

# ABCD-PAR Integration Model: Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Desa Muncan melalui Integrasi Nilai Budaya dan Transformasi Digital

Abdurrahman\*, Zamroni Alpian Muhtarom<sup>2</sup>, Baiq Handayani Rinuastuti<sup>3</sup>, Muhammad Mujahid Dakwah<sup>4</sup>, Mohammad Najib Roodhi<sup>5</sup>, Zefanya Andryan Girsang<sup>6</sup>, Asno Azzawagama Firdaus<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Universitas Mataram

<sup>7</sup>Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

<sup>7</sup>Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu

e-mail: [abdurrahmanfeb@unram.ac.id](mailto:abdurrahmanfeb@unram.ac.id), [zamroni.alpian@unram.ac.id](mailto:zamroni.alpian@unram.ac.id), [hriuastuti@unram.ac.id](mailto:hriuastuti@unram.ac.id), [mujahid.fe@unram.ac.id](mailto:mujahid.fe@unram.ac.id),  
[najib.roodhi@staff.unram.ac.id](mailto:najib.roodhi@staff.unram.ac.id), [zefanya.girsang@staff.unram.ac.id](mailto:zefanya.girsang@staff.unram.ac.id), [asnofirdaus@gmail.com](mailto:asnofirdaus@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received Maret 02, 2026

Revised Maret 09, 2026

Published April 09, 2026

### Kata kunci:

*Asset-Based Community Development*

*Participatory Action Research*  
ekonomi kreatif  
transformasi digital  
pemberdayaan Masyarakat.

## ABSTRAK

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa secara berkelanjutan. Namun, pelaku usaha ekonomi kreatif di Desa Muncan, Kabupaten Lombok Tengah, masih menghadapi berbagai kendala, antara lain rendahnya inovasi produk, keterbatasan kapasitas pemasaran digital, lemahnya branding, serta belum optimalnya pemanfaatan nilai budaya lokal sebagai keunggulan kompetitif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberdayakan pelaku ekonomi kreatif melalui sinergi pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dan *Participatory Action Research* (PAR) dengan mengintegrasikan pengembangan produk, pelestarian nilai budaya Sasak, serta transformasi digital. Pelaksanaan program diawali dengan identifikasi aset dan kebutuhan masyarakat secara partisipatif, dilanjutkan dengan pelatihan inovasi produk, peningkatan kualitas dan desain kemasan, penguatan identitas merek, fotografi produk, pembuatan konten promosi digital, serta pendampingan pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Pendekatan partisipatif mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan sehingga tercipta rasa memiliki terhadap program dan keberlanjutan hasil yang dicapai. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif, memperkuat identitas merek berbasis budaya lokal, serta mengoptimalkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, terbentuk kolaborasi yang lebih kuat antarpelaku usaha dalam pengelolaan usaha ekonomi kreatif berbasis komunitas. Model sinergi ABCD-PAR terbukti mampu mengoptimalkan potensi lokal melalui pemberdayaan yang inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan. Pendekatan ini dapat menjadi model pemberdayaan yang adaptif untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif desa sekaligus memperkuat daya saing produk unggulan berbasis kearifan lokal di era transformasi digital.

Kata kunci: *Asset-Based Community Development*; *Participatory Action Research*; ekonomi kreatif; transformasi digital; pemberdayaan masyarakat.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



## Corresponding Author:

Abdurrahman, Universitas Mataram, Indonesia

Email: [abdurrahmanfeb@unram.ac.id](mailto:abdurrahmanfeb@unram.ac.id)

## 1. PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas lokal di era kontemporer ini merupakan instrumen strategis dalam menanggulangi ketimpangan ekonomi dan mempromosikan kemandirian desa berbasis kearifan lokal [1]. Desa Muncan, yang terletak di Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat, memiliki kekayaan sosio-kultural dan potensi bahan baku alam melimpah yang diwariskan secara turun-temurun oleh komunitas lokal Suku Sasak [2]. Sentra industri rumah tangga di desa ini mencakup klaster kerajinan anyaman bambu, produksi kuliner tradisional seperti sambal khas Sasak, serta seni ukir mebel kayu jati [3]. Berbagai aset berwujud (*tangible assets*) dan tak berwujud (*intangible assets*) ini secara teoretis menempatkan Desa Muncan sebagai zona potensial pertumbuhan ekonomi kreatif pedesaan yang prospektif [4]. Kendati demikian, realitas di lapangan menunjukkan kesenjangan tajam antara potensi bawaan dan realisasi ekonomi riil yang diperoleh para pelaku usaha lokal akibat kungkungan isolasi pasar struktural serta stagnasi inovasi produk [5].

Permasalahan mendasar dari klaster pengrajin di Desa Muncan berakar pada adopsi teknologi yang rendah serta ketergantungan kronis terhadap jaringan tengkulak konvensional [6]. Para pengrajin anyaman bambu, misalnya, masih memproduksi komoditas dengan desain fungsional standar berskala rendah seperti wadah nasi dan bakul pasar tanpa variasi estetika kontemporer [7]. Akibatnya, daya saing produk di tingkat pasar yang lebih luas—khususnya segmen pasar pariwisata premium di kawasan lingkaran Mandalika—menjadi sangat rendah [8]. Di sisi lain, para produsen sambal tradisional dan mebel ukir menghadapi kendala standarisasi mutu produksi, higienitas kemasan yang belum memenuhi prasyarat retail modern, serta ketiadaan identitas merek (*branding*) kolektif yang *distingtif* [9]. Pola interaksi bisnis yang bersifat pasif memaksa pelaku ekonomi kreatif lokal menerima sistem penetapan harga sepihak oleh tengkulak, yang pada akhirnya memicu minimnya akumulasi kapital di tingkat produsen serta menghambat proses regenerasi keterampilan pada generasi muda desa [10].

Siklus kemiskinan dan ketergantungan ekonomi ini tidak dapat diselesaikan melalui intervensi *top-down* yang bercorak karitatif maupun sekadar pemberian stimulan dana modal kerja instan [11]. Model intervensi konvensional semacam itu terbukti gagal membangun kapasitas agensi dan kemandirian komunitas dalam jangka panjang karena mengabaikan pemetaan dan pemanfaatan aset internal desa [12]. Oleh karena itu, diperlukan sebuah rekonstruksi metodologis dalam program pengabdian kepada masyarakat yang mampu mengawinkan penemuan kembali kekuatan modal sosial internal (*Asset-Based Community Development*) dengan aksi transformatif berkelanjutan yang digerakkan secara prinsip partisipatif (*Participatory Action Research*) [13]. Melalui penggabungan framework ABCD-PAR, pengabdian ini bermaksud menggeser paradigma berpikir masyarakat desa dari pola pikir berbasis defisit (kekurangan) menuju pola pikir berbasis pemanfaatan aset budaya dan digitalisasi inklusif [14].

Urgensi digitalisasi dalam ekosistem ekonomi kreatif pedesaan bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan prasyarat mutlak untuk memotong rantai pasok konvensional yang eksploitatif [15]. Transformasi digital terintegrasi yang mencakup literasi konten visual, optimalisasi media sosial, dan adopsi kanal *e-commerce* terbukti mampu mengeliminasi *barrier geografis* dan menghubungkan produsen marginal langsung dengan konsumen akhir skala nasional maupun internasional [16]. Integrasi ini menjadi krusial ketika disandingkan dengan proses injeksi nilai tambah budaya (*cultural value-added*), di mana produk kerajinan tidak lagi dipasarkan sebagai komoditas fungsional semata melainkan sebagai produk naratif-kultural yang mengusung nilai estetika filosofis Suku Sasak [17]. Artikel ini akan menguraikan dan menganalisis secara komprehensif bagaimana penerapan model sinergi ABCD-PAR mampu memicu peningkatan kapasitas pelaku usaha, diversifikasi produk secara radikal, perluasan akses pasar digital secara masif, serta keberlanjutan kelembagaan ekonomi kolektif di Desa Muncan [18].

Kajian empiris lebih lanjut menegaskan bahwa tantangan yang dihadapi oleh industri kreatif di pedesaan sering kali diperparah oleh rendahnya kepercayaan diri kolektif akibat marginalisasi sistem pasar modern. Ketika intervensi luar datang dengan membawa paket teknologi tanpa memedulikan akar budaya lokal, masyarakat cenderung mengalami penolakan halus atau sekadar menjadi penonton pasif. Di Desa Muncan, eksistensi pengrajin anyaman bambu merupakan perwujudan dari modal sosial yang mengakar kuat. Mereka memiliki sistem kerja komunal berbasis gotong royong yang disebut *Besiru*. Aset sosial non-material inilah yang sering kali diabaikan oleh para akademisi dan praktisi pembangunan terdahulu. Model ABCD-PAR secara eksplisit menempatkan modal sosial seperti *Besiru* sebagai pendorong utama dalam mobilisasi kelompok. Dengan menyuntikkan literasi digital ke dalam tradisi komunal, proses difusi inovasi teknologi dapat berjalan lebih organik tanpa merusak kohesi sosial yang telah lama terbangun di tengah masyarakat [19].

Selain itu, kedekatan geografis Desa Muncan dengan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika memberikan peluang pasar geopolitik yang sangat strategis. Pariwisata internasional skala besar di Mandalika menuntut pasokan produk-produk ramah lingkungan (*eco-friendly*) yang memiliki cerita kebudayaan yang kuat

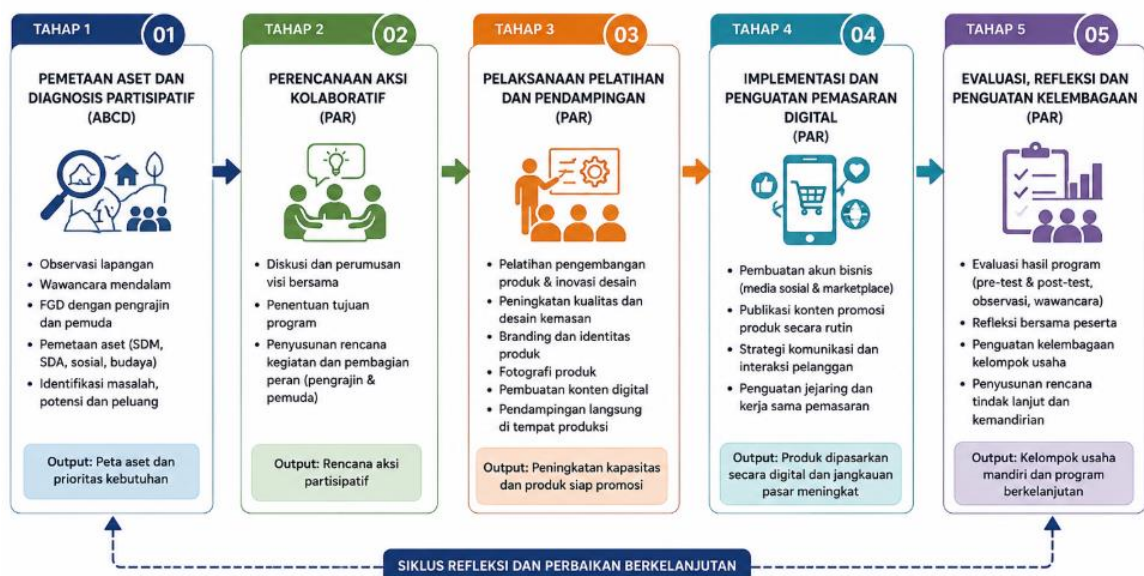
(storytelling marketing). Wisatawan mancanegara dan domestik kelas menengah atas bersedia membayar premium untuk kerajinan tangan yang mencerminkan autentisitas lokal. Sayangnya, rantai pasok yang dikuasai tengkulak memutus komunikasi langsung antara aspirasi pasar modern dengan daya kreasi pengrajin lokal di Desa Muncan. Naskah ini secara mendalam mengeksplorasi jembatan penghubung yang dibangun melalui platform e-commerce dan media sosial untuk mengatasi asimetri informasi tersebut, sehingga menciptakan model kedaulatan ekonomi pedesaan yang tangguh dan mandiri dalam jangka panjang [20].

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan integratif yang memadukan kerangka *Asset-Based Community Development* (ABCD) dan *Participatory Action Research* (PAR) sebagai landasan konseptual dan operasional program pemberdayaan. Pendekatan ABCD digunakan untuk mengidentifikasi, memetakan, dan mengoptimalkan berbagai aset lokal yang dimiliki masyarakat Desa Muncan, baik berupa sumber daya manusia, sumber daya alam, jejaring sosial, maupun kearifan budaya yang menjadi identitas masyarakat setempat. Sementara itu, pendekatan PAR diterapkan untuk memastikan keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh proses pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, refleksi, hingga evaluasi program. Kombinasi kedua pendekatan tersebut memungkinkan proses pemberdayaan berjalan secara partisipatif, berorientasi pada potensi lokal, dan menghasilkan perubahan yang berkelanjutan. Program ini melibatkan 25 peserta yang terdiri atas 15 pelaku ekonomi kreatif dan 10 pemuda desa yang berperan sebagai agen transformasi digital dalam mendukung pengembangan usaha berbasis teknologi informasi.

Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan utama yang saling terintegrasi. Tahap pertama adalah pemetaan aset dan diagnosis partisipatif, yaitu kegiatan identifikasi potensi desa melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*), serta pemetaan aset komunitas. Tahap kedua adalah perencanaan aksi kolaboratif, yaitu penyusunan program kerja berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan dan potensi masyarakat. Tahap ketiga adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, yang mencakup pengembangan produk, peningkatan kualitas dan desain kemasan, branding, fotografi produk, pembuatan konten digital, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Tahap keempat adalah implementasi dan penguatan pemasaran digital, yang difokuskan pada praktik langsung pengelolaan akun bisnis digital, publikasi konten promosi, serta pengembangan jejaring pemasaran. Tahap kelima adalah evaluasi, refleksi, dan penguatan kelembagaan, yang bertujuan untuk mengukur dampak program sekaligus membangun keberlanjutan melalui pembentukan kelompok usaha bersama dan penyusunan rencana tindak lanjut.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi kegiatan, serta penyebaran instrumen pre-test dan post-test kepada peserta untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah mengikuti program. Data kualitatif dianalisis melalui teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara deskriptif, sedangkan data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji perbandingan nilai sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengetahui efektivitas program. Keberhasilan kegiatan diukur melalui beberapa indikator, antara lain peningkatan kapasitas peserta, jumlah produk yang berhasil dikembangkan, peningkatan kualitas kemasan dan branding, adopsi media digital sebagai sarana pemasaran, serta peningkatan jangkauan pasar dan penjualan produk. Alur pelaksanaan program pemberdayaan yang mengintegrasikan pendekatan ABCD dan PAR disajikan pada Gambar 1 yaitu tahapan kegiatan yang dilaksanakan selama program berlangsung.



**Gambar 1.** Tahapan metode pelaksanaan program pemberdayaan sinergi ABCD-PAR di Desa Muncan.

Tahapan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang mengintegrasikan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dan *Participatory Action Research* (PAR) dalam lima tahapan yang saling berkesinambungan. Tahap pertama diawali dengan pemetaan aset dan diagnosis partisipatif untuk mengidentifikasi potensi, kebutuhan, serta sumber daya lokal yang dimiliki masyarakat Desa Muncan. Tahap kedua berupa perencanaan aksi kolaboratif yang melibatkan masyarakat dalam penyusunan program berdasarkan hasil pemetaan aset. Selanjutnya, tahap ketiga difokuskan pada pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang mencakup pengembangan produk, peningkatan kualitas kemasan, branding, fotografi produk, serta pembuatan konten promosi digital. Tahap keempat merupakan implementasi strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan penguatan jejaring pemasaran guna memperluas akses pasar produk unggulan desa. Tahap terakhir adalah evaluasi, refleksi, dan penguatan kelembagaan untuk mengukur capaian program, menyusun rencana tindak lanjut, serta membangun kemandirian kelompok usaha. Keseluruhan tahapan tersebut membentuk suatu siklus pemberdayaan yang berkelanjutan, di mana hasil evaluasi menjadi dasar perbaikan pada siklus berikutnya sehingga proses pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dan transformasi digital dapat berlangsung secara adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pemetaan Aset dan Identifikasi Potensi Ekonomi Kreatif Desa Muncan

Tahap awal pengabdian dilaksanakan melalui pemetaan aset (asset mapping) menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Kegiatan ini bertujuan mengidentifikasi berbagai potensi yang dimiliki masyarakat sebagai modal dasar dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis lokal. Proses pemetaan dilakukan secara partisipatif melalui observasi lapangan, Focus Group Discussion (FGD), wawancara mendalam, dan diskusi bersama pemerintah desa, pelaku UMKM, tokoh masyarakat, serta kelompok pemuda. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Desa Muncan memiliki aset yang cukup beragam, meliputi sumber daya manusia yang memiliki keterampilan kerajinan tangan, olahan pangan lokal, seni budaya Sasak, serta potensi wisata pedesaan yang dapat dikembangkan sebagai pendukung industri ekonomi kreatif. Selain itu, keberadaan kelompok pemuda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi menjadi modal penting dalam mendukung proses transformasi digital.

Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, ditemukan beberapa permasalahan utama yang masih dihadapi pelaku ekonomi kreatif. Produk yang dihasilkan umumnya masih dipasarkan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki identitas merek (branding), kemasan produk yang menarik, maupun strategi promosi yang terencana melalui media digital. Rendahnya kemampuan dalam menghasilkan konten pemasaran dan memanfaatkan media sosial juga menyebabkan produk unggulan desa belum mampu bersaing pada pasar yang lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa potensi lokal yang besar belum sepenuhnya dioptimalkan sebagai sumber keunggulan kompetitif.

Hasil identifikasi tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan program pemberdayaan yang berorientasi pada pengembangan produk, penguatan identitas merek, serta peningkatan kapasitas digital marketing. Pendekatan ini sejalan dengan konsep ABCD yang menempatkan aset masyarakat sebagai titik awal pembangunan, bukan berfokus pada berbagai keterbatasan yang dimiliki masyarakat. Pendekatan serupa juga dilaporkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat keberlanjutan program pemberdayaan karena masyarakat terlibat secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Peningkatan standar kualitas fisik ini berkorelasi langsung terhadap penentuan nilai jual produk di pasar e-commerce. Melalui teknik pengeringan bambu dan sterilisasi kuliner yang terstandar, produk dari Desa Muncan kini memenuhi kriteria pengiriman jarak jauh tanpa risiko penurunan mutu [15].



**Gambar 1.** Sesi merancang prototipe bambu-kayu kontemporer

### **3.2. Pengembangan Produk dan Penguatan Branding Berbasis Potensi Lokal**

Tahap berikutnya difokuskan pada peningkatan kualitas produk unggulan melalui pelatihan dan pendampingan intensif. Kegiatan meliputi identifikasi nilai tambah produk, inovasi desain, peningkatan kualitas kemasan, penyusunan informasi produk, serta pengembangan identitas merek yang mencerminkan karakteristik budaya lokal Desa Muncan. Pendampingan dilakukan secara langsung kepada pelaku usaha sehingga setiap produk mampu memiliki ciri khas yang membedakannya dengan produk sejenis dari daerah lain.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan pada aspek visual produk. Sebelum program berlangsung, sebagian besar produk masih menggunakan kemasan sederhana tanpa informasi identitas usaha maupun label produk. Setelah mengikuti pelatihan, pelaku usaha mulai menerapkan desain kemasan yang lebih menarik, menggunakan logo usaha, mencantumkan informasi komposisi produk, serta menampilkan identitas desa sebagai bagian dari strategi place branding. Perubahan tersebut memberikan nilai tambah produk sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang dipasarkan.

Pengembangan produk tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga memperkuat nilai budaya lokal sebagai keunggulan kompetitif. Identitas budaya Sasak diintegrasikan ke dalam desain kemasan, motif visual, maupun narasi promosi sehingga produk tidak hanya dipandang sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan berbagai studi yang menunjukkan bahwa integrasi nilai budaya lokal dalam strategi branding mampu meningkatkan daya tarik produk ekonomi kreatif dan memperkuat loyalitas konsumen.



**Gambar 2.** Pengembangan produk dari bambu dan kayu kontemporer

### 3.3. Implementasi Digital Promotion dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Transformasi digital menjadi salah satu fokus utama kegiatan pengabdian. Pelatihan yang diberikan mencakup pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, fotografi produk menggunakan telepon pintar, penyusunan copywriting, desain konten menggunakan aplikasi Canva, pembuatan video promosi singkat, serta optimalisasi WhatsApp Business dan marketplace sebagai media pemasaran. Selain pelatihan teknis, peserta juga memperoleh pendampingan dalam menyusun kalender konten promosi sehingga aktivitas pemasaran dapat dilakukan secara konsisten.

Implementasi strategi digital promotion menunjukkan perubahan perilaku pemasaran pada sebagian besar peserta. Pelaku usaha mulai memanfaatkan media sosial secara lebih aktif untuk menampilkan katalog produk, memberikan informasi kepada konsumen, serta membangun komunikasi yang lebih intensif dengan calon pembeli. Produk yang sebelumnya hanya dipasarkan di lingkungan sekitar desa mulai dikenal oleh konsumen dari wilayah lain melalui promosi digital. Peningkatan interaksi pada media sosial turut berdampak pada bertambahnya permintaan produk dan semakin luasnya jaringan pemasaran yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa digital marketing tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing UMKM desa. Hasil ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas pangsa pasar, serta mendorong pertumbuhan penjualan UMKM apabila diimbangi dengan kualitas produk dan strategi branding yang baik.



**Gambar 3.** Pendampingan dan implementasi strategi digital promotion

### 3.4. Evaluasi Program dan Dampak Pemberdayaan Masyarakat

Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta perbandingan hasil pre-test dan post-test mengenai pemahaman peserta terhadap pengembangan produk dan pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kapasitas peserta pada aspek pengetahuan digital marketing, kemampuan menyusun konten promosi, pemahaman mengenai branding produk, serta keterampilan mengelola media sosial sebagai sarana pemasaran. Selain perubahan pada aspek individu, program juga menghasilkan penguatan kolaborasi antarpelaku usaha dan kelompok pemuda dalam mendukung promosi produk unggulan desa secara bersama-sama.

Keberhasilan program tidak hanya tercermin dari meningkatnya kemampuan teknis peserta, tetapi juga dari tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya inovasi dan transformasi digital dalam menghadapi persaingan pasar. Pendekatan PAR memungkinkan masyarakat menjadi subjek utama dalam proses pemberdayaan sehingga solusi yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan lokal. Di sisi lain, pendekatan ABCD berhasil mengoptimalkan berbagai aset desa sebagai modal pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.



**Gambar 4.** Pemaparan materi dan evaluasi program pemberdayaan masyarakat

Dibandingkan dengan model pengabdian konvensional yang umumnya berfokus pada pelatihan satu arah, model sinergi ABCD-PAR menawarkan keunggulan melalui proses pemberdayaan yang lebih partisipatif, kolaboratif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Integrasi antara pengembangan produk, penguatan identitas budaya lokal, dan transformasi digital menghasilkan model pemberdayaan yang tidak hanya meningkatkan kapasitas masyarakat, tetapi juga memperkuat daya saing produk unggulan Desa Muncan di era ekonomi digital. Dengan demikian, model ini berpotensi direplikasi pada desa-desa lain yang memiliki karakteristik ekonomi kreatif dan potensi budaya yang serupa.

Pelaksanaan program pengabdian tersebut sekaligus menunjukkan komitmen bersama antara tim pelaksana, pemerintah desa, pelaku ekonomi kreatif, dan kelompok pemuda dalam mendukung keberlanjutan pengembangan produk unggulan berbasis budaya lokal dan transformasi digital di Desa Muncan.



**Gambar 4.** Foto bersama seluruh peserta bersama tim pengabdian.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Muncan, Kabupaten Lombok Tengah, berhasil mencapai tujuan yang telah dirumuskan, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku ekonomi kreatif melalui pengembangan produk, penguatan identitas merek (branding), dan pemanfaatan media promosi berbasis digital. Penerapan model pemberdayaan yang mengintegrasikan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dan *Participatory Action Research* (PAR) terbukti mampu mengoptimalkan potensi lokal dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi aset, perencanaan program, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam inovasi produk, desain kemasan, penyusunan konten promosi digital, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Selain itu, program berhasil memperkuat kolaborasi antarpelaku usaha dan kelompok pemuda sehingga tercipta ekosistem ekonomi kreatif yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Integrasi nilai budaya lokal dengan strategi transformasi digital menjadi salah satu keunggulan model pemberdayaan yang dikembangkan dalam kegiatan ini. Produk unggulan Desa Muncan tidak hanya mengalami peningkatan dari aspek kualitas dan daya tarik visual, tetapi juga memiliki identitas yang lebih kuat melalui penguatan unsur budaya lokal sebagai nilai tambah produk. Pendekatan tersebut memberikan kontribusi terhadap perluasan jangkauan pasar, peningkatan daya saing produk, serta peluang peningkatan penjualan yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, sinergi pendekatan ABCD dan PAR dapat menjadi alternatif model pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi desa.

Program ini memiliki prospek untuk dikembangkan melalui pendampingan yang lebih berkelanjutan, khususnya dalam optimalisasi social commerce, pemanfaatan kecerdasan artifisial (*Artificial Intelligence/AI*) untuk pembuatan konten pemasaran, pengembangan katalog digital, serta integrasi produk unggulan desa dengan platform marketplace dan sektor pariwisata daerah. Penelitian dan kegiatan pengabdian selanjutnya juga dapat mengukur dampak jangka panjang dari penerapan strategi digital marketing terhadap pertumbuhan omzet, perluasan pasar, dan keberlanjutan usaha ekonomi kreatif. Selain itu, model pemberdayaan berbasis sinergi ABCD-PAR yang dikembangkan dalam kegiatan ini berpotensi direplikasi pada desa-desa lain yang memiliki karakteristik potensi ekonomi kreatif dan budaya lokal yang serupa, sehingga dapat mendukung pembangunan ekonomi desa yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

---

**REFERENSI**

- [1] M. R. Kurniawan and S. Hadi, "Community empowerment model through creative economy in sustainable tourism villages," *Journal of Rural Development and Community Empowerment*, vol. 8, no. 1, pp. 12-25, 2024.
- [2] A. S. Wijaya and H. Hermawan, "Preservation of Sasak cultural heritage through digital product narrative design," *International Journal of Cultural Heritage Studies*, vol. 7, no. 2, pp. 88-101, 2024.
- [3] R. Pratama, Y. S. Kusuma, and N. L. P. Suari, "Strategi pengembangan UMKM berbasis aset lokal: Studi kasus industri kerajinan Lombok," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Kreatif*, vol. 15, no. 3, pp. 142-156, 2025.
- [4] J. P. Kretzmann and J. L. McKnight, *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. ACTA Publications, 1993.
- [5] N. K. S. Astuti and I. M. Dewa, "Overcoming market isolation in rural crafts through integrated e-commerce platforms," *Journal of Enterprise and Digital Transformation*, vol. 4, no. 1, pp. 34-49, 2024.
- [6] H. Sulistyono and M. F. Azis, "Dampak intermediasi tengkulak terhadap kesejahteraan pengrajin tradisional di Nusa Tenggara Barat," *Jurnal Sosial Ekonomi Pedesaan*, vol. 12, no. 2, pp. 210-224, 2024.
- [7] T. Taufik and S. Wahyuni, "Inovasi desain bambu fusi kontemporer dalam meningkatkan daya saing global kerajinan rakyat," *Jurnal Seni Rupa dan Desain Produk*, vol. 9, no. 1, pp. 55-68, 2025.
- [8] I. G. A. P. Widiarta, "Mandalika tourism development and its spillover effects on local handicraft industries," *ASEAN Journal of Tourism and Hospitality*, vol. 11, no. 2, pp. 115-130, 2024.
- [9] F. Fatimah and R. R. Ahmad, "Standarisasi mutu dan pengemasan produk pangan tradisional untuk perluasan retail modern," *Jurnal Teknologi dan Mutu Pangan*, vol. 6, no. 2, pp. 78-91, 2024.
- [10] B. Budiman and E. Setyowati, "Regenerasi pengrajin tradisional: Peran digitalisasi dalam menarik minat pemuda desa," *Jurnal Studi Pemuda dan Pemberdayaan*, vol. 14, no. 1, pp. 43-57, 2025.
- [11] P. Freire, *Pedagogy of the oppressed*. Herder and Herder, 1970.
- [12] R. Febriana and A. Khan, "Peran relawan pendidikan dalam peningkatan literasi di daerah terpencil," *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 12, no. 1, pp. 45-60, 2025.
- [13] D. Harahap, R. Siregar, and A. Lubis, "Inisiatif literasi lokal dan pemberdayaan masyarakat: Studi kasus di Labuhanbatu," *Jurnal Literasi dan Inklusi Sosial*, vol. 9, no. 2, pp. 89-104, 2024.
- [14] M. Kartikasari, "Sinergi multi-pihak dalam gerakan literasi regional: Studi pada program literasi di Pulau Jawa," *Jurnal Pembangunan Sosial dan Literasi*, vol. 8, no. 1, pp. 101-120, 2024.
- [15] R. A. Nugroho, S. Fitriyah, and A. Wicaksono, "Digitalisasi desa dan pembangunan inklusif: Studi implementasi program literasi digital di Indonesia," *Jurnal Teknologi untuk Pemberdayaan*, vol. 6, no. 1, pp. 22-37, 2024.
- [16] L. Lestari and W. Utomo, "E-commerce adoption barriers and drivers among rural micro-enterprises in eastern Indonesia," *International Journal of Electronic Business*, vol. 19, no. 4, pp. 312-329, 2025.
- [17] S. Santoso and D. K. Wardani, "Storytelling marketing: Injecting cultural values into traditional product branding," *Journal of Marketing and Brand Research*, vol. 10, no. 3, pp. 201-215, 2024.
- [18] Z. Zulkifli and M. Munir, "Institusionalisasi kelompok usaha bersama (KUB) sebagai pilar keberlanjutan ekonomi desa," *Jurnal Administrasi Publik dan Pemberdayaan*, vol. 11, no. 2, pp. 167-182, 2025.