.²⁸

Menurut Agnes Sunartiningsih, menyebutkan proses pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan diharapkan mampu:

- a. Menganalisis situasi yang ada dilingkungan
- b. Meningkatkan kualitas hidup
- c. Mampu menciptakan kreativitas dan inovasi di era modern
- d. Meningkatkan penghasilan dan perbaikan hidup.²⁹

²⁸ *Ibid.* 35.

²⁹ Agnes Sunartiningsih, "*Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Institusi Lokal*", (Yogyakarta: Aditya Media, 2004), 140.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Sifat dan Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang mengkaji secara mendalam tentang realita yang ada di lingkungan, lokasi, dan kondisi lapangan seperti perkumpulan sosial atau pendidikan yang sedang berjalan. Topik penelitian bisa mengarah pada individu, komunitas, atau masyarakat.¹

Dalam penelitian ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengetahui kondisi sesungguhnya dari peran komunitas silatouraksi sebagai pusat edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang menggambarkan serangkaian peristiwa atau kondisi yang terjadi di lapangan dan masyarakat. Penelitian ini merupakan suatu pendekatan untuk menemukan fakta sesungguhnya, dan mengklarifikasikan informasi. Hasil dari penelitian ini lebih menitikberatkan pada

¹ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, (Medan : Wal Ashri Publishing, 2020), 56.

pemberian gambaran sebagaimana adanya gejala, peristiwa dan kondisi asli, serta memberikan penjelasan yang cukup kuat.²

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif lebih menekankan pada gambaran atau kondisi asli yang ada di lapangan. Gambaran tersebut bisa diperoleh dengan melakukan survei lapangan dan pengumpulan data kemudian ditarik kesimpulan untuk memberikan penjelasan yang cukup kuat dari penelitian. Jadi penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menjelaskan data yang informasinya diperoleh secara langsung melalui survei lapangan. Secara keseluruhan, data yang didapat berasal dari pihak pertama atau pelaku yang melaksanakan kegiatan yang diteliti, observasi dan wawancara.³

B. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang informasinya diperoleh secara langsung melalui survei lapangan. Secara keseluruhan, data yang didapat berasal dari pihak pertama atau pelaku yang melaksanakan kegiatan yang diteliti, observasi dan wawancara. Sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari lokasi penelitian,

² Raihan, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2017), 51-52.

³ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kuaalitatif, Kuantitatif, Mixed, Method, serta Research & Development*, (Jambi: PUSAKA, 2017), 94-95.

pelopor berdirinya komunitas silatouraksi, pemilik *café*, dan pengunjung yang mengikuti edukasi dan pemberdayaan di *cafe* .

Terkait penelitian ini, dalam penentuan sumber data serta teknik *sampling* yaitu menggunakan *purposive sampling*. Adapun yang dimaksud *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu yang dianggap relevan dan mewakili objek penelitian.

Kriteria-kriteria yang menjadi pertimbangan utama peneliti dalam pengambilan sumber data tersebut yakni:

- a. Laki-laki dan perempuan usia 19-40 tahun
- b. Untuk informan pelopor di ambil sampel, pelopor dengan usia tertua
- c. Anggota sampel yang menjadi informan adalah yang dianggap berkompeten serta memahami kondisi di komunitas silatouraksi.
- d. Anggota sampel dapat mewakili pengunjung pernah mengikuti kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif di komunitas silatouraksi.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sebelumnya sudah tersedia dan dilaporkan sebelum adanya penelitian ini. Dengan demikian informasi atau data berasal dari sumber lain selain

dari objek yang diteliti. Selain itu, data sekunder juga digunakan untuk mendukung data primer.⁴

Adapun sumber data sumber dalam penelitian ini berasal dari literatur seperti buku dan jurnal yang ada kaitannya komunitas, edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data mengenai masalah yang diteliti.⁵ Dalam penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan atau dialog yang dilakukan dua orang atau lebih oleh pewawancara sebagai pencari informasi dengan narasumber sebagai pemberi informasi. Selain itu wawancara digunakan untuk lebih mendalami masalah yang diteliti dan menemukan fakta-fakta lain yang terdapat di lapangan.⁶

Wawancara yang dilakukan menggunakan dua metode yaitu:

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur dilakukan peneliti sebagai teknik pengumpulan data secara terstruktur dan terencana.

Dalam melakukan wawancara jenis ini, peneliti sudah

⁴ *Ibid.*, 95.

⁵ *Ibid.*, 96.

⁶ *Ibid.*

memiliki pedoman tentang data dan informasi apa saja yang ingin ditanyakan kepada narasumber. Pedoman tersebut berupa daftar pertanyaan yang tertulis dan alternatif pertanyaan lain yang ditanyakan dari hasil jawaban narasumber. Selain itu, peneliti juga menggunakan alat bantu untuk mengumpulkan data dalam wawancara seperti ponsel, tape recorder, atau alat bantu lainnya yang dapat menunjang kelancaran proses wawancara.

b. Wawancara semistruktur

Wawancara semistruktur yaitu termasuk jenis wawancara mendalam (in depth interview) dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas jika dibanding wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, yaitu dengan meminta pendapat dan ide-ide pada pihak informan.

c. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur ini sifatnya bebas dan fleksibel. Peneliti tidak terlalu merencanakan secara sistematis tentang pertanyaan yang akan ditanyakan pada narasumber. Hal yang ingin diketahui peneliti biasanya berupa kerangka dari masalah penelitian.⁷

⁷ *Ibid.*, 140.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengabadikan kondisi lapangan yang sebenarnya. Dokumentasi bisa menunjukkan keakuratan data dan memperkuat hasil wawancara. Data hasil dokumentasi dapat dianalisis oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulan.⁸

Data dokumentasi berguna bagi peneliti karena data tersebut dapat membuktikan kebenaran aktivitas yang sudah dilakukan di lapangan. Seperti dokumentasi kegiatan yang dilakukan komunitas silatouraksi, serta bentuk kreativitas dan inovasi yang dilakukan *café* dalam melaksanakan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono meliputi, uji kredibilitas data, uji transferability, uji dependability, dan uji confirmability. Dalam penelitian ini digunakan uji kredibilitas data untuk menguji keabsahan data.

Uji Kredibilitas merupakan uji dimana peneliti mencari dan mengetahui tingkat kepercayaan terhadap data yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan

⁸ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed, Method, serta Research & Development*, (Jambi: PUSAKA, 2017), 99.

ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member check.

Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut:

1. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (informan). Untuk menguji kredibilitas data tentang “Peran Komunitas Sebagai Pusat Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif”. Data dari informan kan dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber data tersebut.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan

dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu teknik wawancara dan dokumen pendukung terhadap informan.

2. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Untuk itu dalam penyusunan laporan, peneliti menyertakan foto atau dokumen autentik sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya.⁹

E. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu tahapan yang diawali dengan proses pengumpulan data di lapangan kemudian disusun secara sistematis, memilah data, dan mengorganisasi data yang terkumpul menjadi satu tulisan, sehingga temuan tersebut dapat dipahami oleh orang lain. Tujuan dari analisis data yaitu membuat kesimpulan dari data atau informasi yang terkumpul, sehingga informasi tersebut mudah dimengerti oleh orang lain.¹⁰

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data dengan metode berfikir induktif. Setiap informasi dari lapangan yang telah terkumpul dikembangkan secara bertahap untuk memperoleh hipotesis atau kesimpulan. Dengan menggunakan metode ini, peneliti mengembangkan secara khusus fakta yang

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2015), 374-378.

¹⁰ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed, Method, serta Research & Development*, (Jambi: PUSAKA, 2017), 103-104.

terjadi di lapangan tentang peran komunitas, sebagai pusat edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif kemudian dibuat kesimpulan. Dari kesimpulan tersebut dapat dilihat apakah realitas lapangan sesuai dengan teori secara umum.

Tahap-tahapan dalam analisis data:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahapan pemeriksaan, pemilahan, dan pengklarifikasian data mentah dari lapangan menjadi lebih sederhana dan memfokuskan pada hal-hal pokok penelitian. Dalam penelitian, tahapan ini dilakukan secara berkelanjutan.

2. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data. Data tersebut disusun, diuraikan, dan ditampilkan dalam tulisan yang berbentuk teks naratif, bagan, grafik, dan tabel. Proses ini membuat data yang terkumpul lebih terstruktur sehingga memudahkan proses penarikan kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menjadi tahapan akhir dalam analisis data. Pada awalnya hasil kesimpulan masih bersifat samar-samar. Dengan demikian proses ini dilakukan secara berkesinambungan melalui pengolahan kalimat dalam penulisan, dan peninjauan ulang data-data valid yang terdapat

di lapangan sehingga dapat menghasilkan informasi yang memiliki kredibilitas dan mudah dimengerti.¹¹

¹¹ *Ibid.*, 94.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Komunitas Silatouraksi

1. Profil Komunitas Silatouraksi

a. Pengertian Silatouraksi

Silatouraksi diambil dari kata "*sila*" yang berarti kelakuan atau perbuatan menurut adab berperilaku sopan santun memiliki akhlak dan moral baik. "*Tour*" yang berarti perjalanan untuk bertamasya. "Aksi" yang berarti tindakan atau sikap. Jadi dapat diartikan silatouraksi adalah perjalanan menebar kebaikan yang dengan adab sopan santun yang berbuah tindakan. Selain itu nama silatouraksi juga diambil dari kata "silaturahmi" yang berarti mempererat tali persaudaraan. Komunitas silatouraksi merupakan komunitas yang menghimpun para pelaku ekonomi kreatif, yang memiliki *brand*, usaha, dan seseorang yang memiliki keterampilan tertentu seperti keterampilan lukis, desain, fotografi dll yang berada di Kota Metro dan sekitarnya.

Tujuan dibentuknya komunitas silatouraksi yaitu untuk mempererat tali silaturahmi antara para pelaku usaha di Kota Metro. Komunitas silatouraksi ini sebagai media pembelajaran bagi para anggotanya bahwa produk yang ada di Kota Metro sebenarnya masih jauh tertinggal dari produk luar kota. Sehingga sama-sama

belajar untuk memperbaiki kekurangan tersebut. Selain itu mengurangi kultur persaingan kurang sehat, diantara sesama pelaku usaha, dan tidak cepat puas dengan produk yang dimiliki. Menurut Dwi Setiawan menjelaskan bahwa,

*"Dibentuknya komunitas silatouraksi ini yaitu untuk saling membantu antar pelaku usaha, mengembangkan brand lokal, sehingga tidak ada brand yang lebih bagus dan tidak ada brand yang lebih jelek, semuanya sama."*¹

Berikut ini adalah beberapa *brand* atau usaha yang masuk komunitas silatouraksi:

Tabel 4.1 Anggota Komunitas Silatouraksi

NO	Nama	Jenis Usaha	Alamat
1.	Studio Djajan Metro	<i>Café</i>	21 Yosodadi Kec. Metro Timur
2.	Coffe Et Bien	<i>Café</i>	Jalan Tawes Irimgmulyo, Metro Timur
3.	Folk Coffee	<i>Café</i>	Mulyosari 16a, Metro Barat
4.	Robusta Wawai	<i>Café</i>	Batanghari, Lampung Timur
5.	Secangkir Jawa	<i>Coffee Shop</i>	Ganjaragung 14/2, Metro Barat
6.	Untukmu Dariku	Pot/vase <i>terracotta</i> , pot lukis, dan bunga	Studio Djajan Metro
7.	Notif.co	<i>Brand Kaos</i>	Online
8.	Sidesnic.co	Kaos	Iringmulyo, Metro Timur
9.	Thxdudeco	Brand Kaos	Online
10.	Sanrise.art Screen Printing	Konveksi	Batanghari 38a, Lampung Timur
11.	Gubuk Gulma	Tanaman Hias dan kaktus	Mulyojati 16b, Metro Barat

¹ Wawancara kepada Dwi Setiawan sebagai Pelopor Komunitas Silatouraksi, pada 18 Maret 2022.

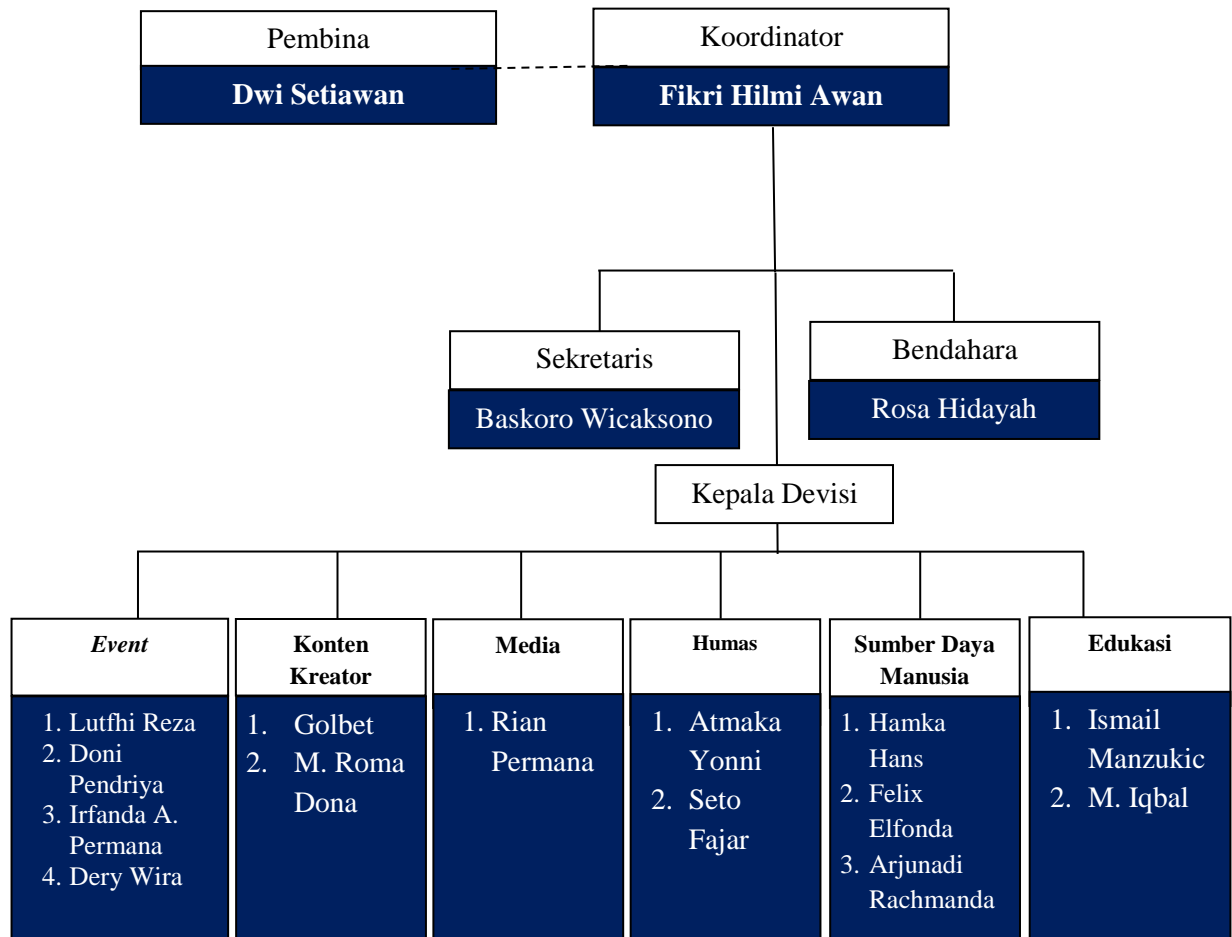
12.	Kebun Kita	Tanaman Hias	Iringmulyo, Metro Timur
13.	Papoe Bath	<i>Hampers</i> dan <i>souvenir</i>	Hadimulyo Barat, Metro Pusat
14.	Flyingfish.co	<i>Handmade</i>	Trimurjo, Lampung Tengah
15.	Saestu Studio	Studio Foto	Batanghari, Lampung Timur
16.	Nggone Rembo	Makanan (nasi tumpeng, nasi kotak, dan jajanan pasar)	Tejosari, Metro Timur
17.	Ganjika Produk	Kerajinan Tangan	Online
18.	Sisfelt Laundry	Laundry	Iringmulyo, Metro Timur
19.	Ruang Keramik Studio	Seni Keramik Kontemporer	Mulyojati 16b, Metro Barat
20.	Kekasih Cahaya	Lukis Cukil Daun	Tejoagung, Metro Timur
21.	Iky_wood	<i>Furniture</i>	Batanghari, Lampung Timur

Tabel di atas merupakan sebagian anggota dari komunitas silatouraksi.

Dalam melaksanakan kegiatan, komunitas silatouraksi membentuk struktur kepengurusan. Struktur kepengurusan merupakan pembagian tugas dan hubungan tugas yang telah ditetapkan mencapai satu ke satuan harmonis, diarahkan dan dikembangkan secara terus menerus pada suatu tujuan tertentu menuju kondisi optimal.² Berikut ini struktur kepengurusan komunitas silatouraksi.

² Nurlis, Nurlia, "Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan.", *Jurnal: Meraja*, Vol.2, No. 2, 2019, 55-54.

Bagan 4.1 Struktur Kepengurusan Komunitas Silatouraksi



b. Sejarah Komunitas Silatouraksi

Komunitas silatouraksi didirikan oleh Dwi Setiawan, Rian, Bayu, dan Doni di studio djajan metro pada bulan september 2020. Awal mula dibentuknya komunitas silatouraksi, teman-teman silatouraksi terinspirasi dari orang-orang di Pulau Jawa. Seperti di Jakarta tepatnya di gudang sarinah, terdapat *event* yang berbentuk berkumpulnya *brand* dengan aktivitas jual beli. Ada juga di Yogyakarta terdapat pasar *street*, yang menjual berbagai produk di

jalanan. Di Kota Metro sendiri berkumpulnya berbagai *brand* menjadi satu, dalam aktivitas jual beli, pemasaran, *sharing* pengalaman, saling memberi masukan antara sesama pelaku usaha belum ada. Maka dari itu tercetuslah ide membuat suatu perkumpulan yaitu komunitas silatouraksi.

Selain itu, yang melatarbelakangi dibentuknya komunitas silatouraksi sendiri yaitu banyaknya *brand* di Kota Metro yang kurang menyatu, sehingga dibentuklah komunitas silatouraksi untuk wadah berkumpul *brand* serta pelaku usaha dan saling bersilaturahmi untuk membuka rejeki masing-masing. Hal ini juga agar tidak terkesan sendiri-sendiri serta percaya diri dengan *brand* yang dimilikinya. Mengapa demikian, karena masyarakat di Kota Metro latah mengikuti yang lain, misalnya satu membuat *brand* kaos yang lain ikut membuat dengan model yang sama³.

2. Profil *Café* Komunitas Silatouraksi

a. Studio Djajan Metro

1) Profil Studio Djajan Metro

Studio Djajan Metro atau sering disingkat SDM merupakan tempat nongkrong atau *cafe* yang terletak di Jl. Sepat No. 1, Yosodadi 21 polos, Kec. Metro Timur, Kota Metro atau di Kampung Peng_angguran.

³ *Ibid.*,

Tabel 4.2 Batas Wilayah Lokasi SDM

No.	Letak	Kelurahan	Kecamatan
1.	Sebelah utara	Yosomulyo	Metro Pusat
2.	Sebelah selatan	Banjar Rejo	Batanghari
3.	Sebelah timur	Yosorejeo	Metro Timur
4.	Sebelah barat	Pekalongan	Lampung Timur

Nama Djajan sendiri diambil untuk memberi kesan sederhana, bukan mewah seperti *café-café* kebanyakan. Dengan konsep literasi dan lingkungan hidup, harapannya di sini mereka jajan ilmu juga, melalui sumber-sumber literasi buku yang disediakan. Terlebih Metro sebagai kota pendidikan, SDM mau turut berpartisipasi juga.

Selain buku, Studio Djajan Metro juga menyediakan wadah bagi pengunjung yang gemar berkebun. Dengan adanya permakultur yang dibuat menggunakan bahan organik. Pengunjung dapat melihat berbagai sayur yang subur dan juga sehat.

Usaha Studio Djajan Metro dikelola langsung oleh pemilik yaitu Pak Dwi Setiawan dan istrinya Ibu Mey, serta di bantu oleh beberapa keluarga. Pemasaran yang dilakukan yaitu melalui sosial media seperti intagram @studiodjajan_metro.

Postingan dalam instagram tersebut berisi beberapa moment pengunjung, hidangan, serta ketetapan.

Jam operasional SDM mulai dari pukul 13.00 hingga pukul 22.00 WIB. Jenis minuman yang tersedia mulai dari kopi tubruk, aneka ice milk, teh tarik, aneka minuman soda, dan kopi. Untuk makanan yang yaitu menu bakaran seperti sosis bakar, bakso bakar, cekec bakar, nasi seperti nasi bacem dan nasi tempe mie rebus, ayam geprek, nasi goreng, seblak dan lain-lain. Harga yang dibanderol juga cukup terjangkau, mulai dari Rp 2.000 hingga Rp. 25.000.

2) Sejarah Studio Djajan Metro

Studio Djajan Metro ini di prakarsai oleh Dwi Setyawan. Studio Djajan Metro merupakan sebuah tempat yang lahir pada tanggal 28 Oktober 2015 dari Napak tilas perjalanan nusantara, akhirnya berhenti pada titik Jakarta, Bogor, Bandung. Membawa semangat sumpah pemuda Studio Djajan Metro hadir dengan mengusung konsep pendidikan. Studio Djajan Metro bukan hanya tempat nongkrong namun lebih dari itu sebuah rumah untuk pulang. Ruang untuk bergerak dan ruang untuk merealisasikan ide. Karena kota tak butuh kita, namun kita yang butuh kota sebagai identitas sebagai karya yang kita sebut sebagai *brand* Lokal dengan semangat kolektif.

Pada tahun 2015 – 2016 Studio Djajan Metro sempat mengalami vakum yang kemudian kembali aktif pada Oktober 2017 dengan tujuan ingin membiasakan masyarakat kota gemar membaca. Agar pengunjung yang ingin membaca tidak harus keperpustakaan.

Mulanya pemilik tidak ingin menggunakan nama *cafe* karena nama ini kastanya dianggap terlalu tinggi yang identik dengan kaum menengah ke atas. Akhirnya pemilik tercetus nama Studio Djajan Metro, menjadi nama tempat ini. Tempat ini menawarkan suasana nongkrong selayaknya di rumah sendiri, bahan bacaan yang telah di sediakan, dan pengunjung bisa berlama-lama untuk berbincang. Hal inilah yang menjadi alasan bahwa tidak harus ada Wi-Fi gratis karena saat nongkrong atau ngopi bareng pun tak jarang masih asyik dengan gadget dan jarang ngobrol bareng.

Dulunya, SDM berlokasi di sekitar simpang kampus. Kemudian pindah lokasi tak jauh dari tempat semula, tepatnya di Jalan Selagai yang menuju ke arah belakang koramil. Pada tahun 2021 lokasi SDM pindah lagi tepatnya di Yosomulyo 21 polos atau Kampung Peng_angguran bersebelahan dengan sawah.⁴

⁴ Wawancara kepada Dwi Setiawan sebagai Pemilik Studio Djajan Metro, pada 18 Maret 2022.

b. *Coffee Et Bien*

1) Profil *Coffee Et Bien*

Coffee Et Bien merupakan kedai kopi yang terletak di Iringmulyo Jl. Tawes No. 38 dekat lapangan kampus.

Tabel 4.3 Batas Wilayah Lokasi *Coffee Et Bien*

No.	Letak	Kelurahan	Kecamatan
1.	Sebelah utara	Yosorejo	Metro Timur
2.	Sebelah selatan	Tejoagung dan Mulyojati	Metro Timur dan Metro Barat
3.	Sebelah timur	Banjarrejo	Batanghari, Lampung Timur
4.	Sebelah barat		Metro Pusat

Letaknya yang strategis di pusat kota pendidikan, membuat *coffee et bien* banyak dikunjungi pengunjung kalangan muda seperti pelajar dan mahasiswa. Nama *coffee et bien* sendiri diambil dari kata bahasa Prancis “*Bien*” yang artinya baik. Adanya *coffee et bien* diharapkan dapat memberikan kebaikan pada setiap pengunjung yang datang.

Usaha *Coffee et bien* dikelola oleh pemilik yaitu Pak Atmaka Yonni Kurniawan dan beberapa karyawan yang terbagi tugas yaitu barista dan juru masak. Pemasaran yang dilakukan yaitu melalui sosial media seperti Instagram @*coffee.et.bien*. Postingan dalam Instagram tersebut berisi beberapa moment

pengunjung, hidangan, serta estetika *café*. *Coffe et bien* memiliki beberapa fasilitas diantaranya *wi-fi* dan *ac*.

Jam operasional *Coffee Et Bien* mulai dari pukul 09.00 hingga pukul 22.00 WIB. Jenis minuman yang tersedia terdiri dari beberapa jenis yaitu *coffee cold brew*, *non coffee*, *fresh drink*, *coffee based*, dan *single origin*. Kopi di *café* tersebut lebih cenderung ke Arabica. Harga yang dibandrol untuk minuman mulai dari Rp14.000-Rp22.000. Untuk makanan yang tersedia 2 jenis *snack* dan *meals*. Menu *snack* yaitu *croissant*, *french fries*, tahu lada garam, dan *full platter*. Menu *meals* yaitu *chiken teriyaki*, *chiken mentai rice*, *chiken fried rice*, dan *katsudon*. Makanan yang disajikan lebih condong ke japanis. Harga yang dibandrol untuk makanan mulai dari Rp6.000-Rp20.000.

2) Sejarah *Coffee Et Bien*

Coffee Et Bien lahir pada tanggal 05 Januari 2020, didirikan oleh Atmaka Yonni Kurniawan. Kondisi saat itu, Pak Atmaka merupakan seorang pendatang, benar-benar baru di Kota Metro, dan hanya memiliki sedikit kerabat.

"Awal mula didirikannya café ini berdasarkan hobi yang saya miliki. Semasa saya kuliah di Yogyakarta, saya pernah bekerja menjadi barista. Menjadi barista bukan hanyalah pekerjaannya bagi saya, melainkan suatu pengalaman dan kesenangan tersendiri. Saya semakin mendalami dunia kopi, dan memiliki cita-cita untuk memiliki kedai kopi sendiri. Hal

tersebut menjadi motivasi saya, dan akhirnya berdirilah coffee et bien”⁵. ujar Pak Atmaka Yonni Kurniawan dalam wawancara.

B. Analisis Peran Komunitas Sebagai Pusat Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Anggota komunitas silatouraksi terdiri dari para pelaku ekonomi kreatif yang sudah memiliki bisnis dan bakat tertentu. Fokus silatouraksi juga untuk kesejahteraan dan meningkatkan pendapatan anggotanya. Wadah untuk para pelaku ekonomi kreatif belajar serta tumbuh dan berkembang bersama.

1. Kegiatan Edukasi dan Pemberdayaan Komunitas Silatouraksi

Awal kegiatan yang dilakukan komunitas silatouraksi dimulai dari silaturahmi antara pelaku ekonomi kreatif guna mempererat tali silaturahmi dan membuka rejeki pelaku ekonomi kreatif yang ada di Metro dan sekitarnya. Nama Silatouraksi juga diambil bukan tanpa alasan maupun tanpa makna berarti, berawal dari obrolan di suatu forum yang memiliki hobi yang sama, juga kegelisahan yang sama perihal pengenalan produk lokal.

*“Sesuai tagline, kalau Silatouraksi adalah tempat tumbuh dan berkembang bersama, maka sebisa mungkin kita bergerak bersama membangun ruang ini menjadi rumah yang nyaman untuk siapapun yang mau tumbuh dan berkembang bersama, dengan adanya silatouraksi ini juga diharapkan bisa memancing kreatifitas yang mereka impikan, pikirkan, mereka berani membangun kepercayaan diri.”*⁶, ujar Dwi Setiawan dalam wawancara.

Ketika mau mengenalkan produk, maka diperlukan silaturahmi, silaturahmi dipercaya mendekatkan rejeki. Kemudian muncullah ide

⁵ Wawancara kepada Atmaka Yoni Kurniawan sebagai pemilik *Coffee Et Bien*, pada 18 Maret 2022.

⁶ Wawancara kepada Dwi Setiawan sebagai Pelopor Komunitas Silatouraksi, pada 18 Maret 2022.

untuk melakukan *tour* dan aksi. *Tour* yang dimaksud yaitu kemanapun berlapak atau *street market*, di manapun ada *event*. Dan sebisa mungkin para pegiat melakukan aksi, seperti kegiatan bersih-bersih, edukasi, pengadaan kelas dan lain-lain. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan komunitas silatouraksi yaitu:

a. *Street Market*

Street Market merupakan pasar yang kegiatan jual belinya berada di pinggir jalan. Pada umumnya, *street market* muncul pada lahan atau jalan yang memiliki karakter sebagai pusat keramaian di suatu permukiman dan ruas jalan yang dilalui banyak pengendara.⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Dwi Setiawan sebagai pelopor berdirinya komunitas silatouraksi menjelaskan,

"Karena awal mula komunitas ini didirikan kita terinspirasi dari event yang digelar di gudang sarinah dan pasar street yang ada di Jogja, jadi kegiatan kita itu berjualan di jalanan, awalnya di gelar di Jl. Selagai pinginnya pindah lagi, pindah lagi. Sembari, kalau bahas saya dan bahasa temen-temen itu s3 marketing kita yang artinya yuk kita jualan di sini, yuk kita jualan di situ. Dengan kita berjualan di jalan kita juga mau menghidupkan kota".

Street Market yaitu kegiatan berdagang atau membuka lapak di jalanan, di mana seluruh pelaku ekonomi kreatif yang masuk dalam komunitas silatouraksi dari berbagai jenis bisnis, dan keahlian berkumpul dan untuk membuka lapak bersama. Kegiatan ini juga sebagai ajang jalan-jalan dan wisata bagi pelaku ekonomi kreatif sendiri, setelah penat dengan pekerjaannya sebagai

⁷ Suwarlan, Stivani Ayuning, et al. "Analisis Noema dan Noesis Pasar Kaget Tiban Kampung Batam, Indonesia", *Jurnal: Architecture and Urbanism Research*, Vol. 05, No. 01, Oktober 2021, 1.

wirausaha. Dalam kegiatan ini, semua pihak yang tergabung diharapkan bisa bersenang-senang, serta saling berbagi ilmu dan pengalaman.

Street Market sudah dilaksanakan diberbagai tempat atau jalan yang ada di Kota Metro diantaranya: Jl. Selagai Iringmulyo, Alas Puri Sumbersari Bantul, dan Jl. Ki Hajar Dewantara 15a Iringmulyo. Untuk menarik pengunjung datang, komunitas silatouraksi berkolaborasi dengan berbagai komunitas di Kota Metro yaitu komunitas *skateboard*, seni, *stand up comedy* untuk turut serta meramaikan kegiatan tersebut.

b. Pengadaan Kelas

Pengadaan kelas merupakan kegiatan yang dibuat komunitas silatouraksi guna membagikan ilmu serta pengalaman yang dimiliki kepada masyarakat. Kegiatan ini berupa workshop maupun *sharing session*. Narasumber dalam kegiatan ini berasal dari anggota komunitas silatouraksi sendiri, ataupun narasumber dari luar komunitas silatouraksi. Kegiatan ini dilaksanakan di *café* komunitas silatouraksi maupun di acara *street market*.

Kegiatan pengadaan kelas yang dilakukan komunitas silatouraksi juga telah beberapa kali berkolaborasi dengan komunitas maupun usaha kreatif. Salah kegiatannya yaitu komunitas silatouraksi bekerja sama dengan *macrame* Lampung berkunjung di SD Aisyiah Metro Selatan untuk memperkenalkan pembuatan *macramé* dari proses bahan sampai selesai menjadi

sebuah karya. Kegiatan ini akan berdampak baik untuk memicu kinerja otak kanan anak dalam hal kreatifitas dengan tujuan semoga anak menjadi lebih kreatif.

Adapun beberapa kegiatan pengadaan kelas yang telah dilaksanakan komunitas silatouraksi diantaranya:

- 1) Kelas kopi dengan tema “*Espresso Based*” di *café* robusta wawai
- 2) *Sharing Session* “Pengembangan UKM Kreatif di Kota Metro” di *café folk coffee*
- 3) *Workshop* ruang keramik pada acara *street market* di alas puri sumbersari
- 4) *Workshop* ukir di *café* robusta wawai
- 5) Kelas kopi di *coffee at bien*
- 6) Pembuatan keramik di *coffee et bien*

Itu tadi beberapa kegiatan pengadaan kelas yang telah dilaksanakan komunitas silatoraksi, selain kegiatan di atas tentunya masih ada kegiatan pengadaan kelas lainnya yang tidak tercatat. Selain melaksanakan kegiatan pengadaan kelas komunitas silatouraksi juga mengikuti beberapa pelatihan yang ada diselenggarakan oleh dinas ataupun komunitas lain. Pak Dwi Setiawan menjelaskan,

“Kita percaya gini, kita ini belum apa-apa ya, artinya kita tetep harus belajar ke orang. Jadi ketika ada dinas yang melakukan sebuah pelatihan kita ikut, atau sebuah komunitas yang konsen pada seni rupa, branding, bisnis kita ikut. Karena kita ngerasa

*brand kita ini juga masih butuh belajar. Misal teman yang ikut pelatihan, mereka balik lagi nanti di share bareng-bareng”.*⁸

Berdasarkan hasil wawancara bersama Pak Dwi Setiawan selaku pelopor berdirinya komunitas silatouraksi dapat disimpulkan bahwa komunitas silatouraksi tidak hanya memberikan edukasi kepada masyarakat, tetapi juga tetap terus belajar mengikuti berbagai kegiatan yang dapat menambah wawasan, mempermatang skil, dan juga dapat memperbaiki *brand* yang dimiliki. Hasilnya tidak hanya digunakan untuk pribadi, melainkan ilmu yang sudah didapat dibagikan ke anggota komunitas silatouraksi lainnya, dan masyarakat. Hal ini dijelaskan dalam dalil Allah SWT dalam Q.S Al Mujadalah ayat 11:⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ
 اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ
 وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝ ۱۱

Artinya : Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S Al Mujadalah : 11).

Dalil tersebut menerangkan bahwa betapa Allah SWT akan mengangkat derajat mereka yang selalu ingin menambah wawasan dan pengetahuan. Isyarat ini menandakan bahwa dengan pengetahuanlah manusia akan lebih mulia.

⁸ Wawancara kepada Dwi Setiawan sebagai Pemilik Studio Djajan Metro, pada 18 Maret 2022.

⁹ Departemen Agama, *Al-Quran Al Aliyy dan Terjemahannya* (Bandung: CV Diponegoro, 2000), 434.

Pada tatanan konseptual istilah pemberdayaan dapat dikaitkan dengan proses sosial dan ekonomi. Secara definisi, pemberdayaan merupakan proses penumbuhan kemampuan diri yang di dalamnya terdapat edukasi. Melalui proses pemberdayaan strata sosial rendah sekalipun bisa terangkat. Akan tetapi, dalam prakteknya proses pemberdayaan membutuhkan bantuan orang lain. Tanpa bantuan tersebut tidak mungkin proses akan dapat berjalan baik sesuai harapan.¹⁰

Kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif melalui komunitas silatouraksi merupakan suatu upaya yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan.. Partisipasi dengan sesama manusia menuntut tindakan-tindakan atau kelakuan yang mau menerima sesama manusia sebagai mana adanya. Tanggung jawab, toleransi, kerjasama, saling membantu, saling menghormati sesama orang lain, dan berbagi sikap dan kelakuan manusia yang membuat kerja sama manusia, merupakan nilai-nilai yang mendapatkan prioritas didalam proses pendidikan transformatif.

¹⁰ Mulyana, Nanang, Hani Fauziyyah, dan Risna Resnawaty. “ Pengembangan Ekonomi Lokal Jatinagor Melalui Wisata Edukasi”, *Share: Social Work Journal*, Vol. 07, No. 01, 2017, 119.

2. Kegiatan Edukasi dan Pemberdayaan di *Café* Komunitas Silatouraksi

Edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif dapat dilakukan di mana saja seperti di *cafe*. *Cafe* dapat dijadikan sebagai tempat edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif karena memiliki fungsi sosial sebagai ruang publik yang digunakan masyarakat untuk mengekspresikan pendapat dan berdiskusi mengenai berbagai hal. Banyak aktivitas dan interaksi yang dapat dilakukan di *cafe*.¹¹

a. Studio Djajan Metro

Berjalannya Studio Djajan Metro atau SDM dengan komunitas silatouraksi memiliki banyak kesamaan. Karena memang lahirnya silatouraksi di SDM jadi isu, tindakan atau perilaku sama. SDM sendiri lahir dengan pergerakan literasi, *café* yang tidak hanya dijadikan tempat nongkrong, karena SDM selalu mengkritisi pemerintah, ataupun pergerakan yang ada di Kota Metro. Silatouraksi lahir dengan bentuk yang sedikit berbeda, dengan mengangkat *brand* local.

Peran *café* ini dalam komunitas silatouraksi yaitu sebagai wadah bertemu, diskusi, *sharing*, dan kegiatan yang digelar komunitas silatouraksi. Sebelum adanya komunitas silatouraksi, SDM sendiri sudah mewadahi berbagai kegiatan edukasi, dan pelatihan yang dibuat suatu komunitas maupun dinas. SDM dikenal

¹¹ Teguh Setiandika Igiyasi, "Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang, *Jurnal Masyarakat Maritim*, Vol. 1, No. 1, Juni 2017, 21-23.

sebagai *cafenya* para seniman karena SDM sering sekali mewadahi kegiatan maupun edukasi seperti melukis, pelatihan menulis, bedah buku, dan kegiatan seni lainnya seperti teater.

Pergerakan demi pergerakan dilakukan SDM, semata-mata tidak hanya mencari keuntungan dalam usahanya. Namun dapat memberikan manfaat dan semangat edukasi untuk menghidupkan Kota. Dwi Setiawan menjelaskan,

*“Awal mula konsen SDM itu adalah edukasi, jadi jujur kita gelisah atau bingung ketika di Metro ini susah sekali menemukan temen-temen yang tau sejarah Kota Metro. Jadi kita buat tempat yang di kota-kota besar lainnya sudah tercipta. Nongkrong sambil baca buku, nongkrong sambil diskusi. Bagaimana sumbangsih kita sebagai anak muda maupun masyarakat Kota Metro, untuk berbuat untuk kotanya. Saat ini isu yang sedang kita mainkan yaitu sosial dan lingkungan. Bagaimana kita peduli terhadap lingkungan, kepedulian sosial itu seperti apa. Notabennya Metro sebagai Kota Pendidikan kenapa tidak *café* atau tempat nongkrong di Metro ini memiliki rak buku, atau lainnya.”*¹²

Di lokasi SDM saat di tepatnya di Kelurahan Yosodadi atau di kampung peng_angguran yang buka kurang dari setahun. SDM berkolaborasi dengan warga kampung peng_angguran untuk melakukan swadaya. Dalam hal ini SDM tidak hanya membantu dalam kegiatan swadaya yang dilakukan warga kampung peng_angguran. Tetapi SDM juga berperan untuk menarik masyarakat untuk mengunjungi kampung peng_angguran. Letak SDM yang berada di ujung kampung peng_angguran, ketika ada

¹² Wawancara kepada Dwi Setiawan sebagai Pemilik Studio Djajan Metro, pada 18 Maret 2022.

konsumen yang ingin nongkrong di SDM, otomatis konsumen tersebut melewati dan melihat hasil swadaya dari kampung peng_angguran seperti rumah anggur, bibit anggur, djagongan drum dan lain-lain. Sedangkan komunitas silatouraksi berperan sebagai media *branding*, untuk mempromosikan hasil swadaya tersebut.

Owner SDM merupakan seorang penggerak literasi dan lingkungan. Ia salah satu tokoh inspiratif di Kota Metro yang memiliki banyak ide kreatif dan inovatif melakukan pergerakan untuk Kota Metro. Ide-ide itu juga ia gunakan untuk menarik masyarakat untuk mengikuti kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif di *café* beliau. Salah satu kegiatan yang baru saja dilakukannya, tepatnya pada tanggal 05 desember 2021 yaitu festival ketjil tanam padi dengan tema "*Karena Masa Depan Sawah Dan Seisinya Ada Ditangan Kita*". Kegiatan tersebut merupakan kolaborasi antara SDM, komunitas silatouraksi dan kampung pen_ganguran. Semua masyarakat boleh mengikuti kegiatan tersebut mulai dari warga sipil, akademisi, praktisi, bahkan pejabat publik. Pelaku ekonomi kreatif juga ikut serta dalam membantu kegiatan tersebut, seraf berpartisipasi dengan membuka lapak dagang.

**Gambar 4.1 Festival Ketjil Tanam Padi
Silatouraksi x Studio Djajan Metro x Kampung
Peng_angguran**



Selain itu, kreativitas dan inovasi yang dilakukan SDM untuk menarik minat masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif yaitu dengan mengubah sudut nongkrong tak harus mahal dan mewah, tapi dengan kata S-T-U-D-I-O nongkrong atau *hag out* akan terkesan sederhana dan bisa dinikmati semua kalangan. *Cafe* ini menyimpan banyak keunikan dan telah mengalami berbagai transformasi, mulai dari suasana tempo dulu, segala pernik-pernik barang bekas yang usianya sudah puluhan tahun. Hingga saat ini konsep SDM ialah di alam terbuka pinggir sawah, dan hidangan ditawarkan hidangan angringan. Letaknya yang di pinggir sawah menciptakan suasana tenang bagi pengunjung, serta desain tempat duduk yang terbuat dari batang pohon ditambah adanya mural dan kata-kata motivasi yang tertulis di dinding, menambah keestetikan Studio

Djajan Metro. Hal ini dapat menarik minat pengunjung untuk datang.¹³

b. *Coffee Et Bien*

Sama halnya dengan studio djajan metro. *Coffee et bien* dalam komunitas silatouraksi sebagai wadah untuk para anggota silatouraksi diskusi, *sharing*, serta kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif yang diadakan komunitas silatouraksi. Kegiatan edukasi dan pemberdayaan yang ada di *coffee et bien* memang tidak seperti di studio djajan metro yang sering dilakukan. Namun komunitas silatouraksi pernah melaksanakan kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif seperti ngelapak bareng yang dilaksanakan pada tanggal 20 desember 2020, workshop pengetahuan tentang kopi, dan workshop ruang keramik.

Untuk menarik pengunjung untung ikut serta dalam kegiatan tersebut. Dari segi *café*, *Coffee Et Bien* memiliki kreativitas dan inovasi sendiri. Dari menu kopi, kopi yang digunakan cenderung ke jenis kopi arabika, dan makanannya lebih condong ke *Japanese*. Cara penyajian kopi menggunakan cara *manual brewing*. *Manual brewing* merupakan salah satu cara menyajikan kopi yang seduh dengan cara manual, tanpa menggunakan mesin *espresso* dan sebagainya tapi memerlukan

¹³ *Ibid.*,

kertas penyaring. Keunggulan *manual brew*, kopi yang dihasilkan lebih menghasilkan aroma dan cita rasa khas dari biji kopi itu sendiri. Rasa kopi yang dihasilkan memiliki karakter *bold* dan *oily*, lebih pekat serta kaya rasa. *Coffee et bien* juga menyediakan menu kopi tanpa ampas. *Coffee et bien* juga menyediakan kopi yang dapat dinikmati bagi penderita mag.¹⁴

Tema tempat yang diusung *coffee et bien* yaitu simple minimalis, dengan perpaduan warna monokrom yaitu putih, hitam, dan abu-abu. Terdapat banyak tanaman yang mempercantik dekorasi serta dapat menyegarkan mata pengunjung. Pengunjung yang datang dapat memilih tempat di *outdoor* dan *indoor*. Fasilitas yang ada di *coffee et bien* yaitu *wi-fi*, *ac*, toilet dan mushola.

3. Manfaat Komunitas Silatouraksi

Komunitas silatouraksi memiliki banyak dampak positif bagi para anggotanya dan masyarakat. *Branding* yang dilakukan komunitas silatouraksi membuat *brand* lokal yang ada di Metro dan sekitarnya tumbuh dan berkembang serta dikenal masyarakat. Tidak hanya bergerak dibidang ekonomi, pergerakan yang dilakukan komunitas silatouraksi juga dalam bidang sosial dan lingkungan. Hal ini merupakan dedikasi anak muda atau masyarakat Kota Metro untuk menghidupkan dan membangun kotanya.

Hadirnya komunitas silatouraksi sangat berdampak positif bagi *café*

¹⁴ Wawancara kepada Atmaka Yoni Kurniawan sebagai pemilik *Coffee Et Bien*, pada 18 Maret 2022.

studio djajan metro dan *coffee et bien*. Pemilik studio djajan metro dan *coffee et bien* merasakan setelah adanya komunitas silatouraksi, *café* tersebut semakin dikenal banyak masyarakat. Pengikut sosial media silatouraksi yang mencapai ribuan, ditambah *brand* yang masuk komunitas silatouraksi memiliki akun media sosial sendiri yang memiliki pengikut yang cukup banyak, membantu marketing *café* tersebut. Misalnya di studio djajan metro atau di *coffee et bien* mengadakan promo dan meluncurkan menu baru maka diposting di akun media sosial silatouraksi, teman-teman komunitas silatouraksi juga membantu memposting promo dan menu baru tersebut di akun pribadi ataupun akun bisnis.

Bagi studio djajan metro *branding* yang dilakukan komunitas silatouraksi juga terasa sangat bermanfaat bagi *cafenya*, saat studio djajan metro pindah lokasi di kelurahan yosomulyo. Lokasinya saat ini yang jauh dari keramaian kota dan paling pinggir bersebelahan dengan sawah. Sangat berbeda dengan *café-café* di Metro yang memilih tempat usaha di pusat Kota. Namun dengan *branding* yang dilakukan studio djajan dan dibantu teman-teman komunitas silatouraksi, masih banyak pengunjung yang berdatangan mencari lokasi baru studio djajan metro.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik *coffee et bien* yaitu Atmaka Yonni menjelaskan dampak positif setelah bergabung dengan komunitas silatouraksi,

“Coffee et bien ini benar-benar baru, dari sayanya sendiri saya pendatang baru di Kota Metro, saya hanya memiliki sedikit kerabat, dan saya masuk wadah ini yaitu silatouraksi secara tidak langsung saya banyak mendapatkan kenalan baru dan café saya ini banyak dikenal oleh anak-anak muda yang ada di Metro.”¹⁵

Dari hasil wawancara dengan Atmaka Yonni, beliau merasakan setelah bergabung dengan komunitas silatouraksi usahanya lebih tumbuh dan berkembang. Banyak ide dan masukan yang ia peroleh dan notabennya sebagai pendatang di kota Metro, yang hanya memiliki sedikit kerabat di Metro, dan belum tahu jelas kultur masyarakat di Kota Metro hal tersebut sangat bermanfaat bagi dirinya dalam menjalankan usaha.

Dari kegiatan *tour*, *street market*, dan pengadaan kelas menambah luas relasi dan wawasan pemilik *café*. Dari kegiatan tersebut terjalin komunikasi dengan orang-orang baru, dan kolaborasi dengan berbagai komunitas, tidak hanya komunitas yang ada kota metro melainkan dari luar kota. Menambah wawasan pelaku ekonomi kreatif di komunitas silatouraksi untuk meningkat kinerja, kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha.

Tidak hanya dari pelaku *café* dan anggota silatouraksi lainnya, dampak positif juga dirasakan oleh pengunjung *café* yang mengikuti kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengunjung *café* yang mengikuti kegiatan komunitas silatouraksi di studio djajan metro dan

¹⁵ Wawancara kepada Atmaka Yoni Kurniawan sebagai pemilik *Coffee Et Bien*, pada 18 Maret 2022.

coffee et bien.

“Manfaat dari mengikuti kegiatan tersebut, saya lebih paham pembuatan asbak rokok, vas bunga, piring, mangkok dan sebagainya dari tanah liat. Melalui workshop ruang keramik saya diajarkan bagaimana proses pembuatannya dari awal sampai akhir, dan dijelaskan secara rinci. Menambah pengetahuan saya, membuat saya menjadi proses pembuatan tersebut”, ujar Gita Farera sebagai pengunjung *coffee et bien*.¹⁶

Kemudian responden kedua yang peneliti wawancarai yaitu Ahmadun sebagai pengunjung *cafe studio djajan metro*, menjelaskan,

“Waktu itu saya pernah datang di event berlapak, awalnya saya diajak kolaborasi untuk ngisi acara tersebut atau jamming. Di kegiatan itu ada macam-macam usaha jadi satu ya ada kaos, kopi, tanaman, seni lukis, dan makanan. Saya tertarik dengan usaha tamanam tamanam hias yaitu kaktus dengan bentuk yang macam-macam, nama usahanya gubuk gulma. Saya ngobrol dengan ownernya, dan saya mendapat ilmu tentang cara bertanam dan merawat kaktus. Itu sangat bermanfaat sih bagi saya pribadi.”¹⁷

Dari hasil wawancara di atas, pengunjung *café* merasa puas dengan hasil edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan komunitas silatouraksi. Dalam kegiatan tersebut pengunjung *café* diberi pelatihan macam-macam pembuatan keramik dari tanah liat, dari awal hingga akhir. Selain itu dalam kegiatan berlapak atau *street market* pengunjung dapat belajar atau *sharing* dengan orang yang memang telah berpengalaman dan ahli di bidangnya. Apabila ilmu yang didapat dari pelatihan ini, terus ditekuni dan dipraktikkan dalam waktu yang berkelanjutan. Maka ini akan menjadi sumber sumber pendapatan bagi pengunjung *café*.

¹⁶ Wawancara kepada Gita Farera sebagai pengunjung *cafe*, pada 07 April 2022.

¹⁷ Wawancara kepada Ahmadun sebagai pengunjung *cafe*, pada 15 Februari 2022

Sesuai dengan tujuan komunitas, komunitas sendiri harus memiliki manfaat bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Manfaat yang dirasakan berupa meminimalisir adanya ketimpangan sosial dalam kehidupan masyarakat yang disebabkan dari dampak negatif keberagaman, pengimplementasian nilai-nilai demokrasi, yang merupakan tahap meningkatkan kesejahteraan individu dan komunitas, mendapatkan dan mengembangkan kemampuan diri, melalui hubungan timbal balik yang terjalin dengan sesama anggota dan masyarakat, dan melahirkan kenyamanan melalui keakraban yang dijalin, sehingga dapat memberikan energi positif bagi seluruh anggota

4. Tantangan dalam Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Proses edukasi dan pemberdayaan yang dilakukan komunitas harus dilaksanakan secara bertahap dan berkelanjutan. Hal ini membutuhkan partisipasi yang besar dari masing-masing individu di kelompok masyarakat yang menjadi obyek pemberdayaan. Namun, suatu pergerakan pasti akan dibarengi resiko dan tantangan yang dapat mempengaruhi prosesnya. Demikian pula dalam proses edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan komunitas silatouraksi ada berbagai tantangan yang dihadapi.

Tantangan itu berasal dari dalam dan luar komunitas. Tantangan dari luar komunitas berkaitan tentang pelaku dan pola pikir masyarakat Kota Metro. Adapun tantangan yang dimaksud yaitu:

a. Kurangnya Apresiasi dan Masukan dari Masyarakat

Masyarakat Kota Metro dinilai masih kurang dalam mengapresiasi suatu pergerakan, padahal apresiasi tersebut sama halnya dengan mendukung tumbuhnya ekonomi kreatif di Metro. Awal mula komunitas silatouraksi terbentuk, komunitas tersebut belum bisa mendapatkan respon dari masyarakat Metro sendiri, justru respons atau apresiasi sendiri didapat dari masyarakat di luar Metro, seperti beberapa kali diajak berkolaborasi di Bandar Lampung, dan pernah juga komunitas silatouraksi diajak kolaborasi dengan komunitas di Jakarta dan Bogor.

Selain itu, masyarakat Kota Metro dinilai jarang mengkritisi atau memberi saran suatu *brand* dan kegiatan yang berlangsung. Bagaimanapun juga, kritikan adalah hal penting demi kemajuan usaha dan komunitas. Ketika sedang diberi masukan atau saran, itu bisa jadi bahan evaluasi, supaya kedepannya jauh lebih baik lagi.

Untuk mendapatkan masukan dan apresiasi dari masyarakat, komunitas silatouraksi harus mengetahui dan mengikuti selera masyarakat Kota Metro, supaya arah dari inovasi dan kreativitas yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.

Mengevaluasi setiap kegiatan yang telah diselenggarakan, dan memperbaiki dikegiatan selanjutnya.¹⁸

b. Masyarakat Cenderung Mengikuti Hal Yang Mayoritas

Rasa takut akan penolakan yang membuat seseorang cenderung mengikuti arus yang telah dibentuk oleh mayoritas masyarakat daripada membentuk arus baru yang sesuai dengan diri sendiri. Sehingga apabila melihat suatu inovasi dan kreativitas yang baru tengah masyarakat masih belum bisa menerima sepenuhnya. Begitu pula dalam berbisnis. Masyarakat masih sering ikut-ikutan, misalnya ada individu yang membuat *brand* kaos dan laris dipasaran, maka ada individu lain yang membuat *brand* kaos yang berbeda tetapi bentuknya hampir sama.

Sebagai masyarakat hal yang harus kita lakukan supaya tidak mengikuti arus ikut-ikutan yaitu:

- 1) Percaya diri dengan produk yang kita hasilkan
- 2) Mempunyai prinsip dalam menjalankan kehidupan
- 3) Pikirkan dampak baik dan buruk, apabila mengikuti trend yang sedang terjadi
- 4) Jadilah diri sendiri, dan berdayakan diri untuk menjadi manusia yang bermanfaat

Selain tantangan yang berasal dari luar, ada juga tantangan yang sifatnya dari dalam komunitas tersebut yaitu:

¹⁸ Ramadhani, Fandi Akhmad, dan Abdul Rachman, "Resintensi Musik Keroncong Di Era Disrupsi Studi Kasus Pada OK Gita Puspita di Kabupaten Tegal," *Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, Vol. 01 No. 01, 2019, 48.

a. Eksistensi Komunitas

Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi. Pertama, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Kedua, eksistensi adalah sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada. Dalam dunia komunitas, eksistensi adalah tantangan bagi setiap penggiat komunitas. Dengan eksistensi komunitas dapat terus tumbuh dan berkembang tidak hanya kepada anggota komunitas, tetapi juga bagi orang lain. Menjaga eksistensi merupakan kewajiban masing-masing anggota. Dalam komunitas silatouraksi sendiri eksistensi komunitas dinilai menurun dari awal dibentuk. Faktor utama menurunnya eksistensi tersebut ialah adanya pandemic *covid-19*. Banyak kegiatan yang batal diselenggarakan. Memasuki tahun 2022, semangat berkegiatan mulai digalakan kembali. Untuk menghidupkan kembali eksistensi komunitas silatouraksi seperti awal berdiri.

Untuk menjaga eksistensi komunitas hal yang harus dilakukan ialah kreatif dalam melakukan inovasi, anggota yang kompak, solid, dan memiliki loyalitas. Rasa nyaman di dalam komunitas, serta interaksi dengan komunitas lain dengan mengikuti acara yang diselenggarakan. Selain itu hal penting yang harus dilakukan anggota komunitas yaitu menjaga kedisiplinan.¹⁹

¹⁹ Basith, Abdul, dan khoirul Anwar. Eksistensi Komunitas Melalui Budaya Organisasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 09 No. 02, 2018, 144.

b. *Star Syndrome*

Star syndrome merupakan gangguan kepribadian memiliki perasaan dirinya sempurna, mengagumkan, dan sangat terkenal meski kenyataannya tidak begitu. Dalam mengumpulkan seseorang yang memiliki pola pikir dan tindakan yang berbeda, hal tersebut terkadang sering terjadi. Tak sedikit pelaku usaha merasa cepat puas apabila produknya sudah banyak dikenal orang.

“Tantangan kita itu sebenarnya ada yang dari dalam komunitas, contohnya *star syndrome*. Jadi begini, bukannya malah mengembangkan yang disilatouraksi tetapi malah aji mumpung membuat suatu yang beda, tetapi ya produk tersebut hampir sama”, ujar Dwi Setiawan dalam wawancara.²⁰

Solusi dari *star syndrome* sendiri akan lebih efektif jika korbannya sadar diri. Maka dari itu, diperlukan sebuah *awareness* yang dapat menyadarkan seseorang itu. Solusi lainnya yaitu:²¹.

- 1) Menyadarkan diri bahwa popularitas dan ketenaran bukan suatu yang kekal.
- 2) Teima segala kritikan
- 3) Mengelola emosi
- 4) System pendukung. System pendukung di sini bersal dari orang terdekat, untuk medampingi dan menyadarkan penderita *star sindrom*.

²⁰ Wawancara kepada Dwi Setiawan sebagai pelopor komunitas silatouraki, pada 18 Maret 2022.

²¹Lesmono, Livena, Yusuf Hendra Yulianto, dan Andrian Dektisa Hagijanto, "Perencanaan Fotografi sebagai Media Penciptaan Kesadaran Pada Bahaya *Star Syndrome*", *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol 01, No. 18, 2021, 144,10.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini, dapat disimpulkan bahwa komunitas silatouraksi dibentuk sebagai wadah berkumpul *brand* serta pelaku usaha untuk saling bersilaturahmi dan membuka rejeki masing-masing. Kegiatan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif melalui komunitas silatouraksi merupakan suatu upaya yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan anggotanya maupun masyarakat. Kegiatan yang dilakukan berupa *tour* dan aksi. *Tour* yang dimaksud yaitu kemanapun berlapak atau *street market*, di manapun ada *event*. Dan sebisa mungkin para pegiat melakukan aksi, seperti kegiatan bersih-bersih, edukasi, pengadaan kelas dan lain-lain.

Cafe dapat dijadikan sebagai tempat edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif karena memiliki fungsi sosial sebagai ruang publik yang digunakan masyarakat untuk mengekspresikan pendapat dan berdiskusi mengenai berbagai hal. Banyak aktivitas dan interaksi yang dapat dilakukan di *cafe*. *Café* wilayah Metro Timur yang menjadi wadah berkegiatan komunitas silatouraksi yaitu studio djajan metro dan *coffee et bien*. Berbagai kreativitas dan inovasi dilakukan *café* dan komunitas silatouraksi untuk mengoptimalkan proses edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif guna menarik pengunjung mengikuti kegiatan tersebut. Dampak positif sangat dirasakan bagi anggota komunitas sendiri dan

masyarakat. Komunitas silatouraksi sangat membantu dalam hal *marketing*, menambah relasi dan pengetahuan anggota komunitas serta masyarakat.

Kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip pemberdayaan dan edukasi ekonomi kreatif. Akan tetapi, proses edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif yang terjadi di lapangan. Terdapat berbagai tantangan yang dihadapi, tantangan tersebut berasal dari dalam komunitas, maupun luar komunitas. Untuk menghadapi tantangan itu, komunitas silatouraksi harus bisa mengikuti selara masyarakat Kota Metro supaya arah dari inovasi dan kreativitas yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan, mengevaluasi setiap kegiatan yang telah diselenggarakan, dan memperbaiki dikegiatan selanjutnya. kompak, solid, dan memiliki loyalitas. Menciptakan rasa nyaman di dalam komunitas. Selain itu hal penting yang harus dilakukan anggota komunitas yaitu menjaga kedisiplinan

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti kemukakan di atas, maka peneliti menyarankan:

1. Bagi komunitas silatouraksi, melihat berbagai tantangan yang dihadapi komunitas silatouraksi. Perlu adanya pembehanan terutama dari dalam komunitas sendiri untuk terus menjaga eksistensi. Dalam menjaga eksistensi perlu adanya penjadwalan kegiatan yang berkelanjutan serta

semangat yang dapat ditularkan kesetiap anggota komunitas. Membuat koneksi kepada masyarakat secara langsung maupun online, di mana antara masyarakat dan komunitas mendapatkan keuntungan dan menghasilkan hubungan baik sehingga kegiatan yang digelar komunitas silatouraksi mendapatkan dukungan dan partisipasi dari masyarakat.

2. Bagi masyarakat atau pembaca, komunitas silatouraksi merupakan komunitas yang menginspirasi karena memiliki misi pergerakan serta ide-ide kreatif untuk Kota Metro. Di era modern seperti saat ini, persaingan antar sumber daya manusia semakin ketat. Wadah seperti komunitas silatouraksi dibutuhkan, untuk tumbuh dan belajar bersama. Kegiatan yang digelar komunitas silatouraksi ditujukan untuk mengembangkan *brand* lokal, dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat. Oleh karena itu, komunitas silaturaksi perlu adanya dukungan dan partisipasi dari masyarakat. Bentuk dukungan yang dapat dilakukan masyarakat yaitu dengan cara berpartisipasi, seperti dalam kegiatan *workshop* atau pelatihan yang digelar komunitas silatourkasi. Selain itu, menjadi konsumen yang memakai dan mencintai *brand* lokal. Dengan mencintai *brand* lokal sama artinya mengapresiasi setiap karya anak muda Kota Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002.
- Aryani, Dewi Isma., Aulia Wara A.P., dan Tan Indra Jandi, “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Rumah Tangga Melalui Kreativitas Pemanfaatan Kaus Bekas Dengan Teknik Tie Dye”. *Jurnal Abdimas Unwaha*. Vol. 5 No.1. April 2020.
- Aysa, Imma Rokhmatul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital: Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang”. *Jurnal : Kajian Ekonomi Syariah*. Vol. 2 No. 2. September 2020.
- Basith, Abdul, dan khoirul Anwar. Eksistensi Komunitas Melalui Budaya Organisasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 09 No. 02. 2018.
- Departemen Agama, *Al-Quran Al Aliyy dan Terjemahannya* . Bandung: CV Diponegoro, 2000.
- Faqih,Wafa Abdullah. “Strategi Pengembangan SDM Dalam Persaingan Bisnis Industri Kratif Di Era Digital”. *Adliya: Jurnal Kemanusiaan*. Vol. 13 No. 1. Juni 2019.
- Fauzi, Eka Perwitasari. “Kedai Kopi Dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern”. *Jurnal Jurnalisa*. Vol. 05 No. 1. Mei 2019.
- Harahap, Nursapia *Penelitian Kualitatif*. Medan : Wal Ashri Publishing, 2020.
- Hartomo, H., dan Arnicun Aziz. *Ilmu Sosial Dasa*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000.
- Igiasi, Teguh Setiandika. “Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*. Vol. 1 No. 1. Juni 2017.
- Inayah. “Peran Inovasi Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Jati Ukir Jepara Indah Mebel Desa Sangga Buana Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)”. Institut Agama Islam Negeri Metro. Skripsi 2020.
- Irfan, Azuar Juliandi. dkk. “Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPP”. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016.
- Kusuma, Febila Shinta. “Fungsi Komunitas Laskar Sedekah Surabaya Bagi Anggotanya”. *Jurnal Antropologi Unair*. Vol. 6 No. 3.

- Lesmono, Livena, Yusuf Hendra Yulianto, dan Andrian Dektisa Hagijanto."Perencanaan Fotografi sebagai Media Penciptaan Kesadaran Pada Bahaya *Star Syndrome*". *Jurnal DKV Adiwarna*. Vol 01 No. 18. 2021.
- Mulyana, Nanang, Hani Fauziyyah, dan Risna Resnawaty. " Pengembangan Ekonomi Lokal Jatinagor Melalui Wisata Edukasi". *Share: Social Work Journal*. Vol. 07 No. 01. 2017.
- Musdalipah. dkk. "Pemberdayaan Masyarakat Tentang Swamedikasi Melalui Edukasi Gema Cermat dengan Metode CBIA". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 2 No. 1. 2018.
- Noviyanti, Ririn. "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1". *INTAJ: Jurnal Penelitian Ilmiah*. Vol. 1 No. 1. Febuari 2017.
- Nurlis, Nurlia. "Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan". *Jurnal: Meraja*, Vol.2 No. 2. 2019.
- Pahlevi, Andreas Syah. dkk. *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*. Semarang: CV. Oxy Consultant, 2018.
- Rachmatie, Atie. *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Raihan. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2017.
- Ramadhani, Fandi Akhmad, dan Abdul Rachman. "Resistensi Musik Keroncong Di Era Disrupsi Studi Kasus Pada OK Gita Puspita di Kabupaten Tegal." *Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, Vol. 01 No. 01. 2019.
- Ramli, Ar Royyan. dkk. *Ekonomi Desa (Analisa Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa)*. Banda Aceh: Natural Aceh, 2018.
- Rangkuty, Dewi Mahrani., Mesra B, dan Aldi Agustino. "Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Edukasi Konsep Ekonomi Kreatif Industri Rumah Tangga di Kecamatan Binjai Kota". *Jurnal Pasca Dharma Pengabdian Masyarakat*. Vol. 1 No. 2. 2020.
- Riadi, Teguh. "Peran Komunitas Fotografi Pekanbaru (KFP) Dalam Mempromosikan Pariwisata Riau". Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi 2020.
- Ruben, Brend D., dan Lea. P Sterwart. *Komunikasi dan Perilaku manusia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Rusdiana, A. "Kewirausahaan Teori dan Praktik". Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.

- Samsu. *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed, Method, serta Research & Development*. Jambi: PUSAKA, 2017.
- Setiawan, Andi dan Goerge Tower Ikbal. "Inovasi Pelayanan Publik di Bidang Pertanian". *PROSIDING SENASPOLHI*. Vol. 1 No. 1. 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suryana, Yunus dan Kartib Bayu. "*Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*". Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Suryo, Hening "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Kemandirian Masyarakat". *Jurnal Transformasi*. Vol. 1 No. 29. 2017.
- Susanti, Endang, dan Nur Kholisoh. "Kontruksi Makna Kualitas Hidup Sehat (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersand di Jakarta)". *LUGAS Jurnal Komunikasi*. Vol. 2 No. 1. Juni 2018.
- Sunartiningsih, Agnes "*Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Institusi Lokal*". Yogyakarta: Aditya Media, 2004.
- Suwarlan, Stivani Ayuning, et al. "Analisis Noema dan Noesis Pasar Kaget Tiban Kampung Batam, Indonesia". *Jurnal: Architecture and Urbanism Research*. Vol. 05 No. 01. Oktober 2021.
- Wahyono, Eko. "Komunikasi Kelompok: Studi Dialog Komunitas dalam Pengembangan Masyarakat di Perkotaan". *Nyimak: Journal of Communication*. Vol. 2 No.2. Agustus 2018.
- Yunus, Mahmud "Ekonomi Kreatif, Konsep Ekonomi Baru Penggerak Mahasiswa Menjadi Wirausaha Kreatif, *Seminar Nasional Keindonesiaan lv*. 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 3465/In.28.1/J/TL.00/11/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Muhammad Ryan Fahlevi (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **PUTRI DILA WATI**
NPM : 1804040080
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN
PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS DI
KOMUNITAS CAFE SILATOURAKSI METRO TIMUR)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 04 November 2021

Kata Jurusan
Ekonomi Syariah



Dharmasetyawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005

OUTLINE

PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (Studi Kasus Di Komunitas *Cafe Silatouraksi* Metro Timur)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR BAGAN

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Komunitas
 - 1. Pengertian Komunitas
 - 2. Peran dan Tujuan Komunitas
 - 3. Karakteristik Komunitas
 - 4. Hambatan dalam Komunitas

- B. Edukasi
 - 1. Pengertian Edukasi
 - 2. Pendidikan Transformatif
 - 3. Fungsi Edukasi
- C. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif
 - 1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Kreatif
 - 2. Faktor Pendukung Pemberdayaan Ekonomi Kreatif
 - 3. Tujuan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Sifat dan Jenis Penelitian
- B. Sumber Data Penelitian
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Komunitas Silatouraksi
 - 1. Profil Komunitas Silatouraksi
 - 2. Profil *Café* Komunitas Silatouraksi
- B. Analisis Peran Komunitas Sebagai Pusat Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif
 - 1. Kegiatan Edukasi dan Pemberdayaan Komunitas Silatouraksi
 - 2. Kegiatan Edukasi dan Pemberdayaan di *Café* Komunitas Silatouraksi
 - 3. Manfaat Komunitas Silatouraksi
 - 4. Tantangan dalam Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,

Dosen pembimbing

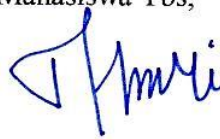


M. RYAN FAHLEVI, S.E., M.M

NIP: 199208292019031007

Metro, 30 Januari 2022

Mahasiswa Ybs,



Putri Dila Wati

NPM: 1804040080

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (Studi Kasus Di Komunitas *Cafe* Silatouraksi Metro Timur)

A. Wawancara (*Interview*)

1. Wawancara Dengan Pelopor Komunitas Silatouraksi.

- a. Apa yang melatarbelakangi dibentuknya komunitas silatouraksi?
- b. Kapan terbentuknya komunitas silatouraksi?
- c. Apa tujuan dibentuknya komunitas silatouraksi ?
- d. Apa saja kegiatan yang dilakukan komunitas silatouraksi?
- e. Bagaimana edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan di komunitas silatouraksi ?
- f. Bagaimana tanggapan masyarakat tentang *event* yang digelar komunitas silatouraksi?
- g. Tantangan apa saja yang dihadapi komunitas silatouraksi dalam melakukan edukasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif ?
- h. Bagaimana dampak adanya komunitas silatouraksi bagi anggota dan masyarakat?

2. Wawancara Dengan Pemilik Cafe

- a. Bagaimana sejarah berdirinya *cafe*?
- b. Mengapa anda memilih gabung dengan komunitas silatouraksi?
- c. Bagaimana dampak *cafe* anda sebelum dan sesudah mengikuti komunitas silatouraksi?
- d. Bagaimana peran *cafe* dalam kegiatan dalam komunitas silatouraksi sendiri?
- e. Kegiatan apa yang digelar komunitas silatouraksi di *cafe* anda?
- f. Bagaimana kreativitas dan inovasi yang dilakukan agar dapat

menarik pengunjung?

3. Wawancara Dengan Pengunjung

- a. Bagaimana pendapat anda tentang komunitas silatouraksi?
- b. Bagaimana awal mula anda mengikuti kegiatan yang digelar komunitas silatouraksi
- c. Mengapa anda tertarik mengikuti kegiatan yang digelar komunitas silatouraksi?
- d. Apa manfaat setelah mengikuti kegiatan komunitas silatouraksi?

B. Dokumentasi

1. Dokumentasi kegiatan wawancara dengan pelopor komunitas silatouraksi, pemilik *cafe*, dan pengunjung.
2. Dokumentasi kegiatan yang dilakukan komunitas silatouraksi
3. Dokumentasi kreativitas dan inovasi *cafe*.

Mengetahui,

Dosen pembimbing



M. RYAN FAHLEVI, S.E., M.M

NIP: 199208292019031007

Metro, 30 Januari 2022

Mahasiswa Ybs,



Putri Dila Wati

NPM: 1804040080



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0889/In.28/D.1/TL.00/03/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PEMILIK CAFE KOMUNITAS
SILATOURAKSI
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0890/In.28/D.1/TL.01/03/2022,
tanggal 24 Maret 2022 atas nama saudara:

Nama : **PUTRI DILA WATI**
NPM : 1804040080
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di CAFE KOMUNITAS SILATOURAKSI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS DI KOMUNITAS CAFE SILATOURAKSI METRO TIMUR)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Maret 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0890/In.28/D.1/TL.01/03/2022

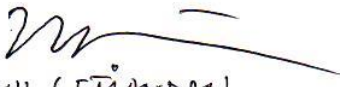
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **PUTRI DILA WATI**
NPM : 1804040080
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di CAFE KOMUNITAS SILATOURAKSI, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERAN KOMUNITAS SEBAGAI PUSAT EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS DI KOMUNITAS CAFE SILATOURAKSI METRO TIMUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


RWI SETIAWAN

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 24 Maret 2022

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-365/ln.28/S/U.1/OT.01/04/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Putri Dila Wati
NPM : 1804040080
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804040080

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 20 April 2022
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iainmetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **PUTRI DILA WATI** Fakultas/Jurusan : **Ekonomi dan
Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)**
NPM : **1804040080** Semester/TA : **VII/2021**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29/21 /07	<ul style="list-style-type: none">- Pendalaman LBM- Perbaiki tujuan dan manfaat penelitian.- Penelitian RELEVAN- tambahkan dari - jurnal terbaru, Di buat TABEL	

Dosen Pembimbing,

M. Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,

Putri Dila Wati
NPM. 1804040080



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iainmetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **PUTRI DILA WATI**

Fakultas/Jurusan : **Ekonomi dan**

Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : **1804040080**

Semester/TA : **VII/2021**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	09/21 08	Landasan TEORI 1. PERAN komunitas 2. INOVASI 3. KREATIVITAS 4. Pemberdayaan - Ekonomi KREATIF	

Dosen Pembimbing,

M. Ryan Fahlevi, M.M

NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,

Putri Dila Wati

NPM. 1804040080



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iainmetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : PUTRI DILA WATI Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1804040080 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	02 / 21 / 09	- LBra tambahkan dampak berkurangnya Partisipasi - Oleh karena itu ... (tambahkan teori : Inovasi / Kreativitas / Komunitas)	

Dosen Pembimbing,

M. Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,

Putri Dila Wati
NPM. 1804040080



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iainmetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : PUTRI DILA WATI


Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan

Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)

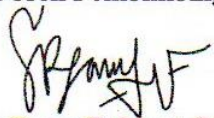
NPM

: 1804040080

Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	16 / 21 / 09	acc seminar proposal	

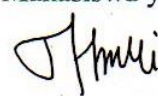
Dosen Pembimbing,



M. Ryan Fahlevi, M.M

NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,



Putri Dila Wati

NPM. 1804040080



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **PUTRI DILA WATI** Fakultas/Jurusan : **Ekonomi dan
Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)**
NPM : **1804040080** Semester/TA : **VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Dura 11/4/2022	<ul style="list-style-type: none">- Pendalaman Bab IV & V- Tambahkan metode/cara pemecahan / solusi untuk setiap tantangan yang menjadi kelemahan untuk mendukung perannya komunitas dan pemberdayaan.- Tambahkan cara yg mendapatkan dukungan & partisipasi dengan masyarakat.	

Dosen Pembimbing

M. Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,

Putri Dila Wati
NPM. 1804040080



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **PUTRI DILA WATI**

Fakultas/Jurusan : **Ekonomi dan**

Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM

: **1804040080**

Semester/TA : **VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<p>- Validasi - Isi Bab IV - V - APD & online.</p> <p>- Validasi</p> <p>- Isi Bab I - V</p> <p>- Langkah kekurangan dalam penelitian - penyesuaian teknik penulisan skripsi</p> <p>- Bawa Formulir 1 lagi untuk lembar ACC Seminar Mungasjab.</p>	

Dosen Pembimbing,

M. Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 196208292019031007

Mahasiswa ybs,

Putri Dila Wati
NPM. 1804040080



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : **PUTRI DILA WATI**

Fakultas/Jurusan : **Ekonomi dan**

Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : **1804040080**

Semester/TA : **VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin 12/11/22	validasi Analisis Pembahasan Bab <u>IV</u> Pemanfaatan Kemampuan & Saran bab IV Acc Seminar Manajemen ditengkapi seluruh syarat administrasi	 

Dosen Pembimbing

M. Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,

Putri Dila Wati
NPM. 1804040080



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Putri Dila Wati
NPM : 1804040080
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Peran Komunitas Sebagai Pusat Edukasi Dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Di Komunitas Cafe Silatouraksi Metro Timur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 15%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 18 Mei 2022
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005

DOKUMENTASI HASIL PENELITIAN

A. Foto Wawancara



Wawancara dengan Pak Dwi Setiawan Sebagai Pelopor Komunitas Silatouraski dan Pemilik Studio Djajan Metro



Wawancara dengan Pak Atmaka Yonni Kurniawan Sebagai Pemilik *Coffee Et Bien*



Wawancara dengan Ahmadun Sebagai Pengunjung Studio Djajan Metro



Wawancara dengan Gita Farera Sebagai Pengunjung *Coffee Et Bien*

B. Komunitas Silatouraksi

1. *Street Market*







2. Pengadaan Kelas



Workshop Ukir



Sharing Session dengan Tema “Pengembangan UKM Kreatif di Kota Metro”

C. Studio Djajan Metro

1. *View* Studio Djajan Metro









2. Edukasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di SDM



Pelatihan Melukis



Sosialisasi Ekonomi Kreatif Oleh Disporarar



Bedah Buku dan Pelatihan Menulis

D. *Coffee Et Bien*

1. *View Coffee Et Bien*





2. Kegiatan Edukasi dan Pemberdayaan di *Coffee Et Bien*



Workshop Ruang Keramik

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Putri Dila Wati. Lahir di Kota Metro, 18 Mei 2000. Merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Mardani dan Ibu Purwati.

Peneliti memulai Pendidikan di TK Dharma Wanita Rawajitu Timur lulus pada tahun 2006. Kemudian penulis menyelesaikan pendidikan formalnya di SD N 5 Metro Selatan, lulus pada tahun 2012. Setelah lulus melanjutkan pendidikan ke jenjang pertama (SMP) di SMP N 5 Metro, lulus pada tahun 2015. Kemudian dilanjutkan ke jenjang atas (SMA) di SMA N 2 Metro dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan Jurusan Ekonomi Syariah.