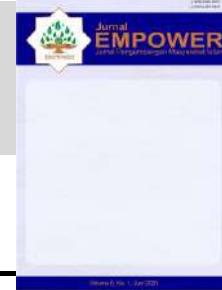


JURNAL EMPOWER:

Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam

P-ISSN: 2580-085X, E-ISSN: 2580-0973



Volume 10 Issue 2, December 2025

Empowering Unprosperous Communities Through A Creative Economy Based On Household Waste Processing

Muhammad Haris¹, Tri Indah Epril Lilawati², Muhammad Mochtar Mas'od³, Fernando Yudistira⁴

¹ Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, Indonesia, haris@diniyah.ac.id

² Universitas Islam Negeri Suska Riau, Indonesia, triindaheprillilawati@gmail.com

³ Universitas Muhammadiyah Madiun, Indonesia, mm643@ummad.ac.id

⁴ Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, fernando@diniyah.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Empowerment of underprivileged communities, creative economy, skills training, Program socialization, Program Marketing

How to cite:

Haris, Muhammad., Lilawati, Tri Indah Epril., Mas'od, Muhammad Mochtar., & Yudistira, Fernando. (2024).

Empowering Unprosperous Communities Through A Creative Economy Based On Household Waste Processing, *Jurnal Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Vol. 10 (02), hal. 143-160

Article History:

Received : November, 11th 2025

Accepted : December, 21th 2025

ABSTRACT

Structural poverty experienced by underprivileged communities remains a complex social problem, characterized by limited access to jobs, skills, and markets. One strategic approach to addressing this issue is community empowerment through the development of a creative economy based on local potential. This study aims to describe the process of empowering underprivileged communities through creative economy activities, including program socialization, skills training, and product marketing. The study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through participant observation, structured interviews, and documentation, then analyzed using qualitative descriptive analysis techniques with data triangulation to increase the validity of the findings. The theoretical foundation of this study rests on the theories of community empowerment, the creative economy, and local potential-based capacity development. The results show that program socialization plays a crucial role in increasing community awareness and participation in the potential of the creative economy, particularly in the utilization of household waste. Hands-on skills training has been shown to enhance participants' creativity, technical skills, and confidence in producing marketable products. Furthermore, marketing strategies through digital marketing and the use of e-commerce platforms such as Shopee contribute to expanding market reach and increasing product competitiveness, despite the ongoing constraints of limited internet access. Overall, this study confirms that the integration of socialization, skills training, and marketing is a key factor in encouraging economic independence and the sustainable empowerment of underprivileged communities through the creative economy.

Published: December, 31th
2025

**COPYRIGHT © 2025 by
Jurnal Empower: Jurnal
Pengembangan
Masyarakat Islam.** This
work is licensed under a
Creative Commons
Attribution 4.0
International License

ABSTRAK

Kemiskinan struktural yang dialami masyarakat prasejahtera masih menjadi persoalan sosial yang kompleks, ditandai dengan keterbatasan akses terhadap pekerjaan, keterampilan, dan pasar. Salah satu pendekatan strategis untuk mengatasi persoalan tersebut adalah pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses pemberdayaan masyarakat prasejahtera melalui kegiatan ekonomi kreatif yang meliputi tahapan sosialisasi program, pelatihan keterampilan, dan pemasaran produk. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara terstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan triangulasi data untuk meningkatkan validitas temuan. Landasan teoretis penelitian ini bertumpu pada teori pemberdayaan masyarakat, ekonomi kreatif, serta pengembangan kapasitas berbasis potensi lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi program berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap potensi ekonomi kreatif, khususnya pemanfaatan limbah rumah tangga. Pelatihan keterampilan berbasis praktik langsung terbukti mampu meningkatkan kreativitas, keterampilan teknis, dan kepercayaan diri peserta dalam menghasilkan produk bernilai jual. Selain itu, strategi pemasaran melalui digital marketing dan pemanfaatan platform e-commerce seperti Shopee berkontribusi pada perluasan jangkauan pasar dan peningkatan daya saing produk, meskipun masih dihadapkan pada kendala keterbatasan akses internet. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi sosialisasi, pelatihan keterampilan, dan pemasaran merupakan faktor kunci dalam mendorong kemandirian ekonomi dan keberlanjutan pemberdayaan masyarakat prasejahtera melalui ekonomi kreatif.

1. Pendahuluan

Di balik kreativitas, tersembunyi potensi besar yang dapat mengubah kehidupan masyarakat prasejahtera melalui pemberdayaan ekonomi kreatif. Langkah pertama dalam proses ini adalah menggali potensi lokal yang sering kali belum dimanfaatkan sepenuhnya, seperti kerajinan tangan dan produk berbasis budaya. Dengan mengolah sumber daya lokal ini, masyarakat dapat menciptakan produk bernilai tambah tinggi yang diminati pasar(Trisnawati, n.d.). Namun, untuk mencapai keberhasilan tersebut, pelatihan keterampilan menjadi kunci utama. Melalui pelatihan intensif, masyarakat memperoleh keterampilan baru, seperti pembuatan kerajinan

dari limbah kemasan sabun, yang membuka peluang untuk menjalankan usaha mandiri(Jailani, 2018).

Setelah pelatihan, strategi pemasaran yang efektif juga memegang peran penting. Masyarakat perlu memahami teknik pemasaran modern, termasuk pemanfaatan media sosial, agar produk lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka(Novanty et al., 2024). Selain itu, sosialisasi program ekonomi kreatif menjadi langkah awal yang krusial. Dengan adanya sosialisasi yang baik, masyarakat menjadi lebih sadar akan potensi usaha kreatif dan manfaatnya, sehingga partisipasi mereka dalam program ini pun meningkat(Handono et al., 2020).

Dampak dari pemberdayaan ini tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan, tetapi juga memberikan manfaat sosial yang signifikan. Keberhasilan dalam mengembangkan usaha kreatif menciptakan rasa bangga dan percaya diri di kalangan masyarakat, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan sosial mereka secara keseluruhan(E. Rachmawati, 2021). Lebih jauh lagi, dampak positif ini juga berkelanjutan. Peningkatan kesejahteraan individu dapat menciptakan efek domino di komunitas, memperkuat ekonomi lokal dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan di tingkat desa(Alifah & Hermawan, 2024).

Namun, meskipun ekonomi kreatif memiliki potensi besar dalam memberdayakan masyarakat prasejahtera, terdapat beberapa perdebatan mengenai sejauh mana dampaknya dapat dirasakan secara merata. Sebagian pihak berpendapat bahwa meskipun pelatihan dan sosialisasi program ekonomi kreatif dapat memberikan keterampilan baru, tanpa adanya dukungan akses pasar yang kuat, keberhasilan jangka panjang akan sulit tercapai(Mas'od et al., 2023). Dalam konteks ini, beberapa peneliti mengemukakan bahwa kesenjangan infrastruktur dan kurangnya akses terhadap teknologi informasi menjadi penghambat utama dalam pemasaran produk lokal(Istikomah & Mala, 2024). Sementara itu, pihak lain berargumen bahwa jika dikelola dengan baik, usaha ekonomi kreatif bisa menjadi instrumen pemberdayaan sosial yang efektif, meskipun tantangan ini ada. Dengan kata lain, perdebatan ini mengarah pada pemahaman bahwa keberhasilan ekonomi kreatif tidak hanya bergantung pada keterampilan individu, tetapi juga pada faktor eksternal yang mendukung, seperti infrastruktur dan akses pasar yang adil.

Peneliti dalam studi ini berpendapat bahwa kunci keberhasilan pemberdayaan melalui ekonomi kreatif adalah adanya sinergi antara

pelatihan, pemasaran, dan pemahaman masyarakat terhadap potensi produk lokal. Dengan kata lain, meskipun pelatihan dan sosialisasi memberikan dasar keterampilan, tanpa adanya dukungan pemasaran yang efektif, upaya pemberdayaan tidak akan optimal. Peneliti juga mengajukan pertanyaan penting: "Bagaimana cara membangun jaringan pemasaran yang kuat untuk mendukung usaha ekonomi kreatif di daerah yang terbatas akses teknologi dan pasarnya?" Pertanyaan ini mencerminkan tantangan nyata yang dihadapi oleh masyarakat prasejahtera dalam mengembangkan ekonomi kreatif mereka. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan bahwa penguatan jejaring pemasaran lokal dan pemanfaatan teknologi informasi yang tepat guna harus menjadi bagian integral dalam strategi pemberdayaan ekonomi kreatif. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pengembangan ekonomi kreatif di masyarakat prasejahtera, serta menggali potensi dan tantangan yang ada. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya keterpaduan antara pelatihan keterampilan, pemasaran, dan dukungan infrastruktur dalam menciptakan usaha ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penting dalam merancang kebijakan pemberdayaan ekonomi kreatif yang lebih holistik, yang tidak hanya fokus pada peningkatan keterampilan, tetapi juga pada pemecahan masalah akses pasar dan infrastruktur. Penelitian ini berkontribusi pada diskursus tentang bagaimana ekonomi kreatif dapat dijadikan alat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat prasejahtera secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) adalah negara yang sangat kaya akan suku, agama, budaya, flora dan faunanya yang tersebar luas dari mulai kota Sabang hingga kota Merauke. Nusantara, merupakan julukan anggun negri ini dan sungguh sangat harmonis terpancar dikancang Internasional. Seluruh dunia takjub bagaikan surga tersembunyi disalah satu belahan dunia, betapa melimpah kekayaan alamnya, hasil tambang buminya mencapai angka fantastis, dunia benar-benar mengagumi kekayaan dan begitu mengharumkan Nusantara. Dibalik itu, negara yang terkenal sangat melimpah ruah akan kekayaannya sangat menyimpan berbagai permasalahan-permasalahan sosial bahkan tidak sedikit data yang menunjukkan angka fantastis jumlah masyarakat miskinnya. Sungguh seakan semua rakyat Indonesia telah mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sebab dipandang mampu memberikan produk barang terbaik hasil sumber daya alamnya kepada negara lain. Seandainya mereka mengetahui nasib pribumi negri ini, kebanyakan masyarakat pribumi hanya

bekerja sebagai buruh dipabrik besar dan intensif yang didapat pun tidak mampu mencukupi kebutuhan hidup. Meskipun sesulit ini masih banyak yang semampu mungkin bertahan hidup diatas garis kemiskinan, bisa mengisi perut satu kali untuk satu hari saja mereka sudah bersyukur. Siapa perduli akan hal ini? Pemerintah? Iya, namun masih belum bisa melakukan pemerataan terhadap masalah sosial ini. Masih sangat banyak sekali masyarakat Indonesia yang masih berada dilevel keluarga prasejahtera.

Konteks penelitian ini tertuaui atas prihatin banyaknya masyarakat yang berada di level keluarga para sejahtera dan kemiskinan seakan membudaya membuat orang lemah hanya bisa menerima berbagai macam aturan sebab tidak berani membantah karena tidak ada pembelaan, tentu juga tidak berani melawan. Semakin banyaknya masalah sosial yang terjadi diseluruh lapisan masyarakat membuat keresahan dan hilangnya rasa tenram tentu alasan utama seluruh permasalahan sosial adalah kemiskinan karena mereka tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar juga tidak memiliki pekerjaan tetap yang membuat keadaan menuntut mencari penghasilan tambahan dengan cara apapun. berbicara mengenai keluarga prasejahtera berdasarkan pada Undang-Undang No.11 Tahun 2009 tentang ketentuan-ketentuan pokok kesejahteraan sosial, Pasal 1 ayat 1 yaitu Kesejahteraan sosial ialah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya(Adi, 2019). Dari dasar tersebut diartikan kesejahteraan sosial adalah terpenuhinya segala kebutuhan masyarakat seperti sandang, pangan, dan papan jika tidak mampu memenuhi kebutuhan tersebut artinya mereka belum dikatakan sejahtera dan tidak bisa melaksanakan fungsi sosialnya. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Riau pada tahun 2022 terdapat 35,96 (ribu jiwa) masyarakat prasejahtera dikota Pekan Baru(Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2022). Dalam mengukur kemiskinan Badan Pusat Statistik menggunakan konsep kemampuan memenuhi kebutuhan dasar (basic needs approach). Konsep ini mengacu pada Handbook on Poverty and Inequality yang diterbitkan oleh Worldbank. Dengan pendekatan ini, kemiskinan dipandang sebagai ketidakmampuan dari sisi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan dan bukan makanan yang diukur dari sisi pengeluaran(Putra & Robertus, 2024).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menjalskan dengan rinci dan jelas proses pemberdayaan yang diberikan kepada masyarakat prajahtera melalui kegiatan ekonomi kreatif(Moleong, 2015, 2020). Metode ini dipilih juga untuk memapar dengan lengkap proses pemberdayaan yang dimulai dari sosialisasi, pelatihan hingga pemasaran produk ekonomi kreatif(Sugiyono, 2018, 2019). Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengembangan masyarakat Islam UIN Suska Riau sementara objek penelitian proses pemerdayaan masyarakat prasejahtera melalui kegiatan ekonomi kreatif. Masyarakat ini berasal dari kelurahan di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur dengan membuat daftar pertanyaan secara sistematis, dan menggunakan teknik Observasi karena teknik ini sesuai dengan peneliti yang mempelajari proses kerja dengan jenis Participant Observation karena peneliti terlibat secara langsung bersama-sama mengamati secara langsung bersama-sama dilapangan (Anslem Strauss dan Juliet Corbin, 2013). Dalam analisis pengelolaan data penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif karena prospek kajian ini dibidang sosial sehingga dapat memberikan penjelasan tentang fenomena yang terjadi secara empiris. Data-data yang diperoleh selanjutnya dikelompokkan ke dalam kategori-kategori tertentu, dan hasil analisis awal akan disusun secara sistematis guna mengidentifikasi pola-pola penting serta temuan-temuan utama yang muncul dari penelitian. Setelah itu, data yang telah dikumpulkan akan diverifikasi melalui proses triangulasi. Proses ini melibatkan perbandingan hasil dari berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara mendalam dan observasi lapangan, untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh akurat, konsisten, dan dapat diandalkan. Langkah ini bertujuan untuk meminimalkan bias serta meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan yang dihasilkan(Majid, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

3. 1. Proses Sosialisasi Program

Sosialisasi merupakan langkah awal yang fundamental dalam upaya pemberdayaan ekonomi kreatif di masyarakat prasejahtera. Proses ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep ekonomi kreatif,

menggugah kesadaran akan potensi lokal, dan membangun motivasi untuk terlibat aktif dalam program. Sosialisasi tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga bertindak sebagai katalis untuk perubahan sosial dan ekonomi. Menurut(Umar et al., 2023), sosialisasi yang efektif dapat menciptakan lingkungan yang mendukung, di mana masyarakat mulai memahami bahwa keterampilan kreatif mereka dapat menjadi sumber pendapatan yang berkelanjutan. Dengan demikian, sosialisasi menjadi dasar bagi tahapan berikutnya dalam pemberdayaan, seperti pelatihan keterampilan dan pemasaran produk.

Dalam proses pengembangan usaha ekonomi kreatif di level keluarga prasejarah terhadap pemanfaatan limbah sampah rumah tangga ini adalah memberikan pengetahuan tentang betapa berharganya limbah-limbah yang selama ini para ibu-ibu rumah tangga buang, ternyata produk-produk kemasan yang dibeli dengan harga yang ekonomis sangatlah bermanfaat juga yang memiliki nilai ekonomis kembali(Haris et al., 2023). Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sosialisasi dilakukan melalui pertemuan komunitas dan pendekatan berbasis kelompok. Metode ini dipilih karena dinilai mampu menciptakan suasana yang akrab dan mendukung proses komunikasi dua arah antara fasilitator dan masyarakat. Pendekatan berbasis kelompok juga memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan saling memotivasi, yang memperkuat pemahaman tentang konsep ekonomi kreatif. (Muh & Ahmad, 2021a) menyatakan bahwa interaksi langsung dalam kelompok kecil lebih efektif dalam mentransfer pengetahuan dibandingkan pendekatan konvensional. Namun, keberhasilan sosialisasi sangat bergantung pada kemampuan fasilitator untuk menjelaskan konsep secara sederhana dan relevan dengan kondisi lokal.

Dalam hal ini masyarakat diberi pengetahuan tentang cara memilah dan memilih sampah. Membedakan sampah dengan sesama produknya dan sosialisasi tentang bahayanya. Sampah plastik jika dibuang sembarangan akan menyebabkan banjir yang mengakibatkan banyaknya penyakit bersumber dari nyamuk yang bersarang di air. Dalam proses sosialisasi masyarakat diberitahu tentang masalah sosial yang ada di sekitarnya karena hal tersebut akan memunculkan kesadaran masyarakat karena sudah mengetahui apa resiko ketika tidak menjaga lingkungan meskipun terlihat sepele tapi tentang alam akan sangat cepat perubahannya ketika terjadi bencana. Ketika memberikan sosialisasi

kepada masyarakat, mahasiswa PMI menghadirkan pembicaraan yang baik dan memberikan banyak pemahaman mengenai daur ulang sampah dan perlunya menjaga lingkungan sehingga menarik partisipasi masyarakat untuk mendengarkan apa yang disampaikan. Seperti yang dijelaskan Yolanda “bahwa dalam setiap sosialisasi menghadirkan tampilan visual mengenai limbah dan pengjaagaan lingkungan”.

Dalam tahap sosialisasi ini mahasiswa PMI juga menjabarkan keuntungan yang didapat masyarakat jika program ini terjalankan dengan baik. Dalam melakukan sosialisasi para pemberdaya berinovasi untuk menghilangkan kejemuhan para masyarakat dengan cara menampilkan power point yang menarik dan menampilkan video edukatif yang menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi dipelatihan tersebut. “sesekali untuk menghilangkan kejemuhan karna terlalu lama berbicara, kami mengajak ibu-ibu tersebut bermain pijit-pijit pundak secara bergantian dan tebak gambar. Hal ini dimaksutkan agar mereka santai, nyaman dan berminat mengikuti pelatihan selanjutnya” tegas Fitri.

Meskipun sosialisasi memiliki peran penting, tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya tingkat partisipasi awal. Banyak anggota masyarakat yang skeptis atau kurang memahami manfaat jangka panjang dari program ini, terutama karena keterbatasan pengetahuan tentang konsep ekonomi kreatif itu sendiri. Hambatan ini juga diperparah oleh faktor-faktor seperti rendahnya tingkat pendidikan dan kurangnya akses terhadap informasi. Menurut (Rajagukguk, 2024), sosialisasi yang tidak disesuaikan dengan konteks lokal cenderung kurang efektif karena masyarakat merasa program tersebut tidak relevan dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan materi sosialisasi dengan latar belakang dan kebutuhan spesifik komunitas target.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi yang lebih inklusif dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Salah satu pendekatan yang direkomendasikan adalah melibatkan tokoh masyarakat lokal sebagai agen perubahan dalam proses sosialisasi. Kehadiran mereka dapat meningkatkan kepercayaan dan mendorong partisipasi aktif masyarakat. Selain itu, penggunaan media lokal seperti radio komunitas atau media sosial juga dapat membantu memperluas jangkauan sosialisasi. (Prasetyo & Kom, 2022)menekankan pentingnya

pendekatan partisipatif dalam sosialisasi, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga dilibatkan dalam perencanaan dan implementasi program. Dengan strategi yang tepat, sosialisasi dapat menjadi fondasi kuat untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

3. 2. Pelaksanaan Pelatihan Keterampilan

Setelah masyarakat mendapatkan gambaran program secara jelas melalui tahap sosialisasi maka tahap selanjutnya adalah melakukan pelatihan terhadap program yang ingin dijalankan. Pelatihan keterampilan merupakan salah satu elemen kunci dalam program pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis yang dapat digunakan oleh peserta untuk menciptakan produk bernilai jual. Fokus utama pelatihan adalah memanfaatkan bahan-bahan lokal yang mudah ditemukan, seperti limbah kemasan sabun, yang diolah menjadi produk kerajinan kreatif. Menurut (R. Rachmawati, 2018), pelatihan berbasis potensi lokal dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di sekitar mereka.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui beberapa sesi yang melibatkan instruktur ahli di bidang kerajinan dan kewirausahaan. Instruktur tidak hanya memberikan teori, tetapi juga mendemonstrasikan langsung proses pembuatan produk. Metode ini dinilai efektif karena peserta dapat mempraktikkan keterampilan secara langsung di bawah bimbingan instruktur. Menurut (Muh & Ahmad, 2021b), pelatihan berbasis praktik langsung membantu peserta memahami teknik produksi dengan lebih baik dibandingkan metode ceramah. Interaksi antara instruktur dan peserta juga memungkinkan terjadinya diskusi dan tanya jawab, yang memperkaya proses pembelajaran.

Dalam hal ini kegiatan selanjutnya adalah pemberian pemahaman tentang pemanfaatan sampah-sampah limbah rumah tangga. Proses dimulai dengan pengumpulan kemasan-kemasan apapun jenisnya, selanjutnya pemilihan kemasan sesuai jenis dan ukurannya, setelah masyarakat melakukan pemilihan jenis dan ukurannya proses selanjutnya pencucian bersih untuk menghindari bakteri-bakteri yang menyebabkan penyakit. Semua plastik harus disterilkan dengan benar

dan dibersihkan sehingga kemasan terlihat seperti baru. Selanjutnya kemasan-kemasan tersebut dikeringkan melalui sinar matahari secara langsung, bisa menggunakan alat pengering yang bisa mengeringkan dalam jumlah banyak dan dalam tempo singkat, langkah selanjutnya setelah tahap pengeringan adalah tahap pengguntingan setelah tahap pengeringan tadi kemasan harus digunting untuk dilipat membentuk sebuah anyaman, ketika kemasan plastik tadi sudah digunting selanjutnya membuat anyaman yang memiliki rute seperti kincir angin dari satu tahap seperti ini akan berlanjut ke tahap selanjutnya terhadap rangkaian anyaman yang semakin besar dan semakin luas. Tentu dokumentasi sangat diperlukan dengan jenis kegiatan pemberdayaan yang memberikan edukasi tentang sebuah pemanfaatan produk karena dalam proses pembenihan masyarakat yang seperti ini semua proses harus tergambar dengan jelas sehingga masyarakat luas yang ingin mengembangkannya dapat melihat secara jelas. Tahap selanjutnya penganyaman dilakukan yakni memberikan tali diantara kedua sisi tas tersebut dan pemberian tali ini atau tangkai bisa disesuaikan dengan model untuk apa fungsi dari tas tersebut. Jika tas tersebut digunakan untuk tempat barang-barang piknik otomatis tali yang diberikan tidak bisa tali yang untuk model tas membawa belanjaan ke pasar. Dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif ini mahasiswa berusaha memberikan inovasi untuk pengeluaran modal seminimalisir mungkin dikarenakan masyarakat bisa merasa keberatan jika sebuah usaha membutuhkan modal yang besar dan sebenarnya usaha ini juga membutuhkan modal yang sangat besar akan tetapi modal tersebut adalah model kreativitas dan kemauan untuk menganyam sehingga menjadi sebuah karya. Setelah proses pembuatan tangkai selesai langkah selanjutnya adalah tahap pemasaran dan pengiklanan.

Meskipun pelatihan memberikan banyak manfaat, ada beberapa tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peserta, terutama mereka yang sudah memiliki tanggung jawab lain, seperti bekerja atau mengurus keluarga. Selain itu, keterbatasan sumber daya, seperti alat dan bahan pelatihan, juga menjadi kendala. Menurut(Mr, 2017), pelatihan di komunitas prasejahtera sering kali menghadapi tantangan logistik, yang memengaruhi kualitas dan hasil akhir pelatihan. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang agar pelatihan dapat berjalan efektif.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis peserta setelah mengikuti pelatihan. Peserta yang sebelumnya tidak memiliki keterampilan khusus kini mampu menghasilkan produk kerajinan dengan kualitas yang layak jual. Pelatihan ini tidak hanya mengajarkan keterampilan dasar, tetapi juga mengembangkan kreativitas peserta dalam menciptakan produk baru. (Anjaini et al., 2024) menekankan bahwa pelatihan yang berkelanjutan dapat meningkatkan kapasitas produksi masyarakat dan mendorong inovasi berbasis lokal.

Selain keterampilan teknis, pelatihan juga mencakup materi kewirausahaan dasar. Materi ini meliputi cara mengelola usaha kecil, perencanaan bisnis, serta strategi pemasaran. Pelatihan kewirausahaan bertujuan untuk membangun mentalitas bisnis di kalangan peserta, sehingga mereka tidak hanya menjadi pengrajin, tetapi juga wirausahawan mandiri. Menurut(Sukesti et al., 2023), pengetahuan kewirausahaan sangat penting untuk memastikan bahwa keterampilan teknis yang diperoleh dapat diubah menjadi peluang ekonomi yang nyata. Dengan pemahaman kewirausahaan, peserta diharapkan mampu mengelola usaha mereka secara mandiri dan berkelanjutan.

3. 3. Strategi Pemasaran Produk

Proses pemasaran atau pengenalan kepada masyarakat luas tentu berbicara bagaimana masyarakat bisa menerima produk ekonomi kreatif yang bahan utamanya adalah sampah limbah rumah tangga, kemudian dikreasikan menjadi barang-barang yang memiliki nilai jual yang tinggi. Pemberdayaan masyarakat prasejahtera melalui ekonomi kreatif memerlukan pendekatan pemasaran yang tepat agar produk yang dihasilkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi ini melibatkan elemen kunci seperti pelatihan digital marketing dan pengenalan platform e-commerce. Elemen ini saling berkaitan dan membentuk fondasi kuat untuk meningkatkan daya saing.

Adapun strategi yang digunakan yaitu:

a. Pelatihan Digital Marketing

Dalam era digital saat ini, pemasaran konvensional tidak lagi cukup untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama bagi pelaku usaha mikro dan kecil di komunitas lokal. Ibu-ibu di perumahan Sidomulyo Barat dilakukan pelatihan digital marketing untuk membantu

masyarakat memahami bagaimana memanfaatkan teknologi dalam pemasaran produk mereka. Menurut penelitian oleh Rahmadyah & Aslami(Rampai, 2024), pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan membentuk pola pikir kewirausahaan yang inovatif.

Materi pelatihan biasanya mencakup beberapa aspek utama, seperti pembuatan konten digital yang menarik, penggunaan media sosial, strategi iklan online, serta pemanfaatan platform e-commerce. Setiap modul pelatihan dirancang agar mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang yang berbeda, termasuk mereka yang baru pertama kali menggunakan teknologi digital. "pelatihan teknik pengambilan gambar, pembuatan akun media sosial sampai pengenalan shope dimaksudkan untuk supaya masyarakat tau cara memarkan produknya" jelas Efril. Menurut (Mardhiyaturrositaningsih et al., 2024), pelatihan yang efektif melibatkan praktik langsung, seperti membuat kampanye iklan sederhana menggunakan Facebook atau Instagram.

Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga meningkatkan kapasitas dan kompetensi peserta melalui praktik langsung. Salah satu aspek penting adalah bagaimana menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan pasar sasaran. Konten visual, seperti foto dan video produk, menjadi fokus utama karena memiliki daya tarik yang kuat di media sosial. "kami diajarkan mengambil foto yang baik, menggunakan media sosial dan menulis promosi disitu untuk promosi barang kami" ujar ibu Laila. Menurut(Fahdia et al., 2022), pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mereka membuat konten yang sesuai dengan tren pasar. Dalam pelatihan pemasaran peserta juga diajarkan bagaimana cara pengambilan foto produk dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian para konsumen media sosial sehingga mau mengklik atau menyempatkan jarinya untuk scroll ke beranda ataupun ke profil pemberdayaan yang kita kembangkan. "Semua produk yang sudah jadi harus dipotret dengan resolusi gambar yang tinggi dengan kejernihan kamera yang sangat bagus, hal ini bisa digunakan kamera Hp yang hari ini sudah beresolusi tinggi" terang Widya.

Meskipun pelatihan digital marketing menawarkan banyak manfaat, implementasinya di komunitas sering menghadapi tantangan, seperti keterbatasan akses internet yang terkadang ibu-ibu tidak memiliki

paket. "kami terkadang ada kehabisan paket, karena tidak ada akses wifi gratis. Jadi kalau pemasaran menunggu ada paket dulu" jelas ibu Rina. Oleh karena itu, penting bagi penyelenggara pelatihan untuk memberikan dukungan berkelanjutan, termasuk mentoring dan evaluasi rutin. Menurut (Iqbal Arraniri et al., 2024) menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal untuk mengatasi tantangan ini.

Pemasaran jika dilakukan dari media sosial maka akan sangat cepat mendapatkan keuntungan dikarenakan dalam satu detik postingan dengan hastag yang terbaru produk tersebut akan berada di posisi terbaru berita pada jam tersebut nah ini adalah peluang yang tidak diketahui oleh masyarakat luas sehingga diberikan pemahaman tentang seberapa bermanfaatnya sebuah ponsel yang setiap harinya digenggam di tangan kita ternyata jangkauannya sangat luas bisa membantu kita memiliki sumber penghasilan dengan cara pemasangan produk yang baik dan pengiklanan yang sangat menarik.

b. Pengenalan Platform E-Commerce

Pengenalan platform e-commerce, khususnya Shopee, dalam konteks pemberdayaan masyarakat prasejahtera melalui ekonomi kreatif, menjadi aspek yang sangat penting untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, memiliki berbagai fitur yang dapat membantu pelaku UMKM, termasuk masyarakat prasejahtera, untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dalam pelatihan pemasaran yang diberikan, pengenalan platform e-commerce seperti Shopee menjadi salah satu fokus utama yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk-produk lokal ke pasar yang lebih besar.

Dalam pelatihan dikenalkan juga Shopee menawarkan berbagai kemudahan bagi pengguna, terutama bagi UMKM yang baru memulai perjalanan digital mereka. Dengan sistem yang mudah dipahami dan dukungan dari berbagai fitur seperti Shopee Ads, voucher, dan gratis ongkir, Shopee mempermudah pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif. Pengenalan Shopee dalam pelatihan ekonomi kreatif bertujuan untuk mengajarkan masyarakat prasejahtera cara memanfaatkan platform ini untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan. Shopee, sebagai platform

marketplace, tidak hanya memungkinkan pelaku usaha untuk menjual produk mereka, tetapi juga memberikan kemudahan dalam hal pembayaran yang aman, pengiriman yang terintegrasi, dan analisis pasar yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka. Sebuah studi menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis melalui e-commerce seperti Shopee berkontribusi pada peningkatan omzet yang signifikan bagi banyak UMKM, bahkan di daerah yang sebelumnya sulit mengakses pasar yang lebih besar (Sabrina Theofany Simanjuntak et al., 2024).

Dalam pelatihan tentang penggunaan Shopee mencakup beberapa aspek penting, seperti pembuatan akun, toko online, pengaturan tampilan produk yang menarik, serta penerapan strategi promosi yang tepat melalui platform ini. Dalam hal ini, Shopee tidak hanya menyediakan media jual beli, tetapi juga alat bantu yang memberikan informasi lebih lanjut tentang produk, dan menarik perhatian lebih banyak konsumen. Oleh karena itu, pengenalan dan pelatihan penggunaan Shopee menjadi sangat penting dalam rangka meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memasarkan produk mereka.

4. Kesimpulan

Dari pembahasan terdahulu penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat prasejahtera melalui ekonomi kreatif memiliki potensi besar dalam meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga, terutama dalam mengolah sampah limbah rumah tangga menjadi produk yang memiliki nilai jual. Proses pemberdayaan yang dimulai dengan sosialisasi program bertujuan untuk memperkenalkan konsep ekonomi kreatif dan menggugah kesadaran masyarakat tentang potensi lokal yang dapat dimanfaatkan. Sosialisasi yang dilakukan secara kelompok terbukti efektif dalam memotivasi partisipasi aktif masyarakat, meskipun tantangan utama terletak pada rendahnya tingkat pengetahuan awal dan keterbatasan informasi.

Pelatihan keterampilan merupakan tahap krusial dalam program ini, yang memberi peserta pengetahuan praktis tentang cara memanfaatkan limbah untuk menciptakan produk bernilai jual. Selain keterampilan teknis, pelatihan juga meliputi materi kewirausahaan yang mengajarkan peserta cara mengelola usaha mereka secara mandiri. Penerapan pelatihan berbasis praktik langsung, seperti menganyam kemasan limbah rumah tangga,

memberikan hasil yang signifikan dengan meningkatnya keterampilan dan kreativitas peserta.

Strategi pemasaran yang melibatkan digital marketing dan pengenalan platform e-commerce seperti Shopee juga penting untuk meningkatkan daya saing produk. Pelatihan digital marketing membantu masyarakat memahami pentingnya penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar, meskipun kendala seperti keterbatasan akses internet menjadi tantangan yang perlu diatasi. Penggunaan Shopee sebagai platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas dengan sistem yang mudah dan fitur-fitur yang mendukung penjualan.

Ucapan Terimakasih

Peneliti menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Masyarakat kelurahan di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Pengelola Jurnal Empower dan seluruh team yang telah membantu dalam proses penerbitan artikel ini.

Daftar Pustaka

- 
- Adi, Isbandi. R. (2019). *Kesejahteraan Sosial (Pekerjaan Sosial, Pembangunan Sosial, dan Kajian Pembangunan)*. . Rajawali Press.
- Alifah, T. V., & Hermawan, D. (2024). Analisis Interaksi Komunitas dan Stakeholder dalam Aktivasi Kampung Wisata Kreatif Pasir Kunci. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(3), 13–25.
- Anjaini, J., Permatasari, M. N., Irawan, H., Kurniawati, A., Simangunsong, T., Hutabarat, P. U. B., Nurchamidah, N., Safingah, K., Mardika, H. P. K., & Setiyaningsih, L. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat (Strategi, Model, dan Inovasi untuk Transformasi Sosial)*. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Anslem Strauss dan Juliet Corbin, T. M. S. dan I. M. (2013). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data*. Pustaka elajar.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. (2022). *Provinsi Riau Dalam Angka Masyarakat Miskin di Riau pada 2022*. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau.

- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Handono, S. Y., Hidayat, K., & Purnomo, M. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Pertanian*. Universitas Brawijaya Press.
- Haris, M., Putri, A., & Hendrayani, M. (2023). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM USAHA PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA (UP2K). *Dakwatul Islam*, 8(1), 24-38.
- Iqbal Arraniri, M. M., Trustisari, H., Arfian, A., Kom, M., Dunggio, T., Kamaluddin, S. S., Hanif Saputra Affandi, S. P., Nurwulan, R. L., Novi Sentiya, S. S. T., & Ak, M. (2024). INOVASI DAN KOLABORASI DALAM PERENCANAAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT BERKELANJUTAN. Cendikia Mulia Mandiri.
- Istikomah, I., & Mala, I. K. (2024). Dampak Internet terhadap Pola Interaksi Masyarakat di Desa Tawangharjo. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(2), 185-193.
- Jailani, M. (2018). *Assesment Usaha Ekonomi Kelompok Masyarakat Kelurahan Belawan II*.
- Majid, A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Penerbit Aksara Timur.
- Mardhiyaturrositaningsih, M., Maulana, R., Alkhusna, M., Maharani, N. P., Taqi, M. A., Dina, H. R., Irnaeni, I., Pratama, A. R., Shofia, W. N., & Fitriani, F. (2024). *Membangun Ekonomi Desa: Pengembangan Kompetensi dan Inovasi UMKM*.
- Mas'od, M. M., Anshori, A. M., Ansori, T., Haris, M., & Ibrahim, M. (2023). EFEKTIFITAS KOMUNIKASI PNPM MANDIRI DENGAN PEMANFATAN KEARIFAN LOKAL DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN DI KOTA PADANG. *Nusantara Hasana Journal*, 3(8), 262-282.
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.

- Mr, N. (2017). *Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Dimulai Dari Halaman Masjid "Studi Kasus Di Posdaya Masjid "Miftahul Hidayah" Di Desa Bulay Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.* Duta Media.
- Muh, S., & Ahmad, F. (2021a). *Konsep dan Pengukuran Efektifitas Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.* Nobel Press.
- Muh, S., & Ahmad, F. (2021b). *Konsep dan Pengukuran Efektifitas Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.* Nobel Press.
- Novanty, A. H., Azzahra, S., Faramita, D., Ratri, N. A., Faradila, N., Nur'Aulia, A., & Annissatussafira, E. (2024). Strategi pemasaran berkelanjutan dalam meningkatkan kinerja keuangan usaha mikro kecil dan menengah di sekitar Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Implementasi*, 4(1), 28-37.
- Prasetyo, A. H., & Kom, S. I. (2022). MEMBANGUN DIGITAL MARKETING GUNA PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA BENJOR, KECAMATAN TUMPANG, KABUPATEN MALANG PADA MASA PANDEMI COVID-19. *AKADEMISI DALAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 41.
- Putra, E. P., & Robertus, M. H. (2024). The Effect of Education Level, Health Level, and Income Inequality on Regency/City Poverty Level in West Sumatra Province 2016-2021. *Diponegoro Journal of Economics*, 11(2), 115-125.
- Rachmawati, E. (2021). *Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan wisata.* Syiah Kuala University Press.
- Rachmawati, R. (2018). Pengembangan smart village untuk penguatan smart city dan smart regency. *Jurnal Sistem Cerdas*, 1(2), 12-19.
- Rajagukguk, T. S. (2024). Pengabdian Mendigitalkan Desa: Meningkatkan Keterampilan Digital Masyarakat Melalui Pelatihan Komputer dan Internet (Pada UMKM di Desa Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 212-228.
- Rampai, B. (2024). *SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERKINI: Inovasi dan Transformasi Bisnis.*
- Sabrina Theofany Simanjuntak, M., Mutiara Paundra, A., Sari Kusuma, R., Rahmanto, F., Zaenuri, M., Fauzi Rahmat, A., Wisnumurti Bayuaji, B., Muda Monggilo Kecakapan Digital, Z. Z., Shopee Dalam Peningkatan

Penjualan, P., & Firdausi Nazila JMKI VOL, M. (2024). *Reception Analysis on Adolescent Consumptive Behaviour in BTS "Spine Breaker" Lyrics Among Indonesian Army Adaptive Governance Komunikasi Informasi Bencana Covid-19 Melalui Facebook dan Twitter oleh Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.*

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukesti, F., Samiasih, A., Mukaromah, A. H., Rakhmawatie, M. D., Kamaruddin, M., Gitarja, W. S., & NurmalaSari, E. (2023). *BUNGA RAMPAI: Aspek Bisnis Kesehatan dan Ilmiah Enzim Dalam Penanganan Luka*. UNIMUS.

Trisnawati, W. (n.d.). *FAMILY DEVELOPMENT SESSION (FDS) DI DESA SIDAURIP KECAMATAN BINANGUN KABUPATEN CILACAP*.

Umar, F. Q., Tawakkal, G. T. I., & Sobari, W. (2023). Analisis Kepemimpinan Politik BUMDes Kerto Raharjo Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Ekowisata Boonpring. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(2), 419–446.



EMPOWER