



---

**OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF DESA PADA MASA PANDEMI COVID 19  
DI DESA RAGASMASIGIT KECAMATAN CARENANG KABUPATEN SERANG****Oleh****Abdul Aziz<sup>1)</sup>, Mella Widiyati<sup>2)</sup>, Eka Assolehah Putri<sup>3)</sup>, Septhika Merdova<sup>4)</sup>, Muhadi<sup>5)</sup>,  
Uun<sup>6)</sup>****1,2,3,4,5,6**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Indonesia**E-Mail:** <sup>1</sup>[Azizkakang82@gmail.com](mailto:Azizkakang82@gmail.com), <sup>2</sup>[widiyatimella@gmail.com](mailto:widiyatimella@gmail.com),<sup>3</sup>[ekaassolehahputri@gmail.com](mailto:ekaassolehahputri@gmail.com), <sup>4</sup>[septhikamerdova04@gmail.com](mailto:septhikamerdova04@gmail.com),<sup>5</sup>[muhadigantengsangad@gmail.com](mailto:muhadigantengsangad@gmail.com), <sup>6</sup>[uun5800@gmail.com](mailto:uun5800@gmail.com)

---

**Article History:***Received: 05-08-20201**Revised: 16-09-2021**Accepted: 23-09-2021***Keywords:***Rice Waste, Burning Husk and  
Village Creativity Economy*

**Abstract:** *Creative optimization of Ragasmasigit Village, Carenang District, Serang Regency in the economic sector during the COVID-19 pandemic is very much needed in order to survive and compete for life. (a case study of the "Rice Rice husk" business group in Ragasmasigit Village, Carenang District, Serang Regency). Regarding the optimization, the village farmers are required to be able to prepare the best quality of rice at each harvest period, in order to produce quality rice waste. Currently, the people of Ragasmasigit Village are codifying rice husks taken from farmer mill waste into roasted rice husks, then given the latest innovations with the intention that rice husks have a higher selling power for consumers who love plants or others and are promoted through digital marketing (marketing). digital) in order to be better known to many consumers at the regional and even national level. With the implementation of an optimal village creative economy, there is great hope that it will reduce the number of unemployed and make the image of the village more competitive during the COVID-19 pandemic.*

---

**PENDAHULUAN**

Sekelumit tentang ekonomi kreatif yang dipopulerkan John Howkins dalam The Creative Economy; How People Make Money From Ideas itu dapat diartikan sebagai segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas (kekayaan intelektual), budaya, dan warisan budaya maupun lingkungan sebagai tumpuan masa depan.

Adapun industri kreatif merupakan industri yang berbasis kreativitas, keterampilan, dan talenta yang memiliki potensi peningkatan kesejahteraan serta penciptaan lapangan kerja dengan cara menciptakan dan mengeksploitasi HAKI (hak atas kekayaan intelektual). Jika dianalogikan, maka ekonomi kreatif adalah kandang, sedangkan industri kreatif adalah binatangnya.

Saat ini perkembangan dan kemajuan ekonomi kreatif Desa atau usaha lainnya sedang diuji dengan datangnya musibah Covid 19. Pandemi virus Corona atau covid-19 telah



menyebabkan sebagian besar usaha di Indonesia mengalami kemunduran. Ekonomi masyarakat dan pada pelaku usaha diakui sangat lesu beberapa bulan terakhir sejak adanya wabah virus dengan penyebaran sangat cepat tersebut. Bahkan, beberapa usaha yang terdampak terpaksa merumahkan karyawannya karena tak sanggup lagi membayar gaji akibat lesunya laju perputaran usaha, terutama bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di pedesaan.

Setiap masyarakat Desa harus menjadi pribadi yang sangat kreatif dalam merencanakan aktivitas perkonomian mereka. Kreativitas masyarakat Desa tersebut akan mengerakan sektor rill perekonomian pada masa Pandemi Covid 19. Kreatifitas masyarakat Desa harapan bagi ekonomi di Indonesia pada era pandemi ini. Memasukan ide, seni dan teknologi menjadi hal yang penting di era pandemik dalam pengembangan ekonomi kreatif Desa. Pengembangan ekonomi berbasis kreatifitas masyarakat Desa dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan Desa.

Desa Ragasmasigit Kecamatan Carenang Kabupaten Serang merupakan salah satu Desa yang ada di Indonesia harus memprioritaskan terlaksananya ekonomi kreatif desa, demi membantu masyarakatnya dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dan membantu kemandirian dalam berusaha. Adapun mata pencarian masyarakat di Desa Ragasmasigit ini adalah sebagian besar dari hasil pertanian. Kondisi masyarakat di Desa Ragasmasigit tentram dan damai. Ini terlihat dari banyaknya fasilitas dan prasarana yang menunjang kegiatan masyarakat seperti balai desa, masjid, yayasan dan lain sebagainya. Dari segi pekerjaan sendiri mayoritas warga Desa Ragasmasigit terjun pada aspek pertanian namun ada pula masyarakat karyawan memiliki usaha mandiri di rumah seperti warung kelontong, ternak bebek, ternak kambing dan masih banyak lainnya.

Dalam peningkatan dan perkembangan produktivitas ekonomi kreatif akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat. Karena Ekonomi kreatif salah satu fungsinya yaitu tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan dan mengembangkan produktivitas ekonomi kreatif adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik, sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah.

Sedangkan ekonomi kreatif desa yang dijadikan sebagai objek atau studi kasus penelitian pengabdian di Desa Ragasmasigit yaitu sekompok pengusaha limbah gilingan padi menjadi lebih berkah, menjadikannya sekam bakar padi. Ekonomi kreatif dalam bidang UMKM berikut yang membutuhkan modernisasi sistem bisnis.

Di antara berbagai faktor penyebab adanya modernisasi sistem usaha, karena rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kelompok usaha ekonomi kreatif tersebut. Proses modernisasi sistem usaha dari entrepreneurship (usaha dengan metode konvensional) menjadi technopreneurship (usaha dengan metode teknologi) saat ini menjadi issue yang menggebu bagi pengusaha ekonomi kreatif di Desa Ragasmasigit Kecamatan Carenang.

Berdasarkan wawancara yang kami lakukan pada warga mengalami banyak kendala atau hambatan dalam mengembangkan peningkatan inovasi dan strategi pemasaran dalam ekonomi kreatif desa dalam bidang Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk terlaksananya pelatihan secara intensif dalam peningkatan inovasi dan strategi pemasaran produk pada masa covid-19. Sesungguhnya, kegiatan ini mendukung kualitas produk, peningkatan inovasi produk, strategi pemasaran dengan digital marketing (pemasaran digital) dan mendukung



program pemerintah khususnya wilayah Desa Ragasmasigit kecamatan Carenang kabupaten Serang.

Kebijakan pemberdayaan ekonomi kreatif dalam bidang UMKM secara umum diarahkan dalam upaya-upaya penanggulangan kemiskinan, kesenjangan dan penciptaan kesempatan kerja. Dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif di bidang UMKM juga di Desa Ragasmasigit Kecamatan Carenang diarahkan agar memberi kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja dan daya saing yang baik, sedangkan itu pengembangan dalam skala mikro diarahkan untuk memberi kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat yang berpenghasilan rendah, khususnya pertanian dan perdesaan.

#### **METODE**

Jenis Penelitian, Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey, Study Kasus dengan Metode Deskriptif. Tempat dan Waktu Pengabdian.

Kegiatan ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa KKM (Kuliah Kerja Mahasiswa) Kampus yaitu tiga bulan yang dimulai dari tanggal 14 Juli sampai dengan 25 September 2021. Kegiatan yang meliputi survey, persiapan, pengumpulan data, menganalisis data, dan penyusunan laporan. Waktu dan kegiatan ini bersifat fleksibel . Tempat (Objek) pada penelitian ini yaitu limbah padi diolah menjadi sekam bakar padi yang terletak di Desa Ragasmasigit, Kecamatan Carenang Kabupaten Serang.

Jenis Pengumpulan Data, Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Subyek. Untuk Sumber Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder

a. Data Primer

Sumber Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Informan adalah orang yang dimintai keterangan tentang suatu fakta atau pendapat melalui Tanya jawab/ wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah kelompok usaha sekam bakar padi. Dalam penelitian ini Data Primer yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan para informan selama di lapangan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder didapat dari objek mengenai sejarah, profil, peraturan dan kebijakan, serta dokumentasi kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan tempat usaha ekonomi kreatif di Desa Ragasmasigit, Kecamatan Carenang Kabupaten Serang

Teknik Pengumpulan Data Studi Lapangan, Penelitian lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mengadakan peninjauan dan penelitian langsung di lapangan.

a. Observasi

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam memproduksi limbah padi menjadi sekam bakar padi, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini bersifat riil atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai media dalam mengumpulkan data agar dapat



menggaliautau memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan penelitian, antara lain mengenai bagaimana sumber daya manusia yang dilakukan oleh kelompok usaha sekam bakar padi, peneliti langsung mencari informan yang menurutnya berkaitan dengan apa yang dibutuhkan dalam produksi limbah padi diolah menjadi sekam bakar padi, wawancara dilakukan dengan cara terstruktur dan terukur.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret keadaan dan proses yang sedang dilakukan di kelompok usaha sekam bakar padi sebagai bukti nyata bahwa peneliti benar-benar meneliti tempat tersebut. Dokumentasi dapat digunakan sebagai bahan acuan dan data awal dalam melakukan wawancara dengan melakukan penelusuran tentang kegiatan yang terjadi dalam data yang ada melalui observasi dan wawancara, sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan pendamping dari informasi yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan wawancara.

d. Studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, internet, dan sumber-sumber lain.

**Gambar 1. Foto Proses Pembuatan Sekam Bakar Padi**



Proses pembuatan diawali dengan mengambil kulit gabah di pengilingan padi. Selanjutnya kulit gabah dituangkan di tanah menyerupai gunung dan diberi kawah untuk menaruh batok dan sabut kelapa setelah itu nyalakan api dan tunggu batok dan sabut kelapa menjadi arang setelah menjadi arang lalu tutup arang dengan kulit gabah . Tunggu sampai kulit gabah menghitam sekitar 4-5 jam. Setelah menghitam siram dengan air ,agar arang di dalamnya mati. Selanjutnya jemur sekam di bawah terik matahari agar kering dan setelah kering di kemas dan siap di jual.



Selain itu promosi yang dilakukan lewat instagram melalui media sosial bertujuan agar produk sekam bakar ini berjalan dengan lancar dan dikenal lebih luas lagi. Lewat media sosial kita juga tidak hanya mempromosi tetapi juga memberi edukasi pada konsumen .



Gambar 2. Foto Media Promosi dan Penjualan Produk PKM



Beberapa langkah menuju pemberdayaan masyarakat terutama dalam manajemen pemasaran adalah: (1) Menyiapkan produk yang akan ditampilkan di media sosial (2) menentukan target dan jenis media sosial yang digunakan sebagai sarana pemasaran.

Disebutkan pula bahwa konsep *digital marketing* 'pemasaran digital' adalah strategi atau terobosan baru untuk menembus pasar bebas sehingga produk UMKM di Indonesia dapat secara aktif terlibat memasarkan produknya bukan di dalam negeri tetapi juga dilakukan keluar negeri. Selain itu dengan pemanfaatan media sosial, pelaku UMKM dapat keuntungan lebih, mereka juga mendapat melakukan hubungan intrens karena sebagian



masyarakat cenderung menghabiskan waktu di media sosial, sehingga pelaku UMKM dapat memperoleh capaian target dan sekaligus dapat sehingga dapat meningkatkan ekonomi di tengah pandemi covid-19.

## HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Ragasmasigit berlangsung pada 14 Juli sampai dengan 25 September 2021. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan pada warga mengalami banyak kendala atau hambatan dalam mengembangkan inovasi dan strategi pemasaran *digital marketing* 'pemasaran digital' dalam Usaha Kecil Menengah (UKM). Adapun pada Table.1 yang akan menjelaskan kendala-kendala permasalahan yang dialami ,yang akhirnya dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Setelah mengetahui pokok permasalahan yang akan di kerjakan, selanjutnya tim bersama pembimbing memastikan rencana program dan kegiatan yang sudah direncanakan. Berdasarkan realisasi program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, secara keseluruhan telah sesuai rencana kerja yang telah disusun.

**Tabel 1. Pokok Permasalahan Yang Diselesaikan**

No	Pemasalahan	Alasan Pemilihan Permasalahan
1	Kurangnya peningkatan inovasi di Desa Ragasmasigit tetapi berlimpahnya sumber daya alamnya	Dengan pengembangan inovasi diharapkan masyarakat mengoptimalkan sumber daya alam yang ada sehingga bisa menjadi nilai ekonomi bagi masyarakat.
2	Proses penjualan sekam bakar yang masih konvensional( teknik marketing yang masih mengandalkan pemasaran konvensional)	Maka perlunya teknik digital marketing yang bagus agar bisa bersaing dengan yang lain dan memiliki target market yang lebih luas lagi

Dalam hal ini, dapat diketahui cara-cara pembuatan sekam bakar mulai tahap pembuatan sampai penjualan. Adapun bahan yang digunakan membuat sekam bakar sebagai berikut yaitu sekam padi, batok kelapa dan sabut kelapa.

## DISKUSI

Dewasa ini perkembangan tdi segala aspek kehidupan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini sering dengan semakin meningkatnya tingkat kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini merupakan alasan yang mendasar bagi suatu usaha ekonomi kreatif khususnya untuk menciptakan suatu produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Tentunya agar suatu produk yang dihasilkan oleh usaha ekonomi kreatif dapat dikenal oleh konsumen, maka usaha ekonomi kreatif tersebut harus melakukan berbagai upaya. Dan salah satu upaya yang terpenting adalah pemasaran, khususnya dalam peningkatan inovasi dan dilanjutnya dengan promosi melalui *digital marketing* 'pemasaran online' (Philip Kotler : 2002).



Dalam kegiatan peningkatan inovasi dan promosi online, manajemen masyarakat ekonomi kreatif desa dalam bidang UMKM 'Usaha Sekam Bakar Padi' di Desa Ragasmasigit, Kecamatan Carenang Kabupaten Serang, tidak terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi dalam menentukan kombinasi yang terbaik dari variable-variabel promotion mix. Menurut J. Stanton factor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan promosi dengan cara *digital marketing* 'pemasaran online' sebagai berikut : dana yang tersedia, sifat pasar, sifat produk dan tahap dalam daur hidup produk.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas juga dapat disimpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat Desa ragasmasigit terdapat peningkatan inovasi dan *digital marketing* 'pemasaran online' telah berjalan dengan baik. Masyarakat juga antusias dalam mengikuti kegiatan -kegiatan yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKM, hal ini juga tidak lepas dari dosen pembimbing dalam memotivasi dan mendorong mahasiswanya untuk terus semangat dalam menjalankan kegiatan Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) dalam 8 bidang yang sudah diprogramkan, salah satunya bidang Ekonomi dan UMKM.

Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) merupakan realisasi salah satu dari TriDharma perguruan tinggi untuk melakukan pengabdian terhadap masyarakat. Program Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) mahasiswa mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di dalam ruangan kelas untuk kemudian diterapkan melalui paktek langsung di lapangan. Manfaatnya, bisa membentuk mahasiswa menjadi lebih tanggung jawab dalam menyikapi permasalahan dan dapat memahami bagaimana hidup bermasyarakat. Selain itu dapat membentuk kepribadian yang mandiri dan bertanggung jawab terhadap tugas yang ada dan membentuk jiwa kepemimpinan. Selanjutnya mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu bermasyarakat yang tidak didapatkan di bangku kuliah dan dapat menyerap ilmu bermasyarakat yang dimiliki mahasiswa dalam meningkatkan wawasan mereka untuk diterapkan di kemudian hari.

Berbagai program kerja dalam kegiatan KKM ini semoga dapat memberikan manfaat bagi ekonomi kreatif desa dalam bidang UMKM di Desa Ragasmasigit, Kecamatan Carenang, Kabupaten Serang. Sehingga dapat memajukan perekonomian Indonesia.

## **SARAN**

Setelah berakhirnya kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) ini semoga selama tiga bulan sebelumnya dapat membantu UMKM di Desa Ragasmasigit, Kecamatan Carenang, Kabupaten Serang. Pihak pengusaha ekonomi kreatif desa dalam bidang UMKM hendaknya mengerti bahwa kegiatan KKM ini sangat berpengaruh terhadap kepentingan usahanya, sehingga pihakusaha dapat mendukung secara penuh program kerja yang dilaksanakan mahasiswa selama KKM.

## **PENGAKUAN/AKNOWLEGMENT**

Kami ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantukami dalam melaksanakan program KKM dan dalam penyusunan laporan kegiatan ini, terutama kepada:

1. Dr. H. Furtasan Ali Yusuf, S.E., S.Kom, M.M. Sebagai Rektor Universitas Bina Bangsa



(UNIBA).

2. Drs. AR. Chaerudin, M.M. Sebagai Ketua LP2M Kampus UNIBA.
3. Ardi Hidayat, SE, M.M. Sebagai Kepala Bagian Penelitian, Serta Publikasi & Penerbitan Jurnal Kampus UNIBA.
4. Hadi Kurniawan, S.Kom, M.M. Sebagai Kepala Bagian Pengabdian Kepada Masyarakat.
5. Abdul Aziz, S.Pd.I, M.M. Sebagai Dosen Pembimbing Lapangan dan sekaligus membantudalam mengarahkan penelitian.
6. Dadi Andadi, sebagai Plt Desa Ragasmasigit Kec. Carenang Kab. Serang.
7. Seluruh Warga Masyarakat Desa Ragasmasigit Kec. Carenang Kab. Serang.

#### DAFTAR REFERENSI

- [1] Bakhri, Syaeful. 2020. Journal of community services in humanities and social sciences. *jurnal loyalitas sosial*. Vol 2 No.2 september 2020. Scholar.google.co.id. Diakses pada 21 agustus 2021.
- [2] Fatikhatul ula, laila. 2020. Jurnal pengabdian masyarakat bidang ekonomi. *Jumat*. vol.1, No.1, Desember 2020 Hal. 20-22 e-ISSN:2774-6755. E-journal.unwaha.ac.id. Diakses pada 21 agustus 2021.
- [3] Haryanto, Taufik., Sadewi Ayu, fungsi., & Maulida Gofiruli, Bima. R. 2020. Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran global untuk meningkatkan penjualan produksi pada home industry. *community empowerment. journal.unimma.ac.id*. Diakses pada 7 september 2021.
- [4] Haptari dewi, Vissia. 2019. Jurnal kuat keuangan umum dan akuntansi terapan. *Jurnal kuat*. *jurnal.pknstan.ac.id*. Diakses pada 18 agustus 2021
- [5] Laporan kegiatan kuliah kerja mahasiswa bidang ekonomi, universitas bina bangsa (KKM 2021, kelompok 54 desa ragasmasigit. Kecamatan carenang)
- [6] Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prenhallindo. Edisi Milenium.
- [7] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga. Edisi Keduabelas.
- [8] Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media