

Creative Economy Development as an Innovation Strategy in Dishwashing Soap Production in Medan Krio Village

(Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai Strategi Inovasi dalam Produksi Sabun Cuci Piring di Desa Medan Krio)



Ade Nurul Kaidah Sinaga ^{a,1,*}, Siti Aisyah ^{a,2}, Tri Inda Fadhila Rahma ^{a,3},
Masridha ^{a,4}, Salsabila Putri ^{a,5}



^a Universitas Islam Negeri Sumatera Utara; Medan; Indonesia

E-mail: ¹nurul.irc867@gmail.com; ²siti.aisyah@uinsu.ac.id; ³triindafadhila@uinsu.ac.id;
⁴cuterida84@gmail.com, ⁵putrisalsabila2509@gmail.com.

*Corresponding Author.

E-mail address: nurul.irc867@gmail.com (ANK. Sinaga)

Received: September 1, 2025 | Revised: September 10, 2025 | Accepted: October 16, 2025

Abstract: The creative economy in rural areas is a crucial strategy for improving community welfare while fostering local business independence. Medan Krio Village, Sunggal District, Deli Serdang Regency, has potential but underutilized resources, particularly in household products. This community service program was designed to improve the skills of residents through dishwashing soap production training combined with digital marketing strategies. Twenty participants ($n = 20$) comprising housewives, youth, and small-scale MSMEs participated in the activity. Initially, residents did not understand the production process or digital marketing techniques. After training, demonstrations, and hands-on practice, participants were evaluated through a soap-making simulation. The results showed significant improvement: all participants, divided into five groups of four, were able to successfully produce dishwashing soap (100% success). Furthermore, approximately 80% of participants understood the production stages, label creation with Canva, and promotion via Instagram. The main obstacles encountered were limited capital (experienced by 55% of participants), simple production equipment, and the limited use of Canva by some elderly residents. In conclusion, this activity successfully improved technical skills, introduced simple digitalization, and opened up household business opportunities that have the potential to strengthen village entrepreneurship.

Keywords: canva; creative economy; community empowerment; digitalization; dishwashing liquid; instagram.

Abstrak: Ekonomi kreatif di pedesaan merupakan salah satu strategi penting untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat sekaligus menumbuhkan kemandirian usaha lokal. Desa Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, memiliki sumber daya yang potensial namun belum terlalu optimal, khususnya pada produk rumah tangga. Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan warga melalui pelatihan pembuatan sabun cuci piring yang dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital. Kegiatan diikuti oleh 20 orang peserta ($n = 20$) yang berasal dari ibu rumah tangga, pemuda, dan pelaku UMKM skala kecil. Pada awalnya, warga belum memahami proses produksi maupun teknik pemasaran digital. Setelah diberikan penyuluhan, demonstrasi, serta praktik langsung, peserta dievaluasi melalui simulasi pembuatan sabun. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan: seluruh peserta yang terbagi dalam 5 kelompok (masing-masing 4 orang) mampu memproduksi sabun cuci piring dengan baik (100% berhasil). Selain itu, sekitar 80% peserta memahami tahapan produksi, pembuatan label dengan Canva, serta promosi melalui Instagram. Hambatan utama yang ditemui adalah keterbatasan modal (dialami 55% peserta), peralatan produksi yang sederhana, serta keterbatasan sebagian warga lansia dalam menggunakan Canva. Kesimpulannya,



kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis, memperkenalkan digitalisasi sederhana, dan membuka peluang usaha rumah tangga yang berpotensi memperkuat wirausaha desa.

Kata kunci: *canva; ekonomi kreatif; pemberdayaan masyarakat; digitalisasi; sabun cuci piring; instagram.*

Pendahuluan

Ekonomi kreatif dewasa ini telah berkembang menjadi salah satu fondasi utama pembangunan nasional yang berperan besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat daya saing daerah. Sektor ini tidak hanya menitikberatkan pada kegiatan produksi, tetapi juga berfokus pada penciptaan nilai ekonomi melalui gagasan, inovasi, serta kreativitas sumber daya manusia. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, ekonomi kreatif menjadi solusi alternatif untuk mengatasi keterbatasan sumber daya alam sekaligus menciptakan peluang usaha baru yang lebih inklusif, adaptif, dan berbasis teknologi (Madnasir & Kholid, 2024). Sinergi antara kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital menjadikan ekonomi kreatif sebagai motor penggerak yang mampu memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan.

Desa Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Daerah ini memiliki sumber daya manusia yang cukup banyak, terutama dari kalangan ibu rumah tangga, pemuda, serta pelaku UMKM (Ariyanti & Sujud, 2024). Namun demikian, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Masyarakat masih menghadapi berbagai hambatan seperti keterbatasan keterampilan produksi, kurangnya inovasi, minimnya pemahaman terhadap teknologi digital, serta akses pasar yang sempit. Akibatnya, kegiatan ekonomi di desa ini masih cenderung bersifat tradisional dan belum mampu bersaing dalam pasar modern yang semakin kompetitif.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan produk rumah tangga seperti sabun cuci piring dapat menjadi langkah efektif dalam meningkatkan keterampilan serta pendapatan masyarakat. Menurut (Amalia et al., 2018) dan (Fatoni & Fatimah, 2017), kegiatan pelatihan tidak hanya membekali masyarakat dengan kemampuan teknis, tetapi juga membuka peluang untuk memulai usaha mandiri dengan modal yang relatif kecil. Produk sabun cuci piring dipilih karena bahan bakunya mudah ditemukan, proses produksinya sederhana, dan memiliki prospek pasar yang stabil. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek teknis, seperti formulasi bahan dan mutu produk (Hayati et al., 2024), tanpa menekankan pentingnya strategi branding dan pemasaran digital yang berkelanjutan.

Padahal, di era digital saat ini, penguasaan teknologi informasi dan strategi promosi berbasis kreativitas merupakan faktor penting dalam keberhasilan usaha kecil dan menengah. Aplikasi seperti Canva dapat digunakan untuk mendesain label kemasan yang menarik, sementara Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media promosi efektif dan terjangkau. Dengan penerapan konsep ekonomi kreatif digital, masyarakat desa dapat beralih dari model usaha konvensional menuju sistem bisnis yang lebih inovatif dan kompetitif (Denni et al., 2024).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menelaah efektivitas pelatihan pembuatan sabun cuci piring berbasis ekonomi kreatif di Desa Medan Krio (Paujiah & Hartati, 2025). Fokus penelitian meliputi:

1. Peningkatan kemampuan masyarakat dalam memproduksi sabun cuci piring secara mandiri dengan kualitas yang layak jual dan ramah lingkungan (Hayati et al., 2024); serta
2. Pengenalan strategi pemasaran digital sederhana melalui pemanfaatan teknologi kreatif seperti Canva untuk desain label dan Instagram sebagai sarana promosi.

Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh penerapan ekonomi kreatif berbasis pemberdayaan masyarakat yang tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun pola pikir inovatif dan digital. Dengan demikian, masyarakat Desa Medan Krio dapat meningkatkan kesejahteraannya serta memperkuat kemandirian ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Metode

Desain

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-evaluatif berbasis praktik langsung. Desain ini dipilih karena sesuai untuk menilai keterampilan masyarakat dalam memproduksi sabun cuci piring sekaligus mengamati pemahaman mereka terhadap strategi pemasaran digital sederhana (Palupi et al., 2021). Melalui pendekatan ini, kegiatan tidak hanya berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga menekankan pada evaluasi hasil praktik serta keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan.

Waktu dan Lokasi

Program pengabdian dilaksanakan selama satu bulan penuh, yaitu mulai tanggal 30 Juli hingga 30 Agustus 2025, bertempat di Desa Medan Krio, Kecamatan Sunggal Kanan, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup besar, namun masih menghadapi keterbatasan keterampilan produksi dan pemanfaatan teknologi digital.

Peserta

Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan adalah 20 orang ($n = 20$) yang terdiri dari ibu rumah tangga, pemuda desa, dan pelaku usaha mikro kecil (UMKM). Pemilihan peserta menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria:

1. Berdomisili di Desa Medan Krio.
2. Belum memiliki pengalaman dalam memproduksi sabun cuci piring.
3. Bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan hingga selesai.

Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa peserta benar-benar membutuhkan pelatihan serta dapat berkomitmen dalam mengikuti proses pembelajaran secara menyeluruh..

Intervensi

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam beberapa tahap terstruktur yang saling berkaitan. Tahapan tersebut meliputi:

1. Penyuluhan

Peserta diberikan pemahaman awal mengenai konsep ekonomi kreatif, peluang usaha berbasis rumah tangga, dan pentingnya penerapan digital marketing. Tahap ini bertujuan menumbuhkan motivasi peserta agar menyadari potensi usaha lokal yang dapat dikembangkan (Pangestu et al., 2025).

2. Demonstrasi dan Praktik Produksi

Tim pelaksana memberikan demonstrasi pembuatan sabun cuci piring menggunakan bahan sederhana. Setelah itu, peserta dibagi menjadi 5 kelompok (masing-masing beranggotakan 4 orang). Setiap kelompok diberi kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan sabun secara mandiri dengan pendampingan mahasiswa KKN (Yana et al., 2024).

3. Digitalisasi Pemasaran

Peserta diperkenalkan pada pembuatan label produk menggunakan aplikasi Canva sebagai sarana branding sederhana. Selain itu, peserta diajak melakukan simulasi promosi melalui media sosial Instagram untuk memperluas jangkauan pemasaran (Fitria et al., 2024).

Evaluasi dan Analisis

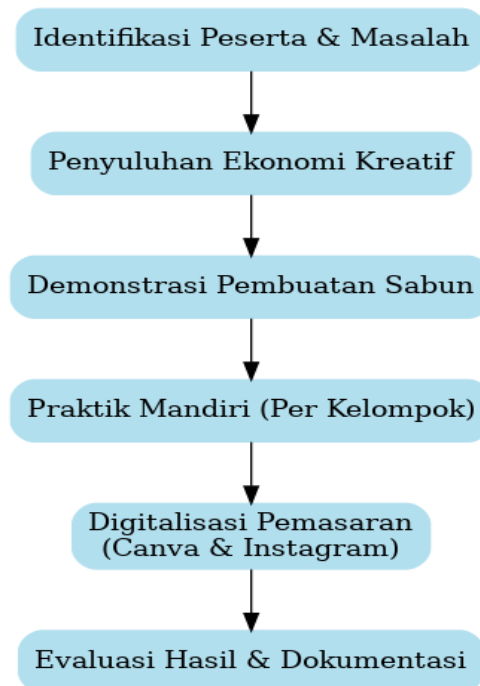
Evaluasi dilakukan secara observasi langsung oleh tim pelaksana KKN dengan indikator penilaian mencakup:

1. Ketepatan dalam mengikuti tahapan produksi sabun.
2. Kualitas produk yang dihasilkan (kejernihan, busa, dan kelayakan pakai).
3. Kemampuan bekerja sama dalam kelompok.
4. Kemampuan membuat label produk melalui Canva.
5. Keberhasilan mempraktikkan promosi digital menggunakan Instagram.

Data hasil evaluasi dianalisis dengan metode deskriptif kuantitatif. Persentase capaian peserta dihitung untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelatihan. Berdasarkan hasil analisis, seluruh kelompok (100%) berhasil memproduksi sabun cuci piring dengan kualitas layak pakai, sementara sekitar 80% peserta mampu memahami penggunaan Canva dan Instagram sebagai media promosi sederhana.

Visualisasi Tahapan (Flowchart)

Untuk memperjelas rangkaian kegiatan, tahapan metode dapat digambarkan dalam Flowchart [Gambar 1](#).

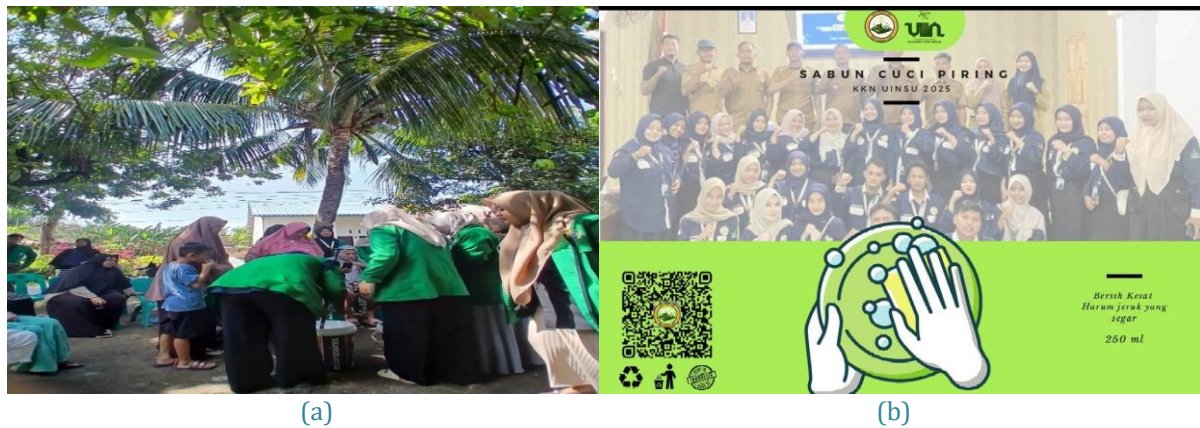


Gambar 1. Tahapan Rangkaian Kegiatan

[Gambar 1](#) memperlihatkan keterkaitan antara tahap persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi sebagai satu kesatuan proses yang utuh.

Hasil

Kegiatan pelatihan pembuatan sabun cair yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN di Desa Medan Krio melibatkan masyarakat secara langsung dalam setiap tahap kegiatan. Peserta tidak hanya belajar membuat sabun cair, tetapi juga mendesain label produk dan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan keterampilan teknis, kreativitas digital, serta motivasi wirausaha masyarakat desa.



Gambar 2. Proses pelatihan pembuatan sabun cair: (a) Demonstrasi pembuatan sabun, (b) Desain label produk

Gambar 2 (a) Proses pelatihan menunjukkan mahasiswa dan masyarakat bekerja sama dalam mencampur bahan dan memahami tahapan produksi sabun cuci piring. Gambar 2 (b) Desain label dibuat peserta menggunakan aplikasi *Canva* untuk memberikan identitas dan nilai tambah pada produk yang dihasilkan.



Gambar 3. Hasil dan distribusi produk sabun cair: (a) Produk sabun cair, (b) Pembagian hasil pelatihan

Gambar 3 (a) Produk sabun cair 250 ml hasil pelatihan memiliki tampilan jernih, berbusa halus, dan siap digunakan. Gambar 3 (b) Pembagian produk kepada masyarakat menjadi bentuk nyata manfaat kegiatan dan hasil kolaborasi mahasiswa dengan warga Desa Medan Krio.

Tabel 1 berikut menyajikan hasil capaian peserta pelatihan pembuatan sabun cair berdasarkan pembagian kelompok. Data meliputi jumlah peserta per kelompok, persentase produk jadi, serta keterlibatan peserta dalam pembuatan label dan promosi digital melalui media sosial Instagram.

Tabel 1. Ringkasan hasil capaian peserta pelatihan pembuatan sabun cair

Kelompok	Jumlah Peserta	Produk Jadi 250 ml	Membuat Label	Posting Instagram
1	4	100%	4/4	4/4
2	4	100%	4/4	4/4
3	4	100%	2/4	3/4
4	4	100%	3/4	1/4
5	4	100%	3/4	0/4
Total	20	100%	80%	60%

Berdasarkan Tabel 1, seluruh peserta (100%) berhasil memproduksi sabun cair 250 ml dengan kualitas baik sesuai standar pelatihan. Sebagian besar peserta juga mampu

mengaplikasikan keterampilan digital, di mana 80% berhasil membuat label produk menggunakan aplikasi desain, dan 60% telah mempromosikan hasilnya melalui unggahan di Instagram. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga menumbuhkan kreativitas dan kesiapan peserta dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan wirausaha.



Gambar 4. Kegiatan penyuluhan dan kerja sama peserta: (a) Penyuluhan ekonomi kreatif, (b) Kolaborasi mahasiswa dan warga

Gambar 4 (a) Penyuluhan membahas peluang usaha serta pentingnya pemasaran digital untuk pengembangan ekonomi kreatif di desa. Gambar 4 (b) Kolaborasi mahasiswa dan masyarakat menunjukkan semangat gotong royong dalam pelaksanaan pelatihan.



Gambar 5. Penerapan digitalisasi dalam kegiatan pelatihan: (a) Proses pelabelan produk, (b) Promosi digital di Instagram

Gambar 5 (a) Peserta melakukan proses penempelan label pada kemasan sabun sebagai bentuk *branding* sederhana untuk meningkatkan nilai jual. Gambar 5 (b) Unggahan kegiatan di akun Instagram Kreativitas KKN UINSU 2025 digunakan sebagai media promosi digital hasil karya peserta. Berikut URL dari media promosi digital hasil karya:

https://www.instagram.com/kreativitas_uinsu.kkn2025?igsh=MzIzcnI0cWtzM2wz

Tabel 2 berikut menunjukkan indikator capaian kegiatan KKN yang mencakup aspek produk, keterampilan, pemanfaatan digitalisasi, dan dampak sosial.

Tabel 2. Indikator Capaian Kegiatan

No	Indikator	Hasil yang Dicapai
1	Produk	Sabun cair 250 ml berkualitas baik dengan kemasan sederhana
2	Keterampilan Peserta	Memahami takaran bahan, proses pencampuran, dan teknik pengemasan
3	Pemanfaatan Digitalisasi	Pemasaran melalui Instagram dan pembuatan label produk di Canva
4	Dampak Sosial	Meningkatkan motivasi wirausaha dan kolaborasi antara masyarakat & mahasiswa

Tabel 2 tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan pelatihan ini berhasil menggabungkan aspek keterampilan teknis dan digitalisasi. Peserta tidak hanya mampu memproduksi sabun cair dengan kualitas baik, tetapi juga mulai memahami pentingnya pemasaran dan inovasi digital dalam mengembangkan usaha rumahan secara mandiri.

Diskusi

Pelatihan pembuatan sabun cuci piring di Desa Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, dilaksanakan selama satu bulan penuh, yaitu dari 30 Juli hingga 30 Agustus 2025. Kegiatan ini melibatkan 20 orang peserta yang berasal dari berbagai latar belakang sosial terdiri atas ibu rumah tangga, pemuda desa, serta pelaku usaha mikro yang memiliki minat terhadap pengembangan keterampilan rumah tangga berbasis ekonomi kreatif. Peserta kemudian dibagi menjadi lima kelompok kecil, masing-masing beranggotakan empat orang, dengan tujuan agar proses praktik dan pendampingan berjalan lebih efektif serta interaktif (Pagarra et al., 2023).

Pelatihan dilaksanakan dengan kombinasi metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung. peserta memperoleh materi mengenai dasar-dasar kimia sederhana dalam pembuatan sabun, keamanan bahan, serta prinsip kebersihan kerja, peserta difokuskan pada proses produksi sabun cuci piring cair, termasuk teknik pencampuran bahan, penyesuaian warna, serta pengujian busa dan aroma (Fitriawati & Luthfiyanti, 2024). Selanjutnya, peserta diarahkan untuk mempelajari pengemasan produk, pembuatan label digital dengan aplikasi Canva, serta strategi promosi sederhana melalui media sosial Instagram. Pendekatan terpadu ini diharapkan dapat membentuk pola pikir wirausaha kreatif yang tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga pada pemasaran dan pengembangan citra produk (branding).

Seluruh kelompok menunjukkan hasil yang memuaskan. Setiap kelompok berhasil menghasilkan sabun cair berukuran 250 ml dengan karakteristik jernih, berbusa baik, tidak meninggalkan residu, serta memiliki aroma yang tidak menyengat. Berdasarkan hasil evaluasi, tingkat keberhasilan pelatihan mencapai 100%, karena semua kelompok mampu menghasilkan produk yang memenuhi kriteria standar kebersihan dan estetika dasar. Temuan ini sejalan dengan penelitian Amalia et al. (2018), yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung sangat efektif dalam meningkatkan kemampuan teknis masyarakat, terutama dalam produksi kebutuhan rumah tangga.

Evaluasi hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada berbagai aspek, mulai dari kualitas produk, keterampilan teknis, hingga kesiapan peserta dalam mengembangkan usaha mandiri secara berkelanjutan.

1. Aspek Produk

Seluruh kelompok (5/5) berhasil menghasilkan produk sabun cair 250 ml dengan kualitas baik. Produk yang dihasilkan memiliki karakteristik visual yang jernih, berbusa halus, tidak menggumpal, serta tidak menimbulkan aroma menyengat. Capaian ini menunjukkan bahwa peserta telah memahami takaran bahan dan tahapan pencampuran dengan benar. Sejalan dengan pendapat (Wafa et al., 2023), hasil produksi yang baik merupakan indikator keberhasilan transfer keterampilan teknis selama proses pelatihan.

2. Aspek Keterampilan Teknis

Dari total 20 peserta, 18 orang (90%) telah menunjukkan kemampuan yang cukup baik dalam menakar bahan, mencampur larutan, dan melakukan pengemasan produk. Sebagian kecil peserta masih memerlukan pendampingan tambahan, khususnya dalam pengaturan konsistensi sabun agar stabil dalam penyimpanan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian (Paujiah & Hartati, 2025) yang menekankan bahwa pelatihan partisipatif mampu meningkatkan keterampilan praktis masyarakat pedesaan secara signifikan.

3. Aspek Digitalisasi dan Kreativitas

Penerapan unsur digitalisasi menjadi fokus tambahan dalam pelatihan ini. Berdasarkan hasil evaluasi, 80% peserta (16 orang) berhasil mendesain label produk menggunakan aplikasi Canva, dengan variasi desain yang kreatif dan informatif. Sementara itu, 12 peserta (60%) telah membuat unggahan promosi di platform Instagram yang menampilkan hasil karya mereka, lengkap dengan deskripsi singkat dan tagar promosi. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar peserta mampu beradaptasi dengan teknologi digital sederhana. (Yuliana et al., 2025) menyatakan bahwa pelatihan yang menggabungkan aspek teknologi dan kreativitas dapat mempercepat transformasi digital di lingkungan masyarakat desa, sehingga meningkatkan daya saing produk lokal.

4. Aspek Motivasi Usaha dan Keberlanjutan

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner, 11 orang peserta (55%) menyatakan minat untuk melanjutkan produksi sabun secara mandiri sebagai peluang usaha rumah tangga. Mereka menilai bahwa sabun cuci piring merupakan produk yang selalu dibutuhkan masyarakat, sehingga memiliki potensi pasar yang stabil. Namun, sebagian peserta masih menghadapi kendala berupa keterbatasan modal dan keterampilan pemasaran yang lebih luas. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan berupa pendampingan bisnis dan pelatihan permodalan perlu dilakukan agar motivasi peserta dapat diimplementasikan secara berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan temuan (Paujiah & Hartati, 2025), bahwa keberlanjutan hasil pelatihan masyarakat sangat bergantung pada dukungan pasca-program, termasuk akses ke pasar dan pendampingan wirausaha.

Pelatihan di Desa Medan Krio menunjukkan hasil positif, yaitu meningkatnya keterampilan teknis warga dalam meracik sabun cuci piring serta adanya pengenalan promosi digital sederhana. Seluruh kelompok berhasil menghasilkan sabun cair yang layak digunakan, dan sebagian besar peserta sudah mencoba menggunakan Canva dan Instagram sebagai media pemasaran.

Hasil ini sejalan dengan temuan Amalia et al. (2018) yang menegaskan bahwa produksi sabun rumah tangga dapat menjadi sarana pemberdayaan ekonomi keluarga. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Hayati et al. (2024), yang menyoroti bahwa pelatihan teknis yang dipadukan dengan strategi pemasaran digital mampu memperluas peluang wirausaha. Namun, berbeda dengan studi tersebut, kegiatan di Desa Medan Krio menambahkan inovasi berupa digitalisasi yang secara khusus diarahkan untuk keberlanjutan usaha masyarakat desa.

Secara praktis, program ini memberi manfaat berupa keterampilan baru, peluang usaha berbasis rumah tangga, serta pergeseran pola pemasaran dari cara tradisional ke platform digital. Kendati demikian, keterbatasan modal serta pengalaman digital yang masih minim membuat sebagian warga ragu untuk memproduksi dalam jumlah besar. Oleh sebab itu, dibutuhkan pendampingan berkelanjutan, akses pembiayaan, dan penguatan pelatihan digital marketing agar potensi usaha lebih optimal.

Kegiatan ini juga memiliki keterbatasan metodologis. Jumlah peserta relatif kecil (20 orang), waktu pelatihan singkat (satu bulan), dan tidak ada tindak lanjut setelah kegiatan selesai. Dengan demikian, dampak jangka panjang program belum dapat dipastikan, dan temuan ini sebaiknya dipahami sebatas hasil awal dari kegiatan pelatihan.

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan pembuatan sabun cuci piring berbasis ekonomi kreatif di Desa Medan Krio berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan keterampilan produksi masyarakat sekaligus memperkenalkan strategi pemasaran digital sederhana. Seluruh peserta yang berjumlah 20 orang dan terbagi dalam lima kelompok mampu memproduksi sabun cair berukuran 250 ml dengan tingkat keberhasilan 100 persen. Sebanyak 90 persen peserta menunjukkan ketepatan dalam menakar bahan dan mencampur larutan, 80 persen berhasil mendesain label produk menggunakan aplikasi *Canva*, dan 60 persen aktif memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Hasil ini menunjukkan bahwa program pelatihan tidak hanya efektif dalam mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga dalam meningkatkan literasi digital peserta sebagai bagian dari upaya memperkuat ekonomi kreatif masyarakat desa.

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala, di antaranya keterbatasan modal yang dialami oleh 55 persen peserta serta kesulitan teknis dalam penggunaan aplikasi digital bagi kelompok usia lanjut. Namun demikian, program ini tetap memberikan dampak positif berupa peningkatan motivasi berwirausaha dan terbukanya peluang keberlanjutan usaha rumah tangga di bidang produksi sabun cair. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan untuk memperkuat kemampuan produksi dan pemasaran digital masyarakat, dukungan modal serta fasilitas usaha agar kegiatan dapat berkelanjutan, serta pembentukan kelompok usaha bersama guna memperkuat inovasi, meningkatkan kapasitas produksi, dan memperluas jangkauan pasar melalui platform digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan KKN ini. Terutama kepada aparat Desa Medan Krio beserta warga yang telah memberikan partisipasi dan kerja sama selama program berlangsung. Penghargaan juga ditujukan kepada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara melalui Dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan serta fasilitas, serta kepada rekan-rekan tim pelaksana yang senantiasa bekerja dengan penuh tanggung jawab. Semoga segala dukungan dan bantuan yang diberikan mendapat balasan kebaikan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam penelitian dan penulisan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Amalia, R., Paramita, V., Kusumayanti, H., Wahyuningsih, W., Sembiring, M., & Rani, D. E. (2018). Produksi Sabun Cuci Piring Sebagai Upaya Peningkatkan Efektivitas Dan Peluang Wirausaha. *Metana*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.14710/metana.v14i1.18657>
- Ariyanti, O., & Sujud, F. A. (2024). Strategi Pemasaran Digital UMKM dengan Pendekatan Kegiatan Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Legoksayem. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Al-Ghobi*, 1(1), 50–60.
- Denni, D., Irwadi, I., & Purba, Y. S. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mendorong Kreativitas Dan Inovasi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Melalui Bisnis Rumahan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 4596–4594. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.11990>
- Fatoni, R., & Fatimah, S. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pembuatan Sabun Cair ; Sebuah Upaya Pemberdayaan Anggota Aisyiah di Wilayah Solo Raya. *The 6th University Research Colloquium 2017*, 149–152.
- Fitria, F., Butar Butar, M., Permana, J., Hutagaol, J., Harahap, R. A., & Jamaluddin, J. (2024). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Produk UMKM Kecamatan Sunggal.

- Wahana Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 54–58.
<https://doi.org/10.56211/wahana.v3i2.696>
- Fitriawati, A., & Luthfiyanti, N. (2024). Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring sebagai Upaya Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK di Desa Cemani Grogol Sukoharjo Jawa Tengah. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 383–390. <https://doi.org/10.54082/ijpm.557>
- Hayati, R. N., Husain, H., Khairunnisa, K., & Fathoni, M. (2024). Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring dan Promosi Digital dalam Meningkatkan Perekonomian Rumah Tangga. *ADMA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 123–132.
<https://doi.org/10.30812/adma.v5i1.4060>
- Madnasir, & Kholid, M. F. N. (2024). PERAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (Studi Kasus Pada Kabupaten di Provinsi Lampung). *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pagarra, H., Syamsu, A. M., & Arsal, A. F. (2023). Pembuatan Sabun Cuci Piring Untuk Meningkatkan Pendapatan Kelompok Ibu Pkk Desa Pa'Rappunganta Kabupaten Takalar. *Jurnal Abdi Negeriku*, 2(2), 28. <https://doi.org/10.35580/jan.v2i2.56238>
- Palupi, P. E., Nusantara, J., & Septiani, A. (2021). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pada Pasar Yosomulyo Pelangi). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 12–19. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v2i1.894>
- Pangestu, D. R., Wulandari, K. T., Padila, N. I., & Yusuf, M. (2025). Ekonomi Kreatif Desa Bilalange': Pelatihan Keterampilan Tangan Pembuatan Eksesoris. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 6(1), 12–18.
<https://doi.org/10.51673/jaltn.v6i1.2424>
- Paujiah, E., & Hartati, S. (2025). Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring dan Pakaian Berbahan Eco-Enzyme sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *IMPACT: Journal of Community Service*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.60005/impact.v1i1.80>
- Wafa, M. A., Faizul Huda, M., Fadhli, K., Aisyah, S. N., & Hasbullah, K. A. W. (2023). Karakteristik Sabun Cair Antiseptik Berbahan Eko-Enzim. *B02panitia Proceeding Biology Education Conference*, 19, 1–7.
- Yana, E., Wahyu, R., Rahman, A., Nabila, N., & Riski, F. (2019). Pelatihan pembuatan sabun cuci piring. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 6(1), 23–27.
- Yuliana, I., Ramandha, M. E. P., & Pratiwi, B. Y. H. (2025). Pelatihan Digital Marketing dan Formulasi Sabun dari Minyak Kelapa di Sentra Industri Pengolahan Kelapa Lombok Utara. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 11–20.
<https://doi.org/10.35912/yumary.v6i1.3800>