

## EKONOMI KREATIF DALAM PEMANFAATAN BUAH HANJELIN SEBAGAI SOUVENIR LOKAL DI BAHO FARM

Anugerah Gita Pratami Harefa<sup>1</sup>, Demetrius Wau<sup>2</sup>, Fedius Ndruru<sup>3</sup>, Fransiskus Gaurifa<sup>4</sup>,  
Imelda Putri Halawa<sup>5</sup>, Kristina Giawa<sup>6</sup>, Kurbanus Finowaa<sup>7</sup>, Linglen Bertha Dachi<sup>8</sup>,  
Merri Anna Kristin Laia<sup>9</sup>, Yurli Bohalima<sup>10</sup>

Universitas Nias Raya

### Abstract

*This study examines the potential of the creative economy in utilizing Hanjelin fruit (Coix lachryma-jobi L.) as a local souvenir at Baho Farm, Nias. Baho Farm, as a nature-based tourism and outbound destination, has significant opportunities to develop derivative products from local resources in order to enhance economic value and tourist attraction. Hanjelin fruit, which grows abundantly in Nias, possesses unique characteristics but has not yet been optimally utilized as a creative economic product. The objectives of this study are to identify the potential of Hanjelin as a raw material for souvenir products, analyze relevant production and marketing processes, and evaluate the impact of developing Hanjelin-based souvenirs on the local economy and the sustainability of tourism at Baho Farm. The research employs a qualitative approach using a case study method, involving in-depth interviews with Baho Farm managers, local artisans, and visitors, as well as participatory observation. The findings of this study are expected to provide strategic recommendations for Baho Farm and related stakeholders in developing Hanjelin into competitive, innovative, and sustainable souvenir products, while simultaneously strengthening the local cultural identity of Nias through the creative economy.*

**Keywords:** Creative Economy; Hanjelin Fruit (Coix lachryma-jobi L.); Local Souvenirs

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji potensi ekonomi kreatif dalam pemanfaatan buah Hanjelin (Coix lachryma-jobi L.) sebagai souvenir lokal di Baho Farm, Nias. Baho Farm, sebagai objek wisata alam dan outbound, memiliki peluang besar untuk mengembangkan produk turunan dari sumber daya lokal guna meningkatkan nilai ekonomi dan daya tarik wisata. Buah Hanjelin, yang banyak tumbuh di Nias, memiliki karakteristik unik dan belum dimanfaatkan secara optimal sebagai produk ekonomi kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi Hanjelin sebagai bahan baku souvenir, menganalisis proses produksi dan pemasaran yang relevan, serta mengevaluasi dampak pengembangan souvenir Hanjelin terhadap perekonomian lokal dan keberlanjutan pariwisata di Baho Farm. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus,



Copyright (c) 2025. Anugerah Gita Pratami Harefa, Demetrius Wau, Fedius Ndruru, Fransiskus Gaurifa, Imelda Putri Halawa, Kristina Giawa, Kurbanus Finowaa, Linglen Bertha Dachi, Merri Anna Kristin Laia, Yurli Bohalima. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

wawancara mendalam dengan pengelola Baho Farm, pengrajin lokal, dan pengunjung, serta observasi partisipatif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Baho Farm dan pemangku kepentingan terkait dalam mengembangkan Hanjelin sebagai produk souvenir yang berdaya saing, inovatif, dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat identitas budaya lokal Nias melalui ekonomi kreatif.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Kreatif; Buah Hanjelin; Souvenir Lokal*

## A. Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi suatu daerah. Di Indonesia, pariwisata tidak hanya berfokus pada keindahan alam dan budaya, tetapi juga semakin berkembang ke arah pariwisata berbasis pengalaman dan ekonomi kreatif (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023). Ekonomi kreatif, yang didefinisikan (2001), menjadi motor penggerak diversifikasi produk wisata dan peningkatan daya saing destinasi. Konsep ini sejalan dengan upaya pemerintah untuk mendorong pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan, di mana masyarakat sebagai penciptaan nilai tambah ekonomi melalui kreativitas, inovasi, dan kekayaan intelektual, Masyarakat dapat berperan aktif dalam mengelola sumber daya yang ada di sekitarnya agar dapat menghasilkan suatu produk yang baru dan terinovasi serta memiliki nilai jual.

Pulau Nias, dengan kekayaan alam dan budayanya yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mengembangkan

sektor pariwisatanya. Baho Farm, sebagai salah satu objek wisata alam dan outbond yang ada di Nias, yang menawarkan pengalaman unik bagi setiap pengunjung. Namun, pengembangan produk souvenir lokal yang khas Nias masih perlu digali lebih dalam. Kebanyakan souvenir yang tersedia di pasaran seringkali merupakan produk generik yang kurang merepresentasikan identitas lokal khas Nias. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam menciptakan produk souvenir yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai cerita dan kearifan lokal. Hal ini penting untuk menciptakan kenangan yang kuat bagi wisatawan, sekaligus memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat sekitar.

Salah satu sumber daya alam yang melimpah dan memiliki potensi belum tergarap optimal di Nias adalah buah Hanjelin (*Coix lachryma-jobi* L.), Tanaman ini merupakan sejenis sereal yang bijinya sering digunakan dalam pengobatan tradisional melalui kepercayaan leluhur dan sering juga digunakan sebagai perhiasan pada zaman dahulu. Namun, di Nias, pemanfaatannya sebagai komoditas



ekonomi kreatif, khususnya souvenir, masih sangat terbatas. Bentuk biji Hanjelin yang unik, keras, dan tahan lama menjadikannya kandidat ideal sebagai bahan baku untuk berbagai produk kerajinan tangan. Pemanfaatan Hanjelin sebagai souvenir dapat menjadi alternatif yang inovatif, ramah lingkungan, dan berkelanjutan, sejalan dengan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang semakin diarusutamakan secara global (UNWTO, 2021).

**Gambar. 1 Pesert Pengabdian Kepada Masyarakat**



Pengembangan ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal seperti Hanjelin di Baho Farm dapat memberikan berbagai manfaat. Pertama, diversifikasi produk wisata Baho Farm akan meningkatkan daya tarik dan spending wisatawan. Kedua, pemberdayaan masyarakat lokal melalui pelatihan dan

keterlibatan dalam proses produksi akan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan (Cohen & Levinson, 2018). Ketiga, pemanfaatan Hanjelin akan mempromosikan kearifan lokal dan memperkenalkan kekayaan botani Nias kepada wisatawan. Keempat, inisiatif ini dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan dengan memanfaatkan bahan baku alami yang terbarukan.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas tentang potensi ekonomi kreatif dalam pariwisata (Richards & Wilson, 2007; Santosa & Pramana, 2020), namun studi spesifik mengenai pemanfaatan buah Hanjelin sebagai souvenir lokal di destinasi wisata tertentu masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana buah Hanjelin dapat diintegrasikan ke dalam ekosistem ekonomi kreatif Baho Farm.

Tantangan dalam pengembangan souvenir Hanjelin meliputi identifikasi desain yang menarik dan fungsional, standarisasi kualitas produk, strategi pemasaran yang efektif, serta kapasitas sumber daya manusia lokal dalam pengolahan dan produksi. Tanpa perencanaan yang matang, potensi ini mungkin tidak akan terealisasi secara maksimal. Oleh karena itu, penting untuk



melakukan analisis komprehensif mulai dari potensi bahan baku hingga strategi pemasarannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi potensi buah Hanjelin sebagai bahan baku utama dalam pembuatan souvenir lokal yang unik dan memiliki nilai jual di Baho Farm.
2. Menganalisis tahapan proses produksi, mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, hingga menjadi produk souvenir yang siap dipasarkan.
3. Merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan dan memasarkan souvenir Hanjelin kepada target pasar di Baho Farm dan lebih luas.
4. Mengevaluasi dampak potensial dari pengembangan souvenir Hanjelin terhadap perekonomian lokal, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan Baho Farm sebagai destinasi wisata.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan ekonomi kreatif di Nias, khususnya di Baho Farm, serta menjadi studi kasus yang relevan bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis sumber daya lokal di destinasi lain.

## B. Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus di Baho Farm, Nias. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam fenomena ekonomi kreatif dalam pemanfaatan buah Hanjelin dari perspektif partisipan (Creswell, 2014). Studi kasus cocok untuk meneliti fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, khususnya dalam konteks Baho Farm sebagai objek wisata yang spesifik.

1. Lokasi Penelitian: Penelitian akan dilaksanakan di Baho Farm, Nias, Sumatera Utara. Baho Farm dipilih karena merupakan objek wisata dengan fokus pada kegiatan alam dan outbond, serta memiliki potensi ketersediaan buah Hanjelin di sekitarnya atau melalui jaringan lokal.
2. Sumber Data: Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder.

Data Primer diperoleh melalui:

- a. Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Dilakukan dengan informan kunci (key informants) yang meliputi:
  - 1) Pengelola/Pemilik Baho Farm: Untuk memahami visi, misi, dan potensi pengembangan produk lokal di Baho Farm.
  - 2) Masyarakat lokal/petani Hanjelin: Untuk menggali informasi mengenai ketersediaan, budidaya, dan pengetahuan lokal tentang Hanjelin.





- 3) Pengrajin lokal (jika ada, atau yang berpotensi dilibatkan): Untuk memahami keterampilan, tantangan, dan peluang dalam proses produksi kerajinan tangan.
  - 4) Pengunjung Baho Farm: Untuk mendapatkan perspektif mengenai minat terhadap souvenir lokal dan preferensi produk.
  - b. Observasi Partisipatif: Peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap lingkungan Baho Farm, ketersediaan Hanjelin, serta proses produksi kerajinan (jika sudah ada atau dalam skala kecil) untuk memahami konteks secara holistik. Observasi juga mencakup pengamatan terhadap interaksi pengunjung dengan produk souvenir yang ada.
  - c. Diskusi Kelompok Terfokus (Focus Group Discussion/FGD): Dilakukan dengan perwakilan masyarakat lokal, pengelola, dan pihak terkait untuk menjaring ide-ide kreatif dan *feedback* mengenai konsep souvenir Hanjelin.
- Data Sekunder: Diperoleh dari dokumen-dokumen relevan seperti:
- a. Profil Baho Farm dan data pengunjung.
  - b. Literatur tentang ekonomi kreatif, pariwisata berkelanjutan, dan pemanfaatan bahan baku lokal.
  - c. Jurnal ilmiah dan laporan penelitian terkait Hanjelin.
  3. Teknik Pengumpulan Data: Wawancara akan dilakukan dengan pedoman wawancara semi-terstruktur untuk memungkinkan fleksibilitas dan eksplorasi lebih lanjut. Observasi akan dicatat dalam bentuk catatan lapangan, foto, dan video. Data sekunder akan dikumpulkan melalui studi literatur dan dokumentasi.
  4. Teknik Analisis Data: Data kualitatif akan dianalisis menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006). Langkah-langkah analisis meliputi:
    - a. Transkripsi Data: Mengubah rekaman wawancara dan catatan lapangan menjadi teks.
    - b. Koding: Mengidentifikasi tema-tema, kategori, dan pola-pola yang muncul dari data.
    - c. Pengelompokan Tema: Mengorganisir kode-kode ke dalam tema-tema yang lebih besar dan bermakna sesuai dengan tujuan penelitian (potensi Hanjelin, proses produksi, strategi pemasaran, dampak).
    - d. Interpretasi: Menjelaskan dan menginterpretasikan hubungan antar tema serta mengaitkannya dengan kerangka teori ekonomi kreatif dan pariwisata.
    - e. Verifikasi (Triangulasi): Menggunakan triangulasi sumber data (wawancara, observasi, dokumen) untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian.



5. Jadwal Penelitian: Penelitian ini direncanakan selama 3-4 bulan, meliputi persiapan, pengumpulan data di lapangan, analisis data, hingga penyusunan laporan akhir.

### C. Hasil Kegiatan Dan Pembahasan

#### 1. Potensi Buah Hanjelin sebagai Bahan Baku Souvenir Lokal

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam, buah Hanjelin (*Coix lachryma-jobi* L.) memiliki potensi signifikan sebagai bahan baku souvenir lokal di Baho Farm. Tanaman Hanjelin ditemukan cukup melimpah di sekitar wilayah Nias, termasuk area di sekitar Baho Farm, baik yang tumbuh liar maupun dibudidayakan dalam skala kecil oleh masyarakat untuk keperluan pengobatan tradisional. Ini menunjukkan ketersediaan bahan baku yang berkelanjutan jika dikelola dengan baik.

Karakteristik fisik biji Hanjelin sangat mendukung untuk dijadikan bahan kerajinan. Bijinya memiliki bentuk yang unik dan bervariasi, mulai dari bulat, oval, hingga agak pipih, dengan ukuran yang relatif beragam namun tetap menunjukkan keunikan alami. Warna biji yang alami, umumnya cokelat mudal, putih, hitam hingga abu-abu gelap, memberikan kesan natural dan *rustic* yang sangat cocok untuk souvenir bernuansa alam. Selain itu, tekstur bijinya yang keras dan permukaannya yang halus membuatnya tahan terhadap benturan ringan dan tidak

mudah rusak, menjamin durabilitas produk souvenir. Keunggulan lain adalah daya tahannya terhadap hama dan kelembaban setelah proses pengeringan yang tepat, menjadikannya bahan yang awet.

Wawancara dengan pimpinan Baho Farm mengungkapkan bahwa Hanjelin secara turun-temurun dikenal namun pemanfaatannya yang masih terbatas. Pengetahuan ini menjadi modal awal untuk pengumpulan dan pengolahan awal buah hanjelin. Dari sisi identitas lokal Hanjelin merupakan tanaman endemik Nias, namun pemanfaatannya yang belum masif sebagai produk kreatif memberikan peluang untuk menciptakan asosiasi kuat dengan Nias, khususnya Baho Farm, melalui inovasi produk. Ini sejalan dengan konsep *placemaking* di mana produk lokal dapat merepresentasikan identitas suatu tempat (Florida, 2002).

Minat pengunjung Baho Farm terhadap souvenir lokal juga tinggi. Dalam wawancara dengan beberapa pengunjung, mereka menyatakan mencari souvenir yang unik, otentik, dan merepresentasikan pengalaman di Nias. Souvenir Hanjelin, dengan narasi tentang keberadaan tanaman di lingkungan Baho Farm dan proses pembuatan oleh masyarakat lokal, dapat memenuhi ekspektasi ini. Konsep "dari kebun langsung ke tangan Anda" dapat menjadi nilai jual yang kuat, menciptakan kenangan yang lebih



personal dan mendalam bagi wisatawan (Pine & Gilmore, 1999).

## 2. Proses Produksi Souvenir Hanjelin

Proses produksi souvenir Hanjelin melibatkan beberapa tahapan kunci, dari pengadaan bahan baku hingga finishing.

a. Pengadaan Bahan Baku: Biji Hanjelin dapat diperoleh dari kebun-kebun masyarakat sekitar atau area liar yang teridentifikasi di dekat Baho Farm. Penting untuk membangun kemitraan yang adil dengan masyarakat lokal/petani untuk memastikan pasokan yang stabil dan berkelanjutan. Kualitas biji perlu diperhatikan, memilih biji yang matang sempurna dan tidak cacat.

### b. Pemrosesan Awal:

1) Pembersihan: Biji Hanjelin yang baru dipanen perlu dibersihkan dari sisa-sisa kulit ari dan kotoran.

2) Pengeringan: Proses pengeringan adalah tahap krusial untuk mencegah jamur dan memastikan biji awet. Pengeringan dapat dilakukan secara alami di bawah sinar matahari atau menggunakan alat pengering sederhana. Wawancara menunjukkan bahwa pengeringan yang baik dapat memakan waktu 1-2 minggu tergantung cuaca.

3) Penyortiran: Biji disortir berdasarkan ukuran dan bentuk untuk keseragaman produk. Biji yang rusak atau cacat dipisahkan.

c. Desain dan Kerajinan: Tahap ini adalah inti dari ekonomi kreatif. Berbagai ide

desain muncul dari FGD dan wawancara:

- 1) Perhiasan: Kalung, gelang, anting-anting dari biji Hanjelin yang dirangkai dengan benang tradisional atau bahan lain.
- 2) Gantungan Kunci: Kombinasi biji Hanjelin dengan ukiran kayu kecil khas Nias atau lambang Baho Farm.
- 3) Dekorasi Rumah Tangga: Tatakan gelas, hiasan dinding, atau *wind chimes* yang memanfaatkan karakteristik suara unik dari biji.

d. Finishing: Produk yang telah selesai dibuat perlu melalui tahap *finishing* seperti pemolesan ringan (opsional untuk kilau alami), pelapisan dengan pernis non-toksik untuk perlindungan tambahan, atau pemasangan label kemasan yang informatif dan menarik.

Dari analisis proses produksi, terlihat bahwa sebagian besar tahapan dapat dilakukan secara manual oleh masyarakat lokal dengan pelatihan yang minim, menjadikannya proyek yang memberdayakan. Tantangan utama terletak pada konsistensi kualitas dan kreativitas desain.

## 3. Strategi Pemasaran Souvenir Hanjelin

Strategi pemasaran souvenir Hanjelin harus berfokus pada keunikan produk, narasi lokal, dan pengalaman wisatawan.

### a. Branding dan Storytelling:



1) Membangun merek "Hanjelin Nias: Karya Baho Farm" yang mencerminkan asal dan kualitas.

2) Mengembangkan cerita di balik produk: "Dari tanah Nias, buah Hanjelin kami sulap menjadi kenang-kenangan yang abadi, membawa pulang semangat Baho Farm." Ini dapat dicetak pada label produk atau brosur.

3) Menekankan aspek keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat sebagai nilai tambah.

*b. Saluran Pemasaran:*

1) Gerai Souvenir di Baho Farm: Menjadi saluran utama penjualan. Penataan toko yang menarik dengan *display* produk yang estetik dan informatif.

2) Kemitraan: Menjalin kerjasama dengan hotel, *resort*, atau toko souvenir lain di Nias untuk distribusi yang lebih luas.

*c. Promosi:*

1) Mengadakan demonstrasi pembuatan souvenir Hanjelin di Baho Farm, memungkinkan wisatawan untuk terlibat langsung dan meningkatkan apresiasi terhadap produk.

2) Strategi ini berfokus pada menciptakan nilai lebih dari sekadar produk, yaitu pengalaman dan koneksi emosional dengan Nias.

4. Dampak Potensial Pengembangan Souvenir Hanjelin

Pengembangan souvenir Hanjelin memiliki potensi dampak positif yang signifikan pada berbagai aspek:

*a. Perekonomian Lokal:*

1) Peningkatan Pendapatan Masyarakat: Petani Hanjelin akan memiliki pasar baru untuk hasil panen mereka. Pengrajin lokal akan mendapatkan penghasilan dari penjualan produk. Wawancara dengan masyarakat menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap potensi sumber pendapatan baru ini.

2) Penciptaan Lapangan Kerja: Proses produksi dan pemasaran akan membutuhkan tenaga kerja, dari pengumpul biji, pengolah, pengrajin, hingga tenaga penjualan. Ini dapat mengurangi angka pengangguran di sekitar Baho Farm.

3) Diversifikasi Ekonomi: Masyarakat tidak hanya bergantung pada sektor pertanian konvensional atau pariwisata secara langsung, tetapi juga pada sektor ekonomi kreatif, sehingga mengurangi kerentanan ekonomi.

*b. Pemberdayaan Masyarakat:*

1) Peningkatan Keterampilan: Pelatihan dalam desain, produksi, dan pemasaran akan meningkatkan keterampilan





masyarakat lokal, khususnya ibu-ibu rumah tangga dan pemuda.

2) **Peningkatan Kepercayaan Diri:** Keberhasilan dalam menciptakan dan memasarkan produk akan meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dan rasa memiliki terhadap produk lokal.

3) **Penguatan Jaringan Komunitas:** Kemitraan antara Baho Farm dan masyarakat lokal akan memperkuat ikatan komunitas dan kerja sama.

#### 1. Keberlanjutan Baho Farm sebagai Destinasi Wisata:

a. **Peningkatan Daya Tarik:** Kehadiran souvenir Hanjelin yang unik akan menambah daya tarik Baho Farm, membuatnya berbeda dari destinasi lain.

b. **Peningkatan Spending Wisatawan:** Souvenir adalah salah satu item belanja utama wisatawan, sehingga pengembangannya akan meningkatkan *spending* total di Baho Farm.

c. **Promosi Budaya Lokal:** Pemanfaatan Hanjelin yang dikemas dengan cerita lokal akan membantu mempromosikan kekayaan alam dan kearifan lokal Nias.

d. **Pariwisata Berkelanjutan:** Pemanfaatan bahan alami terbarukan dan pemberdayaan masyarakat sejalan dengan prinsip pariwisata

berkelanjutan, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan manfaat positif (UNWTO, 2021).

e. **Membangun Brand Image:** Baho Farm dapat memposisikan diri sebagai destinasi yang inovatif, peduli lingkungan, dan berpihak pada masyarakat lokal.

#### Gambar. 2. Mengajari Materi Kalistung Kepada Anak Penanggung Jawab Peternakan, Argan Dan Axel, Di Baho Farm



Namun, potensi dampak ini sangat tergantung pada manajemen yang efektif, komitmen dari pengelola Baho Farm, dukungan dari pemerintah daerah, dan partisipasi aktif dari masyarakat. Perlunya standarisasi produk, kontrol kualitas, dan pelatihan berkelanjutan menjadi krusial untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan inisiatif ini.

#### D. Penutup

#### Simpulan



Penelitian ini menunjukkan bahwa buah Hanjelin (*Coix lachryma-jobi* L.) memiliki potensi yang sangat besar untuk dimanfaatkan sebagai produk ekonomi kreatif berupa souvenir lokal di Baho Farm, Nias. Karakteristik fisik biji Hanjelin yang unik, kuat, dan alami, ditambah dengan ketersediaan bahan baku yang memadai di lingkungan sekitar, menjadikannya komoditas ideal untuk dikembangkan. Potensi ini diperkuat oleh minat wisatawan terhadap souvenir otentik dan keinginan untuk mendukung produk lokal. Proses produksinya, meskipun membutuhkan kreativitas desain dan ketelitian, relatif sederhana dan dapat melibatkan masyarakat lokal secara langsung, sehingga berpotensi besar untuk memberdayakan ekonomi komunitas. Strategi pemasaran yang efektif perlu menekankan pada *branding* yang kuat, *storytelling* yang menarik tentang asal-usul dan nilai lokal produk, serta pemanfaatan berbagai saluran penjualan, baik *offline* di Baho Farm maupun *online*. Dampak pengembangan souvenir Hanjelin diproyeksikan sangat positif, meliputi peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, diversifikasi ekonomi daerah, peningkatan keterampilan, serta penguatan citra Baho Farm sebagai destinasi wisata yang inovatif dan berkelanjutan.

## Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan:

### 1. Bagi Pengelola Baho Farm:

- Segara memulai proyek percontohan (pilot project) untuk pengembangan souvenir Hanjelin, dimulai dengan beberapa varian produk yang menarik dan mudah diproduksi.
- Menjalin kemitraan formal dengan masyarakat lokal atau kelompok pengrajin untuk memastikan pasokan Hanjelin yang berkelanjutan dan memfasilitasi proses produksi.
- Mengadakan pelatihan dan *workshop* berkala bagi masyarakat lokal dalam hal desain produk kreatif, teknik kerajinan, dan standarisasi kualitas.
- Mengalokasikan anggaran untuk riset dan pengembangan desain produk Hanjelin yang inovatif dan relevan dengan selera pasar.
- Mengintegrasikan narasi tentang Hanjelin dan proses pembuatannya ke dalam pengalaman wisata di Baho Farm, misalnya melalui tur singkat ke area tanaman Hanjelin atau demonstrasi pembuatan di lokasi.

### 2. Bagi Pemerintah Daerah Nias:

- Memberikan dukungan kebijakan dan fasilitasi bagi pengembangan industri



kreatif berbasis sumber daya lokal seperti Hanjelin.

- b. Menyediakan akses terhadap modal usaha atau pinjaman lunak bagi kelompok masyarakat yang ingin mengembangkan produk souvenir Hanjelin.
- c. Membantu promosi produk souvenir Hanjelin dalam *event* pariwisata skala regional maupun nasional.

### 3. Bagi Masyarakat Lokal:

- a. Berpartisipasi aktif dalam setiap program pelatihan dan pengembangan yang ditawarkan.
- b. Mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan desain produk Hanjelin yang beragam dan memiliki nilai jual.
- c. Menjaga kualitas produk dan konsistensi produksi untuk memenuhi permintaan pasar.
- d. Melihat Hanjelin sebagai aset ekonomi yang perlu dilestarikan dan dikelola secara berkelanjutan.

Dengan implementasi saran-saran ini, diharapkan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan buah Hanjelin dapat berkembang optimal, memberikan manfaat nyata bagi Baho Farm dan masyarakat Nias, serta memperkaya pengalaman wisata di Nias.

### E. Daftar Pustaka

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Cohen, S., & Levinson, N. (2018). *Culture and Creativity in the Global City*. Routledge.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dakhi, A. S. (2024). Pendidikan Dan Sosialisasi Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nias Selatan Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Desa Bawönahönö Dalam Sektor Pariwisata Sebagai Kearifan Lokal Budaya Nias Selatan. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 133-144.  
<https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2350>
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books.
- Harefa, D. (2022). Edukasi Pembuatan Bookcapther Pengalaman Observasi Di SMP Negeri 2 Toma. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 69-73.



<https://doi.org/10.57094/haga.v1i2.32>

4

Harefa, D. (2024). Preservation Of Hombo Batu: Building Awareness Of Local Wisdom Among The Young Generation Of Nias. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1-10.

<https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.23>

34

Harefa, D. (2024). Strengthening Mathematics And Natural Sciences Education Based On The Local Wisdom Of South Nias: Integration Of Traditional Concepts In Modern Education. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 63-79.

<https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.23>

47

Harefa, D., Forilina Laia, Vira Febrian Lombu, Evan Drani Buulolo, Alena Zebua, Ofirna Andini Sarumaha, Agus Farin, Elvita Janratna Sari Dakhi, Vinxen Sians Zihono, Nariami Wau, Flora Melfin Sriyanti Duha, Statis Panca Putri Laiya, Lena, Nimarwati Laia, Martina Ndruru, Angelin Febrianis Fau, Adaria Hulu, Yulinus Halawa, Desrinawati Nehe, Jesika Bago, Odisman Buulolo, Sofiana Faana, Herlis Juwita Ndruru, Desiputri Hayati Giawa, Alexander Frisman Giawa, & Anita Zagoto. (2024). Bimbingan Belajar

Matematika Tingkat SD. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 30-38.

<https://doi.org/10.57094/haga.v3i1.19>

33

Harefa, D., Laia, B., Laia, F., & Tafonao, A. (2023). Socialization Of Administrative Services In The Research And Community Service Institution At Nias Raya University. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 93-99.

<https://doi.org/10.57094/haga.v2i1.92>

8

Harefa, D., Murnihati Sarumaha, Amaano Fau, Kaminudin Telaumbanua, Fatolosa Hulu, Baziduhu Laia, Anita Zagoto, & Agustin Sukses Dakhi. (2023). Inventarisasi Tumbuhan Herbal Yang Di Gunakan Sebagai Tanaman Obat Keluarga. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 11-21.

<https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.12>

51

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.

Kaminudin Telaumbanua. (2024). Implementasi Bimbingan Konseling Untuk Menangani Stres Akademik Berbasis Kearifan Lokal Nias Pada Mahasiswa. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 8-96.



Copyright (c) 2025. Anugerah Gita Pratami Harefa, Demetrius Wau, Fedius Ndruru, Fransiskus Gaurifa, Imelda Putri Halawa, Kristina Giawa, Kurbanus Finowaa, Linglen Bertha Dachi, Merri Anna Kristin Laia, Yurli Bohalima. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

- <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2344>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan Tahunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2022*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kurniawan Purnomo Aji, W., & Muhammad Syabrina. (2024). Upaya Peningkatan Kemampuan Membaca Siswa Dengan Melakukan Bimbel Membaca Kelas 1 Di Mis Miftahul Huda 2 Kota Palangka Raya . *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 173-180. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2358>
- Lies Dian Marsa Ndraha, & Indah Permata Sari Lase. (2023). Sosialisasi Kegiatan PLP II. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 120 - 124. <https://doi.org/10.57094/haga.v1i2.649>
- Murnihati Sarumaha, Harefa, D., Adam Smith Bago, Amaano Fau, Wira Priatin Lahagu, Toni Lastavaerus Duha, Musafir Zirahu, & Hartaniat Warisman Lase. (2023). Sosialisasi Tumbuhan Ciplukan (Physalis Angulata L.) Sebagai Obat Tradisional . *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 22-35. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1994>
- Murnihati Sarumaha. (2024). Sains Biologi Dalam Tradisi Lokal: Sosialisasi Kepada Masyarakat Teluk Dalam Untuk Pelestarian Alam Berdasarkan Kearifan Budaya. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 109-124. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2345>
- Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Routledge.
- Rosita, Tj., M., Karo-karo, A. P., Rezeki, Widjaja, D., & Anton. (2022). Pemanfaatan Teamwork Untuk Meningkatkan Performance Team Marketing Pada Pt Prudential. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 91-98. <https://doi.org/10.57094/haga.v1i2.327>
- Santosa, B., & Pramana, I. G. A. B. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 1-10.
- Sarumaha, M. S. (2023). Mendayagunakan Teknologi Dan Kearifan Lokal





- Sebagai Sumber Kreasi Dan Inovasi Kerja. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32 - 35. <https://doi.org/10.57094/haga.v1i1.622>
- Sarumaha, M., Laia, B., Harefa, D., Ndraha, L. D. M., Lase, I. P. S., Telaumbanua, T., Hulu, F., Laia, B., Telaumbanua, K., Fau, A., & Novialdi, A. (2022). Bokashi Sus Scrofa Fertilizer On Sweet Corn Plant Growth. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32-50. <https://doi.org/10.57094/haga.v1i1.494>
- Telaumbanu, T. (2024). Sosialisasi Perkembangan Rumah Adat Nias: Sebuah Perpaduan Seni Dan Bahasa Dalam Kearifan Lokal Nias. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 153-163. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2357>
- UNWTO. (2021). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008: An Updated Guide for Concepts, Definitions, Cl*

