

Transformasi Ekonomi Kreatif melalui Potensi Lokal Opak Ketan Khas Desa Kadubadak, Angsana-Pandeglang Banten

Creative Economy Transformation through Local Potential of Opak Sticky Rice Typical of Kadubadak Village, Angsana-Pandeglang Banten

Novelia Kiki Permatasari^{1*}, Dwi Prasasti², Tita Aurellya Nurrahman³, Ahmad Rifaiz⁴, Enjat Sudrajat⁵

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mathla'ul Anwar, Jl. KH. Mas Abdurahman KM. 23 Cikaliung, Saketi, Pandeglang, Banten, 42273 - Indonesia

²Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Mathla'ul Anwar, Jl. KH. Mas Abdurahman KM. 23 Cikaliung, Saketi, Pandeglang, Banten, 42273 - Indonesia

³Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Hukum dan Sosial, Universitas Mathla'ul Anwar, Jl. KH. Mas Abdurahman KM. 23 Cikaliung, Saketi, Pandeglang, Banten, 42273 - Indonesia

⁴Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Mathla'ul Anwar, Jl. KH. Mas Abdurahman KM. 23 Cikaliung, Saketi, Pandeglang, Banten, 42273 - Indonesia

*E-mail corresponding author: noveliakiki67@gmail.com

Received: 27 Agustus 2024; Revised: 12 Juni 2025; Accepted: 12 Juni 2025; Available Online: 16 Juli 2025

Abstrak. Ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan Masyarakat melalui optimalisasi potensi local. Desa Kadubadak, Kecamatan Angsana, Kabupaten Pandeglang Banten, memiliki produk khas berupa opak ketan yang berpotensi dikembangkan menjadi produk unggulan ekonomi kreatif. Namun, keterbatasan inovasi produk, pemasaran digital, dan akses pasar masih menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha opak ketan. Oleh karena itu, program pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mentransformasi ekonomi kreatif berbasis potensi lokal melalui pelatihan inovasi produk, pemasaran digital, serta pengelolaan usaha berbasis komunitas. Metode yang digunakan dalam program ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan partisipasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, serta diskusi kelompok terarah (FGD) dengan para pelaku usaha opak ketan. Kegiatan yang dilaksanakan mencakup pelatihan inovasi produk dan kemasan, peningkatan kapasitas pemasaran digital, serta pembentukan jaringan pemasaran yang lebih luas melalui *e-commerce* dan media sosial. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pelaku usaha dalam inovasi produk dan pemasaran digital. Selain itu, perluasan jaringan pemasaran telah membantu meningkatkan daya saing opak ketan sebagai produk unggulan desa, baik di tingkat lokal maupun nasional. Program ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menciptakan usaha berbasis komunitas yang berkelanjutan dan mampu meningkatkan perekonomian Masyarakat Desa Kadubadak secara signifikan.

Kata Kunci: ekonomi kreatif; opak ketan; pemasaran digital; potensi lokal

Abstract. The creative economy plays an important role in improving community welfare through the optimization of local potential. Kadubadak Village, located in Angsana District, Pandeglang Regency, Banten, has a signature product called *opak ketan*, which has the potential to be developed into a leading product of the creative economy. However, limitations in product innovation, digital marketing, and market access remain major obstacles to the development of the *opak ketan* business. Therefore, this community service program aims to transform the creative economy based on local potential through training in product innovation, digital marketing, and community-based business management. The method used in this program is a qualitative approach with participatory methods. Data collection was carried out through observations, interviews, and Focus Group Discussions (FGD) with *opak ketan* entrepreneurs. The activities conducted included training in product and packaging innovation, enhancing digital marketing capacity, and establishing a wider marketing network through e-commerce and social media. The results of this program indicate an improvement in the entrepreneurs' skills in product innovation and digital marketing. Furthermore, the



expansion of marketing networks has helped increase the competitiveness of *opak ketan* as a flagship village product, both locally and nationally. This program is expected to contribute to the creation of a sustainable community-based business and significantly enhance the economy of Kadubadak Village.

Keywords: creative economy; digital marketing; local potential; opak ketan

DOI: <https://doi.org/10.30653/jppm.v10i2.1093>

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal. Sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menjadi solusi dalam menghadapi tantangan ekonomi di era globalisasi. Dalam struktur Masyarakat, kreativitas sangat penting karena tanpanya ekonomi kreatif tidak dapat berkembang (Wujarso, 2022). Ekonomi kreatif dapat juga didefinisikan sebagai penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis ilmu pengetahuan (Halil, 2022). Ekonomi kreatif adalah proses meningkatkan nilai tambah dari produk yang dihasilkan dari eksploitasi kekayaan intelektual individu, yang mencakup bakat, keahlian, dan kreativitas individu (Agusti, 2023). Sumber daya manusia ide, kreativitas, dan bekal pengetahuan adalah kekuatan ekonomi saat ini, bukan sumber daya alam (Ahyat, 2020).

Sebuah usaha kecil dalam industri makanan ringan juga dikenal sebagai *home industry* sangat penting untuk menumbuhkan potensi lokal, menciptakan kemandirian, dan memenuhi kebutuhan hidup (Febriani, 2021). Industri rumahan sangat penting untuk menumbuhkan dan mengeksplorasi kreativitas Masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan membantu meningkatkan pendapatan keluarga (Cahyani et al., 2021). Menumbuhkan Semangat dan nilai-nilai kearifan lokal dari Masyarakatnya yang unik dan kreatif (Santika, 2022).

Desa Kadubadak yang terletak di Kecamatan Angsana, Kabupaten Pandeglang-Banten, berdasarkan data yang diperoleh dari profil desa Kadubadak tahun 2024, desa ini memiliki 13 dusun dengan jumlah penduduk \pm 5.996 jiwa. Mayoritas penduduknya adalah petani, penghasilan tanah buminya adalah gabah/padi. Lahan pertanian dinilai penting untuk dioptimalkan pemanfaatannya, sehingga lahan pertanian tetap dapat dipertahankan dan tidak berubah fungsinya (Aulia et al., 2023). Desa Kadubadak ini memiliki potensi lokal yang unik, salah satunya adalah opak ketan. Makanan tradisional yang berbahan dasar beras ketan yang diolah dan telah diwariskan secara turun temurun. Produk ini tidak hanya memiliki nilai budaya, tetapi juga potensi ekonomi yang dapat dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan dan mendorong pembaruan serta memanfaatkan bahan baku lokal (Lantowa et al., 2023).

Namun, meskipun memiliki nilai historis dan cita rasa khas, opak ketan dari Desa Kadubadak masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan yang dihadapi meliputi keterbatasan dalam inovasi produk, pemasaran yang masih bersifat konvensional, serta keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. Media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk menampilkan barang dan jasa mereka kepada komunitas tertentu yang diharapkan dapat menarik minat calon pembeli dari barang yang dijual (Wujud et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan upaya transformasi dalam pengelolaan dan pemasaran produk agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk pasar digital. Munculnya pesaing dengan branding dan kemasan dengan menggunakan inovasi produk yang lebih menarik menjadi salah satu ancaman (Jakiyudin et al., 2023).

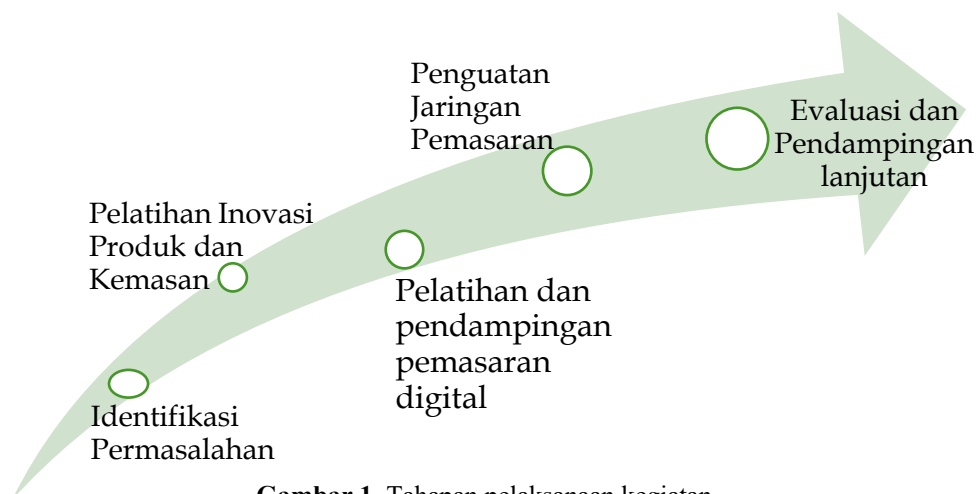
Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan adanya strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal yang mampu meningkatkan daya saing opak ketan sebagai produk unggulan daerah. Program ini mencakup pelatihan inovasi produk, peningkatan kapasitas pemasaran digital, serta pendampingan dalam pengelolaan usaha berbasis komunitas. Dengan demikian, diharapkan ekonomi masyarakat Desa Kadubadak dapat tumbuh lebih mandiri dan berkelanjutan melalui optimalisasi potensi lokal yang mereka miliki.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan partisipatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pelaku usaha opak ketan, serta diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) dengan masyarakat setempat. Selain itu, dilakukan pendampingan dan pelatihan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan produksi, inovasi produk, serta pemasaran digital.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menekankan pada identifikasi permasalahan dan peluang dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan usaha opak ketan di Desa

Kadubadak serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

Berdasarkan Gambar 1 di atas, terdapat beberapa tahapan dalam pelaksanaan kegiatan ini, yaitu:

1. Identifikasi Permasalahan

- Melakukan observasi awal terhadap kondisi usaha opak ketan di Desa Kadubadak dapat dilihat pada Gambar 2.
- Wawancara dengan pelaku usaha untuk memahami kendala yang mereka hadapi.
- Diskusi kelompok terarah (FGD) untuk menggali potensi dan peluang pengembangan produk.



Gambar 2. Tim melakukan observasi awal

2. Pelatihan Inovasi Produk dan Kemasan

- Memberikan pelatihan kepada pelaku usaha mengenai inovasi dalam proses produksi opak ketan.
- Pengenalan teknik pengemasan modern untuk meningkatkan daya Tarik dan daya tahan produk.

3. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital

- Edukasi tentang pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform 3-commerce dapat dilihat pada Gambar 3.

- Pendampingan dalam pembuatan konten promosi yang menarik untuk meningkatkan penjualan.
- Simulasi pemasaran online dan optimalisasi penggunaan *marketplace*.



Gambar 3. Kegiatan pelatihan berupa workshop tentang inovasi, pengemasan produk dan pemasaran

4. Penguatan Jaringan Pemasaran

- Membangun kemitraan dengan toko oleh-oleh, restoran, dan pusat wisata untuk memperluas pasar dapat dilihat pada Gambar 4.
- Menjalinkan Kerjasama dengan distributor dan agen pemasaran
- Strategi branding untuk meningkatkan daya saing produk di tingkat lokal dan nasional.



Gambar 4. Opak ketan siap didistribusikan ke toko oleh-oleh dan pusat wisata

5. Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan

- Monitoring perkembangan usaha setelah pelatihan dan pendampingan dilakukan dapat dilihat pada Gambar 5.
- Evaluasi dampak program terhadap peningkatan produksi dan pemasaran
- Penyusunan rekomendasi strategis untuk keberlanjutan usaha opak ketan di Desa Kadubadak



Gambar 5. Monitoring ke tempat produksi opak ketan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Kadubadak, Kecamatan Angsana Kabupaten Pandeglang-Banten adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kualitas Produk

Upaya peningkatan kualitas produk Opak Ketan khas Desa Kadubadak dilakukan dengan berbagai metode, termasuk inovasi dalam proses produksi, penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, serta penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan. Pendampingan diberikan kepada para pengrajin dalam hal teknik pembuatan opak yang lebih higienis dan efisien, sehingga menghasilkan produk yang lebih renyah, tahan lama, dan memiliki cita rasa yang lebih unggul. Kemasan produk juga ditingkatkan agar lebih menarik dan sesuai dengan standar pasar modern. Proses ini mencakup desain kemasan yang lebih estetik, material yang lebih tahan lama, serta informasi produk yang lebih lengkap untuk menarik minat konsumen.

Selain itu, dilakukan diversifikasi produk dengan berbagai varian rasa, sehingga dapat memenuhi selera konsumen yang beragam. Inovasi pada bahan tambahan seperti gula aren atau keju dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran. Pendekatan ini tidak hanya membantu meningkatkan kualitas tetapi juga memperkuat branding Opak Ketan sebagai makanan khas yang unik dan memiliki nilai jual tinggi.

2. Perubahan Strategi Pemasaran Digital

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, perubahan strategi pemasaran digital menjadi salah satu fokus utama. Pelatihan diberikan kepada pelaku usaha lokal dalam penggunaan media sosial, marketplace, dan teknik digital marketing lainnya. Dengan strategi pemasaran yang lebih efektif melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan e-commerce, jangkauan pasar Opak Ketan semakin luas.

Pembuatan konten menarik berupa foto, video, dan testimoni pelanggan menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran digital. Para pelaku usaha juga diajarkan cara membuat iklan berbayar yang tertarget agar produk lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, optimalisasi penggunaan SEO pada marketplace serta strategi pemasaran berbasis data analytics membantu meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Kolaborasi dengan influencer lokal serta pengemasan promosi dalam bentuk diskon atau bundling produk menjadi strategi tambahan untuk meningkatkan penjualan.

3. Ekspansi Jaringan Pemasaran

Untuk memperluas jaringan pemasaran, program kemitraan dengan berbagai pihak seperti toko oleh-oleh, pusat perbelanjaan, dan restoran lokal diperkuat. Selain itu, partisipasi dalam pameran UMKM serta event ekonomi kreatif menjadi sarana promosi yang efektif. Melalui kerja sama dengan pemerintah daerah dan instansi terkait, Opak Ketan khas Desa Kadubadak mendapatkan akses untuk dipasarkan di berbagai tempat strategis, termasuk bandara, rest area, dan

pusat perbelanjaan besar. Pengusaha lokal juga didorong untuk menjajaki peluang ekspor dengan menjalin komunikasi dengan distributor luar negeri.

Dengan adanya ekspansi jaringan pemasaran ini, distribusi produk Opak Ketan tidak hanya terbatas di tingkat lokal, tetapi juga mulai merambah ke pasar yang lebih luas, termasuk kota-kota besar dan bahkan peluang ekspor. Selain itu, penggunaan sistem *reseller* dan *dropshipper* diperkenalkan kepada masyarakat agar produk dapat lebih mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai daerah. Dengan model bisnis ini, pemasaran Opak Ketan menjadi lebih fleksibel dan memiliki daya jangkauan yang lebih luas tanpa harus menambah modal besar.

4. Dampak Ekonomi bagi Masyarakat

Transformasi dalam produksi dan pemasaran Opak Ketan memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat Desa Kadubadak. Peningkatan produksi dan penjualan mendorong peningkatan pendapatan para pengrajin dan pelaku usaha. Selain itu, terbukanya lapangan pekerjaan baru, baik dalam proses produksi maupun distribusi, turut berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya itu, program pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha diberikan kepada para pelaku UMKM agar mereka dapat mengelola bisnisnya dengan lebih baik.

Dengan adanya inovasi dan strategi pemasaran yang lebih modern, pelaku usaha kecil semakin memiliki daya saing yang kuat dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, keberhasilan program ini menjadi salah satu contoh nyata bagaimana ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat daya saing produk daerah di tingkat nasional dan internasional. Dengan berbagai upaya yang telah dilakukan, diharapkan Opak Ketan khas Desa Kadubadak dapat menjadi produk unggulan yang dikenal luas, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di pasar global.

4. SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan inovasi produk dan pemasaran opak ketan sebagai potensi lokal Desa Kadubadak. Pelaku usaha memperoleh keterampilan baru dalam pengolahan produk, kemasan, serta pemasaran digital, yang secara signifikan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Selain itu, melalui pembentukan jaringan pemasaran yang lebih kuat, opak ketan kini memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar regional dan nasional.

Keberlanjutan usaha berbasis komunitas menjadi faktor utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di desa ini. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, masyarakat diharapkan dapat terus berinovasi dan memperluas jaringan pemasaran secara mandiri. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa optimalisasi potensi lokal melalui pendekatan ekonomi kreatif dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas.

Dengan berbagai hasil yang telah diperoleh, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perkembangan ekonomi kreatif di Desa Kadubadak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Kepala Desa Kadubadak dan seluruh jajarannya, Masyarakat desa kadubadak yang sangat antusias dalam kegiatan ini, Ketua LPPM Universitas Mathla'ul Anwar beserta jajarannya, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta seluruh Dosen dan Mahasiswa yang ikut terlibat dalam program pengabdian kepada Masyarakat ini sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan sangat baik.

REFERENSI

- Agusti, F. R. (2023). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Ekonomi Kreatif Studi Kasus Pada Usaha Ekonomi Rumah Tangga. *Jurnal IKA PGSD (Ikatan Alumni PGSD) UNARS*, 13(1), 347–361.
- Ahyat, Ialu M. N. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pengrajin Ketak Khas Lombok Di Desa Karang Bayan. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 2(3), 109–115.

<https://doi.org/10.36312/sasambo.v2i3.247>

- Aulia, T., Arrahman, S., Sabila, Y. R., Putri, C. H., Silaban, L. E., Ardila, M., & Disti, M. F. A. (2023). Optimalisasi Potensi Sumber Daya Pertanian Melalui Inovasi Pertanian. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(3), 721–728. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i3.444>
- Cahyani, D. P., Azwar, & Purnamarini, R. T. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Pelatihan Kerajinan Tie Dye. *Journal Masyarakat Mandiri*, 5(6), 3203–3211. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5736>
- Febriani, S. S. (2021). Peran Industri Rumah Tangga Dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga dan Masyarakat (Studi Pada Industri Rumah Tangga Getas dan Kemplang di Desa Kuarau, Bangka Tengah). *Community : Pengawas Dinamika Sosial*, 7(2), 121. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v7i2.3798>
- Halil, H. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa Kaduara Timur Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep Hermanto Halil IAI Miftahul Ulum Pamekasan Madura Jawa Timur Indonesia 100 | *P a g e Perdagangan beba. 1(2)*, 99–112.
- Jakiyudin, A. H., Yusuf, M., Iribaram, S., Nawir, M. S., & Muhandy, R. S. (2023). Pemberdayaan Mama-Mama Melalui Produk Abon Ikan Lilinta (ABOLI) Berbasis Industri Rumahan Di Kampung Lilinta, Distrik Misool Barat, Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 275–284. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i2.258>
- Lantowa, J., Harun, R., & Monoarfa, V. (2023). PKM Pelaku UMKM Melalui Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan Digital Marketing di Desa Yosonegoro. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1), 92–109. <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i1.636>
- Santika. (2022). Penguatan Nilai-nilai kearifan lokal Bali dalam membentuk Profil Pelajar Pancasila. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Wujarso, R. (2022). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional Peran Human Capital Dalam Pertumbuhan Ekonomi. *430 Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research. (Printed)*, 6(2), 430–438. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i2.790>
- Wujud, S., Desa, P., & Juwandi, R. (2024). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Konteks Penguatan Ekonomi Kreatif. 4(1)*, 70–80.