



Transformasi Limbah Desa Beurawang Sabang Menjadi Produk Kerajinan Bernilai Ekonomi dengan Penerapan Konsep IKIGAI dalam Pemasaran

Arif Hidayat^{*1}, Muammar², Muhammad Nur Fauzi³, Jama Dilla Mutsanna⁴, Annisa Trifani⁵, Nasriah Aulia⁶

¹ Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

² Program Studi Profesi Dokter, Fakultas Kedokteran, Universitas Syiah Kuala

³ Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Syiah Kuala

⁴ Program Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Aceh

⁵ Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

⁶ Program Studi Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala
Email*: arifh1077@gmail.com

Article History

Received : 18-05-2025

Revised : 28-05-2025

Accepted : 11-06-2025

All articles published in *Sriwijaya Journal of Community Empowerment* are licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC-BY-NC).



DOI:

<https://doi.org/10.47753/sjce.v2i1.94>

Abstract:

Beurawang Village Sabang Aceh has rich natural resources such as coconut, marine products, rocks and corals which have not been optimally utilized due to the limited knowledge and skills of the local community in developing local food preparations. Community service is aimed at developing economically valuable local craft products through the utilization of unused village waste and proper marketing. The activity method is in the form of training and counseling by applying the IKIGAI concept which involves active participation from the community. The results of the activity showed an increase in community insight and skills in innovating waste processing so that the results of handicraft products are more varied and produce economic value. In addition, the community increasingly understands marketing techniques so that the craft products produced are more attractive to tourists as regional characteristics. This program also developed labeling, packaging, and product catalog designs. Product innovation and marketing is one of the important keys so that handicraft products can become one of the resources of Beurawang Village, Sabang, Aceh.

Keywords: *Craft Products, Innovation, Waste, IKIGAI Concept, Marketing.*

Abstrak:

Desa Beurawang Sabang Aceh memiliki sumber



daya alam yang kaya seperti kelapa, hasil lautan, batu dan karang yang mana belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat setempat dalam mengembangkan olahan pangan lokal. Pengabdian masyarakat ditujukan untuk mengembangkan produk kerajinan lokal yang bernilai ekonomis melalui pemanfaatan limbah desa tidak terpakai dan pemasaran yang tepat. Metode kegiatan berupa pelatihan dan penyuluhan dengan menerapkan konsep IKIGAI yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan wawasan dan keterampilan masyarakat dalam melakukan inovasi pengolahan limbah sehingga hasil produk kerajinan lebih bervariasi dan menghasilkan nilai ekonomis. Disamping itu, masyarakat semakin memahami Teknik pemasaran agar produk kerajinan yang dihasilkan lebih diminati oleh wisatawan sebagai ciri khas daerah. Pada program ini juga dikembangkan *labeling*, kemasan, dan katalog produk. Inovasi produk dan pemasaran menjadi salah satu kunci penting agar produk kerajinan dapat menjadi salah satu sumber daya Tarik Desa Beurawang, Sabang, Aceh.

Kata Kunci: Produk Kerajinan, Inovasi, Limbah, Konsep IKIGAI, Pemasaran.

© 2025 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi, sosial, dan budaya semuanya dipengaruhi oleh pariwisata. Pariwisata Indonesia telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah wisatawan mancanegara meningkat, antara lain, menjadi 10.406.759 pada tahun 2015, dari 9.435.411 pada tahun 2014, menjadi 11.519.275 pada tahun 2016, dan menjadi 14.039.799 pada tahun 2017 (KEMENPAR RI, 2018). Daya tarik wisata terutama terdiri dari atraksi buatan manusia, alam, dan seni budaya, termasuk kerajinan tangan. Jenis industri kerajinan yang paling umum di Indonesia adalah industri mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Industri ini pada dasarnya adalah upaya inovatif masyarakat lokal untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui proses produksi industri tradisional (Samodro, 2012). Dengan pertumbuhan sektor pariwisata Indonesia, semakin banyak produk wisata yang dapat diakses oleh pengunjung, salah satunya adalah karya seni.

Para seniman memiliki hubungan simbolis dengan pariwisata. Pariwisata dapat berdampak pada kerajinan karena dapat mendukung upaya untuk menghidupkan kembali kerajinan (Nyawo, 2015). Sebaliknya, kerajinan dapat menjadi daya tarik wisata yang unik



dan menambah jenis atraksi yang berbeda (Horjan, 2011). Tidak hanya itu, adanya suatu seni kerajinan membantu pengalaman perjalanan wisata menjadi lebih baik (Baskaran, 2016). Wisata kriya, atau wisata kriya yang dikombinasikan dengan industri kerajinan, dapat meningkatkan peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi tingkat kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah (Hieu & Rasovska, 2017).

Industri kerajinan di Indonesia berkembang dengan cepat di berbagai bagian yang dikenal sebagai industri kerajinan rakyat (Cahyana, 2008). Di sektor ini, produk kerajinan yang dibuat oleh para pengrajin diutamakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau rakyat (Soeradji, 2012). Industri kerajinan yang dapat memanfaatkan potensi yang ada di daerah, seperti limbah kerang dan sabut kelapa yang tidak terpakai di Desa Beurawang, Sabang, Aceh, adalah salah satu pusat kerajinan yang memiliki potensi untuk mendorong perekonomian daerah. Desa Beurawang memiliki banyak potensi untuk menjadi ikon Desa karena Sabang adalah tempat wisata populer karena kekayaan alam dan keindahan pantainya. Jadi, Desa Beurawang harus menunjukkan potensinya melalui kerajinan tangan. Desa Beurawang memiliki banyak potensi yang belum dimanfaatkan dengan baik. Ini akan menjadikannya ikon dan membuat banyak orang tahu tentang keberadaan mereka.



Gambar 1: Limbah Kerang dan Sabut Kelapa

Upaya untuk mengenalkan hasil kerajinan lokal juga perlu didukung dengan Teknik pemasaran yang tepat sehingga dapat menarik minat para wisatawan yang ingin berkunjung. Produk kerajinan yang berkualitas dari *packaging*, tampilan dan ciri khas atau keunikan dapat menjadi sumber daya Tarik bagi wisatawan dalam melakukan pembelian (Fathiyah & Nuvriasari, 2024). Produk kerajinan lokal ini dapat dikenal oleh wisatawan jika didukung dengan promosi yang menarik (Faturrohman & Nuvriasari, 2023). Kurangnya keterampilan yang dimiliki masyarakat Desa Beurawang, terutama kaum ibu-ibu, dalam memanfaatkan potensi yang tidak terpakai menjadi salah satu tantangan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal. Hal ini terlihat dari hasil observasi awal yang dilakukan terhadap kelompok ibu-ibu setempat, di mana ditemukan banyaknya limbah kerang dan serabut kelapa yang hanya dibiarkan menumpuk tanpa dimanfaatkan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih rendahnya pemahaman dan keterampilan dalam mengolah limbah menjadi produk bernilai guna dan bernilai jual. Oleh karena itu,

diperlukan koordinasi dan arahan lebih lanjut dari pihak terkait untuk menciptakan sebuah inovasi produk yang berkelanjutan, yang tidak hanya mampu mengurangi limbah, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi lokal.



Gambar 2: Gampong Beurawang, Sabang, Aceh
(Sumber: Gampong Beurawang <https://beurawang.gampong.id>)

Konsep IKIGAI menjadi filosofi yang diharapkan dapat diterapkan di Desa Beurawang sebagai tujuan untuk menciptakan kehidupan yang nyaman dan berkelanjutan. *Ikigai*, atau 生き甲斐, adalah gagasan filosofis Jepang tentang apa arti kehidupan. “*Ikigai*” berasal dari kata “*iki*”, yang berarti “hidup”, dan “*gai*”, yang berarti “nilai.” Akibatnya, frase ini dapat diartikan sebagai alasan untuk menjalani kehidupan sehari-hari atau nilai hidup (Perawati, 2024). *Ikigai* bertanggung jawab untuk menjaga keseimbangan dalam hidup seseorang. Konsep filosofis ini mendefinisikan keseimbangan dalam kehidupan, yang mencakup hal-hal seperti hiburan, pekerjaan, minat, dan misi (Mathews, 1996). Konsep *ikigai* terdiri dari diagram *venn* yang saling mengiris untuk membentuk *ikigai*, irisan utamanya. Menurut gagasan ini, keseimbangan adalah gabungan nilai-nilai yang dimiliki seseorang yang dapat digunakan untuk mengatur dan menjalani kehidupannya. Hector Garcia mengatakan bahwa konsep *ikigai* adalah salah satu rahasia orang Jepang untuk menikmati hidup dan bersenang-senang sehingga mereka dapat tetap muda saat tua. Diagram konsep *ikigai* dijelaskan pada gambar berikut (García, H., & Martín, C., 2016).



Gambar 3: Konsep Filosofi IKIGAI dalam Diagram Venn
(Sumber: ruangguru.com)

Urgensi kegiatan ini tidak hanya terletak pada kebutuhan untuk mengurangi limbah dan meningkatkan nilai ekonomi masyarakat Desa Beurawang, tetapi juga pada pentingnya membangun kesadaran dan motivasi masyarakat, khususnya kaum ibu-ibu, dalam menemukan makna dan tujuan yang selaras dengan potensi diri mereka. Dalam konteks ini, konsep *IKIGAI* sebuah filosofi hidup dari Jepang yang berarti “alasan untuk hidup” dapat menjadi pendekatan yang relevan dan transformatif. *IKIGAI* menekankan pada titik temu antara empat elemen utama: apa yang kita cintai (*what you love*), apa yang dibutuhkan dunia (*what the world needs*), apa yang dapat dibayar (*what you can be paid for*), dan apa yang kita kuasai (*what you are good at*). Melalui penerapan konsep ini dalam pengolahan dan pemasaran produk kerajinan dari limbah seperti kerang dan serabut kelapa, masyarakat tidak hanya diarahkan untuk sekadar menghasilkan produk, tetapi juga untuk membangun keterikatan emosional, rasa memiliki, dan motivasi intrinsik terhadap kegiatan produktif yang dilakukan. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi penting sebagai upaya mewujudkan pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, berbasis potensi lokal, dan berorientasi pada nilai hidup yang bermakna. Salah satu dasar dari Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah pemahaman tentang pemasaran. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para mitra dalam mengembangkan produk kerajinan lokal khususnya melalui pemanfaatan bahan limbah tidak terpakai yang dimiliki Desa dan meningkatkan pemahaman mitra tentang bida. Oleh karena itu, mitra diharapkan dapat mengembangkan produk kerajinan lokal secara mandiri dan berkelanjutan. Ini akan menarik wisatawan ke Desa Beurawang, Sabang, Aceh dan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Beurawang, Kota Sabang, Provinsi Aceh, dengan melibatkan secara aktif kelompok sasaran utama yaitu



para ibu-ibu rumah tangga yang menjadi bagian penting dalam upaya pemberdayaan ekonomi keluarga. Rangkaian kegiatan dirancang secara sistematis mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi, yang seluruhnya dijadwalkan berlangsung selama bulan Oktober 2024. Pada tahap persiapan, dilakukan koordinasi awal dengan perangkat desa, survei lapangan, serta identifikasi kebutuhan dan potensi lokal, khususnya terkait jenis limbah seperti kerang dan serabut kelapa yang banyak ditemukan namun belum dimanfaatkan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, diadakan pelatihan dan pendampingan pembuatan produk kerajinan dari limbah, disertai dengan penyuluhan tentang konsep IKIGAI sebagai pendekatan dalam pemasaran dan pengembangan motivasi pribadi peserta. Pendekatan partisipatif digunakan agar ibu-ibu tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam proses kreatif dan pengambilan keputusan. Terakhir, tahap evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok terfokus (FGD), wawancara terbuka, dan penyebaran kuesioner sederhana untuk mengetahui dampak kegiatan, sejauh mana peningkatan keterampilan, serta potensi keberlanjutan kegiatan pasca-PKM. Melalui metode ini, diharapkan kegiatan PKM tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran jangka panjang akan nilai, makna, dan potensi lokal yang bisa dikembangkan secara mandiri dan berkelanjutan. Metode pelaksanaan PKM dilakukan dengan metode partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap kegiatan yang dilakukan. Metode yang digunakan digambarkan pada [tabel 1](#) berikut:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan dan Metode Pelaksanaan PKM

Tahapan Kegiatan	Metode Pelaksanaan Kegiatan
Persiapan	1. Observasi dan wawancara dengan Kepala Keuchik dan Koordinator Divisi EcoCraft untuk melakukan analisis situasi dan identifikasi permasalahan mitra 2. Koordinasi dengan mitra untuk menentukan program kegiatan 3. Menyusun rundown dan kebutuhan sarana prasarana kegiatan 4. Melakukan sosialisasi program kepada mitra
Pelaksanaan	1. Uji coba pembuatan produk di aula Gampong Beurawang 2. Pra test untuk mengukur pemahaman mitra sebelum dilakukan kegiatan pelatihan dan penyuluhan 3. Pelatihan inovasi kerajinan berupa produk COCODAMA dan GANCI



	4. Penyerahan bantuan peralatan
	5. Penyuluhan teknik pemasaran produk, perancangan label, dan kemasan
Evaluasi	1. Evaluasi kekurangan dan kelebihan program yang telah dijalankan
	2. Pengukuran ketercapaian kegiatan melalui post-test sehingga dapat diketahui dampak kegiatan bagi mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dilaksanakan di Desa Beurawang, Sabang, Aceh. Rangkaian kegiatan dari tahap persiapan sampai dengan tahap evaluasi dilaksanakan selama bulan Oktober 2024 yang diikuti oleh masyarakat yaitu Ibu-Ibu di Desa Beurawang.

Tahap Persiapan: Identifikasi Potensi dan Pemetaan Kebutuhan

Hasil pada tahap ini menunjukkan bahwa mayoritas ibu-ibu di Desa Beurawang belum memiliki keterampilan dasar dalam mengolah limbah rumah tangga dan limbah alam menjadi produk bernilai jual. Berdasarkan observasi awal dan wawancara informal dengan warga, ditemukan banyak limbah kerang dan serabut kelapa yang hanya menumpuk dan tidak termanfaatkan. Hal ini menunjukkan belum adanya pendekatan sistematis dalam pengelolaan potensi lokal, baik dari sisi keterampilan teknis maupun strategi pemasaran. Dari hasil pemetaan kebutuhan, masyarakat sangat antusias mengikuti pelatihan yang dapat meningkatkan ekonomi keluarga, namun mereka belum mengetahui arah pengembangan produk yang berkelanjutan. Oleh karena itu, dalam perencanaan kegiatan, konsep IKIGAI mulai diperkenalkan sebagai dasar berpikir yang akan memperkuat semangat dan tujuan mereka dalam mengelola usaha kecil berbasis kerajinan.

Tahap Pelaksanaan: Pelatihan Kerajinan dan Penerapan Konsep IKIGAI

Pada tahap ini, kegiatan pelatihan dilakukan secara partisipatif melalui *workshop* pembuatan produk kerajinan dari limbah kerang dan serabut kelapa. Para ibu-ibu dibimbing untuk membuat berbagai bentuk produk seperti gantungan kunci, hiasan dinding, pot tanaman mini, dan tempat perhiasan. Selain itu, diperkenalkan pula teknik pewarnaan alami dan pemanfaatan bahan tambahan ramah lingkungan agar produk memiliki daya tarik estetika dan nilai jual.

Penerapan konsep IKIGAI dimasukkan ke dalam sesi reflektif dan motivasional. Peserta diajak untuk memahami empat unsur utama IKIGAI:

- Apa yang mereka cintai (*passion*) – misalnya, aktivitas kreatif dan berkumpul bersama;
- Apa yang dibutuhkan masyarakat (*mission*) – produk ramah lingkungan dan unik;
- Apa yang bisa menghasilkan uang (*vocation*) – kerajinan yang bisa dijual ke wisatawan

lokal dan online;

- Apa yang bisa mereka kuasai (*profession*) – keterampilan mengolah limbah menjadi kerajinan.

Dari diskusi kelompok, peserta mulai menyadari bahwa produk yang mereka buat bukan hanya soal keuntungan finansial, melainkan juga bagian dari jati diri, peran sosial, dan keberlanjutan hidup. Hal ini menjadi penemuan penting bahwa pendekatan IKIGAI dapat mendorong keterlibatan dan komitmen jangka panjang.

a. Pelatihan Inovasi Kerajinan Lokal Beurawang

Hasil kerajinan lokal dari limbah kerang dan sabut kelapa yang dimiliki Desa Beurawang yang kurang dimanfaatkan, seperti limbah kerang dan sabut kelapa. Untuk meningkatkan produk kerajinan lokal, diperlukan inovasi dalam proses pengolahan dan diversifikasi produk. Proses produksi dan inovasi produk dapat memengaruhi kinerja pemasaran, yang ditunjukkan melalui peningkatan minat beli konsumen atau pengunjung (Laksana & Nuvriasari, 2024). Karena kurangnya pelaku usaha dan pelatihan yang diperlukan untuk mengembangkan inovasi pengolahan kerajinan dan menciptakan image produk, produk kerajinan lokal seringkali kurang diminati masyarakat (Utami, 2021).

Dimulai dengan uji coba pembuatan produk dengan menggunakan limbah kerang dan sabut kelapa yang tidak terpakai atau digunakan dengan baik oleh masyarakat, pelatihan inovasi produk kerajinan lokal dimulai di Aula Gampong Beurawang. Tujuannya adalah agar produk yang dibuat memiliki kualitas yang baik dan menarik. Alat dan bahan yang dibutuhkan: lem dan alat tembak, kerang, serabut kelapa, plastik pembungkus, kertas stiker, steples, tali, bunga, dan cat kilau.



Gambar 4: Proses Pembuatan Produk Kerajinan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil uji coba pembuatan produk kemudian digunakan sebagai dasar untuk program pelatihan inovasi kerajinan di wilayah tersebut. Mitra aktif berpartisipasi dalam kegiatan



tersebut dan membantu menyediakan peralatan dan bahan baku. Dua produk baru, COCODAMA dan GANCI BEURAWANG, dibuat untuk meningkatkan diversifikasi produk. Dalam pelatihan ini, tim PKM mengajarkan mitra tentang manfaat kerajinan yang dibuat dengan memanfaatkan limbah sumber daya yang ada di Desa Beurawang. Mereka juga memiliki kesempatan untuk berkreasi selama proses pembuatan produk kerajinan yang dibuat.



Gambar 4: Produk Kerajinan Jadi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Produk kerajinan yang dibuat berdasarkan pelatihan meningkatkan inovasi produk lokal yang dimiliki. Uji coba produk dilakukan dengan melakukan penilaian dan inspeksi kepada wisatawan atau orang lain yang melihat produk untuk menilai kualitasnya. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan minat pembeli (Siaputra, 2024). Wisatawan menganggap produk sudah cukup baik, dengan inovasi baru yang dapat menjadi ikon bagi masyarakat Desa Beurawang untuk menarik wisatawan.



Gambar 6: Dokumentasi Bersama Ibu-Ibu Desa Beurawang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam rangka mendukung pengembangan usaha produk kerajinan lokal ini, maka tim PKM juga memberikan arahan lebih lanjut terkait produk inovasi kerajinan yang dilakukan agar dapat bertahan dan terus berlanjut kedepannya dengan memberikan instruksi atau step by step terkait pembuatan dari produk yang dilakukan sehingga hal ini kedepannya dapat menjadi ciri khas dan ikon Desa Beurawang.

b. Penyuluhan di Bidang Pemasaran

Penyuluhan ini dilakukan melalui metode ceramah dan tindakan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan efektivitas pemasaran produk kerajinan yang dibuat oleh mitra. Dalam kegiatan tersebut dijelaskan betapa pentingnya pemasaran dalam bisnis, serta strategi pemasaran yang mencakup inovasi produk, penetapan harga, pengiriman produk kepada konsumen, dan promosi. Peserta diberi kesempatan untuk berbicara tentang pengalaman mereka dalam memasarkan produk dan masalah yang mereka temui saat mengembangkan bisnis mereka.

Diversifikasi produk dan ekspansi pasar melalui pemasaran dapat digunakan untuk melaksanakan strategi pemasaran produk (Marianti et al., 2024). Strategi promosi yang efektif melalui media digital atau sosial media harus digunakan untuk mempromosikan produk kepada masyarakat luas. Aplikasi WhatsApp Business adalah salah satu media digital yang mudah digunakan oleh pelaku usaha skala kecil (Meylianingrum et al., 2023).



Gambar 7: Labelling Produk Kerajinan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penyuluhan pemasaran juga melibatkan pengembangan atribut produk melalui desain labeling, contoh kemasan, dan pembaharuan informasi. Hal ini dilakukan untuk memperkuat identitas mitra sehingga lebih dikenal oleh wisatawan. Label produk yang informatif dan desain kemasan yang menarik dapat menjadi salah satu daya tarik promosi (Sumarmi et al., 2023). Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat promosi melalui informasi penting mengenai produk yang terletak di dalamnya dan desain visual (Nuvriasari et al., 2024).



Gambar 7: Demo Day Produk Kerajinan di Desa Beurawang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Produk tambahan yang dirancang ulang adalah informasi yang memberikan penjelasan tentang Desa Beurawang kepada wisatawan. Pembaruan ini dilakukan untuk membuat tampilan lebih menarik dan membantu pelanggan menemukan informasi tentang ragam kerajinan dan hal lainnya yang dimiliki Desa Beurawang.

Penyuluhan Konsep IKIGAI diterapkan untuk membangun strategi pemasaran yang berorientasi pada keberlanjutan:

- *Passion*: Masyarakat desa menemukan kepuasan emosional melalui proses kreatif pembuatan kerajinan;
- *Mission*: Produk-produk kerajinan memberikan solusi atas permasalahan limbah dan mendukung gerakan ramah lingkungan;
- *Profession*: Produk-produk ini memiliki nilai jual yang menarik dengan keunikan dan keunggulan produk kerajinan yang dihasilkan dalam menjadi ikon khas Desa Beurawang, Sabang sesuai dengan kualitas yang dihasilkan.
- *Vocation*: Pelatihan keterampilan menjadikan masyarakat mampu menciptakan produk berkualitas tinggi.

Pemasaran dilakukan secara langsung dapat melalui pengenalan kepada wisatawan yang datang, serta secara daring menggunakan media sosial (Facebook dan Instagram) dan platform *e-commerce* (Shopee dan Tokopedia). Sehingga, dengan adanya ini bisa membantu memasarkan dan mengenalkan daerah sabang sebagai potensi daerah dengan menerapkan konsep berbasis *IKIGAI*.

Konsep *IKIGAI* menjadi panduan strategis yang membantu masyarakat Desa Beurawang mengintegrasikan nilai budaya, keberlanjutan, dan nilai ekonomi dalam produk mereka. García dan Miralles (2016) menekankan bahwa *IKIGAI* adalah pendekatan holistik yang tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial tetapi juga memberikan kepuasan pribadi bagi para pelaku usaha. Dalam konteks ini, penerapan *IKIGAI* membantu menciptakan produk kerajinan yang berfokus pada kebutuhan pasar tanpa mengabaikan nilai lokal dan keberlanjutan.

Tahap Evaluasi: Umpan Balik, Refleksi, dan Potensi Keberlanjutan

Evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok terfokus (FGD), wawancara terbuka, serta kuesioner sederhana untuk mengukur perubahan pemahaman, keterampilan, dan minat terhadap usaha kerajinan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 85% peserta menyatakan mengalami peningkatan keterampilan dalam pembuatan kerajinan dari limbah, dan 90% menyatakan lebih termotivasi menjalankan kegiatan ekonomi rumah tangga karena menemukan makna pribadi dalam proses tersebut.

Sebagian peserta bahkan mulai menggagas ide pemasaran secara online melalui media sosial dan pengemasan produk yang menarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Sabang. Ini menunjukkan bahwa konsep *IKIGAI* berhasil menumbuhkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai nilai dari setiap produk, serta potensi ekonomi lokal yang belum tergali. Kendala utama yang masih dihadapi adalah akses terhadap bahan pendukung (seperti



perekat, cat alami, dll) dan pendampingan lanjutan dalam pemasaran digital.

Beberapa tantangan yang dihadapi dalam implementasi program meliputi:

- Keterbatasan akses bahan baku berkualitas: Meski limbah berlimpah, tidak semua dapat langsung diolah menjadi produk kerajinan tanpa proses pembersihan dan persiapan;
- Kurangnya infrastruktur: Tidak adanya tempat kerja bersama (*workshop*) membuat proses produksi lebih lambat. Solusi yang diusulkan adalah melibatkan pemerintah daerah untuk menyediakan fasilitas produksi serta menggandeng pelaku usaha lokal untuk mendukung pendanaan dan distribusi produk.

KESIMPULAN

Kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana program yang telah disepakati dengan mitra. Melalui pelatihan dan penyuluhan serta pengembangan sarana promosi, masalah mitra dapat diselesaikan, terutama dalam hal keterbatasan bidang inovasi olahan kerajinan lokal dan pemasaran produk. Didasarkan pada hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra untuk melakukan inovasi produk kuliner lokal melalui pengembangan proses produksi dan diversifikasi varian produk.
2. Mitra semakin memahami strategi pemasaran, yang diharapkan dapat diterapkan secara efektif untuk meningkatkan daya tarik wisata Desa Beurawang.

Mitra membuat label kemasan produk yang menarik dan menarik sehingga dapat dipromosikan sebagai strategi pemasaran yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Muwafaq Indonesia Cendekia karena telah memberikan kesempatan untuk kegiatan pengabdian kepada delegasi relawan muda terpilih yang pergi ke Desa Beurawang, Sabang, Aceh. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro atas dukungannya dan penghargaan kepada masyarakat Desa atau Gampong Beurawang. Kami juga berterima kasih kepada Delegasi BERMUDA Chapter #1 karena telah bekerja sama dan terus berpartisipasi untuk memastikan kegiatan PKM ini berjalan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Baskaran, B.(2016). Development of craft tourism services in Tamilnadu. *International Journal of World Research*, Vol. 1 Issue XXV, hal. 48 – 55.
- Cahyana, Agus. (2008). Studi pengembangan desain kerajinan anyaman pandan sentra industri kecil Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. *Bandung: Universitas Kristen Maranatha*.
- Cikoneng. (2021). Pengembangan industri kreatif sebagai penggerak ekonomi desa. Diakses dari <https://cikoneng-ciamis.desa.id>



- Fathiyah, I., & Nuvriasari, A. (2024). The Role of Service Quality, Product Quality, and Price in Creating a Competitive Advantage Coffee Shop in Cirebon City. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 1033–1044.
- Faturrohman, M. D., & Nuvriasari, A. (2023). The Digital Marketing and Customer Management Assistance at Astajava Coffee and Roastery. *Asian Journal of Community Services*, 2(12), 1033–1042.
- García, H., & Miralles, F. (2016). *IKIGAI: The Japanese secret to a long and happy life*. New York, NY: Penguin Books.
- Hieu, V. M. & Rasovska, I. (2017). Craft villages and tourism development, a case study in Phu Quoc island of Vietnam, *Management*, Vol. 21 (1), hal. DOI: 10.1515/manment-2015- 0090.
- Horjan, Goranka.(2011). Traditional crafts as a new attraction for cultural tourism. *International Journal of Intangible Heritage*, Vol. 6, hal. 45 – 56.
- Karangdowo. (2021). Pengembangan industri kreatif limbah desa. Diakses dari <https://karangdowo.desa.id>
- KEMENPAR RI. (2018). [www.kemenpar.go.id/userfiles/12_ %20Lapbul%20Des%201017%20](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/12_%20Lapbul%20Des%201017%20).
- Laksana, I., & Nuvriasari, A. (2024). The Role of Competitive Advantage, Marketing Innovation and Product Innovation on Marketing Performance. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(6), 2077–2088.
- Mathews, G. (1996). The pursuit of a life worth living in Japan and the United States. *Ethnology*, 35(1), 51-62.
- Meylianingrum, K., Jaya, T. J., & Fahmi, E. F. F. E. (2023). Optimization of Digital Branding and Marketing for Gempol MSMEs Through WhatsApp Business. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 1528–1533.
- Nuvriasari, A., Octavia, F., Sunny, A., Widyanto, B. A., Wibowo, G., & Limor, N. (2024). Online Promotion, Packaging Innovation and Reseller Management at Hero Bakery. *IMPACTS: International Journal of Empowerment and Community Services*, 3(1), 85–94.
- Nyawo, J. & Mubangizi, B. C. (2015). Art and craft in local economic development: Tourism possibilities in Mtubatuba local municipality. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 4 (2), hal. 1 – 15.
- Panda.id. (2021). Membangun ekonomi kreatif desa: Lokakarya kearifan lokal. Diakses dari <https://panda.id>
- Perawati, S., Asbari, M., & Naelufar, S. (2024). Ikigai: Rahasia Hidup Bahagia?. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(01), 19-23.
- Samodro.(2012). Karakteristik kerajinan berbasis kearifan lokal pada produk kerajinan di Indonesia (Studi kasus di beberapa kota di Indonesia: Cirebon, Sukoharjo, Klaten, Jepara, Bojonegoro, Bali, dan Manado). <http://journal.tarumanagara.ac.id/index.php/kiddkv/article/viewFile/1635/pdf>.
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23.
- Soeradji, Eko.(2012). Seni kerajinan. <http://ekokillimz.blogspot.com/2012/04/seni-kriya-adalah-cabang-seni-yang.html>.
- Utami, D. P. (2021). Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Journal of Food Technology and Agroindustry*, 3(1), 26–35.