

**PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL USAHA MANDIRI UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL DAN DAYA
SAING DI DESA GENENG, PRAMBANAN**

**Yusana Sasanti Dadtun¹, Kartiningsih Basuki², Andra Rakha Setyawan³,
Jassond Erhant Marcelino⁴, Sava Ega Devara⁵, Prastiti Tri Kasetyohani⁶,
Rickra Christy Alexandra⁷, Aulia Khansa Nabila⁸, Aditya Dwi Cahyanto⁹,
Rafi Syuja Satria¹⁰, Roby Danisalam¹¹**

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11} Universitas Sebelas Maret, Indonesia

sasantidadtun_yusana@staff.uns.ac.id¹, kartiningsihbasuki04@student.uns.ac.id²,
rakha215@student.uns.ac.id³, jassonderhnt@student.uns.ac.id⁴,
savaegadevara@student.uns.ac.id⁵, prastiti3k@student.uns.ac.id⁶,
rcalexandra@student.uns.ac.id⁷, khansanabila654@student.uns.ac.id⁸,
adityadwicahyanto@student.uns.ac.id⁹, rafisatria921@student.uns.ac.id¹⁰,
robydanisalam@student.uns.ac.id¹¹

Abstrak

Pemberdayaan ekonomi kreatif merupakan strategi utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di era digital, pemanfaatan media sosial menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini membahas program pemberdayaan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan media sosial bagi pelaku usaha mandiri di Desa Geneng, Kecamatan Prambanan. Program ini dilaksanakan melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan kegiatan utama berupa sosialisasi pemasaran digital dan workshop pembuatan Batik Jumputan. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan literasi digital masyarakat, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan nilai jual dan daya saing produk lokal. Dengan adanya intervensi berbasis teknologi, diharapkan UMKM di Desa Geneng dapat lebih mandiri dan kompetitif dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Kata Kunci: Pemberdayaan Ekonomi Kreatif, Media Sosial, UMKM, Pemasaran Digital, Batik Jumputan.

Abstract

Empowerment of the creative economy is a primary strategy in improving community welfare, especially for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). In the digital era, the use of social media is a key factor in increasing business competitiveness. This study discusses the creative economy empowerment program through the use of social media for independent business actors in Geneng Village, Prambanan District. This program is implemented through Real Work Lectures with the main activities in the form of digital marketing socialization and Batik Jumputan making workshops. The results of this program show an increase in digital literacy in the community, expansion of market reach, and an increase in the selling value and competitiveness of local products. With technology-based interventions, it is hoped that MSMEs in Geneng Village can be more independent and competitive in facing the challenges of the digital economy.

Keywords: *Empowerment Of Creative Economy, Social Media, UMKM, Digital Marketing, Batik Jumputan.*

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi kreatif menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing usaha. Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai *platform* pemasaran yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar secara global (Kotler *et al.*, 2021). Pemasaran yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital sering disebut sebagai *digital marketing*. Konsep ini mencakup strategi pemasaran yang bersifat interaktif dan terintegrasi, memungkinkan produsen, perantara pasar, dan calon konsumen untuk berinteraksi dengan lebih mudah (Purwana *et al.*, 2017). Menurut Wardhana (2015) strategi *digital marketing* memiliki dampak hingga 78% terhadap daya saing UMKM dalam memasarkan produk mereka. Salah satu aspek penting dalam strategi ini adalah sosialisasi pemanfaatan media sosial, yang berperan dalam memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai langkah-langkah memperluas jaringan konsumen. Dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Meskipun akses terhadap teknologi semakin terbuka, literasi digital di kalangan pelaku UMKM, khususnya ibu rumah tangga dan pelaku usaha mandiri di daerah pedesaan, masih menjadi tantangan. Kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, produksi konten yang menarik, serta teknik *copywriting* yang efektif menyebabkan potensi ekonomi belum tergarap secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang terstruktur melalui program pemberdayaan berbasis teknologi untuk meningkatkan kompetensi digital masyarakat.

Program ini dilaksanakan di Desa Geneng, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, dengan tujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran melalui media sosial bagi pelaku usaha mandiri. Program ini mencakup pelatihan strategi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, serta *workshop* pembuatan Batik Jumputan sebagai salah satu bentuk ekonomi kreatif. Dengan adanya program ini, diharapkan terjadi peningkatan daya saing produk lokal serta kemandirian ekonomi masyarakat setempat.

METODE PENELITIAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Sebelas Maret Surakarta mengadakan program kegiatan dengan judul “*Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Pemanfaatan Media Sosial Usaha Mandiri Untuk Meningkatkan Nilai Jual Dan Daya Saing Di Desa Geneng, Prambanan*”. Waktu pelaksanaan kegiatan dimulai dari tanggal 7 Januari - 20 Februari 2025 di Desa Geneng, Kecamatan Prambanan, Klaten, Jawa Tengah. Pelaksanaan KKN dibagi dalam beberapa tahapan kegiatan, Kegiatan pertama yakni pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi di lokasi KKN guna mendapatkan gambaran tentang lokasi dan kondisi masyarakat untuk penyusunan program kerja dalam menyelesaikan atau memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat Desa Geneng.

Program kegiatan disusun berdasarkan hasil analisis data dimana solusi yang ditawarkan dalam masalah yang dihadapi Masyarakat Desa Geneng yang sudah teridentifikasi adalah melakukan sosialisasi yang berkaitan dengan kegiatan usaha mandiri dengan penggunaan media sosial dikalangan ibu-ibu rumah tangga dan UMKM, dan Strategi promosi online. Dilanjutkan dengan praktik ide kewirausahaan yaitu kegiatan pembuatan Batik Jumputan yang dilakukan sebagai program kegiatan KKN ini. Sasaran kegiatan ini merupakan ibu-ibu PKK dari Rw 6 Gandekan yang berjumlah 40 Peserta. Sebagian dari ibu-ibu PKK tersebut merupakan pelaku usaha yang belum memahami dan belum menerapkan media sosial dalam

kegiatan usahanya. Partisipasi peserta dalam program pengabdian meliputi; mengikuti pelaksanaan kegiatan serta berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kerja KKN yang dilakukan oleh mahasiswa dan ibu-ibu PKK RW 6 Gandekan di Desa Geneng, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah dilaksanakan dalam tiga tahap yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, dimulai dengan koordinasi mahasiswa KKN Universitas Sebelas Maret dengan Ketua RW 6 dan Ibu-Ibu PKK RW 6 Gandekan terkait untuk membahas konsep program kerja yang akan dilaksanakan. Diskusi ini meliputi tema dan jenis pelatihan yang akan diberikan kepada peserta. Selain itu, dilakukan pula perencanaan terkait lokasi pelaksanaan kegiatan, waktu pelaksanaannya, serta saran dan prasarana yang diperlukan untuk mendukung berjalannya program.

Selain koordinasi dengan pihak terkait, mahasiswa KKN Universitas Sebelas Maret juga melakukan survei awal terhadap potensi usaha mandiri yang telah ada di Desa Geneng. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM di RW 6 Gandekan dalam memasarkan produk mereka. Hasil dari survei ini digunakan sebagai dasar dalam menyusun materi pelatihan yang lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

2. Tahap Pelaksanaan

Program kerja ini dilaksanakan pada 8 Februari 2025 di rumah warga RW 6. Sosialisasi dilakukan dengan cara pemaparan materi melalui presentasi yang disiapkan oleh narasumber, yaitu Shabrina Maulida Syahnisa. Dalam sosialisasinya, Shabrina Maulida Syahnisa menjelaskan tentang pembuatan konten media sosial dan pelatihan lebih lanjut mengenai platform pemasaran online seperti *Instagram* dan *Facebook*.



Gambar 1. Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Usaha Mandiri Untuk Meningkatkan Nilai Jual Dan Daya Saing

Setelah usai pemaparan materi dilanjutkan dengan sesi tanya jawab kemudian dilanjutkan dengan diskusi mengenai *Content Creation* dengan peserta yang hadir sejumlah 40 peserta. Selanjutnya, dalam sesi workshop pembuatan batik jumputan, peserta diajarkan teknik pewarnaan kain dengan metode ikat celup yang menghasilkan motif unik berdasarkan pola ikatan yang digunakan.

Melalui *workshop* ini, peserta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait teknik pewarnaan dan motif batik jumputan, yang berkontribusi terhadap peningkatan kualitas produk. Selain itu, dengan adanya workshop ini, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman mengenai potensi ekonomi dari produk batik jumputan jika dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dan pemberdayaan usaha mandiri masyarakat.



Gambar 2. Pelaksanaan *Workshop* Batik Jumputan



Gambar 3. Promosi Karya Produk Lokal Melalui Instagram



Gambar 4. Foto Bersama dengan Peserta Program Kegiatan

No	Alat dan Bahan	Jumlah
1	Kain Mori	6
2	Wantex	25
3	Cup	25
4	Garam	1 bungkus
5	Karet	50
6	Sertifikat	1
7	Sarung Tangan	40
8	Waterglass	250 gram
9	Air	250 ml

Tabel 1. Alat dan Bahan

DAMPAK

Pelaksanaan program “*PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL USAHA MANDIRI UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL DAN DAYA SAING*” di Desa Geneng melalui pemanfaatan media sosial untuk usaha mandiri memberikan sejumlah dampak yang signifikan, baik pada aspek ekonomi, sosial, maupun keterampilan teknologi. Adapun dampak-dampak utama yang timbul dari program ini antara lain:

1. Perluasan Jangkauan Pasar

Pemanfaatan media sosial memungkinkan pelaku usaha di Desa Geneng untuk memperluas jangkauan pasar mereka, tidak hanya terbatas pada pasar lokal, namun juga mencakup pasar regional dan nasional. Hal ini secara langsung memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan volume penjualan dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa.

2. Peningkatan Nilai Jual Produk Lokal

Melalui pelatihan dalam pemasaran digital, pelaku usaha mampu meningkatkan citra produk melalui teknik fotografi yang lebih menarik, deskripsi produk yang lebih jelas, serta penggunaan platform digital yang tepat. Strategi ini turut berkontribusi pada peningkatan nilai jual produk dan daya tarik produk lokal yang lebih kompetitif.

3. Peningkatan Literasi Digital Masyarakat

Program ini juga berdampak pada peningkatan literasi digital masyarakat, di mana mereka dilatih untuk menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Keterampilan ini memberikan keuntungan kompetitif, di mana pelaku usaha dapat beradaptasi dengan perubahan tren pemasaran dan teknologi yang terus berkembang.

4. Peningkatan Kesadaran Terhadap Branding dan Inovasi

Program ini mendorong masyarakat untuk memahami pentingnya branding dan inovasi dalam pengembangan produk. Kesadaran ini mengarah pada peningkatan kualitas produk serta penyesuaian terhadap permintaan pasar yang dinamis, sehingga produk menjadi lebih relevan dan menarik bagi konsumen.

Secara keseluruhan, program pemberdayaan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan media sosial ini memiliki dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan kualitas dan daya saing usaha mandiri di Desa Geneng khususnya pada UMKM di RW 6 Gandekan. Pemberdayaan ini

tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi langsung bagi masyarakat, tetapi juga membangun kapasitas mereka dalam beradaptasi dengan kemajuan teknologi, yang dapat memperkuat keberlanjutan usaha dan ekonomi desa di masa depan.

KESIMPULAN

Program kerja “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif melalui Pemanfaatan Media Sosial Usaha Mandiri untuk Meningkatkan Nilai Jual dan Daya Saing” dengan adanya workshop batik jumputan telah memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha mandiri. Kegiatan ini memberikan wawasan serta keterampilan baru bagi peserta dalam pembuatan batik jumputan, sekaligus meningkatkan pemahaman tentang strategi pemasaran digital melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Wardana, Aditya. 2018. Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015. ISBN : 978-602-17225-4-1.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1). 1–17.