



Strategi *Branding* Nagari Sungai Jambur melalui Pengembangan Nagari *Creative Hub* Berbasis Digital

Branding Strategy for Nagari Sungai Jambur Thru the Development of a Digital-Based Nagari Creative Hub

Sella Puspita^{1*}, Aidil Adha², Geo Satria Singara³, Azfa Jovaren Syahrilian⁴, Nofrion⁵

¹Penginderaan Jauh dan Sistem Informasi Geografis, Universitas Negeri Padang, Indonesia

²Pendidikan Matematika, Universitas Negeri Padang, Indonesia

³Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang, Indonesia

⁴Pendidikan Teknik Informatika, Universitas Negeri Padang, Indonesia

⁵Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Email: sellapuspita50@gmail.com¹, aidiladha321aa@gmail.com², geosatriasingara@gmail.com³

varennorevan@gmail.com⁴, nofrion@fis.unp.ac.id⁵

*Penulis Korespondensi: sellapuspita50@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 13 April 2026;

Revisi: 18 Mei 2026;

Diterima: 20 Juni 2026;

Terbit: 30 Juni 2026

Keywords: *Creative Economy; Digitalization; Local Potential; Nagari Branding; Nagari Creative Hub.*

Abstract: *Nagari Sungai Jambur possesses various creative economic and cultural potentials, including Banun Songket weaving, Tenun Padi Sarumpun, Batik Bacolok, galo-galo honey production, and local culinary enterprises. However, these potentials are still developed independently and have not been integrated into a comprehensive Branding strategy to strengthen the village's identity. This study aims to develop a Branding strategy for Nagari Sungai Jambur through a digital-based Nagari Creative Hub concept. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through observation, in-depth interviews, documentation, and spatial mapping. The results indicate that the Creative Hub approach can integrate economic and cultural potentials into a unified creative ecosystem that strengthens nagari identity. Spatial mapping supports regional planning by identifying strategic locations, MSME distribution, public facilities, and cultural assets. Digitalization through social media, visual design, and the development of the Nagari Creative Hub Book enhances local product visibility and sustainable Branding. A participatory approach involving the village government, MSME actors, youth, and the community supports creative economic development based on local potential. Thus, a digital-based Nagari Creative Hub is an effective strategy to strengthen regional identity, improve local product competitiveness, and promote sustainable village economic development.*

Abstrak

Nagari Sungai Jambur memiliki berbagai potensi ekonomi kreatif dan budaya, seperti Banun Songket, Tenun Padi Sarumpun, Batik Bacolok, madu galo-galo, dan kuliner lokal. Namun, potensi tersebut masih dikembangkan secara individual dan belum terintegrasi dalam strategi *Branding* yang mampu memperkuat identitas nagari. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi *Branding* melalui pengembangan Nagari *Creative Hub* berbasis digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan pemetaan spasial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep Nagari *Creative Hub* mampu mengintegrasikan potensi ekonomi kreatif dan budaya ke dalam satu ekosistem yang mendukung penguatan identitas lokal. Pemetaan spasial berperan dalam mengidentifikasi lokasi strategis, sebaran UMKM, fasilitas umum, dan potensi budaya sebagai dasar perencanaan wilayah. Selain itu, pemanfaatan media sosial, desain visual, dan penyusunan Buku Nagari *Creative Hub* memperkuat *Branding* serta meningkatkan visibilitas produk lokal. Keberhasilan strategi ini didukung oleh partisipasi pemerintah nagari, pelaku UMKM, pemuda, dan masyarakat sehingga mampu memperkuat identitas wilayah, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendorong pembangunan ekonomi nagari yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Branding Nagari; Creative Hub; Digitalisasi; Pemetaan Spasial; UMKM.*

1. PENDAHULUAN

Pengembangan wilayah berbasis potensi lokal merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat desa atau nagari (Susanti, 2025). Nagari sebagai unit pemerintahan terendah di Sumatera Barat memiliki peran strategis dalam mengelola sumber daya lokal, baik sumber daya alam, budaya, maupun ekonomi masyarakat (Masa, 2019). Dalam konteks pembangunan nagari, penguatan identitas wilayah melalui *Branding* nagari menjadi salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan potensi daerah sekaligus meningkatkan daya saing produk lokal (Jupri et al., 2022; Robianto et al., 2022).

Nagari Sungai Jambur merupakan salah satu nagari yang berada di Kecamatan IX Koto Sungai Lasi, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Secara historis, Nagari Sungai Jambur bermula dari sebuah taratak yang dikenal dengan nama Koto Tingga. Penduduk kemudian meninggalkan wilayah tersebut karena adanya kepercayaan terhadap tanda-tanda alam yang dianggap kurang baik untuk bermukim. Masyarakat selanjutnya berpindah ke wilayah Koto Lamo dan kemudian bermusyawarah untuk membangun pemukiman baru di Iliran Sungai Jambur yang dihiasi jambua-jambua. Dari sinilah wilayah tersebut dikenal sebagai Nagari Bajambue yang kemudian berkembang menjadi Nagari Sungai Jambur seperti yang dikenal saat ini.

Secara demografis, Nagari Sungai Jambur memiliki jumlah penduduk sekitar 1.411 jiwa yang terdiri dari 714 laki-laki dan 697 perempuan dengan jumlah 424 kepala keluarga. Wilayah nagari ini terdiri dari beberapa jorong, yaitu Guguak Manyambah, Kampuang Atas, Limau Kapeh, dan Sungai Durian. Nagari Sungai Jambur berbatasan dengan Nagari Koto Laweh di sebelah utara, Nagari Gauang di sebelah selatan, Nagari Guguak Sarai di sebelah barat, serta Nagari Pianggu di sebelah timur. Kondisi wilayah yang relatif subur serta ketersediaan sumber air alami seperti Sungai Batang Simo dan Sungai Sariek mendukung aktivitas pertanian masyarakat serta pengembangan berbagai sektor ekonomi lokal (Tou et al., 2022).

Selain sektor pertanian, masyarakat Nagari Sungai Jambur juga mengembangkan berbagai usaha ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Beberapa produk unggulan nagari antara lain kerajinan tenun tradisional seperti Banun Songket, Tenun Padi Serumpun, Batik Bacolok Sungai Jambur, serta usaha kuliner yang dikelola oleh kelompok tata boga masyarakat. Produk-produk tersebut memiliki nilai budaya dan ekonomi yang tinggi serta berpotensi untuk dikembangkan lebih luas melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat (Malik &

Suandi, 2024; Saripah et al., 2024). Namun demikian, berbagai potensi tersebut masih berkembang secara terpisah dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam suatu strategi pengembangan yang mampu memperkuat identitas Nagari Sungai Jambur secara lebih luas (Jupri et al., 2022; Rijal Amirulloh et al., 2024).

Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk mengintegrasikan berbagai potensi tersebut adalah melalui pengembangan *Creative Hub*. *Creative Hub* merupakan suatu ruang atau pusat aktivitas yang menjadi tempat bertemunya individu, komunitas, dan pelaku usaha untuk berinteraksi, berbagi pengetahuan, serta mengembangkan ide-ide kreatif dalam berbagai bidang, khususnya yang berkaitan dengan ekonomi kreatif dan pengetahuan (Aditya et al., 2023). Keberadaan *Creative Hub* dapat mendorong terjadinya kolaborasi antara pelaku usaha, masyarakat, serta pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan produk kreatif dan inovasi ekonomi lokal (Khusaini et al., 2023; Mabrur et al., 2023).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, konsep *Creative Hub* juga dapat dikembangkan secara berbasis digital. *Creative Hub* berbasis digital tidak hanya menyediakan ruang fisik untuk berkolaborasi, tetapi juga memanfaatkan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website sebagai sarana promosi, pemasaran, serta penyebaran informasi mengenai potensi daerah (Jupri et al., 2022; Malik & Suandi, 2024). Melalui pendekatan digital tersebut, pelaku usaha lokal dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta membangun identitas nagari secara lebih efektif (Malik & Suandi, 2024). Pemanfaatan media sosial dan platform digital terbukti mampu menjangkau secara luas, mempercepat penyebaran informasi, serta mendukung kegiatan *Branding* wilayah dan promosi potensi daerah (Awali, 2020; Jupri et al., 2022; Pratono et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, pengembangan Nagari *Creative Hub* berbasis digital di Nagari Sungai Jambur menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengintegrasikan potensi ekonomi kreatif masyarakat sekaligus memperkuat *Branding* nagari. Melalui *Creative Hub* ini diharapkan berbagai potensi nagari seperti kerajinan tenun, kuliner lokal, serta kegiatan budaya masyarakat dapat dipromosikan secara lebih luas sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal serta mendukung pembangunan ekonomi nagari secara berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi sosial, aktivitas UMKM, dan pandangan masyarakat dan pemangku kepentingan di Nagari Sungai Jambur secara

kontekstual. Pendekatan kualitatif dipilih karena memiliki kemampuan untuk mengungkap fenomena sosial secara menyeluruh dan berpikir kritis. Ini terutama berlaku dalam kasus di mana realitas yang diteliti sangat kompleks dan tidak dapat diukur secara menyeluruh melalui angka (Rijali, 2018). Dalam penelitian yang berfokus pada pemahaman kondisi lokal, pendekatan ini sangat relevan karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi makna, nilai budaya, dan dinamika sosial yang melekat pada kehidupan masyarakat nagari (Firmansyah, 2024).

Tempat penelitian ini adalah Nagari Sungai Jambur, yang terletak di Kecamatan Sungai Lasi, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Lokasi ini dipilih karena memiliki banyak potensi ekonomi kreatif dan UMKM yang berkembang, tetapi belum memiliki strategi *Branding* wilayah yang terintegrasi (Suroto, 2023). Subjek utama dalam program pengabdian masyarakat ini adalah perangkat pemerintah nagari, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) local termasuk pengrajin Banun Songket, Tenun Padi Serumpun, Batik Bacolok, pembudidaya madu galo-galo, dan pelaku usaha tata boga serta komunitas pemuda dan mahasiswa KKN di wilayah setempat. Karakteristik wilayah yang kaya akan produk seni budaya tradisional dan komoditas pangan unggulan, namun masih menghadapi tantangan dalam hal integrasi data sektoral, pemetaan spasial, serta pemanfaatan media promosi digital yang terstruktur. Penelitian mencakup empat tahapan utama: persiapan, pengumpulan data lapangan, analisis data, dan pengembangan konsep *Branding* nagari berbasis hub kreatif. Penelitian berlangsung dari 9 Januari hingga 9 Februari 2026.

Tiga metode utama dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data (Ardiansyah et al., 2023). Secara Sistematis, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini melakukan tahap pertama yaitu sosialisasi dan koordinasi bersama Wali Nagari serta perangkat jorong di Kantor Wali Nagari. Observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk melacak kondisi lokal, distribusi fasilitas umum, dan aktivitas ekonomi masyarakat. Dilakukan wawancara mendalam dengan informan penting. Informan ini termasuk perangkat nagari, pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), seperti pengrajin tenun, produsen madu galo-galo, dan pengelola bisnis kuliner, serta tokoh masyarakat yang sangat memahami potensi dan masalah nagari. Arsip nagari, profil wilayah, dan catatan lapangan yang relevan adalah sumber data sekunder yang digunakan untuk melakukan dokumentasi (Ruf, 2025). Untuk menghasilkan data yang lengkap dan saling memperkuat validitas temuan, ketiga metode pengumpulan data ini digunakan secara bersamaan. Tahap Kedua melakukan pemetaan spasial Nagari Sungai Jambur. Ini dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengambil titik koordinat sebaran fasilitas umum, lokasi potensi ekonomi dan budaya, serta kondisi infrastruktur nagari

secara keseluruhan (Kospa & Natul, 2024). Hasil pemetaan ini digunakan sebagai alat analisis visual untuk menemukan lokasi strategis untuk kegiatan kreatif di Nagari *Creative Hub*. Selanjutnya, tahap ketiga melakukan digitalisasi, penyuntingan dan desain visual konsep *Branding* nagari berbasis hub kreatif dibuat berdasarkan hasil analisis data lapangan dan pemetaan potensi. Konsep ini dibangun melalui pendekatan partisipatif, yang melibatkan pemerintah nagari, pemuda nagari, dan UMKM lokal dalam satu forum diskusi bersama (Rahmi et al., 2023). Tahap keempat yaitu finalisasi draf yang telah disusun dan penyerahan dokumen digital berupa Buku Nagari *Creative Hub* kepada pemerintah Nagari.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Integrasi Potensi Lokal Melalui Pendekatan *Creative Hub*

Hasil penelitian yang dilakukan di Nagari Sungai Jambur menunjukkan bahwa nagari ini memiliki kekayaan potensi ekonomi dan budaya yang beragam, seperti kerajinan tenun Banun Songket, Tenun Padi Sarumpun, Madu Galo-galo, dan kuliner Tata Boga Hidayah. Namun, kemungkinan-kemungkinan ini masih dikembangkan secara individual dan belum digabungkan ke dalam satu sistem *Branding* yang solid. Hasil ini sejalan dengan pandangan Jupri et al (Jupri et al., 2022) yang menyatakan bahwa banyak desa di Indonesia memiliki potensi lokal yang signifikan, tetapi tidak dapat membangun identitas wilayah yang kuat karena tidak ada strategi *Branding* yang terstruktur dan media visual yang konsisten.

Konsep yang diajukan oleh Khusaini et al (Khusaini et al., 2023) yang menggambarkan hub kreatif sebagai model yang dapat mengintegrasikan keberlanjutan dan kreativitas dalam satu ekosistem, relevan dengan pengembangan Nagari *Creative Hub* sebagai solusi integratif. Hub kreatif mendorong inovasi, standarisasi produk, dan pembentukan identitas kolektif komunitas lokal selain menyediakan ruang fisik untuk bekerja sama. Dalam Nagari Sungai Jambur, hub kreatif diharapkan dapat membantu pemerintah nagari, pemuda nagari, dan bisnis UMKM membuat strategi *Branding* yang terarah.

Peran Digitalisasi dalam Penguatan *Branding* Nagari

Keterbatasan pelaku UMKM Nagari Sungai Jambur dalam memanfaatkan platform digital merupakan salah satu temuan penting dari kegiatan pengabdian ini. Produk lokal masih dipasarkan secara konvensional melalui pasar lokal dan jaringan personal tanpa didukung oleh *Branding* visual yang konsisten, seperti logo, kemasan, dan cerita yang mencerminkan identitas budaya lokal. Kondisi ini menyebabkan produk tersebut memiliki daya saing yang rendah di pasar yang lebih luas. Hasil ini mendukung argumen Awali (2020) bahwa penggunaan e-marketing atau pemasaran digital sangat penting untuk keberlangsungan

UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin terbuka. Selain itu, Malik dan Suandi Malik & Suandi (2024) menemukan dalam konteks UMKM di nagari Sumatera Barat bahwa bisnis dapat memasarkan produk mereka secara lebih efektif dengan pelatihan optimalisasi *Branding* dan digitalisasi. Oleh karena itu, langkah strategis yang diambil dalam program KKN ini, yang mencakup pelatihan dalam desain kemasan, fotografi produk, dan penggunaan media sosial, sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Digitalisasi karya kreatif sangat penting untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, menurut Pratono et al (2023) terutama melalui peningkatan inklusi ekonomi dan perluasan pasar bagi bisnis berbasis komunitas. Oleh karena itu, pengembangan hub kreatif berbasis digital di Nagari Sungai Jambur membantu pembangunan ekonomi nagari secara berkelanjutan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Pemetaan Spasial sebagai Dasar Perencanaan Berbasis Potensi Lokal

Program ini melakukan pemetaan potensi ekonomi dan budaya, yang menghasilkan gambaran spasial tentang bagaimana sumber daya, fasilitas sosial, dan lokasi strategis tersebar di Nagari Sungai Jambur. Metode ini sejalan dengan hasil yang ditemukan oleh Kospa & Natul (Kospa & Natul, 2024), yang menunjukkan bahwa pemetaan berbasis data spasial adalah alat analisis visual yang sangat efektif untuk menemukan prospek dan masalah yang ada di desa secara menyeluruh. Peta tematik ini membantu tim KKN menemukan tempat yang cocok untuk digunakan sebagai pusat kegiatan kreatif dan promosi nagari.

Rahmi et al (2023) menekankan bahwa pemetaan potensi ekonomi lokal secara partisipatif adalah langkah awal penting dalam proses pengembangan desa. Ini karena memungkinkan perencanaan program didasarkan pada kondisi riil wilayah daripada asumsi abstrak. Hasil pemetaan yang digunakan dalam program KKN ini tidak hanya digunakan sebagai dokumentasi, tetapi juga digunakan untuk membantu pemerintah nagari dan masyarakat berbicara tentang konsep Nagari *Creative Hub*. Ini memastikan bahwa kegiatan pengabdian benar-benar berdasarkan potensi dan kebutuhan setempat.

Pendekatan Partisipatif dan Penguatan Kelembagaan Nagari

Menurut Rijal Amirulloh et al (2024), studi implementasi program Hub Kreatif Sukabumi, kolaborasi kelembagaan yang kuat antara pemerintah daerah, pelaku ekonomi kreatif, dan komunitas lokal selalu mendukung inovasi hub kreatif yang sukses. Forum diskusi partisipatif yang difasilitasi oleh tim KKN pada Nagari Sungai Jambur menjadi momentum penting untuk membangun kesadaran bersama tentang pentingnya *Branding* nagari dan peran strategis pusat kreatif sebagai wadah untuk mengintegrasikan potensi lokal. Secara keseluruhan, program KKN Nagari Sungai Jambur menunjukkan bahwa pengembangan

identitas dan *Branding* nagari adalah proses multidimensi yang mencakup promosi dan peningkatan kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM, dan pemanfaatan teknologi digital secara terpadu. Nagari *Creative Hub* adalah ide strategis yang akan memenuhi kebutuhan ini secara menyeluruh dan berdasarkan potensi lokal yang nyata.

4. DISKUSI

Penyusunan Buku Nagari *Creative Hub* merupakan luaran utama dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Nagari Sungai Jambur. Buku ini dibuat melalui berbagai langkah, termasuk diskusi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan mengenai prospek lokal nagari, pengumpulan data lapangan, dan pengolahan dan penyebaran informasi. Buku ini tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk perencanaan dan penguatan identitas nagari. Keduanya dapat digunakan untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang berbasis potensi lokal. Media *Branding* yang terstruktur dapat membantu suatu area membangun identitas dan meningkatkan potensinya untuk bersaing (Pratono et al., 2023). Selain itu, gagasan hub kreatif yang menggabungkan sumber daya lokal dan berbagai pihak dianggap berguna untuk mendorong inovasi, kerja sama, dan pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.

Pada gambar 2 dan gambar 3 adalah kegiatan Pelaksanaan forum diskusi bersama pemerintah nagari, Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi nagari, potensi unggulan yang dimiliki, serta arah pembangunan yang sedang dan akan dilaksanakan oleh pemerintah nagari. Diskusi bersama Wali Nagari juga berperan penting dalam proses pemetaan potensi nagari. Sebagai pemimpin pemerintahan di tingkat nagari, Wali Nagari memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai karakteristik wilayah, kondisi sosial masyarakat, serta berbagai peluang dan tantangan dalam pengembangan ekonomi lokal.

Melalui diskusi tersebut, diketahui bahwa Nagari Sungai Jambur memiliki banyak potensi untuk dikembangkan. Potensi ini termasuk usaha tenun tradisional, produk madu galo-galo, bisnis kuliner komunitas, dan potensi budaya yang menjadi identitas nagari. Pemetaan dilakukan dengan mengidentifikasi lokasi-lokasi strategis, sebaran UMKM, fasilitas umum, aset nagari, serta berbagai sumber daya yang berpotensi mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Hasil pemetaan ini kemudian disusun secara sistematis dalam Buku *Creative Hub* sebagai bentuk dokumentasi potensi lokal yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah nagari sebagai acuan dalam perencanaan pembangunan. Hasil diskusi kemudian menjadi dasar dalam penyusunan konsep Buku Nagari *Creative Hub*, khususnya dalam menentukan informasi yang perlu dimuat, seperti profil nagari, potensi ekonomi kreatif, potensi budaya, serta peluang

pengembangan di masa mendatang.



Gambar 1. Diskusi Bersama Wali Nagari.



Gambar 2. Diskusi Pemetaan Bersama Perangkat Nagari.

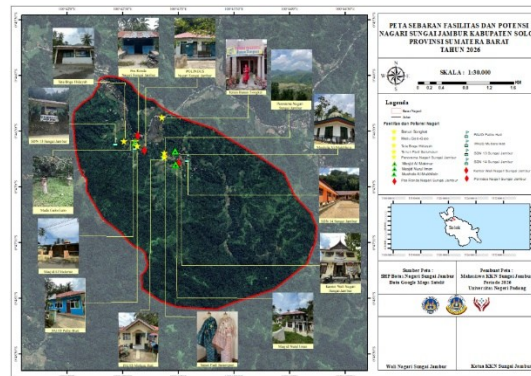
Pada gambar 3 adalah kegiatan melakukan Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang menjadi tahapan penting dalam penyusunan Buku Nagari *Creative Hub*. Data lapangan memungkinkan identifikasi potensi ekonomi, sosial, dan budaya yang dimiliki Nagari Sungai Jambur secara objektif sehingga isi buku tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga mencerminkan kondisi riil masyarakat. Penggunaan wawancara dan observasi lapangan juga meningkatkan validitas informasi yang digunakan dalam penyusunan program pengembangan wilayah.



Gambar 3. Observasi dan wawancara Bersama tokoh masyarakat.

Gambar 4 Peta spasial tematik ini merepresentasikan sebaran titik koordinat riil dari aset fisik kelembagaan, sarana prasarana umum, serta kelompok-kelompok ekonomi kreatif

yang tumbuh di Nagari Sungai Jambur. Peta tematik tentang penyebaran potensi ekonomi kreatif dan aset spasial Nagari Sungai Jambur. Berdasarkan visualisasi pada Gambar 5, terlihat bahwa penyebaran aset ekonomi kreatif nagari terdistribusi secara spesifik di setiap jorong. Contohnya, kelompok kerajinan tradisional seperti Banun Songket dan Tenun Padi Sarumpun berada di area pemukiman Jorong Kampung Ateh dan Jorong Guguak Manyambah. Peta potensi spasial ini menjadi komponen utama data yang nantinya diolah lebih lanjut dalam proses penyusunan dokumen panduan komunikasi visual nagari.



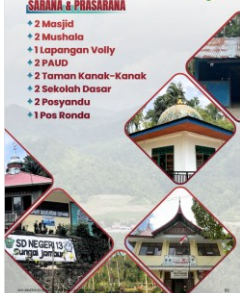
Gambar 4. Peta Spasial Potensi Nagari.

Gambar 5 merupakan proses penyusunan Buku Nagari *Creative Hub* merupakan upaya sistematis untuk mengintegrasikan berbagai informasi mengenai potensi nagari ke dalam satu dokumen yang terstruktur. Buku tersebut memuat profil nagari, potensi ekonomi kreatif, potensi budaya, hasil pemetaan wilayah, serta strategi pengembangan yang dapat digunakan sebagai referensi pembangunan di masa mendatang. Melalui penyajian informasi yang sistematis mengenai produk unggulan seperti tenun, madu galo-galo, dan usaha kuliner lokal, buku ini dapat membantu membangun citra positif Nagari Sungai Jambur.



Gambar 5. Proses Penyusunan Konten, *Layouting*, dan Finalisasi Draf Buku Nagari *Creative Hub*.

Tabel 1. Jenis dan Sebaran Potensi Sektoral serta Sarana Prasarana di Nagari Sungai Jambur.

No	Komponen Dokumen Luaran	Informasi	Relevansi Terhadap Capaian Pengabdian
1		Narasi sejarah asal-usul Koto Tingga menjadi Nagari Sungai Jambur, data demografi (1.411 jiwa, 424 KK), batas wilayah, serta peta spasial batas administrasi 4 jorong.	Menyediakan basis data geografis dan kependudukan dasar yang terintegrasi bagi nagari.
2		Lembaga Nagari, sarana ibadah sekolah, lapangan voli, serta tabel penilaian kondisi fisik infrastruktur pemerintahan.	Mendokumentasikan modal sosial dan aset fisik untuk mendukung perencanaan aksi komunitas secara terpusat.
3		Sektor pertanian/perkebunan, peternakan, perikanan, serta komoditas seni adat tahunan seperti tradisi Khatam Al-Qur'an, Upacara Turun Mandi, dan Kesenian Carano Minang.	Melestarikan kearifan lokal sekaligus membangun identitas budaya wilayah (<i>place Branding</i>).

4		Profil produksi tenun manual, kapasitas inovasi desain, dan keunikan produk lokal pada usaha Banun Songket, Tenun Padi Sarumpun, Batik Bacolok, serta Tata Boga Hidayah.
---	---	--

4. KESIMPULAN

Buku Nagari *Creative Hub* 2026 adalah hasil dari upaya tim pengabdian bersama masyarakat untuk menciptakan media *Branding* yang terstruktur melalui pendekatan partisipatif aktif. Buku ini secara nyata menggambarkan profil spasial, sarana prasarana, dan variasi produk ekonomi kreatif lokal seperti Banun Songket, Tenun Padi Sarumpun, Batik Bacolok, budidaya madu galo-galo, dan bisnis tata boga. Program ini membuktikan kebenaran bahwa, penguatan kemandirian ekonomi tingkat nagari atau desa akan jauh lebih cepat dan berkelanjutan jika bertumpu pada penemuan dan optimalisasi aset internal yang sudah ada. *Geographic Information System* (GIS), telah menunjukkan bahwa integrasi data spasial ke dalam sebuah ekosistem pusat kreatif tidak hanya merupakan alat untuk dokumentasi administratif.

Selain itu, model ini berfungsi sebagai platform untuk diskusi konseptual, kemampuan untuk mengubah nilai-nilai kearifan lokal, sejarah ragam kebudayaan yang unik, dan ikatan sosial gotong royong menjadi identitas visual bersama (*collective Branding*) yang bernilai ekonomi tinggi. Pada akhirnya, digitalisasi luaran ini berfungsi sebagai jembatan penting untuk memperluas akses pasar bagi bisnis berbasis komunitas di era keterbukaan digital. Guna memastikan keberlanjutan dampak (*sustainability*) dari program pengabdian yang telah dirintis, beberapa rekomendasi strategis dapat diajukan kepada para pemangku kepentingan terkait. Bagi Pemerintah Nagari Sungai Jambur, Dokumen Buku Nagari *Creative Hub* ini diharapkan dapat dilegalkan untuk digunakan sebagai garis besar atau pedoman resmi untuk merencanakan pembangunan jangka menengah sekuler, terutama dalam hal pembagian dana desa untuk mendorong digitalisasi UMKM lokal. Untuk memastikan produk kreatif tetap unik, kelembagaan seperti Pemuda Nagari, Karang Taruna, dan Kelompok PKK harus diaktifkan. Bagi Pelaku UMKM dan Komunitas Kreatif: Disarankan untuk mulai menerapkan secara konsisten strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan narasi budaya yang telah dibukukan. Strategi ini akan meningkatkan visibilitas, kepercayaan konsumen, dan nilai jual produk unggulan nagari di pasar regional dan nasional. Untuk Tim Pengabdian

Masyarakat/Akademisi Berikutnya: Intervensi hilirisasi produk yang lebih teknis perlu diarahkan pada kegiatan pendampingan selanjutnya. Misalnya, pelatihan manajemen keuangan digital, sertifikasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk motif Tenun Padi Sarumpun dan Batik Bacolok, dan pembuatan platform perdagangan atau website resmi terintegrasi yang dikelola mandiri oleh komunitas *Creative Hub* Nagari Sungai Jambur.

PENGAKUAN

Tim pengabdian masyarakat menyampaikan rasa terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Padang (UNP) karena telah memberikan dukungan moral, akademik, dan fasilitas administratif yang diperlukan untuk memungkinkan program pengabdian skema Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2026 ini berjalan dengan lancar. Selama tim berada di lapangan, ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Wali Nagari Sungai Jambur, seluruh jajaran perangkat pemerintah nagari dan jorong, KAN, dan tokoh adat yang telah menyambut dengan baik, memberikan izin lokasi, menyediakan ruang pertemuan, dan membantu proses koordinasi kelompok kerja terfokus. Selain itu, kami memberikan pengakuan dan apresiasi yang tulus kepada pemuda setempat, mahasiswa KKN UNP 2026, dan semua pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Nagari Sungai Jambur. Pelaku UMKM ini terutama terdiri dari pengrajin Banun Songket, Tenun Padi Serumpun, Batik Bacolok, pembudidaya madu galo-galo, dan kelompok usaha tata boga. Mereka juga telah berpartisipasi aktif dalam wawancara mendalam dan bersedia memberikan data sektoral usaha mereka dengan penuh keterbukaan. Perumusan dan digitalisasi dokumen luaran Buku Nagari *Creative Hub* ini tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa kolaborasi, komitmen, dan dukungan dari semua pihak tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya Kusumawardana, Ida Hayu Dwimawanti, T. Y. (2023). Efektivitas Semarang *Creative Hub* Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang Aditya. *Jurnal Public Policy And Management*, 12(2), 1–12.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9 <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *Balanca : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>.

- Firmansyah, W. (2024). Peran Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Untuk Mewujudkan Desa Mandiri Di Desa Ambulu Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Jupri, A., Khofifah, B. U., Laili, J., Soleha, E. M., Sunarwidi P, E., Rozi, T., & Husain, P. (2022). Perancangan *Branding* Desa Melalui Media Visual Di Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3), 285–289. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v5i3.2184>.
- Khusaini, M., Finuliyah, F., & Lestari, A. M. (2023). Eco-Creative Hub Model As The Key To Integrating Creativity And Sustainability. *Indonesian Journal Of Multidiciplinary Research*, 3(2), 435–444. <https://doi.org/10.17509/ijomr.v3i2.60879>.
- Kospa, H. S. D., & Natul, A. S. (2024). Pemetaan Potensi Masalah Dan Sebaran Sarana Prasarana Berbasis Data Spasial Desa Sungsang IV. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 175–186. <https://doi.org/10.36908/akm.v5i1.1132>.
- Mabrur, Y., Sarma, M., & Baga, L. M. (2023). Development Strategy Of Bekasi *Creative Hub* (BCH) When Developing Bekasi City’s Creative Economy. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 11(01), 199. <https://doi.org/10.24843/jma.2023.v11.i01.p16>.
- Malik, D., & Suandi, E. (2024). Pelatihan Optimalisasi *Branding* / Merek Dan Digitalisasi Umkm Di Nagari Sawah Laweh Kabupaten. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 8(3), 398–400. <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v8i3.1930>.
- Masa, A. (2019). Meningkatkan Potensi Nagari Melalui Wirausaha Di Jorong Parit Pontong Nagari Toboh Ketek Padang Pariaman. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dewantara*, 2(September), 35–39.
- Pratono, A. H., Nawangpalupi, C. B., & Sutanti, A. (2023). Achieving Sustainable Development Goals Through Digitalising Creative Works: Some Evidence From Social Enterprises In Indonesia. *Digital Economy And Sustainable Development*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.1007/s44265-023-00011-4>.
- Rahmi, S. A., Ferry, F., Krosby, S. S., Mustamin, M., Mintasrihardi, M., Selva, S., & Rosada, R. (2023). Pemetaan Potensi Ekonomi Lokal Desa Segala Anyar. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 793. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i2.14490>.
- Rijal Amirulloh, M., Muslim, A. A., Nurrohmah, A. S., Amelia, R., & Azzahra, B. P. (2024). Analisis Implementasi Program Sukabumi *Creative Hub* Sebagai Inovasi Daerah Dalam Mendorong Ekonomi Kreatif Di Kota Sukabumi. *Jimps*, 5(5), 2109–2114.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81–95. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Robianto, R., Hendri, H., & Salim, E. (2022). Literasi Digital: Membangun Nagari Digital Melalui Portal Pemerintahan Nagari. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1249. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7154>.
- Ruf, A. M. (2025). Teknik Pengumpulan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Journal Of Scientific Communication*, 7(2), 99–109. <https://doi.org/10.62870/jsc.v7i2.34905>.
- Saripah, I., Saepudin, A., & Subekti, S. (2024). Model Pendampingan Digitalisasi Ekonomi. 7(September), 416–422.

- Suroto. (2023). Dampak Digitalisasi Terhadap Umkm Di Kota Jambi: Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Para Pakar Dan Pelaku Usaha Umkm The. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 7(3), 1830–1854. <https://doi.org/10.37250/khazanah.v7i3.219>.
- Susanti, E. K. (2025). Analisis Pengembangan Wilayah Berbasis Potensi Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Daerah Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ekonomi (Jie)*, 4(1), 274–297. <https://doi.org/10.59827/jie.v4i1.224>.
- Tou, H. julianti, Melinda Noer, & Helmi. (2022). Sustainable Pilar Of Rural Tourism Development. *JURNAL REKAYASA*, 12(1), 47–58. <https://doi.org/10.37037/jrftsp.v12i1.129>.