

Implikasi Malang Creative Center (MCC) Sebagai Laboratorium Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat

Rossy Sandra Deanova¹, Kalla Martien Luther², David Kasidi³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Waskita Dharma Malang

¹Email: rossysandradeanova@gmail.com

Received: May 20, 2025

Revised: June 14, 2025

Accepted: August 21, 2025

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana implikasi atau dampak Malang Creative Center (MCC) dalam pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat. Hal ini meliputi dampak dari segi sosial dan ekonomi organisasi ekonomi kreatif khususnya LINKSOS (Lingkaran Sosial) yang memiliki visi dan misi mengembangkan ekonomi kreatif melalui teman-teman disabilitas, dan juga menganalisis hambatan yang dihadapi oleh Malang Creative Center (MCC) dalam misi pemberdayaan ekonomi kreatif di Kota Malang. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan analisis data yang dilakukan dengan cara reduksi yaitu dilakukannya pengerucutan data dari hasil wawancara, menyederhanakan kata dan informasi yang diperoleh dari narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya dampak yang ditimbulkan oleh Malang Creative Center (MCC) dalam membangun ekonomi kreatif, mulai dari penyediaan fasilitas untuk para organisasi ekonomi kreatif dalam mengadakan kegiatan seperti *workshop*, seminar sampai aktivitas komersial. Adapun hambatan yang dihadapi oleh Malang Creative Center (MCC) adalah tidak adanya anggaran (perawatan) yang mengakibatkan sering terbengkalainya ruangan serta alat pendukung berlangsungnya kegiatan para pelaku ekonomi kreatif. Penelitian ini menunjukkan bagaimana pentingnya tempat publik yang digunakan untuk kepentingan bersama dalam hal pengembangan suatu sektor ekonomi. Dan juga pentingnya suatu anggaran yang pasti untuk biaya perawatan jangka panjang guna mendukung berlangsungnya pemberdayaan ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Implikasi Malang Creative Center, Pemberdayaan Ekonomi, Ekonomi Kreatif

Implications of Malang Creative Center (MCC) as a Community Creative Economic Empowerment Laboratory

Abstract

This study was conducted with the aim of finding out the implications or impacts of the Malang CreativeCenter (MCC) in empowering the creative economy of the community. This includes the impacts in terms of social and economic aspects of creative economy organizations, especially LINKSOS (Social Circle) which has a vision and mission to develop the creative economy through friends with disabilities, and also analyze the obstacles faced by the Malang Creative Center (MCC) in its mission to empower the creative economy in Malang City. This study is a descriptive qualitative study. Data collection techniques use observation, interview and documentation techniques. And data analysis is carried out by means of reduction, namely narrowing down data from interview results, simplifying words and information obtained from sources. The results of this study indicate the impact caused by the Malang Creative Center (MCC) in building the creative economy, starting from

providing facilities for creative economy organizations in holding activities such as workshops, seminars to commercial activities. The obstacles faced by the Malang Creative Center (MCC) are the lack of a budget (maintenance) which results in the room and supporting equipment for the activities of creative economy actors being neglected. This study shows how important public spaces used for the common good are in terms of developing an economic sector. And also, the importance of a definite budget for long-term maintenance costs to support the ongoing empowerment of the creative economy.

Keywords: *Implication Malang Creative Center, Economic Empowerment, Creative Economy*

PENDAHULUAN

Istilah Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan pada tahun 2001 oleh John Howkins. Sejak 1997, Howkins telah menyadari perubahan ekonomi dan industri berdasarkan kreativitas masyarakat. Ekonomi Kreatif adalah ide baru untuk sistem ekonomi yang memandang informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi terpenting (Sari, 2018). Industri kreatif adalah salah satu konsep terpenting dalam memperkuat ekonomi masyarakat. Sektor Industri Rumah (MSME), yang dilakukan oleh individu dan Bum Desa, berhasil di bidang industri kreatif (Hasan, 2018). Ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat strategis tidak hanya dalam konteks pembangunan ekonomi, tetapi juga dalam memperkuat citra dan identitas Bangsa Indonesia di kancah internasional. Melalui berbagai produk dan karya kreatif yang dihasilkan, Indonesia mampu menunjukkan kekayaan budaya, inovasi, dan keunikan khas bangsa kepada dunia, sehingga dapat meningkatkan reputasi dan daya saing negara di tingkat global. Produk-produk ekonomi kreatif yang menampilkan ciri khas lokal dan nilai budaya yang mendalam menjadi salah satu media yang efektif untuk memperkenalkan identitas nasional sekaligus menarik perhatian pasar internasional.

Di sisi lain, dalam konteks domestik, ekonomi kreatif juga berperan penting dalam memperkuat kohesi sosial dan meningkatkan toleransi antar berbagai kelompok masyarakat. Dengan mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi kreatif, terutama di tingkat lokal, sektor ini dapat menjadi sarana pemberdayaan yang efektif untuk mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi yang ada. Melalui program-program pengembangan ekonomi kreatif yang inklusif, masyarakat dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi memiliki kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka secara mandiri. Pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan individu atau kelompok, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan mempererat solidaritas antar warga. Dengan demikian, ekonomi kreatif tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menciptakan masyarakat yang lebih harmonis, adil, dan berdaya saing (Amsari et al., 2023).

Salah satu ruang lingkup ekonomi kreatif menurut Riswanto et al. (2023) pada bukunya yang berjudul *Ekonomi Kreatif : Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* adalah adanya pusat kreativitas dan pelatihan yang berfokus pada pengembangan kreativitas dan bakat, dan merupakan kehadiran pusat kreativitas dan pelatihan yang menyediakan lingkungan untuk praktik, pembelajaran, dan kolaborasi. Tidak hanya sumber daya manusia adalah elemen penting dalam pengembangan industri kreatif, tetapi lokasi dan fasilitas yang akan menjadi akomodasi untuk semua proses manajemen kreatif sangat penting.

Satu dari sekian banyak pusat fasilitas yang mendukung terjadinya proses ekonomi kreatif di Indonesia adalah gedung Malang Creative Center (MCC) yang berada di Jalan Ahmad Yani 53, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Dikutip dari laman resminya, Malang Creative Center (MCC) adalah sebuah pusat kegiatan yang secara khusus didedikasikan untuk mendukung para pelaku yang aktif bergerak di berbagai bidang industri kreatif. MCC hadir sebagai wadah yang berperan penting dalam pemberdayaan dan pengembangan sumber daya manusia, terutama mereka yang terlibat dalam sektor-sektor ekonomi kreatif di wilayah Malang. Untuk mencapai tujuan tersebut, MCC menyediakan

berbagai fasilitas penunjang yang lengkap dan memadai, sehingga dapat membantu para pelaku industri kreatif dalam meningkatkan kualitas, produktivitas, dan daya saing mereka.

Selain itu, MCC memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang merata di seluruh sektor ekonomi kreatif yang tergabung dalam 17 subsektor ekonomi kreatif yang diakui secara nasional. Dengan berbagai program dan kegiatan yang difokuskan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan inovasi, serta fasilitasi jaringan dan kolaborasi antar pelaku kreatif, MCC menjadi motor penggerak yang penting bagi perkembangan industri kreatif di daerah tersebut. Melalui dukungan yang diberikan oleh MCC, diharapkan setiap sub-sektor dalam ekonomi kreatif dapat tumbuh secara seimbang dan berkelanjutan, sehingga berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi lokal maupun nasional. Dengan demikian, Malang Creative Center tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpulnya para pelaku ekonomi kreatif, tetapi juga sebagai institusi yang menginisiasi berbagai inisiatif untuk memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Malang dan sekitarnya.

Dalam sejarahnya, konsep ekonomi kreatif meningkat eksistensinya sejak John Howkins menulis buku dengan judul *Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. Dalam buku ini Howkins mengatakan ekonomi kreatif adalah kegiatan yang mana input outputnya berwujud gagasan. Dengan demikian dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif lebih tinggi. Adapun konsep ekonomi yang diutamakan oleh Toffler (1970) secara keseluruhan, Toffler mengklasifikasikan perkembangan peradaban manusia ke dalam tiga gelombang ekonomi yang berbeda, yang mencerminkan perubahan fundamental dalam cara manusia mengelola sumber daya dan menjalankan kegiatan ekonomi. Pergeseran paradigma ini tidak terjadi secara terpisah, melainkan selalu terkait dengan transformasi berskala global yang mempengaruhi pola produksi, konsumsi, dan interaksi sosial. Pada awalnya, pembangunan ekonomi dunia sangat bergantung pada sektor pertanian, di mana sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani dan mengandalkan hasil bumi sebagai sumber utama penghidupan. Kemudian, dengan munculnya revolusi industri, fokus pembangunan bergeser ke sektor industri yang ditandai dengan produksi massal dan perkembangan teknologi manufaktur. Setelah era industri, dunia memasuki gelombang ketiga yaitu sektor informasi, di mana pengetahuan dan teknologi informasi menjadi kekuatan utama dalam perekonomian global (Hasan, 2018).

Saat ini, kita berada di era gelombang keempat yang ditandai oleh kemajuan pesat sektor ekonomi kreatif. Perkembangan ekonomi kreatif ini tidak hanya mencakup produk dan jasa berbasis kreativitas, inovasi, dan ide-ide baru, tetapi juga menuntut pengelolaan yang cermat agar dapat bersaing di tingkat global serta memberikan dampak positif bagi kehidupan sosial masyarakat. Keberhasilan sektor ini dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial sangat bergantung pada kemampuan suatu bangsa dalam mengelola sumber daya manusianya secara efektif. Oleh karena itu, dalam menghadapi gelombang ekonomi baru ini, dibutuhkan inovasi yang berkelanjutan dan kreativitas yang tinggi dari masyarakat sebagai pelaku utama ekonomi kreatif. Kualitas sumber daya manusia, termasuk kemampuan berpikir kritis, beradaptasi dengan perubahan, dan menghasilkan karya-karya orisinal, menjadi faktor kunci untuk memastikan bahwa ekonomi kreatif dapat tumbuh dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan nasional serta meningkatkan daya saing bangsa di kancah internasional.

Penelitian ini akan difokuskan pada dampak dan hambatan sebuah gedung atau fasilitas dalam proses pengembangan ekonomi kreatif di Kota Malang yang melibatkan beberapa sektor seperti Pemerintah Kota Malang, pelaku ekonomi kreatif, organisasi sosial dan para *stakeholder*, dengan lokasi penelitian pada gedung Malang Creative Center (MCC). Maka dari itu tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Malang Creative Center melakukan perannya sebagai tempat pemberdayaan manusia sekaligus pemberdayaan ekonomi dalam meningkat ekonomi masyarakat serta menambah eksistensi ekonomi kreatif di Kota Malang.

TEORI

Konsep “pemberdayaan” berasal dari kata dasar “daya” yang memiliki makna kekuatan atau kemampuan. Istilah ini merupakan terjemahan dari bahasa Inggris, yaitu “*empowerment*”. Secara lebih mendalam, pemberdayaan mengandung arti proses atau upaya untuk memberikan kekuatan, kemampuan, atau kapasitas kepada kelompok masyarakat yang dianggap lemah atau kurang memiliki kemampuan untuk mandiri. Kelompok ini biasanya mengalami keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka secara mandiri. Pemberdayaan bertujuan agar kelompok tersebut dapat meningkatkan kualitas hidupnya secara mandiri, terutama dalam aspek-aspek penting yang menjadi kebutuhan pokok sehari-hari. Kebutuhan pokok ini meliputi berbagai hal fundamental seperti pangan (makanan), sandang (pakaian), papan (tempat tinggal atau rumah), serta akses terhadap pendidikan dan pelayanan kesehatan. Dengan pemberdayaan, diharapkan kelompok masyarakat yang sebelumnya bergantung pada bantuan luar atau mengalami keterbatasan dapat memperoleh kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk mengelola kehidupannya secara mandiri, sehingga mampu memperbaiki kondisi sosial dan ekonominya secara berkelanjutan. Proses ini tidak hanya memberikan kekuatan secara fisik atau material, tetapi juga membangun kepercayaan diri, pengetahuan, serta keterampilan yang diperlukan agar mereka bisa mengambil keputusan dan mengendalikan kehidupannya sendiri (Habib, 2021). Adapun menurut Merriam Webster dalam *Oxford English Dictionary* dalam Maryani & Nainggolan (2020) mengemukakan pemberdayaan dalam 2 (dua arti yaitu, (1) *To give ability or enable to*, yang diterjemahkan sebagai memberi kemampuan atau cakap untuk melakukan sesuatu; (2) *To give power of authority to*, yang berarti memberi kewenangan/kekuasaan.

Pemberdayaan ekonomi merupakan suatu proses atau upaya yang bertujuan untuk menggerakkan dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat guna meningkatkan potensi ekonomi mereka. Melalui pemberdayaan ini, diharapkan produktivitas masyarakat dapat meningkat secara signifikan sehingga sumber daya alam yang ada di lingkungan sekitar dapat dikelola dengan lebih efisien dan efektif. Peningkatan produktivitas tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan hasil yang diperoleh dari sumber daya alam, tetapi juga mampu menciptakan nilai tambah ekonomi yang lebih tinggi. Dengan kata lain, pemberdayaan ekonomi berfokus pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola sumber daya mereka secara berkelanjutan, sehingga mereka tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tetapi juga dapat secara rutin menghasilkan produk atau jasa yang memiliki nilai ekonomi. Hal ini secara bertahap akan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan sekitar, serta membangun kemandirian ekonomi yang lebih kuat dalam jangka panjang. Melalui proses pemberdayaan ekonomi ini, masyarakat diharapkan dapat menjadi pelaku utama dalam pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan merata (Rabbani et al., 2021).

Konsep ekonomi kreatif adalah konsep yang didasarkan pada kemampuan dan keterampilan manusia. Hal ini sesuai dengan pernyataan-pernyataan menurut Toffler (1970) dalam Handayani (2022) yang mengklasifikasikan perkembangan peradaban manusia ke dalam tiga gelombang ekonomi yang mencerminkan perubahan mendasar dalam cara masyarakat mengorganisasi kegiatan ekonomi mereka. Pergeseran paradigma dalam pembangunan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari perubahan yang berlangsung pada tingkat global, yang secara signifikan mempengaruhi pola dan arah pembangunan di berbagai negara. Transformasi besar ini terlihat dari perpindahan fokus pembangunan ekonomi yang semula berpusat pada sektor pertanian, kemudian beralih ke sektor industri, dilanjutkan ke sektor informasi, dan kini memasuki era baru yang menitikberatkan pada ekonomi kreatif.

Perkembangan ekonomi kreatif menjadi sangat penting bagi sebuah bangsa karena mampu menciptakan daya saing yang kuat sekaligus memberikan dampak sosial yang luas apabila pengelolaannya dilakukan secara tepat dan efektif. Dengan demikian, keberhasilan sektor ekonomi kreatif tidak hanya dilihat dari aspek ekonomi semata, melainkan juga dari bagaimana sektor ini dapat memengaruhi kehidupan sosial masyarakat secara positif. Bangkitnya gelombang ekonomi baru ini menuntut masyarakat untuk terus berinovasi dan meningkatkan kreativitasnya sebagai respons

terhadap tantangan dan peluang yang ada. Oleh karena itu, kualitas sumber daya manusia menjadi aspek krusial, mengingat mereka merupakan pelaku utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Tidak cukup hanya memiliki kemampuan teknis, pelaku ekonomi kreatif juga harus mampu mengelola dan memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan mereka secara optimal. Kondisi ini mengharuskan konsep ekonomi kreatif untuk diselaraskan dengan kapasitas inovasi dan kreativitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal yang dimiliki. Dengan demikian, penerapan ekonomi kreatif harus mempertimbangkan keunikan dan karakteristik lokal agar hasilnya tidak hanya relevan, tetapi juga memberikan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan. Pendekatan yang berbasis pada pengembangan potensi lokal dan kreativitas masyarakat ini akan memastikan bahwa ekonomi kreatif dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan nasional dan peningkatan kesejahteraan sosial secara luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang berfokus dan bergantung pada prinsip umum yang menjadi dasar wujud suatu gejala kehidupan manusia, atau juga pola yang dianalisa dari indikasi sosial budaya melalui budaya masyarakat tersebut guna mendapat representasi mengenai contoh yang berlangsung. Menurut Creswell (2014) pada bukunya yang berjudul *Research Design*, penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk menggali, memahami, dan mengembangkan makna yang dimiliki oleh individu atau kelompok tertentu, khususnya yang berkaitan dengan masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam pelaksanaannya, penelitian kualitatif melibatkan berbagai tahapan, mulai dari merumuskan pertanyaan penelitian serta menetapkan prosedur yang akan digunakan, hingga mengumpulkan data secara khusus dari para partisipan yang relevan dengan topik yang diteliti. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara induktif, yakni dari hal-hal yang bersifat khusus menuju pada pemahaman yang lebih umum, dengan tujuan untuk menafsirkan makna yang terkandung dalam data tersebut.

Salah satu ciri khas penelitian kualitatif adalah fleksibilitas struktur atau kerangka dalam penyusunan laporan akhir, yang memungkinkan peneliti menyesuaikan dengan konteks dan hasil penelitian. Selain itu, partisipan dalam penelitian ini diharapkan mampu menerapkan cara pandang yang bersifat induktif, di mana fokus utama terletak pada pemahaman makna secara individual serta penguraian kompleksitas masalah yang sedang dihadapi. Dengan demikian, penelitian kualitatif menekankan pentingnya interpretasi mendalam terhadap pengalaman dan perspektif partisipan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti (Rukhmana et al., 2022). Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan mengenai implikasi Malang Creative Center sebagai laboratorium pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat. Data yang diperoleh akan disajikan dengan bentuk deskripsi agar lebih mudah dimengerti dan juga peneliti menyajikan data dalam bentuk dokumentasi/foto guna memperjelas hasil akhir dari penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, informan adalah manager pemasaran dan kerja sama MCC serta pelaku ekonomi kreatif Kota Malang. Peneliti telah berhasil mengumpulkan informasi yang diperlukan dari informan tersebut. Berikut adalah profil informan yang terlibat dalam penelitian ini

Tabel 1. Profil Informan

No	Nama	Jabatan
1	Frishanti Yuan	Manager Pemasaran dan Kerja Sama MCC
2	Ken Kerta	Founder Organisasi Lingkas Sosial

Tabel 2. List Pertanyaan

No	Pertanyaan
1	Bagaimana dampak yang diciptakan Malang Creative Center (MCC) dalam upaya melakukan pemberdayaan ekonomi kreatif?
2	Apa saja hambatan yang dihadapi Malang Creative Center (MCC) dalam upaya pemberdayaan ekonomi kreatif?

Pembahasan

Seperti yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti telah menemukan data dari hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi tentang Implikasi Malang Creative Center (MCC) sebagai Laboratorium Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat. Selanjutnya peneliti akan menyajikan uraian pembahasan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Peneliti juga menemukan temuan yang ada di lapangan dengan teori-teori yang telah terkemuka. Dalam sub bab ini peneliti mendeskripsikan secara rinci hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

a. Dampak Malang Creative Center (MCC)

Hasil Penelitian terkait dampak Malang Creative Center (MCC) sebagai laboratorium pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat menunjukkan bahwa memiliki dampak yang baik kepada para pelaku ekonomi kreatif. Penelitian ini berfokus pada bagaimana implikasi atau dampak dibangunnya gedung Malang Creative Center untuk pertumbuhan ekonomi Kota Malang. Seperti menurut John Howkins pada bukunya yang berjudul *The Creative Economy* dalam Lestari et al. (2024) mengatakan bahwa fasilitas atau lingkungan fisik seperti studio film, laboratorium desain dan pusat digital adalah hal yang sangat vital agar ide dapat diwujudkan menjadi produk ekonomi yang bernilai jual. Howkins juga mengatakan bahwa ketersediaan ruang dan alat adalah katalis dalam transisi dari gagasan menjadi komoditas, yang bisa diartikan bahwa fasilitas fisik bisa mengambil peran penting dalam hal mempercepat atau mempermudah proses perubahan ide dan gagasan menjadi produk yang bernilai ekonomi (bisa dijual atau dipasarkan).

Sama seperti penelitian yang dikemukakan oleh Nugroho & Nurcahyo (2023) dengan judul “Ruang Kreatif sebagai Media Interaksi dan Ekspresi untuk Mendukung Pelestarian Budaya dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Kelurahan Gunung Kentur Pakualaman Yogyakarta”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya ruang kreatif sebagai media interaksi dan ekspresi guna mendukung berkembangnya ekonomi kreatif dan pariwisata.

Malang Creative Center yang baru berdiri dan beroperasi pada tahun 2022 berhasil menjadi tempat terselenggaranya 13.958 kegiatan terhitung sampai saat ini. Ada 17 subsektor ekonomi kreatif yang berjalan di sana seperti fotografi, arsitektur, fashion, kriya, kuliner, pertunjukan, televisi dan radio serta masih banyak lagi. Dampak yang ditimbulkan MCC terhadap pelaku ekonomi kreatif seperti salah satunya LINKSOS (Lingkaran Sosial) yang mana adalah pusat pemberdayaan disabilitas dalam bidang kesehatan, ekonomi, pendidikan seni hingga hukum. Beberapa dampak MCC kepada organisasi linksos mulai dari kemudahan dalam melakukan kegiatan organisasi seperti workshop, seminar, pertemuan rutin hingga aktivitas komersial. Juga dengan adanya MCC ini berhasil mendatangkan *income* (pendapatan) dalam organisasi seperti saat diadakannya pelatihan-pelatihan yang mana kegiatan tersebut terdapat pendaftaran yang berbayar. Serta peningkatan reputasi organisasi yang timbul di masyarakat karena MCC juga bagian dari pemerintah Kota Malang alhasil masyarakat menilainya sebagai organisasi yang terpercaya.

Salah satu kegiatan LINKSOS yang memanfaatkan fasilitas MCC adalah pelatihan kader posyandu disabilitas.

Salah satu kegiatan LINKSOS yang diselenggarakan di gedung MCC adalah pelatihan kader posyandu disabilitas yang meliputi pelatihan, presentasi materi dan interaksi peserta dengan pemateri. Sekitar 60 peserta berasal dari kader posyandu, guru pendamping khusus, tenaga kesehatan puskesmas, dan penggiat komunitas disabilitas dari berbagai daerah seperti Kecamatan Lawang, Kecamatan Pakisaji, Kota Malang dan Kota Batu. Tujuan dan manfaat program ini adalah meningkatkan kemampuan kader dalam memberikan pelayanan posyandu disabilitas yang terstruktur, sensitive kebutuhan khusus, dan berbasis psikologi, mengembangkan model pelayanan yang mendekatkan terapi asesmen, dan edukasi ke masyarakat, menguatkan jaringan lintas sector untuk menciptakan sistem dukungan inklusi dan berkelanjutan.



Gambar 1. Pelatihan Kader Posyandu Disabilitas oleh LINKSOS

b. Hambatan Malang *Creative Center* (MCC) dalam Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan temuan penelitian mengenai hambatan yang dialami oleh pihak Malang *Creative Center* (MCC) yaitu masalah anggaran dalam hal perawatan jangka panjang. Jika terjadi kerusakan alat pendukung seperti proyektor, lcd, papan tulis, sound system dan alat pendukung lainnya tidak ada kepastian untuk melakukan perbaikan saat itu juga. Disamping tidak adanya biaya untuk melakukan penyewaan ruangan juga karena tidak adanya anggaran yang dikhususkan untuk perawatan jadi sering kali beberapa alat atau ruangan yang sudah tidak layak pakai di biarkan begitu saja. Meskipun saat proses *check-in* atau *check out* yang mana pihak MCC selalu meminta identitas penyewa untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan tetapi tetap saja jika terjadi kerusakan mereka pun tidak bisa mengganti secara maksimal dengan besarnya kerusakan yang terjadi. Dan pada saat seperti itu pihak MCC hanya bisa menunggu anggaran *maintenance* dari pemerintah untuk bisa memulai proses perbaikan.

Seperti menurut Lestari et al. (2024) yang mengemukakan bahwa tantangan dalam penerapan ekonomi kreatif salah satunya adalah keterbatasan akses modal dan pembiayaan. Banyak pelaku ekonomi kreatif di komunitas lokal yang kesulitan untuk mendapatkan akses ke pembiayaan yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk dan layanan. Hal ini sering kali menghambat potensi pengembangan ekonomi kreatif karena berdampak pada kekurangan infrastruktur, semua ini menghasilkan *output* yaitu terhambatnya pengembangan ekonomi kreatif.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai implikasi Malang Creative Center (MCC) sebagai laboratorium pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

Pertama, dampak adanya Malang Creative Center (MCC) sangat membantu organisasi penggiat ekonomi kreatif mulai dari menyediakan *space* (tempat) untuk melakukan kegiatan seperti pelatihan, workshop, seminar, sampai kegiatan komersial yang tidak dipungut biaya. Hal ini dapat membantu para organisasi untuk memaksimalkan visi dan misi nya tanpa harus mempermasalahakan uang untuk penyewaan gedung.

Kedua, adanya hambatan mengenai anggaran untuk *maintenance* (perawatan) untuk peralatan yang mendukung berlangsungnya ekonomi kreatif. Malang Creative Center (MCC) tidak mempunyai biaya khusus yang diperuntukkan guna perawatan jangka panjang fasilitas mulai dari perawatan gedung, perbaikan lcd dan monitor, perbaikan bangku dan meja serta masih banyak lagi. Hal ini mengakibatkan beberapa fasilitas tidak bisa digunakan sebagaimana mestinya dan berakhir dibiarkan begitu saja sehingga berakibat kurang maksimal dalam penggunaan fasilitasnya.

Penelitian ini tidak terlepas dari sejumlah keterbatasan. Keterbatasan utama terletak pada jumlah responden yang masih relatif terbatas serta lingkup wilayah penelitian yang sempit, sehingga temuan penelitian ini belum dapat digeneralisasi secara luas untuk menggambarkan kondisi pada populasi yang lebih besar. Selain itu, keterbatasan waktu dan sumber daya menyebabkan peneliti hanya dapat mengkaji variabel-variabel tertentu yang dianggap paling relevan, sementara faktor-faktor lain yang kemungkinan turut mempengaruhi hasil penelitian belum dapat dieksplorasi secara mendalam. Instrumen penelitian yang digunakan juga masih memiliki keterbatasan dalam mengukur beberapa aspek secara komprehensif, sehingga hasil yang diperoleh lebih bersifat indikatif daripada konklusif. Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan keragaman responden, melibatkan wilayah penelitian yang lebih luas, serta mempertimbangkan penggunaan metode campuran (*mixed methods*) agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih holistik. Selain itu, perlu adanya pengembangan instrumen penelitian yang lebih valid dan reliabel untuk mengukur variabel-variabel secara lebih akurat. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, diharapkan penelitian lanjutan dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif, generalisable, dan bermanfaat baik untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun sebagai dasar dalam perumusan kebijakan dan praktik di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amsari, S., Sy, S. E., & Windu Anggara, M. E. (2023). *Ekonomi Kreatif*. umsu press.
- Creswell, J. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.).
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla*, 1(2), 106–134. Diakses pada 20 Februari 2025 dari <https://media.neliti.com/media/publications/349377-kajian-teoritis-pemberdayaan-masyarakat-f7a434de.pdf>
- Handayani, D. (2022). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Memajukan Usaha Madu Rumahan Di Kampung Madu Pangandaran. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 171–176. Diakses pada 10 Mei 2025 dari <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika/article/view/180/142>.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.180>

- Hasan, M. (2018). Pembinaan ekonomi kreatif dalam perspektif pendidikan ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81–86. Diakses pada 14 Februari 2025 dari <https://eprints.unm.ac.id/28401/1/Pembinaan%20Ekonomi%20Kreatif%20dalam%20Perspektif%20Pendidikan%20Ekonomi.pdf>. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>
- Lestari, R. P., & Nisa, F. L. (2024). Ekonomi Kreatif dan Pembangunan Ekonomi: Sebuah Tinjauan Literatur tentang Peran dan Kontribusi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 385–390. Diakses pada 11 Mei 2025 dari <https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jemba/article/view/61/52>
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. E. (2020). *Pemberdayaan masyarakat*. Deepublish.
- Nugroho, M. D., & Nurcahyo, M. (2023). Ruang Kreatif sebagai Media Interaksi dan Ekspresi untuk Mendukung Pelestarian Budaya dan PemberdayaEkonomi Kreatif di Kelurahan Gunungketur Pakualaman Yogyakarta. *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan Dan Perancangan Desain Interior*, 11(1), 1–9. <https://doi.org/10.24821/lintas.v11i1.9416>
- Rabbani, G., Muzzammil, F., Rojiati, U., & Kurniawan, A. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Melalui Program Kelompok Mingguan (PKKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Al-Mu'awanah*, 2(1), 30–42. Diakses pada 27 April 2025 dari <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ajpm/article/view/8902>
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., Dassir, M., & Hikmah, A. N. (2023). *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rukhmana, T., Darwis, D., IP, S., Alatas, A. R., Tarigan, W. J., Mufidah, Z. R., Arifin, M., Cahyadi, N., & ST, S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. CV Rey Media Grafika.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51–60. Diakses pada 23 April 2025 dari <https://mail.online-journal.unja.ac.id/JSSH/article/view/5281>. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1>