DESAMU: Prosiding Diseminasi KKN Universitas Mulawaran

Artıkel Pengabdian Kepada Masyarakat

https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/pdkum/index

Strengthening Creative Economy in Bekoso Village Through Home-Based Brownies Entrepreneurship Training for PKK Women and Digital Marketing Education for Local Business Owners

Penguatan Ekonomi Kreatif di Desa Bekoso Melalui Pelatihan Kewirausahaan Brownies Rumahan bagi Ibu-Ibu PKK dan Edukasi Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha Lokal

Richo Pratama Syarif[1], Nerisa[2], Carti Bunga Nurwanti[3], Hikmah Lailatul Ramadhani[4], Cheryl Natania Pimpin[4], Wina Rahmawati[5], Abram Prana Ginting[6], Jayanti Apriliani[2], Mitchell Milanisti Pakan[7], Hardina Sandariria[8]

1 Program Studi Teknik Pertambangan, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
2 Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
3 Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
4 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
5 Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu dan Budaya, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
6 Program Studi Teknik Pertambangan, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
7 Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
8 Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
* Alamat Koresponding. E-mail: hardinasandariria@fmipa.unmul.ac.id

***ABSTRACT**: This community service activity was carried out as part of the 2026 Collaborative Community Service Program (KKN) in Bekoso Village, Pasir Belengkong District, Paser Regency. This activity was based on the economic potential of PKK mothers that has not been widely developed, as well as the limitations of local business actors in marketing their products more widely. Two main programs were implemented, namely KREANIS (Sweet Creations), training in making and decorating brownies for PKK mothers using the oven available at the KKN post, and Digital Marketing Education for local business actors which included promotion through social media and strengthening online branding. The activities were carried out through practical demonstrations, group discussions, and direct practice, starting from mixing the dough, decorating, to baking, as well as mentoring in creating promotional content. The results of the activities showed that participants gained skills in making brownies and practical entrepreneurship that have the potential to be developed into home businesses, while local business actors gained a better understanding of utilizing digital platforms to expand their market reach. The synergy between the creative economy based on brownie entrepreneurship training and digital marketing literacy is expected to strengthen household income as well as the competitiveness of local products in Bekoso Village.*

***KEYWORDS:** creative economy; Brownies Entrepreneurship training; digital marketing; PKK empowerment; village MSME.*

ABSTRAK: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam rangka pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kolaborasi 2026 di Desa Bekoso, Kecamatan Pasir Belengkong, Kabupaten Paser. Kegiatan ini didasari oleh potensi ekonomi ibu-ibu PKK yang belum banyak dikembangkan, serta keterbatasan pelaku usaha lokal dalam memasarkan produknya secara lebih luas. Dua program utama dilaksanakan, yaitu KREANIS (Kreasi Manis), pelatihan pembuatan dan penghiasan brownies bagi ibu-ibu PKK dengan memanfaatkan oven yang tersedia di posko KKN, serta Edukasi Pemasaran Digital bagi pelaku usaha lokal yang mencakup promosi melalui media sosial dan penguatan branding daring. Kegiatan dilaksanakan melalui demonstrasi praktis, diskusi kelompok, dan praktik langsung, mulai dari pencampuran adonan, penghiasan, hingga pemanggangan, serta pendampingan pembuatan konten promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh keterampilan dalam pembuatan brownies dan kewirausahaan praktis yang berpotensi dikembangkan menjadi usaha rumahan, sementara pelaku usaha lokal memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Sinergi antara

Cara mensitasi artikel ini: Syarif RP, Nerisa, Nurwanti CB, Ramadhani HL, Pimpin CN, Rahmawati W, Ginting AP, Apriliani J, Pakan MM, Sandariria H. Strengthening Creative Economy in Bekoso Village Through Home-Based Brownies Entrepreneurship Training for PKK Women and Digital Marketing Education for Local Business Owners (Penguatan Ekonomi Kreatif di Desa Bekoso Melalui Pelatihan Kewirausahaan Brownies Rumahan bagi Ibu-Ibu PKK dan Edukasi Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha Lokal). DESAMU Pros Disem KKN UNMUL. 2026; 2: 556-560.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat,
Universitas Mulawarman
ISSN: 3124-520X

ekonomi kreatif berbasis pelatihan kewirausahaan brownies dan literasi pemasaran digital ini diharapkan dapat memperkuat penghasilan rumah tangga sekaligus daya saing produk lokal Desa Bekoso.

Kata Kunci: ekonomi kreatif; pelatihan kewirausahaan brownies; pemasaran digital; pemberdayaan PKK; UMKM desa

1. PENDAHULUAN

Pembangunan desa di era modern menuntut adanya inovasi dalam memanfaatkan potensi lokal, baik dari sisi sumber daya manusia maupun sumber daya alam, agar masyarakat mampu meningkatkan kesejahteraan secara mandiri. Desa Bekoso, Kecamatan Pasir Belengkong, Kabupaten Paser, memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup besar, khususnya pada kelompok ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang selama ini berperan aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan namun belum banyak diarahkan pada pengembangan usaha ekonomi produktif. Di sisi lain, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa masih menghadapi kendala dalam memasarkan produknya secara luas karena keterbatasan literasi digital.

Pemberdayaan ibu-ibu PKK melalui pelatihan keterampilan produktif telah terbukti mampu meningkatkan pendapatan keluarga sekaligus mendorong kemandirian ekonomi perempuan di tingkat rumah tangga (Susanti, 2026). Edukasi kewirausahaan bagi kelompok PKK juga terbukti membuka peluang usaha baru yang berbasis pada keterampilan yang mudah dipraktikkan di rumah (Mashita et al., 2025). Sejalan dengan hal tersebut, pelatihan berbasis pengolahan pangan seperti pembuatan produk *bakery* telah banyak digunakan sebagai strategi diversifikasi produk lokal yang mampu meningkatkan nilai jual bahan baku sederhana (Putra et al., 2021). Hal serupa juga ditunjukkan oleh Setianingsih (2018) yang membuktikan bahwa pelatihan pembuatan brownies kukus bagi ibu-ibu PKK mampu meningkatkan keterampilan wirausaha sekaligus membuka peluang penambahan pendapatan rumah tangga. Program KREANIS (Kreasi Manis) hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut, yaitu pelatihan pembuatan dan penghiasan brownies bagi ibu-ibu PKK Desa Bekoso dengan memanfaatkan oven yang tersedia di posko KKN. Kegiatan ini dirancang secara praktis, mulai dari pencampuran adonan, penghiasan, hingga pemanggangan, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan setiap tahapan pembuatan kue dan berpotensi mengembangkannya menjadi usaha rumahan tambahan bagi keluarga.

Selain penguatan keterampilan produksi, penguatan kapasitas pemasaran juga menjadi perhatian penting mengingat perkembangan teknologi digital yang pesat. Media sosial terbukti memiliki peran signifikan dalam memperluas jangkauan pasar UMKM melalui peningkatan visibilitas merek dan interaksi dengan pelanggan secara efisien. Pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di berbagai desa juga terbukti mampu meningkatkan pemahaman peserta dalam mengelola platform seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas (Kamaruddin et al., 2026). Pengembangan digital marketing yang dipadukan dengan pelatihan keterampilan usaha juga terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kemandirian UMKM (Kurniawan & Alhifni, 2022). Selain pemasaran berbasis media sosial, penguasaan aplikasi desain digital seperti Canva juga terbukti membantu ibu-ibu PKK dalam membuat kemasan dan konten promosi yang lebih menarik sehingga mampu meningkatkan nilai jual produk usaha rumahan (Andina et al., 2023; Khoirina et al., 2022). Di samping itu, penguatan literasi teknologi digital secara lebih luas, termasuk pemanfaatan asisten kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT dan Gemini, juga terbukti mampu meningkatkan kapasitas ibu-ibu PKK dalam mendukung aktivitas rumah tangga maupun pengembangan usaha mikro keluarga (Fitrianti, 2026; Subandi et al., 2026). Oleh karena itu, dilaksanakan pula program Edukasi Pemasaran Digital bagi pelaku usaha lokal di Desa Bekoso, yang bertujuan untuk membekali pelaku usaha dengan pengetahuan dasar promosi daring agar produk lokal dapat dikenal lebih luas. Sinergi antara KREANIS dan Edukasi Pemasaran Digital diharapkan dapat memperkuat ekonomi kreatif Desa Bekoso secara berkelanjutan, baik dari sisi produksi maupun pemasaran.

2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian di Desa Bekoso adalah metode partisipatif melalui pelatihan langsung (*hands-on training*) yang dipadukan dengan demonstrasi, diskusi kelompok, dan praktik bersama. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling efektif untuk mentransfer keterampilan teknis, baik dalam pengolahan pangan maupun pemasaran digital, kepada peserta yang sebagian besar belum memiliki pengalaman pada bidang tersebut. Sebelum pelaksanaan, tim KKN melakukan koordinasi dengan pengurus PKK dan pelaku usaha lokal untuk mengidentifikasi kebutuhan serta menyesuaikan materi pelatihan dengan kondisi dan sumber daya yang tersedia di desa, termasuk ketersediaan oven di posko KKN sebagai sarana utama pelaksanaan KREANIS.

2.2 Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai dari perencanaan, pelaksanaan program inti, hingga evaluasi.

Pada tahap perencanaan, dilakukan identifikasi kebutuhan masyarakat, antara lain minimnya keterampilan pengolahan pangan bernilai jual pada ibu-ibu PKK serta rendahnya literasi pemasaran digital pada pelaku usaha lokal. Berdasarkan identifikasi tersebut, dirumuskan dua fokus kegiatan yang saling melengkapi, yaitu KREANIS (Kreasi Manis) dan Edukasi Pemasaran Digital.

Pelaksanaan KREANIS diawali dengan penjelasan bahan dan alat, dilanjutkan dengan praktik langsung pencampuran adonan brownies, proses pemanggangan menggunakan oven yang tersedia di posko KKN, hingga tahap penghiasan (dekorasi) brownies agar memiliki tampilan yang menarik dan bernilai jual. Ibu-ibu PKK dilibatkan secara aktif pada setiap tahapan agar dapat mempraktikkan sendiri seluruh proses produksi. Sementara itu, Edukasi Pemasaran Digital dilaksanakan melalui penyampaian materi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, teknik pembuatan konten produk yang menarik, serta pengenalan dasar strategi branding produk secara daring, yang disampaikan kepada pelaku usaha lokal Desa Bekoso.

2.3 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap keterampilan yang dikuasai peserta selama praktik, serta diskusi reflektif bersama ibu-ibu PKK dan pelaku usaha lokal setelah pelatihan berlangsung. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana materi pelatihan dapat dipahami dan berpotensi diterapkan secara mandiri oleh peserta setelah program KKN berakhir.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program KKN Kolaborasi 2026 di Desa Bekoso menunjukkan capaian yang positif dalam memperkuat ekonomi kreatif masyarakat, khususnya melalui program KREANIS dan Edukasi Pemasaran Digital. Kedua kegiatan ini saling melengkapi: KREANIS membekali ibu-ibu PKK dengan keterampilan produksi, sedangkan Edukasi Pemasaran Digital membekali pelaku usaha lokal dengan keterampilan menjangkau pasar yang lebih luas.

3.1 Pembangunan Webs KREANIS (Kreasi Manis): Pelatihan Pembuatan dan Penghiasan Brownies bagi Ibu-Ibu PKK

Kegiatan KREANIS berhasil membekali ibu-ibu PKK Desa Bekoso dengan keterampilan praktis dalam mengolah bahan sederhana menjadi produk brownies yang siap dikonsumsi maupun dijual. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum pernah membuat brownies menggunakan oven maupun memahami teknik dasar penghiasan kue. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu mempraktikkan sendiri tahapan pencampuran adonan, pemanggangan, hingga penghiasan brownies dengan hasil yang layak jual. Produk brownies yang dihasilkan tidak hanya dikonsumsi bersama, tetapi juga membuka peluang sebagai sumber penghasilan tambahan bagi ibu-ibu PKK melalui usaha rumahan. Hal ini sejalan dengan temuan Susanti (2026) yang menegaskan bahwa pelatihan keterampilan produktif bagi ibu rumah tangga mampu menjadi sumber pendapatan tambahan sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi keluarga. Temuan ini juga selaras dengan Putra et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan produk olahan berbasis bahan sederhana, seperti brownies, dapat menjadi strategi efektif diversifikasi pangan sekaligus membuka peluang usaha baru bagi masyarakat desa. Temuan ini juga memperkuat hasil Setianingsih (2018) yang melaporkan bahwa ibu-ibu PKK yang mengikuti pelatihan pembuatan brownies kukus menunjukkan antusiasme tinggi dan berkeinginan untuk langsung mempraktikkan serta menjual produk yang dihasilkan sebagai tambahan penghasilan rumah tangga.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Brownies Bersana Ibu-ibu PKK

3.2 Edukasi Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha Lokal

Program Edukasi Pemasaran Digital memberikan pemahaman baru kepada pelaku usaha lokal Desa Bekoso mengenai pentingnya media sosial sebagai sarana promosi produk. Sebelum kegiatan ini, sebagian besar pelaku usaha memasarkan produknya secara terbatas melalui metode konvensional dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan platform digital secara optimal. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memperoleh pemahaman dasar mengenai pembuatan konten promosi yang menarik serta strategi memperkenalkan produk melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan temuan Kamaruddin et al. (2026) yang menunjukkan bahwa pelatihan intensif mengenai pemanfaatan platform media sosial mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Sejalan dengan itu, Kurniawan & Alhifni (2022) menyatakan bahwa pengembangan digital marketing yang dipadukan dengan pelatihan keterampilan usaha dapat meningkatkan kemandirian UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Selaras dengan hal tersebut, Andina et al. (2023) dan Khoirina et al. (2022) menemukan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi Canva bagi ibu-ibu PKK terbukti meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat kemasan dan konten promosi yang lebih menarik, sehingga mendorong kemandirian dalam memasarkan produk usaha rumahan secara digital. Selain itu, temuan Fitrianti (2026) dan Subandi et al. (2026) turut menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan asisten AI bagi ibu-ibu PKK mampu meningkatkan literasi digital serta membuka peluang pengembangan ide kreatif untuk mendukung usaha mikro keluarga, sejalan dengan semangat penguatan pemasaran digital yang diusung dalam kegiatan ini.



Gambar 2. Kegiatan Edukasi Pemasaran Digital

Pemanfaatan AI dapat menjadi penguatan lanjutan dalam kegiatan pemasaran digital, terutama untuk membantu pelaku usaha lokal menyusun ide promosi, membuat variasi teks iklan, menentukan tema konten, serta merancang kalendeer unggahan yang sesuai dengan karakteristik produk dan target konsumen. Penggunaan asisten AI seperti ChatGPT dan Gemini juga dapat membantu proses pencarian informasi kreatif dan pengelolaan aktivitas usaha mikro keluarga, sedangkan Canva AI dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan rancangan visual promosi secara lebih efisien (Fitrianti, 2026; Subandi et al., 2026). Namun, AI perlu ditempatkan sebagai alat bantu, bukan pengganti penilaian pelaku usaha. Setiap keluaran AI tetap perlu diperiksa kembali dari segi kebenaran informasi, kesesuaian bahasa, identitas merek, dan keaslian konten sebelum dipublikasikan. Dengan pendampingan teknis dan latihan penyusunan perintah (*prompt*) yang sederhana, pemanfaatan AI berpotensi membuat proses pembuatan konten menjadi lebih cepat, konsisten, dan adaptif, sekaligus memperkuat literasi digital serta daya saing produk lokal Desa Bekoso (Fitrianti, 2026; Subandi et al., 2026).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa sinergi antara penguatan keterampilan produksi melalui KREANIS dan penguatan literasi pemasaran melalui Edukasi Pemasaran Digital merupakan strategi yang saling melengkapi dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Desa Bekoso. Ekonomi kreatif berbasis pelatihan kewirausahaan brownies memperkuat basis produksi rumahan, sementara pemasaran digital membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk yang dihasilkan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Penguatan Ekonomi Kreatif Desa Bekoso melalui Pelatihan kewirausahaan brownies Rumahan bagi Ibu-Ibu PKK dan Edukasi Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha Lokal menghasilkan capaian yang signifikan dalam aspek ekonomi dan sosial masyarakat. Program KREANIS (Kreasi Manis) berhasil membekali ibu-ibu PKK dengan keterampilan praktis pembuatan dan penghiasan brownies yang berpotensi dikembangkan menjadi usaha rumahan dan sumber penghasilan tambahan keluarga. Di sisi lain, Edukasi Pemasaran Digital berhasil meningkatkan pemahaman pelaku usaha lokal mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk, sehingga produk lokal Desa Bekoso berpeluang menjangkau pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, sinergi antara penguatan keterampilan produksi berbasis pelatihan kewirausahaan brownies dan penguatan literasi pemasaran digital mampu memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat Desa Bekoso. Kendati demikian, keberlanjutan program ini memerlukan pendampingan lanjutan, khususnya terkait akses permodalan, perizinan usaha, dan konsistensi pemasaran daring, agar manfaat pelatihan dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh masyarakat.

Ucapan Terima Kasih: -.

Kontribusi Penulis: -.

Sumber Pendanaan: -

Konflik Kepentingan: Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan

REFERENSI

Andina, A. N., Salsabila, S., & Safitri, S. A. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pemasaran Digital Pada Ibu-Ibu PKK Pemilik Usaha Rumahan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(4), 3041–3047.

Fitrianti, L. (2026). Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Naik Kelas dengan Artificial Intelligence (AI): Belajar, Berkarya dan Berdaya di Era Digital. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(3), 333–340.

Kamaruddin, M. J., Fauziah, Nurjanah, S., & Intan. (2026). Pelatihan Digitalisasi Pelaku UMKM Melalui Social Media Marketing di Desa Ciburayut. *Jurnal Berdikari*, *9*(1), 32–37.

Khoirina, M. M., Alfina, Nastiti, T. A., Caesarina, A., & Rahman, F. A. F. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Melalui Media Canva untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk pada Pokja II TP PKK Kecamatan se-Kabupaten Gresik. *Jurnal Abdidas*, *3*(5), 829–837.

Kurniawan, A., & Alhifni, A. (2022). Peningkatan Kemandirian UMKM Melalui Pengembangan Digital Marketing dan Pelatihan Keterampilan Usaha. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(3), 201–207. https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i3.5450

Mashita, J., Anggresta, V., & Maya, S. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Keluarga melalui Edukasi Kewirausahaan pada Ibu-Ibu PKK Jakarta Timur. *Kareba: Jurnal Inovasi Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *1*(2), 72–81.

Putra, A. P., Putra, D. A. W., Alaida, D. F. P. A., & Rahardhika, I. M. (2021). Pelatihan Pembuatan Brownies Ubi Jalar dan Branding sebagai Upaya Diversifikasi Pangan Bahan Lokal Desa Sumbangtimun. *Jurnal Graha Pengabdian*, *3*(4), 243–251.

Setianingsih, W. E. (2018). Pelatihan Pembuatan Brownies Kukus dan Sistem Pemasarannya dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Ibu- Ibu PKK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, *4*(2), 140–146.

Subandi, Wiharto, Y., Mufti, Gata, G., Diana, A., Santoso, Y., Nurwati, & Kusdiarto, D. (2026). Pemberdayaan Ibu PKK Desa Dangdang melalui Pelatihan Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Asisten. *Jannah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *02*(01), 30–36.

Susanti, A. (2026). Pemberdayaan Ibu – Ibu Rumah Tangga dalam Kewirausahaan Keluarga Melalui Usaha Rumahan. *ABDI KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 73–84.

This is an open access article which is publicly available on our journal's website under Institutional Repository at https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/pdkum/index