

PENGEMBANGAN EKOWISATA MELALUI PENDEKATAN EKONOMI KREATIF DI DESA KINDINGAN KECAMATAN HANTAKAN KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH

Gusti Noorsyifa¹, Sri Hidayah¹, Mayang Effiena Syahla¹, Ananda Noorfallah¹, Ahmad Sauki¹, Rio Hermawan¹, Habibi Adam Nasuha¹, Tiara Kusuma Dewi¹, Hanifah¹, Ratu Salma¹, Stevany Nike Ardanata¹

¹Sosiologi, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Corresponding author:

Gusti Noorsyifa

syfgusti7@gmail.com

Received (November 12, 2024), Accepted (July 27, 2025)

Keywords:

Creative economy; creative home; basket weaving

DOI:

<https://doi.org/10.20527/hb.v3i1.416>

ABSTRACT

Kindingan Village has a population of 719 people with a percentage of 99% earning a living as farmers and planters. The condition of the community that is too dependent on nature in any aspect over time turns into a serious problem. In the past few years, problems have often occurred, one of which is that several times the community has experienced crop failure which has a huge impact on them. This is caused by extreme weather and the season that is always transitional. Therefore, the service team proposed a program inspired by the potential of basket weaving skills by the Kindingan Village community which was then implemented into a program called "Rumah Kreatif". Where we as a team of servants conducted the formation of basket production groups and socialization of online marketing with the community. The program implementation applied a participatory approach. In an effort to build community participation, the service team applies the live-in method, which is living in the village during the implementation of the service and actively involved in community activities outside of the service program. The duration of the program implementation is 58 days, starting from July 18, 2024 to September 13, 2024. The results achieved from the implementation of this service program are the creation of new jobs outside the agricultural sector, so that it is expected to increase income. Long-term impact is expected in the form of improving the village economy through the sustainability of creative businesses managed by the local community.

ABSTRAK

Desa Kindingan memiliki jumlah penduduk 719 jiwa dengan persentase 99% bermata pencaharian sebagai petani dan pekebun. Kondisi masyarakat yang terlalu bergantung dengan alam dalam segi apapun lama kelamaan berubah menjadi sebuah masalah yang serius. Di masa sekarang dalam beberapa tahun terakhir sering terjadi permasalahan, salah satunya yaitu beberapa kali masyarakat mengalami gagal panen yang sangat berdampak besar bagi masyarakat. Hal ini disebabkan oleh cuaca ekstrim dan musim yang selalu pancaroba. Oleh karena itu tim pengabdian mengusulkan sebuah program yang terinspirasi dari potensi keahlian menganyam bakul oleh masyarakat Desa Kindingan yang kemudian diimplementasikan menjadi sebuah program bernama "Rumah Kreatif". Dimana tim pengabdian melakukan pembentukan kelompok produksi bakul dan sosialisasi mengenai pemasaran secara online bersama masyarakat. Pelaksanaan program menerapkan pendekatan partisipatif. Dalam upaya membangun partisipasi masyarakat, tim pengabdian menerapkan metode *live in*, yakni tinggal menetap di desa selama pelaksanaan pengabdian dan terlibat aktif pada kegiatan-kegiatan masyarakat di luar dari program pengabdian. Durasi pelaksanaan program adalah 58 hari, terhitung mulai tanggal 18 Juli 2024 hingga 13 September 2024. Hasil yang dicapai dari pelaksanaan program pengabdian ini adalah terciptanya lapangan pekerjaan baru di luar bidang pertanian, sehingga diharapkan dapat menambah pendapatan. *Impact* jangka panjang diharapkan berupa peningkatan ekonomi desa melalui keberlanjutan usaha kreatif yang dikelola oleh masyarakat setempat.

How to Cite:

Noorsyifa, Gusti., Hidayah, Sri., Syahla, M. E., Noorfallah, A., Sauki, A., Hermawan, R., Nasuha, H. A., Dewi, T. K., Hanifah., Salma, R., Ardanata, S. N. (2025). Pengembangan Ekowisata Melalui Pendekatan



This is an open access article under the CC BY-SA license.

A. PENDAHULUAN

Desa Kindingan merupakan salah satu desa di Kecamatan Hantakan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Desa ini berada di dataran tinggi pegunungan, keadaan letak geografis tersebut membuat pola permukiman desa ini menyebar atau tidak tertata. Letak rumah warga biasanya berada di tepi sungai dan di atas bukit. Jenis tanah yang mendukung dan iklim tropis Indonesia yang hangat menjadikan faktor utama mengapa pekerjaan sebagai petani dan pekebun digemari. Sehingga desa ini memiliki jumlah penduduk 719 jiwa dengan hampir 99% pekerjaan utamanya merupakan Petani dan Pekebun ([Pemerintah Desa Kindingan, 2022](#)).

Kepala *Green Economy Unit*, REDD+ PBB Johan Kieft dalam [Emelie \(2014\)](#) mengatakan Indonesia harus mulai mengurangi ketergantungan perekonomian pada hasil sumber daya alam (SDA). Keadaan masyarakat yang terlalu bergantung dengan alam ini membuat beberapa masalah muncul dari perubahan lingkungan yang kini rentan terjadi seperti misalnya 2-3 tahun terakhir ini sering terjadi penurunan hasil panen akibat cuaca ekstrim yang mana berdampak kepada pendapatan utama masyarakat yang menurun, lalu kemudian besarnya resiko terjadi degradasi lingkungan yaitu ketika kegiatan mengambil hasil alam tidak pada jumlah seharusnya dapat menyebabkan kerusakan ekosistem disana, dan adanya kondisi keterbatasan diversifikasi ekonomi oleh masyarakat ketika pekerjaan utama sebagai petani dan pekebun terlalu mendominasi dan selalu turun temurun dilakukan lalu di kemudian hari sumber daya alam terancam habis masyarakat tersebut tidak memiliki alternatif lain untuk mencari nafkah. Beberapa ancaman masalah tersebut dapat terjadi jika tidak secepatnya ditemukan solusinya.

Permasalahan utamanya adalah keterbatasan jenis keahlian yang dimiliki masyarakat menyebabkan jenis mata pencaharian yang dimiliki hanya itu-itu saja, yakni berprofesi sebagai petani dan pekebun yang mana pada keadaan tertentu terutama dalam 2 sampai 3 tahun belakangan iklim yang tidak menentu dan cuaca ekstrim selalu datang sehingga mengancam hasil panen para petani dan pekebun tersebut bahkan dalam keadaan tertentu biasanya hasil panen masyarakat bahkan dihargai dengan sangat murah di pasar. Oleh sebab itu tim pengabdian mengusulkan program dengan nama Rumah Kreatif sebagai solusi dari permasalahan yang tengah dihadapi oleh masyarakat desa.

Sebagian besar penduduk yang tinggal di Desa Kindingan merupakan ras dari Suku Dayak Meratus yang mana memiliki kebudayaan yang kaya sekali, dari banyaknya jenis kebudayaan tersebut salah satunya adalah menganyam bakul atau dalam bahasa lokal disebut *Arangan* jenis bakul yang dihasilkan sangatlah unik sebab memiliki motif rumit dan indah. Keahlian menganyam bakul dengan motif indah dari ibu-ibu rumah tangga tersebut merupakan sebuah potensi besar yang dapat menjadi sebuah solusi dari permasalahan keterbatasan jenis mata pencaharian masyarakat Desa Kindingan selama ini. Dengan adanya keahlian dalam membuat sebuah produk yang memiliki nilai jual yang tinggi dapat menjadikan masyarakat di sana memiliki jenis pemasukan tambahan yang cukup menjanjikan.

Dengan gerakan ekonomi kreatif yang merupakan suatu konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Dalam artian lain ekonomi kreatif merupakan pengembangan ekonomi yang berdasarkan keterampilan, kreativitas dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis, sehingga menitikberatkan pada pengembangan ide dalam menghasilkan nilai ([Linda, 2018](#); [Jauhariyah et al., 2020](#)). Diharapkan dapat menjadi sebuah upaya dalam pemecahan masalah dengan mengembangkan potensi keahlian yang dimiliki oleh masyarakat desa.

Program rumah kreatif tim pengabdi desain dan buat berdasarkan beberapa teori mengenai kewirausahaan sosial dan kreatif yang pertama yakni Teori Nilai Ganda Kewirausahaan sosial yang bertujuan untuk menghasilkan dua bentuk nilai: keuntungan ekonomi dan dampak sosial. Hal ini disebut sebagai "*double bottom line*" yang berarti bahwa pengusaha sosial mengukur kesuksesan tidak hanya dari keuntungan finansial, tetapi juga dari dampak sosial yang dihasilkan. Program rumah kreatif ini tidak hanya memiliki tujuan untuk menambah pemasukan masyarakatnya selain dari bertani dan berkebun namun juga ada tujuan khusus sebagai usaha memberdayakan masyarakat agar bisa berfikir kritis dan kreatif dalam dalam usaha pemenuhan kebutuhan sosial.

Referensi program yang tim pengabdi buat mengacu pada jurnal ([Habib, 2021](#)) yang berjudul "*Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif*". Jurnal ini mengidentifikasi mengenai konsep pembangunan dalam masyarakat yang tidak efektif sehingga dibutuhkan pemikiran dan konsep lain mengenai hal tersebut yakni pemberdayaan yang difokuskan untuk membina dan mengembangkan sumber daya manusianya dahulu lalu kemudian dengan ditambah konsep baru yang dinamakan ekonomi kreatif membuat konsep pemberdayaan ini semakin sukses sebab dalam kehidupan bermasyarakat tingkat ekonomi merupakan faktor yang lumayan besar berpengaruh.

Program yang tim pengabdi lakukan di Desa Kindingan memiliki tujuan yang saling berkaitan yaitu pada awalnya untuk mengadakan varian baru yang berbeda pada objek wisata yang terkenal di desa tersebut yakni wisata Air Terjun Siwalangan dalam bentuk ekonomi kreatif. Kemudian *output* yang dapat tim pengabdi capai yaitu meningkat giatnya produksi ekonomi kreatif pada masyarakat dalam bentuk pemberdayaan masyarakat. Tentu saja untuk mengembangkan hal tersebut tim pengabdi menerapkan metode *live in* di desa dan berbaur langsung dengan masyarakat sebagai upaya memaksimalkan capaian program pengabdian. Melalui program ini, tim pengabdi meyakini terciptanya perubahan di Desa Kindingan secara berkelanjutan dan konsisten.

B. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Kindingan, Kecamatan Hantakan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Durasi pelaksanaan program adalah 58 hari, terhitung mulai tanggal 18 Juli 2024 hingga 13 September 2024. Pelaksanaan program menerapkan pendekatan partisipatif. Dalam upaya membangun partisipasi masyarakat, tim pengabdi menerapkan metode *live in*, yakni tinggal menetap di desa selama pelaksanaan pengabdian dan terlibat aktif pada kegiatan-kegiatan masyarakat di luar dari program pengabdian.

Melalui metode tersebut tim pengabdi mampu membangun interaksi positif dan intens dengan masyarakat yang berimplikasi pada terciptanya afeksi dan emosi positif antara tim pengabdi dan masyarakat. Sehingga partisipasi masyarakat dapat diwujudkan secara bertahap. Pengabdian bertujuan untuk mengidentifikasi potensi sumber daya lokal yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata pada wisata Air Terjun Siwalangan, penciptaan lapangan kerja, serta menilai minat dan preferensi wisatawan terhadap jenis atraksi yang dihasilkan.

Jenis dan sumber data dalam pengabdian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam pengabdian ini adalah observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), dan dokumentasi. Penentuan informan dalam pengabdian ini menggunakan teknik purposive sampling. Program pengabdian ini dilaksanakan dengan logika intervensi, yang disajikan pada matriks:

Tabel 1 Logika Intervensi

Masalah yang di Intervensi:

Menambah daya tarik wisata melalui pendekatan ekonomi kreatif

Logika Intervensi	Indikator Objektif
-------------------	--------------------

Goals	Meningkatnya minat wisatawan pada objek wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan	Meningkatnya eksistensi wisata Air Terjun Siwalangan melalui digital marketing Persentase peningkatan jumlah pengunjung ke objek wisata Air Terjun Siwalangan dalam periode tertentu
Outcome	Adanya Varian Yang berbeda pada objek wisata Air Terjun Siwalangan dibanding objek wisata sejenis lainnya dalam bentuk ekonomi kreatif	Tersedianya outlet untuk menjualkan hasil produk kerajinan lokal di sekitar wisata Air Terjun Siwalangan
	Tersedianya fasilitas penunjang wisata pada objek wisata Air Terjun Siwalangan.	Tersedianya fasilitas itu terdiri dari hasil pengabdian pengembangan wisata, dan outlet
	Keunggulan objek wisata Air Terjun Siwalangan diketahui masyarakat luas.	Digital marketing, pembuatan film dan festival.
Output	Menguatnya Fungsi kelembagaan pengelolaan objek wisata Air Terjun Siwalangan.	Reaktivitas kegiatan dan pertemuan yang dilakukan oleh POKDARWIS dalam sebulan.
	Meningkatnya giat dan produksi ekonomi kreatif pada masyarakat dalam bentuk pemberdayaan masyarakat.	Total peserta yang mengikuti <i>workshop</i> ekonomi kreatif.
	Menambah fasilitas pendukung untuk menambah daya tarik wisatawan.	Kuantitas produk ekonomi kreatif yang dihasilkan setelah pelatihan.
	Tersedianya outlet produk ekonomi kreatif pada objek wisata Air Terjun Siwalangan	Persentase sarana dan prasarana yang telah diperbaiki maupun di tambah dari total yang direncanakan.
	Menambah Pengetahuan tentang digital marketing	Outlet yang dibuka untuk menjual produk ekonomi kreatif.
	Terwujudnya kesadaran masyarakat akan pengelolaan Pokdarwis di Desa Kindingan	Lokasi wisata yang telah dipetakan dan didokumentasikan.
		Masyarakat dan Pokdarwis termotivasi dalam mengelola dan mempromosikan objek wisata.

(Sumber: Tim pengabdi, 2024)

Logika intervensi pada tabel 1 kemudian di jabarkan ke dalam beberapa kegiatan yang diimplementasikan pada tahap pertama pelaksanaan program pengabdian ini. Penjabarannya sebagai berikut:

Tabel 2 Sasaran program

Kegiatan	Sasaran Program		
	Jumlah	Usia (Tahun)	Jenis Kelompok
A. Workshop ekonomi kreatif pembuatan anyaman bakul			
Diskusi dengan masyarakat tentang potensi anyaman bakul	20 Orang	Semua Usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
Persiapan dan pembagian koordinator kegiatan	10 Orang	21-23	Tim Pengabdi
Pelaksanaan kegiatan anyaman bakul	30 Orang	Semua Usia	Tim Pengabdi
B. Pembentukan kelompok ekonomi kreatif Siwalangan			
Diskusi Bersama masyarakat	20 Orang	Semua usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
Pembagian tim pengelola ekonomi kreatif	10 Orang	21-23	Tim Pengabdi
C. Pendirian Rumah Kreatif			
Pendirian rumah kreatif	30 Orang	Semua usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
D. Pelatihan Digital Marketing			
Diskusi bersama kelompok Karang Taruna	15 Orang	21-23	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi

Kegiatan	Sasaran Program		
	Jumlah	Usia (Tahun)	Jenis Kelompok
Melakukan pelatihan kegiatan digital marketing	30 Orang	Semua Usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdian
E. Kegiatan produksi bersama			
Produksi bakul bersama masyarakat	20 Orang	Semua Usia	Masyarakat Desa & Tim Pengabdian
F. Branding produk ekonomi kreatif			
Pembuatan logo serta <i>e-commerce</i>	11 Orang	17-23	Masyarakat Desa & Tim Pengabdian

(Sumber: Tim pengabdian, 2024)

Adapun alur pelaksanaan program pengabdian ini disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1 Alur pelaksanaan program pengabdian
(Sumber: Rancangan tim pengabdian, 2024)

C. PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Program

a. Sosialisasi penyamaan persepsi

Sosialisasi penyamaan persepsi merupakan langkah awal yang penting dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Tim pengabdi memulai dengan melakukan survei dan penelusuran secara langsung di Desa Kindingan untuk mengidentifikasi potensi-potensi lokal apa saja yang dapat dikembangkan. Berdasarkan hasil penelusuran tersebut, tim pengabdi menemukan sebuah potensi besar dalam keterampilan masyarakat setempat, yaitu anyaman bakul/arangan. Keterampilan ini tidak hanya unik, tetapi juga mencerminkan unsur-unsur budaya lokal yang khas. Tim pengabdi kemudian melihat peluang untuk mengintegrasikan keahlian ini dengan gerakan ekonomi kreatif, serta strategi pemasaran secara digital. Dengan cara ini, produk anyaman bakul/arangan dari Desa Kindingan dapat dipromosikan dan dijual lebih luas, sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berdasarkan hasil survei tersebut, tim pengabdi mengembangkan sebuah program berbasis pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif. Program ini dirancang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui optimalisasi potensi seni dan budaya yang sudah ada, dengan menggabungkannya dengan pendekatan modern, seperti digital marketing. Dalam proses penyusunan program, keterlibatan pemerintah desa, dan perwakilan masyarakat. Untuk memastikan program ini diterima dan relevan, dilakukan diskusi terbuka guna mendapatkan tanggapan, masukan, serta saran dari pihak pemerintahan desa dan masyarakat. Diskusi ini bertujuan menyamakan persepsi antara tim pengabdi dengan masyarakat setempat terkait rencana program rumah kreatif yang akan diimplementasikan. Akhirnya, melalui proses sosialisasi yang menyeluruh, tercapai kesepakatan dan dukungan penuh dari pemerintah desa serta masyarakat Desa Kindingan terhadap program ini. Persetujuan tersebut menjadi langkah awal yang signifikan dalam pelaksanaan program, yang diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan potensi lokal secara kreatif dan inovatif.



Gambar 2 Kegiatan sosialisasi penyamaan persepsi
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdi, 2024)

b. Workshop pembuatan Arangan

Workshop pembuatan arangan merupakan bagian dari program pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada perempuan terkhususnya ibu-ibu di Desa Kindingan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menggali dan memanfaatkan potensi lokal yang sudah ada, agar potensi tersebut dapat berkembang menjadi salah satu mata pencaharian di Desa Kindingan. Workshop ini diadakan di halaman rumah kepala desa dan ibu ketua PKK, yang mana menandakan adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah desa dan tokoh masyarakat setempat terhadap pemberdayaan ekonomi desa melalui kerajinan tangan lokal.

Pelatihan menganyam arangan ini melibatkan ibu-ibu pengrajin dari Dusun Ulin Limpak, Pantai Damar, dan Buntu, dimana wilayah ini masih kuat memegang unsur budaya dan adat, sehingga keahliannya dalam menganyam telah terasah sejak kecil dan turun-temurun. Para pengrajin ini menunjukkan keterampilannya dalam menganyam arangan, yang memberikan wawasan baru kepada peserta *workshop* tentang teknik dan pola anyaman yang beragam. Selain itu, peserta juga diajarkan bagaimana mengembangkan inovasi dalam pembuatan arangan, baik dari segi bentuk maupun motif, agar kerajinan tersebut dapat terus berkembang dan menarik minat pasar secara terus menerus dan lebih luas.

Tidak hanya fokus pada keterampilan teknis, *workshop* ini juga memberikan materi tentang analisis tren pasar, khususnya dalam hal motif dan warna yang sedang diminati. Peserta dilatih untuk memahami cara menganalisis data dari *platform e-commerce* guna menyesuaikan produksi kerajinan yang dibuat dengan selera konsumen yang terus berubah. Materi ini disampaikan oleh Dosen Pembimbing dari tim pengabdian yang telah memiliki banyak pengalaman dalam bidang ekonomi kreatif, sehingga memberikan nilai tambah bagi peserta dalam memahami pasar secara lebih luas dan strategis. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan masyarakat Desa Kindingan, khususnya perempuan, dapat lebih aktif terlibat dalam program pemberdayaan ekonomi desa. Selain itu, melalui peningkatan keterampilan dan wawasan pasar, masyarakat desa dapat memaksimalkan potensi lokalnya menjadi produk bernilai jual tinggi yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas.



Gambar 3 Kegiatan *workshop* pembuatan arangan bersama ibu-ibu Desa Kindingan
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024)

c. Membentuk kelompok ekonomi kreatif siwalangan

Siwalangan diambil dari nama air terjun yang menjadi ikon wisata di Desa Kindingan, yaitu Air Terjun Siwalangan. Nama ini dipilih dengan tujuan menciptakan identitas lokal yang kuat dan mencerminkan potensi alam desa yang bisa dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Kelompok ini dibentuk oleh sekumpulan anak muda yang aktif di Pokdarwis (Kelompok Sadar

Wisata) Desa Kindingan. Dengan adanya kelompok ini, diharapkan keterlibatan pemuda dalam mengelola dan mengembangkan potensi desa semakin meningkat.

Pembentukan kelompok ekonomi kreatif siwalangan merupakan langkah strategis untuk memastikan bahwa program-program yang sudah dilaksanakan tidak hanya berlangsung sesaat, tetapi dapat terus berlanjut dan berkembang. Salah satu tujuan utama pembentukan kelompok ini adalah untuk mengorganisir kegiatan ekonomi kreatif desa dengan lebih baik melalui peran aktif para anak muda disana. Dengan demikian, inisiatif dan ide-ide inovatif dari generasi muda bisa terfasilitasi, sehingga memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan program-program yang telah dijalankan.



Gambar 4 Pembentukan kelompok ekonomi kreatif siwalangan
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024)

d. Pendirian rumah kreatif



Gambar 5. Rumah kreatif siwalangan
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024)

Diawali dengan memberdayakan masyarakat dalam pembuatan arangan yang kemudian dilanjutkan dengan membentuk kelompok ekonomi kreatif siwalangan. Kemudian tahapan berikutnya dari program ini adalah pendirian Rumah Kreatif di Desa Kindingan. Rumah Kreatif didirikan sebagai outlet atau pusat penjualan hasil kerajinan tangan masyarakat, dengan tujuan untuk meningkatkan akses pasar dan memperluas jangkauan produk-produk lokal dengan harapan produk dari rumah kreatif ini tidak hanya bisa dijual di dalam desa tetapi juga hingga

ke luar daerah melalui digital marketing.

Outlet, yang berasal dari bahasa Inggris, memiliki arti "toko atau tempat berjualan," yang secara spesifik menjual satu jenis produk dari suatu merek. Di Desa Kindingan, outlet utama ini berlokasi di Dusun Ulin Limpak dan Pantai Damar, di mana para pengrajin lokal berkumpul untuk memproduksi barang-barang kerajinan, termasuk arangan. Namun, penjualan produk di outlet ini tidak terbatas pada arangan saja. Desa Kindingan memiliki beragam potensi ekonomi, dari kerajinan tangan hingga produk pertanian, yang semuanya dapat dikembangkan dan dipasarkan untuk mendukung pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan.

e. Pelatihan Digital Marketing

Sebagai tahapan lanjutan dalam memberdayakan masyarakat desa, tim pengabdian kembali melaksanakan pelatihan yang berkenaan tentang digital marketing. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital yang terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen ([Purwana et al., 2017](#); [Naimah et al., 2020](#)). Kegiatan pelatihan ini dilakukan mengingat kemajuan teknologi semakin pesat dan turut mempengaruhi minat orang luar terhadap potensi yang tersimpan di desa. Target utama pelatihan ini adalah pemuda desa yang tergabung dalam kelompok ekonomi kreatif siwalangan karena anak muda dianggap melek terhadap teknologi, selain itu kegiatan ini juga bermaksud sebagai bekal dalam menjalankan keberlanjutan program.



Gambar 6 Kegiatan pelatihan digital marketing
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdi, 2024)

Tim pengabdi melakukan beberapa runtutan tahapan kegiatan demi kesuksesan dan kelancaran program ini di antaranya yaitu:

- 1) Pengembangan skill promosi di sosial media Instagram

Media yang seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. ([Rachmawati, 2018](#); [Naimah et al., 2020](#)).

Kegiatan pertama yang tim pengabdian lakukan adalah memberikan pelatihan *softskill* tentang bagaimana mengelola instagram agar memiliki banyak pengikut dan banyak dilihat oleh pengguna instagram lainnya. Dengan menggunakan akun media sosial yang sudah ada milik pemerintahan desa, tim pengabdian bersama para pemuda desa mulai membuat dan mengembangkan konten-konten mengenai promosi bakul. Media promosi melalui instagram ini tim pengabdian pilih dikarenakan pada zaman sekarang hampir semua orang memiliki akun instagram dan mengunjungi laman ini paling tidak satu kali sehari sehingga cocok sekali untuk menjadi sarana media pemasaran secara digital.

2) *Pemanfaatan media E-commerce Shopee untuk pemasaran*

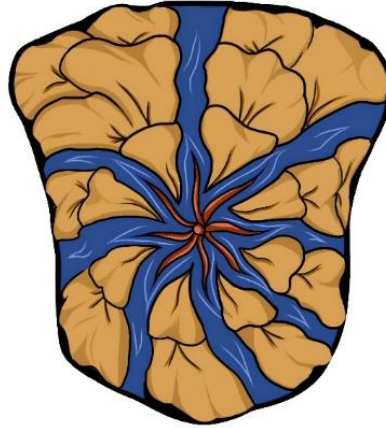
Pemasaran secara digital melalui aplikasi Shopee dimulai dengan membuat akun penjualan, tim pengabdian disini memandu salah satu pemuda desa untuk dapat mengerti dalam mengelola sistem penjualan melalui online dari aplikasi Shopee ini. Dari bagaimana sistem penguploadan produk, kemudian bagaimana cara membalas chat dari customer dengan sopan, dan bagaimana cara menerima suatu pesanan. Pemilihan media *e-commerce* Shopee tim pengabdian pilih disebabkan aplikasi ini mudah digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat, sehingga dapat memudahkan upaya promosi agar dapat dikenal oleh masyarakat banyak.

3) *Pelatihan foto produk untuk media sosial*

Foto produk termasuk dalam kegiatan yang cukup penting karena dalam proses menjual suatu produk di media sosial dibutuhkan foto asli dari produk yang akan dijual, tujuannya agar orang-orang dapat tertarik untuk membeli ketika konsumen melihat barang yang dijual. Kegiatan dalam membuat foto produk yang bagus tim pengabdian lakukan di objek wisata Air Terjun Silawangan agar dalam hasil jepretan foto tersebut memperlihatkan kedua buah potensi desa yang dapat dikenal secara bersamaan. Kemudian dalam kegiatan mengambil foto, tim pengabdian hanya menggunakan alat seadanya yang ada di telepon genggam, namun hal ini tidak mengurangi nilai estetika dalam foto tersebut sebab setelah sesi foto selesai tim pengabdian akan lanjut ke proses *editing* foto agar terlihat lebih proporsional dalam sebuah produk yang layak jual.

4) *Pengemasan produk dan branding logo*

Untuk produk anyaman dari bambu ini proses pengemasannya tidaklah terlalu rumit, hanya dengan menggunakan kardus yang di lapiisi dengan plastik dan kemudian direkatkan dengan lakban saja. Tidak harus menggunakan bubble wrap agar aman, sebab bahan dari produk yang dijual tidak mudah pecah. Selain melakukan pengemasan, tim pengabdian juga membuat logo produk untuk mebranding produk. Dengan pembuatan logo dan slogan atau tagline yang tepat bagi UMKM, tentunya akan berpengaruh pada nilai jual produk itu sendiri, dikarenakan logo dan *tagline* dapat memvisualkan dan mendeskripsikan produk apa yang dijual dan menjadi pembeda dari produk lainnya ([Arifudin et al., 2021](#)).



Gambar 7 Logo produk bakul silawangan
(Sumber: Rancangan tim pengabdi, 2024)

f. Diseminasi hasil

Diseminasi hasil merupakan langkah penting sebagai penutup dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian, bertujuan untuk memproyeksikan capaian program yang telah dilakukan selama masa pengabdian di Desa Kindingan. Kegiatan ini diperuntukan untuk kegiatan penyampaian pencapaian program kepada para pemimpin wilayah dan pejabat daerah termasuk para *pembakal* dan Kepala Camat Hantakan. Kehadiran para pemimpin dalam kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan yang lebih mendalam terkait kelanjutan dan pengembangan program di masa mendatang.

Dalam diseminasi ini, ditampilkan hasil-hasil nyata dari berbagai kegiatan yang telah dilakukan, baik dari segi peningkatan keterlibatan masyarakat, peningkatan keterampilan ekonomi kreatif, hingga potensi-potensi lokal yang berhasil dioptimalkan. Selain itu, diseminasi juga menjadi ajang untuk memaparkan strategi yang telah diterapkan dalam menyebarluaskan potensi desa, seperti melalui promosi pariwisata, pengembangan produk kerajinan, serta pelatihan-pelatihan bagi masyarakat setempat. Semua upaya tersebut ditujukan untuk memperkuat identitas Desa Kindingan sebagai desa yang mandiri dan produktif.



Gambar 8 Diseminasi hasil
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdi, 2024)

2. Capaian Program

Tabel 3 Capaian Program

	Capaian program	Indikator objektif
Kegiatan	<i>Workshop</i> ekonomi kreatif pembuatan anyaman bakul	Terlaksananya <i>workshop</i> ekonomi kreatif pembuatan anyaman bakul sebagai bentuk pemberdayaan kepada masyarakat
	Pembentukan kelompok ekonomi kreatif siwalangan	Terbentuknya kelompok ekonomi kreatif siwalangan yang berjumlah kurang lebih 5 orang sebagai pengurus untuk keberlanjutan program
	Pendirian rumah kreatif	Terlaksananya pendirian rumah kreatif sebagai outlet untuk masyarakat dalam memasarkan produk
	Pelatihan digital marketing dan promosi produk	Terlaksananya pelatihan digital marketing guna memberikan bekal pada kelompok masyarakat dan pemuda desa, termasuk yang tergabung dalam kelompok ekonomi kreatif siwalangan dalam mempromosikan produk
Output	Meningkatnya giat dan produksi ekonomi kreatif pada Masyarakat dalam bentuk pemberdayaan Masyarakat	Pemberdayaan masyarakat dalam menganyam arangan meningkatkan giat masyarakat terhadap potensi kreativitas desa dan produksi untuk keberlanjutan ekonomi kreatif di Desa Kindingan
	Menambah pengetahuan tentang digital marketing	Bertambahnya pengetahuan masyarakat terutama pemuda desa yang tergabung dalam kelompok ekonomi kreatif siwalangan tentang digital marketing, sehingga dapat menjadi keberlanjutan dalam mempromosi dan memasarkan produk.
	Tersedianya outlet produk ekonomi kreatif pada objek wisata Air Terjun Siwalangan.	Didirikannya rumah kreatif sebagai bentuk ketersediaannya outlet produk ekonomi kreatif sehingga dapat menunjang objek wisata Air Terjun Siwalangan
Outcome	Adanya varian yang berbeda pada objek wisata Air Terjun Siwalangan dibanding objek wisata sejenis lainnya dalam bentuk ekonomi kreatif	Dengan adanya produk ekonomi kreatif dari masyarakat dan outlet Rumah Kreatif membuat adanya varian baru dalam objek wisata Air Terjun Siwalangan sehingga tidak hanya menyuguhkan potensi dalam hal ekowisata namun juga dalam hal ekonomi kreatif
Goals	Meningkatnya minat wisatawan pada objek Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan dengan adanya brand produk bakul siwalangan	Masyarakat menjadi peduli untuk menghidupkan kembali potensi ekowisata dengan memproduksi potensi ekonomi kreatif berupa arangan dan lainnya
		Wisatawan melihat potensi pada Desa Kindingan tidak hanya dari ekowisatanya saja namun juga dari cenderamata dari hasil produksi ekonomi kreatif masyarakat.

(Sumber: Hasil asesmen dan evaluasi tim pengabdian, 2024)

D. KESIMPULAN

Program pengabdian di Desa Kindingan mencakup sosialisasi, *workshop*, pembentukan kelompok ekonomi kreatif, pendirian rumah kreatif, pelatihan digital marketing, dan diseminasi hasil. *Output* dari kegiatan ini meliputi persetujuan pemerintah dan masyarakat terhadap program, keterlibatan aktif masyarakat dalam *workshop* pembuatan arangan, terbentuknya kelompok ekonomi kreatif Siwalangan, pendirian Rumah Kreatif sebagai outlet hasil kerajinan, serta pelatihan digital marketing bagi pemuda desa. *Outcome* yang terlihat adalah meningkatnya pemahaman masyarakat tentang potensi ekonomi desa dan peningkatan keterampilan masyarakat dalam produksi dan pemasaran. *Impact* jangka panjang diharapkan berupa peningkatan ekonomi desa melalui keberlanjutan usaha kreatif yang dikelola oleh pemuda dan masyarakat setempat. Keunggulan metode pelaksanaan pengabdian terletak pada

pendekatan partisipatif yang melibatkan seluruh elemen masyarakat, serta fokus pada keberlanjutan melalui pelatihan dan pembentukan kelompok ekonomi kreatif. Namun, kekurangan yang ada adalah kurangnya fasilitas dan sarana yang memadai untuk mengoptimalkan pemasaran digital, serta keterbatasan waktu yang mungkin tidak cukup untuk mendorong perubahan signifikan dalam jangka pendek. Sebagai rekomendasi, disarankan adanya dukungan lanjutan dari pihak pemerintah daerah dalam pengembangan infrastruktur pemasaran digital serta pendampingan lebih lanjut bagi kelompok ekonomi kreatif agar dapat mencapai keberlanjutan program secara optimal.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada: 1) Prodi Sosiologi FISIP Universitas Lambung Mangkurat; 2) Pemerintah dan masyarakat Desa Kindingan Kecamatan Hantakan Kabupaten Hulu Sungai Tengah; 3) Seluruh Kepala Sekolah dan Guru SD Negeri Kindingan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan sosialisasi; 4) Nini Nani yang memberikan kasih sayang, menjaga tim pengabdian layaknya anak beliau sendiri, dan bersedia meminjamkan tempat tinggal yang nyaman kepada tim pengabdian; 5) Ketua Balai, Mama Ucin, dan Masyarakat Ulin Limpak yang memfasilitasi berjalannya program kerja ini; 7) Seluruh anak-anak Desa Kindingan, celoteh dan tawa riangnya yang senantiasa memberikan warna warni yang begitu indah.

REFERENSI

- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 05(05), 2640–2651. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5304>
- Emelie, S. (2014). *Ekonomi Indonesia Jangan Terlalu Bergantung pada SDA*. Liputan 6.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 1(2), 82–110. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>
- Jauhariyah, N. A., Inayah, N., Mahmudah, M., & Nasrulloh, M. A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Sampah Plastik Menjadi Premium dan Solar Alternatif di Desa Buluagung Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi. *Loyalitas, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 124. <https://doi.org/10.30739/loyal.v3i1.544>
- Linda, R. (2018). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Daur Ulang Sampah Plastik (Studi Kasus Bank Sampah Berlian Kelurahan Tangkerang Labuai). *Jurnal Al-Iqtishad*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jiq.v12i1.4442>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Febrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Pemerintah Desa Kindingan. (2022). *Profil Desa Kindingan Tahun 2022*. Pemerintah Desa Kindingan Kecamatan Hantakan Kabupaten Hulu Sungai Tengah.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Rachmawati, F. (2018). *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsa.ac.id/26290/>