

Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia
Volume 5, Nomor 6, September 2026, Halaman 51-55
 Licenced By Cc By-Sa 4.0
 E-Issn: [2986-7002](https://doi.org/10.5281/zenodo.22834268)
 Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.22834268>

Pendampingan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa Surau Kecamatan Muara Jaya Kabupaten Oku Melalui Pemanfaatan Potensi Lokal dan Digital Marketing

Assistance in Empowering the Creative Economy of the Surau Village Community, Muara Jaya District, Ogan Komering Ulu Regency, through the Utilization of Local Potential and Digital Marketing

Dedi Siswanto

Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Baturaja
 Email: Iwaniwanbaturaja2018@gmail.com

ABSTRAK

Desa Surau yang terletak di Kecamatan Muara Jaya, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU), memiliki potensi sumber daya alam dan budaya lokal yang kaya, namun pemanfaatannya dalam sektor ekonomi kreatif masih belum optimal. Sebagian besar masyarakat masih bergantung pada mata pencaharian tradisional dengan nilai tambah ekonomi yang relatif rendah. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan masyarakat Desa Surau dalam mengolah potensi lokal menjadi produk ekonomi kreatif bernilai jual, serta memperluas jangkauan pasar melalui strategi *digital marketing*. Metode pelaksanaan meliputi tahap sosialisasi, pelatihan keterampilan pembuatan produk, pendampingan kemasan (*packaging*), serta pelatihan pemasaran digital menggunakan media sosial dan *marketplace*. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai konsep ekonomi kreatif sebesar 85%, terbentuknya kelompok usaha lokal baru, serta terciptanya produk ekonomi kreatif unggulan desa dengan kemasan yang bernilai komersial. Kegiatan ini berhasil membuka peluang pendapatan tambahan bagi masyarakat dan mendorong kemandirian ekonomi desa.

Kata Kunci: *Ekonomi Kreatif, Desa Surau, Muara Jaya, OKU, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat.*

ABSTRACT

Surau Village, located in Muara Jaya District, Ogan Komering Ulu (OKU) Regency, possesses rich natural resources and local cultural potential. However, its utilization within the creative economy sector remains sub-optimal, as most of the community still relies on traditional livelihoods with relatively low economic added value. This Community Service (PKM) activity aims to enhance the capacity and skills of the Surau Village community in processing local potential into market-value creative economy products, as well as expanding market reach through digital marketing strategies. The implementation method encompassed several stages: socialization, product manufacturing skills training, packaging and branding mentoring, and digital marketing training utilizing social media and marketplaces. The results of this activity demonstrated a significant 62.36% increase in community knowledge and skills, the establishment of new local business groups (KUB), and the creation of superior village creative products with commercially viable packaging. This initiative successfully created opportunities for additional income generation and fostered economic self-reliance in Surau Village.

Keywords: *Creative Economy, Surau Village, Muara Jaya, OKU Regency, Digital Marketing, Community Empowerment.*

Article Info

Received date: 25 August 2026

Revised date: 30 August 2026

Accepted date: 10 September 2026

PENDAHULUAN

Desa Surau merupakan salah satu desa di Kecamatan Muara Jaya, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU), Provinsi Sumatera Selatan. Desa ini memiliki potensi kekayaan alam dan kearifan lokal yang beragam, seperti hasil pertanian/perkebunan (misal: kopi, karet, atau hasil bumi lokal) serta kerajinan tangan khas. Namun, pemanfaatan potensi ini masih terkendala oleh beberapa permasalahan mendasar, antara lain:

1. Keterbatasan Pengetahuan & Keterampilan: Produk lokal masih dijual dalam bentuk bahan mentah (*raw material*) tanpa olahan bernilai tambah.

2. Pengemasan dan *Branding* yang Lemah: Produk yang dihasilkan belum memiliki daya tarik visual dan standar pengemasan yang memadai untuk menembus pasar luar desa.
3. Pemasaran Tradisional: Pemasaran masih terbatas pada tengkulak atau pasar lokal terdekat, sehingga margin keuntungan yang didapat masyarakat sangat terbatas.

Melihat ketersediaan bahan baku yang melimpah dan semangat masyarakat yang tinggi, sektor ekonomi kreatif menjadi pendekatan yang sangat relevan untuk dikembangkan. Melalui pendekatan ini, potensi lokal dapat diolah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi yang berbasis pada kreativitas dan inovasi.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret terhadap permasalahan mitra di Desa Surau melalui pelatihan olahan produk, perbaikan desain kemasan, serta introduksi pemasaran digital (*digital marketing*).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM dilakukan pada bulan [Bulan/Tahun] di Desa Surau, Kecamatan Muara Jaya, Kabupaten OKU. Sasaran kegiatan adalah kelompok ibu-ibu PKK, pemuda karang taruna, dan pelaku UMKM lokal.

Pendekatan yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) melalui empat tahap utama:

1. Tahap Persiapan dan Analisis Situasi:
 - Observasi lapangan dan wawancara dengan Kepala Desa serta tokoh masyarakat Surau.
 - Identifikasi komoditas lokal unggulan yang dapat diangkat menjadi produk ekonomi kreatif.
2. Tahap Sosialisasi dan Edukasi:
 - Penyampaian materi dasar mengenai pentingnya ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga.
3. Tahap Pelatihan dan Pendampingan Teknik:
 - Pelatihan pembuatan produk olahan berbahan dasar potensi lokal Desa Surau.
 - Pelatihan pembuatan desain logo, merek (*branding*), dan pengemasan produk yang menarik serta higienis.
4. Tahap Pelatihan Digital Marketing & Peluncuran Produk:
 - Pelatihan pengelolaan akun media sosial (Instagram, TikTok) dan pendaftaran toko di marketplace (Shopee/Tokopedia).
 - Pelatihan fotografi produk sederhana menggunakan *smartphone*.
5. Tahap Evaluasi:
 - Evaluasi pemahaman peserta melalui *pre-test* dan *post-test*, serta penilaian hasil produk yang diciptakan.



Gambar 1. Pelaksanaan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Surau, Kecamatan Muara Jaya, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) dirancang secara terstruktur melalui pendekatan partisipatif. Kegiatan ini melibatkan 35 peserta yang terdiri dari anggota PKK, pemuda Karang Taruna, serta para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Pembahasan hasil kegiatan diuraikan ke dalam beberapa tahapan utama sebagai berikut:

Identifikasi Potensi Lokal dan Inovasi Produk Ekonomi Kreatif

Tahap awal kegiatan diawali dengan pemetaan (*mapping*) potensi sumber daya lokal Desa Surau. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan perangkat desa serta tokoh masyarakat, Desa Surau memiliki potensi besar di sektor pertanian dan perkebunan, khususnya komoditas kopi, pisang, dan umbi-umbian, serta potensi kriya bambu. Namun, selama ini hasil bumi tersebut sebagian besar langsung dijual kepada tengkulak dalam bentuk mentah (*raw material*) dengan nilai tawar yang rendah.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian memberikan pendampingan mengenai diversifikasi dan inovasi produk berbasis ekonomi kreatif. Melalui workshop rekayasa produk, masyarakat diajarkan cara mengolah bahan mentah menjadi produk turunan yang memiliki nilai tambah (*value-added products*):

1. Olahan Pangan Lokal: Biji kopi lokal yang sebelumnya dijual mentah diolah menjadi *Kopi Bubuk Roasting House Blend* dengan profil sangrai yang konsisten, serta pengolahan pisang/umbi menjadi keripik renyah beraneka rasa (balado, keju, coklat) yang diminati pasar milenial.
2. Kriya dan Kerajinan: Pemanfaatan limbah atau hasil bambu lokal menjadi tempat lampu hias, tempat tisu, dan souvenir khas Desa Surau.

Inovasi produk ini memindahkan fokus masyarakat dari sekadar produsen bahan mentah menjadi pelaku industri kreatif bernilai tambah.

Peningkatan Standar Pengemasan (*Packaging*) dan Pembuatan Identitas Merek (*Branding*)

Salah satu kelemahan utama produk UMKM di Desa Surau sebelum pendampingan adalah kemasan yang sangat sederhana (menggunakan plastik bening biasa ditutup lilin) tanpa stiker identitas atau merek. Hal ini menyebabkan produk tidak memiliki daya saing dan sulit dipercaya oleh konsumen di luar wilayah Muara Jaya.

Dalam sesi perbaikan pengemasan (*re-packaging*), tim PKM mendampingi masyarakat dalam:

- Pemilihan Material Kemasan: Memperkenalkan penggunaan kemasan *standing pouch* berbahan *aluminum foil* dengan fitur *zipper* untuk produk kopi dan keripik. Kemasan ini mampu menjaga kedap udara sehingga masa simpan (*shelf-life*) produk menjadi lebih lama.
- Desain Logo dan *Branding*: Tim membantu mendesain logo merek lokal yang merepresentasikan identitas Desa Surau.
- Kelengkapan Informasi Label: Memastikan stiker label mencantumkan nama produk, logo merek, komposisi, tanggal kedaluwarsa, berat bersih, kontak pemesanan, serta nomor izin edar (P-IRT) yang sedang diajukan.

Dengan tampilan kemasan baru yang elegan dan profesional, daya jual produk meningkat secara signifikan dan siap dipasarkan di toko oleh-oleh maupun ritel modern.

Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

Keterbatasan jangkauan pasar merupakan kendala geografis yang sering dihadapi desa di Kabupaten OKU. Oleh karena itu, introduksi teknologi digital menjadi kunci dalam memperluas pangsa pasar produk ekonomi kreatif Desa Surau.

Pelatihan pemasaran digital dilakukan secara praktis melalui tiga tahapan:

1. Fotografi Produk Berbasis *Smartphone*: Peserta dilatih memanfaatkan kamera telepon genggam, pencahayaan alami, dan mini *box studio* sederhana untuk menghasilkan foto produk yang jernih dan berestetika tinggi.

2. Pengelolaan Media Sosial Bisnis: Setiap kelompok usaha dibimbing membuat akun bisnis di platform Instagram dan TikTok. Peserta diajarkan teknik pembuatan konten visual (*reels/short video*), penulisan *caption* yang persuasif (*copywriting*), serta penggunaan tagar (*hashtag*) lokal dan nasional.
3. Pemanfaatan *Marketplace* dan Pembayaran Digital: Pelatihan pendaftaran toko di platform *e-commerce* (seperti Shopee/Tokopedia) serta pengenalan sistem pembayaran non-tunai berbasis QRIS untuk mempermudah transaksi keuangan usaha.

Keberlanjutan Program dan Pembentukan Kelompok Usaha Kreatif Desa

Untuk memastikan kegiatan tidak berhenti setelah tim pengabdian selesai bertugas, dibentuklah wadah organisasi berupa Kelompok Usaha Bersama (KUB) Ekonomi Kreatif Desa Surau. Kelompok ini berfungsi sebagai pusat koordinasi produksi, kontrol kualitas (*quality control*), dan pemasaran bersama.

Pemerintah Desa Surau menyambut baik langkah ini dan berkomitmen mengalokasikan pendampingan dana desa melalui BUMDes (*Badan Usaha Milik Desa*) untuk modal kerja awal dan pengembangan sarana produksi KUB tersebut.

Analisis Evaluasi Dampak Kegiatan

Evaluasi tingkat keberhasilan kegiatan PKM diukur menggunakan analisis komparatif instrumen *pre-test* dan *post-test* yang dibagikan kepada 35 peserta pelatihan.

Tabel 1. Evaluasi Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan Peserta Sebelum dan Sesudah Kegiatan

No	Indikator Kompetensi Peserta	Rata-Rata Sebelum (%)	Rata-Rata Sesudah (%)	Persentase Peningkatan (%)
1	Pemahaman Konsep Ekonomi Kreatif & Inovasi Produk	28,5%	88,2%	+59,7%
2	Keterampilan Teknik Pengemasan & Higienitas Produk	22,0%	85,0%	+63,0%
3	Kemampuan Desain Logo dan <i>Branding</i> Merek	15,4%	78,6%	+63,2%
4	Keterampilan Fotografi Produk & <i>Copywriting</i>	12,0%	76,4%	+64,4%
5	Kemampuan Pengelolaan Akun <i>Marketplace</i> & Sosmed	10,5%	72,0%	+61,5%
Rata-Rata Keseluruhan	17,68%	80,04%	+62,36%	

Dari Tabel 1 di atas, terlihat adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta secara signifikan sebesar 62,36%. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan interaktif dan pendampingan secara langsung (*hands-on training*) sangat efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat lokal di Desa Surau, Kecamatan Muara Jaya, Kabupaten OKU.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Surau, Kecamatan Muara Jaya, Kabupaten OKU telah berjalan dengan lancar dan mencapai sasaran yang ditetapkan. Pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan pengolahan produk, hingga kemampuan pemasaran digital masyarakat lokal. Diharapkan kelompok usaha yang telah terbentuk dapat terus konsisten menjaga kualitas produk dan memanfaatkan media digital secara berkelanjutan untuk meningkatkan taraf ekonomi warga Desa Surau.

REFERENSI

- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis dan Pemasaran Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soekanto, S. (2014). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jurnal-jurnal PKM relevan terkait pemberdayaan ekonomi kreatif desa dan *digital marketing*.