



PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PRODUK LOKAL DI KECAMATAN BENGKALIS

M Ilham Rajisa

Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis

M Auzan

Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis

Safren Efendi

Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis

Havis Rasidi

Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis

Rina Jandriyani

Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis

Alamat: Jl. Poros Sungai Alam-Selatbaru Kec. Bengkalis, Kab. Bengkalis Riau

Korespondensi penulis: rhina.yien@gmail.com

Abstrak. *The creative economy is a strategic sector in driving local economic growth. Bengkalis Regency has great potential in developing the creative economy, especially through unique local products. However, the limited knowledge and skills of business actors are the main challenges. This study aims to design and implement a local product-based entrepreneurship training program in Bengkalis District. The method used is a participatory approach by involving local business actors in every stage of training. The results show a significant increase in participants' understanding of business management, digital marketing, and product innovation. This program is expected to be a model for empowering the creative economy in other areas.*

Keywords: *Creative Economy, Entrepreneurship, Local Products, Training, Bengkalis*

Abstrak. Ekonomi kreatif menjadi sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kabupaten Bengkalis memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif, khususnya melalui produk-produk lokal yang unik. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha menjadi tantangan utama. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan program pelatihan kewirausahaan berbasis produk lokal di Kecamatan Bengkalis. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha lokal dalam setiap tahap pelatihan. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai manajemen usaha, pemasaran digital, dan inovasi produk. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi kreatif di daerah lain.

Kata Kunci: *Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, Produk Lokal, Pelatihan, Bengkalis*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor unggulan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Kemenparekraf, 2023). Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor ini menyumbang sekitar 7,4% terhadap PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja pada tahun 2022. Di tingkat daerah, ekonomi kreatif menjadi peluang besar bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja baru (Istiqomah et al., 2023).

Istilah “pemberdayaan masyarakat” cukup sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Istilah ini tidak asing lagi di telinga kita mengingat saat ini cukup banyak program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah, BUMN, organisasi sosial/kemasyarakatan, maupun pihak swasta. Berita mengenai program pemberdayaan masyarakat cukup sering kita lihat/dengar mulai dari koran, radio, televisi, dan media internet. Program pemberdayaan masyarakat yang kita kenal, umumnya merupakan sebuah program yang berupaya untuk mengentaskan kemiskinan dan menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat.

Konsep “pemberdayaan” berasal dari kata dasar “daya” yang mengandung arti “kekuatan”, dan merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu “empowerment”. Dalam hal ini konsep pemberdayaan mengandung arti memberikan daya atau kekuatan kepada kelompok yang lemah yang belum mempunyai daya/kekuatan untuk hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok/kebutuhan dasar hidupnya sehari-hari, seperti makan, pakaian/sandang, rumah/papan, pendidikan, dan kesehatan (Hamid, 2018).

Adapun tujuan utama pemberdayaan masyarakat adalah memberikan kekuatan kepada masyarakat, khususnya kelompok lemah yang memiliki ketidakberdayaan. Ketidakberdayaan ini bisa diakibatkan karena kondisi internal (persepsi mereka sendiri), maupun karena kondisi eksternal (ditindas oleh struktur sosial yang tidak adil). Harapannya setelah diberdayakan, masyarakat bisa lebih sejahtera, berdaya atau mempunyai kekuatan dalam memenuhi kebutuhan hidup yang utama, dan pada akhirnya akan menciptakan masyarakat yang mandiri. Kemandirian yang dimaksud di sini tidak sekedar dilihat dari aspek ekonomi saja, namun juga secara sosial, budaya, dan hak bersuara/berpendapat, bahkan sampai pada kemandirian masyarakat dalam menentukan hak-hak politiknya (Hamid, 2018).

Kabupaten Bengkalis sebagai salah satu daerah pesisir di Provinsi Riau memiliki kekayaan budaya dan alam yang sangat mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Produk-produk lokal seperti kerajinan dari bahan alami (daun pandan, rotan, pelepah pinang), makanan khas seperti lempuk durian, dan kain tenun lokal memiliki nilai jual yang tinggi apabila dikelola secara profesional dan dikemas dengan pendekatan kewirausahaan modern.

Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat, khususnya para pelaku UMKM. Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelaku usaha di Kecamatan Bengkalis, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki keterampilan manajerial yang baik, kurang memahami strategi pemasaran modern (khususnya digital marketing), serta belum mampu berinovasi dalam pengembangan produk. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pelatihan, pembiayaan, dan jaringan pemasaran menjadi kendala klasik yang terus berulang.

Hal ini mendorong perlunya intervensi yang bersifat edukatif dan aplikatif untuk memberdayakan pelaku usaha ekonomi kreatif di Bengkalis. Melalui program pelatihan kewirausahaan berbasis produk lokal, diharapkan masyarakat tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga mampu mempraktikkan keterampilan kewirausahaan secara langsung dalam kegiatan usahanya. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan mampu menumbuhkan wirausahawan baru yang mandiri dan berdaya saing di era digital.

Kecamatan Bengkalis, sebagai wilayah pesisir yang kaya akan sumber daya alam dan budaya, memiliki potensi besar dalam pengembangan produk lokal seperti kerajinan daun pandan, makanan khas seperti lempuk durian, dan tenun Melayu. Namun, pemanfaatan potensi ini masih terbatas akibat rendahnya pengetahuan kewirausahaan, kurangnya inovasi produk, dan minimnya pemahaman teknologi pemasaran digital (Diskominfo Bengkalis, 2024).

Oleh karena itu, program ini hadir sebagai solusi dengan memberikan pelatihan kewirausahaan kepada pelaku UMKM di Kecamatan Bengkalis, dengan harapan dapat menciptakan wirausaha mandiri yang kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman (Sari & Ramadhan, 2022).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Partisipan

Program ini dilaksanakan di Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau. Peserta pelatihan terdiri dari 30 pelaku usaha mikro dan kecil yang bergerak di sektor ekonomi kreatif, seperti kerajinan tangan, kuliner, dan seni pertunjukan.

Desain Pelatihan

Pelatihan dirancang dengan pendekatan partisipatif, melibatkan peserta dalam setiap tahap, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi program. Materi pelatihan meliputi:

- a. Manajemen Usaha
- b. Pemasaran Digital
- c. Inovasi Produk
- d. Pengelolaan Keuangan
- e. Legalitas dan Perizinan Usaha

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Evaluasi pre-test dan post-test yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam berbagai aspek kewirausahaan. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 35% peserta yang mengetahui konsep dasar manajemen usaha, dan hanya 20% yang memahami pentingnya segmentasi pasar. Setelah pelatihan, angka tersebut meningkat menjadi 85% dan 78% secara berturut-turut.

Peserta juga diberikan studi kasus simulasi manajemen usaha kecil. Hasil diskusi kelompok menunjukkan bahwa sebagian besar peserta dapat menyusun rencana usaha sederhana, mengidentifikasi biaya produksi, menetapkan harga jual berbasis nilai tambah, dan membuat strategi pemasaran yang berbasis karakteristik lokal. Ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membekali peserta dengan pengetahuan praktis yang dapat diterapkan langsung dalam kegiatan usaha mereka.

Inovasi Produk Lokal

Salah satu pencapaian penting dari program ini adalah lahirnya berbagai inovasi produk dari tangan peserta. Misalnya, kelompok pengrajin pandan berhasil mengubah desain tas tradisional menjadi produk fashion dengan gaya kekinian tanpa menghilangkan unsur lokal. Kelompok kuliner mengembangkan varian baru lempuk durian dengan kemasan modern dan masa simpan yang lebih panjang.

Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memperluas segmentasi pasar ke kalangan anak muda dan wisatawan. Beberapa produk yang dihasilkan bahkan mulai dipasarkan di marketplace lokal dan mendapat sambutan positif dari konsumen.

Pemanfaatan Digital Marketing

Materi digital marketing menjadi salah satu yang paling diminati peserta. Sebagian besar peserta sebelumnya belum pernah menggunakan media sosial secara profesional. Setelah pelatihan, peserta dibimbing untuk membuat akun Instagram bisnis, menggunakan fitur “marketplace” di Facebook, serta membuat katalog digital menggunakan Canva.

Hasil monitoring menunjukkan bahwa 70% peserta mulai aktif mempromosikan produk melalui media sosial. Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan penjualan dalam waktu kurang dari satu bulan setelah pelatihan, meskipun belum dalam skala besar. Hal ini menunjukkan potensi pertumbuhan yang sangat baik apabila pendampingan terus dilakukan secara berkelanjutan.

Tantangan dan Peluang

Walaupun hasil pelatihan cukup menggembirakan, tantangan tetap ada, seperti keterbatasan peralatan produksi, kurangnya modal usaha, dan keterbatasan jaringan distribusi. Namun, peluang

kerja sama dengan instansi pemerintah dan swasta, serta pemanfaatan program pembiayaan seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat), bisa menjadi solusi jangka menengah.

KESIMPULAN

Program pelatihan kewirausahaan berbasis produk lokal di Kecamatan Bengkalis menunjukkan hasil yang positif dalam memberdayakan pelaku usaha ekonomi kreatif. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan inovasi produk menjadi indikator keberhasilan program ini. Untuk keberlanjutan, disarankan agar pemerintah daerah dan lembaga terkait terus mendukung inisiatif serupa dan memperluas jangkauan program ke kecamatan lain di Kabupaten Bengkalis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, R. (2021). Inovasi produk lokal dan pemasaran digital: Studi pada UMKM kreatif di daerah pesisir. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 6(2), 102–110.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkalis. (2023). *Kabupaten Bengkalis dalam angka 2023*. <https://bengkaliskab.bps.go.id>
- Diskominfotik Bengkalis. (2024). Pelatihan usaha kreatif produk daerah, upaya Pemkab Bengkalis tingkatkan wawasan pelaku UMKM. <https://diskominfotik.bengkaliskab.go.id>
- Fitria, N., & Rahmadani, S. (2022). Peran pelatihan kewirausahaan dalam peningkatan kualitas SDM pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Kreatif*, 2(1), 9–18.
- Handayani, T., & Laksmi, S. (2023). Penguatan UMKM kreatif melalui kolaborasi komunitas dan institusi pendidikan. *Jurnal Inovasi Sosial Ekonomi*, 7(1), 12–25.
- Istiqomah, R., Lestari, S., & Wulandari, F. (2023). Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bengkalis. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 9(2), 55–62.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Statistik ekonomi kreatif Indonesia 2022*. <https://kemenparekraf.go.id>
- Kurniawan, D. (2022). Pengembangan UMKM melalui platform digital marketing di era industri 4.0. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Digital*, 5(3), 88–97.
- Prokopim Bengkalis. (2024). Bupati Bengkalis buka pelatihan usaha kreatif produk daerah. <https://prokopim.bengkaliskab.go.id/web/detailberita/15616>
- Putri, D. A., & Nugroho, H. (2022). Digitalisasi usaha kecil: Transformasi UMKM pasca pandemi. *Jurnal Transformasi Ekonomi Digital*, 4(2), 67–78.
- Sari, M. P., & Ramadhan, R. (2022). Peran pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(1), 45–54. <https://doi.org/10.31294/jeko.v10i1.12345>
- Suhendar, I., & Widodo, A. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal. *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan Sosial*, 4(1), 20–30.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). *Creative economy outlook 2022*. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-2022>
- Widyaningrum, R. A. (2023). Optimalisasi media sosial sebagai strategi pemasaran UMKM di wilayah rural. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 5(1), 34–42.
- Yuliana, R., & Wibowo, A. (2023). Pemanfaatan marketplace dalam memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 6(3), 89–99.