ADI Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal (ADIMAS Jurnal)
Vol. 7, No. 1, November 2026, pp. 96−108
E-ISSN: 2528-6544 P-ISSN: 2774-597X, DOI:10.34306

Community Empowerment through Entrepreneurship Education Based on Local Potential to Support Economic Independence

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi

Dicky Hida Syahchari[1], Ayu Rimanda[2], Novy Ernawati[3*]

[1]Department of Management, Bina Nusantara University, Indonesia
[2]Department of Midwifery, Universitas Bhakti Pertiwi Indonesia, Indonesia
[3]Faculty of Health and Science, Universitas Bhakti Pertiwi Indonesia, Indonesia
[1]dicky.syahchari@binus.edu, [2]rimandaayu6@gmail.com, [3]novyernawati99@gmail.com
***Penulis Korespondensi**

Article Info

Riwayat Artikel:

Penyerahan 06, Agustus, 2026
Revisi 23, September, 2026
Diterima 21, Oktober, 2026
Diterbitkan 12, November, 2026

Keywords:
Community Empowerment
Digital Marketing
Entrepreneurship Education
Local Potential
Product Diversification

Kata Kunci:
Digitalisasi UMKM
Pendidikan Kewirausahaan
Pemberdayaan Masyarakat
Pengembangan Potensi Lokal
Potensi Lokal

ABSTRACT

Community empowerment through entrepreneurship education is essential for transforming local potential into productive and sustainable economic activities. **This community service program aimed to** strengthen the entrepreneurial capacity of MSME participants in Tangerang Raya through entrepreneurship education, local potential mapping, and the utilization of digital technology in business management. The program was organized by UMKM Tangerang Raya at the Universitas Raharja Hall in Tangerang, involving 70 participants representing MSMEs. **The implementation employed a training and mentoring** approach covering entrepreneurship education, local potential development, business management, MSME digitalization, Point of Sale (POS) systems, and payment gateways. The activities were designed to provide participants with both conceptual knowledge and practical insights into business development, operational management, and digital transactions. **Evaluation was conducted through pre-tests and post-tests** to assess participants understanding; however, the actual evaluation scores were not available for this manuscript, and therefore, no quantitative improvement is claimed. **The program highlights the integration of entrepreneurship education, local potential utilization, and digital technology** as an approach to strengthening MSME capacity and supporting economic independence. This approach may serve as an initial reference for future community-based mentoring programs aimed at developing sustainable economic activities based on local resources.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah CC BY 4.0 license.

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan kewirausahaan diperlukan untuk mengubah potensi lokal menjadi kegiatan ekonomi produktif yang memiliki keberlanjutan. **Kegiatan pengabdian ini diarahkan kepada pelaku UMKM Tangerang Raya** melalui pendidikan kewirausahaan, pemetaan potensi lokal, dan penguatan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha. Program berangkat dari kebutuhan penguatan kapasitas kewirausahaan, pengembangan variasi

produk, peningkatan konsistensi proses operasional usaha, serta pemanfaatan media digital untuk promosi. **Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning*** yang menggabungkan identifikasi kebutuhan mitra, pendidikan kewirausahaan, praktik pengembangan potensi lokal, pendampingan pengelolaan usaha, dan evaluasi partisipatif. Kegiatan dirancang agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga menghasilkan rancangan produk, materi promosi, dan langkah tindak lanjut usaha. **Hasil pelaksanaan** pada naskah ini disajikan melalui capaian kegiatan dan luaran yang dapat diverifikasi. Data kuantitatif mengenai jumlah peserta, perubahan pengetahuan, kapasitas operasional usaha, dan kinerja penjualan perlu dilengkapi berdasarkan daftar hadir, instrumen evaluasi, serta catatan mitra sebelum naskah diajukan. **Kontribusi program** terletak pada integrasi pendidikan kewirausahaan dengan pemanfaatan potensi lokal, pengembangan potensi lokal dan jasa UMKM, dan digitalisasi pemasaran sebagai satu rangkaian pemberdayaan. Model ini dapat menjadi rujukan awal bagi program pendampingan komunitas yang ingin membangun kemandirian ekonomi berbasis sumber daya setempat.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah CC BY 4.0 license.

DOI: https://doi.org/10.34306/adimas.v7i1.1652
Ini adalah artikel akses terbuka di bawah CC-BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
©Penulis memegang semua hak cipta

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan proses peningkatan kapasitas individu dan kelompok agar mampu mengenali sumber daya, mengambil keputusan, mengelola kegiatan produktif, serta memperoleh manfaat ekonomi secara lebih mandiri. Dalam konteks pembangunan lokal, pemberdayaan tidak cukup dilakukan melalui bantuan sarana atau modal yang bersifat sesaat. Intervensi perlu disertai peningkatan pengetahuan, keterampilan, jejaring, dan kemampuan mengelola usaha sehingga masyarakat dapat mempertahankan kegiatan ekonomi setelah program pendampingan selesai. Pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu pendekatan penting karena membangun pola pikir untuk melihat masalah dan sumber daya di lingkungan sekitar sebagai peluang usaha [1]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan aktivitas ekonomi, dan penguatan ekonomi berbasis komunitas [2]. Meskipun demikian, pelaku UMKM sering menghadapi hambatan yang saling berkaitan, antara lain keterbatasan kapasitas manajerial, pencatatan keuangan yang belum tertib, kualitas produk yang belum konsisten, penyajian produk yang kurang informatif, serta pemasaran yang masih bergantung pada jaringan pelanggan terdekat. Hambatan tersebut membuat potensi potensi lokal belum sepenuhnya berkembang menjadi keunggulan usaha. Karena itu, program pemberdayaan perlu menghubungkan penguatan keterampilan operasional usaha dengan pengelolaan usaha dan akses pasar [3].

Perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital juga mengubah cara UMKM memperkenalkan produk [4]. Media sosial, aplikasi pesan, mesin pencari, dan marketplace dapat memperluas jangkauan komunikasi dengan calon konsumen, tetapi keberadaan akun digital saja tidak otomatis menghasilkan pemasaran yang efektif [5, 6]. Pelaku usaha perlu memahami segmentasi pasar, pesan merek, kualitas foto, konsistensi konten, pelayanan pelanggan, dan evaluasi respons pasar [7]. Sejumlah kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan yang disertai praktik dan pendampingan dapat membantu UMKM membangun identitas merek serta menggunakan kanal digital secara lebih terarah [8]. Potensi lokal merupakan sumber daya yang berada atau berkembang di suatu wilayah, baik berupa sumber daya usaha, keterampilan masyarakat, tradisi konsumsi, jaringan sosial, maupun pengetahuan setempat. Pengembangan potensi lokal perlu memperhatikan ketersediaan bahan, kemampuan operasional usaha, preferensi konsumen, nilai tambah, dan keberlanjutan pasokan [9]. Dengan pendekatan tersebut, produk yang dikembangkan tidak sekadar meniru tren pasar, tetapi memiliki keterkaitan dengan kapasitas dan karakter komunitas. Pendidikan kewirausahaan dapat membantu masyarakat melakukan pemetaan potensi, menguji kelayakan sederhana, dan memilih strategi pengembangan usaha yang realistis [10].

Kegiatan ini diwadahi oleh UMKM Tangerang Raya. Peserta berjumlah 70 orang yang mewakili UMKM dan mengikuti kegiatan di Aula Universitas Raharja, Tangerang. Komunitas UMKM memiliki modal sosial berupa jejaring antarpelaku usaha, pengalaman praktis, dan peluang untuk saling bertukar pengetahuan. Program diarahkan pada penguatan kapasitas kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi untuk mendukung

pengelolaan berbagai jenis usaha. Berdasarkan konteks kegiatan, beberapa aspek yang perlu diperkuat adalah pemahaman kewirausahaan, kemampuan mengenali potensi lokal, pencatatan transaksi, dan kesiapan menggunakan teknologi digital. Kebutuhan tersebut dapat berbeda antar sektor usaha. Sebagian pelaku UMKM mungkin membutuhkan penguatan pengelolaan stok, sebagian lainnya memerlukan pencatatan pesanan atau pilihan pembayaran digital. Karena rincian sektor peserta belum tersedia, pembahasan diarahkan pada kebutuhan umum yang relevan lintas sektor.

Permasalahan tersebut saling berhubungan dan penggunaan teknologi tanpa pemahaman proses bisnis dapat menghasilkan pencatatan yang tidak konsisten. Sebaliknya, pemahaman kewirausahaan tanpa dukungan pencatatan dan pembayaran yang tertib dapat menyulitkan pelaku usaha memantau transaksi. Oleh sebab itu, kegiatan mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan, pemetaan potensi lokal, literasi digital, dan pengenalan teknologi transaksi dalam satu rangkaian pemberdayaan [11]. Kontribusi program tidak diletakkan pada klaim peningkatan pendapatan yang belum didukung data, melainkan pada rancangan integratif yang menghubungkan pembelajaran kewirausahaan dengan praktik nyata pengembangan usaha. Fokus tersebut membedakan kegiatan dari pelatihan pemasaran yang berdiri sendiri. Melalui proses belajar partisipatif, anggota mitra terlibat dalam mengenali masalah, memilih tindakan, mencoba solusi, dan merefleksikan hasilnya [12]. Dengan demikian, kemandirian ekonomi dipahami sebagai proses bertahap yang membutuhkan kapasitas individu, tata kelola kelompok, dan akses pasar yang saling menguatkan.



Gambar 1. Keterkaitan Program Pemberdayaan UMKM Tangerang Raya dengan SDG 8 dan SDG 4

Kegiatan pemberdayaan pelaku UMKM Tangerang Raya sejalan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) sesuai Gambar 1 yaitu SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), khususnya target 8.3 yang mendorong kegiatan produktif, kewirausahaan, dan pengembangan UMKM. Keterkaitan tersebut tercermin dalam pemetaan potensi lokal, pencatatan transaksi, dan pengenalan teknologi pembayaran digital yang dirancang untuk memperkuat kemampuan peserta dalam mengelola usaha [13]. Kegiatan ini juga sejalan dengan SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), khususnya target 4.4, melalui pembelajaran partisipatif yang memberi kesempatan kepada peserta untuk melatih keterampilan kewirausahaan dan literasi digital sesuai dengan kebutuhan usaha mereka.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini membahas konsep yang menjadi dasar pelaksanaan program, yaitu pendidikan kewirausahaan, pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal, pengembangan potensi lokal, dan digitalisasi UMKM. Keempat konsep digunakan sebagai kerangka untuk menjelaskan hubungan antara peningkatan kapasitas masyarakat dan pengembangan usaha komunitas. Kerangka ini juga menjadi dasar dalam menentukan materi pelatihan, bentuk pendampingan, serta indikator evaluasi.

2.1. Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran yang mengembangkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan untuk mengenali peluang, mengorganisasi sumber daya, mengambil keputusan, serta mengelola risiko usaha. Bagi pelaku UMKM, proses ini dapat dimulai dengan menelaah keputusan yang mereka

hadapi sehari-hari, seperti menentukan produk yang akan ditawarkan, memilih kelompok konsumen yang ingin dijangkau, dan menyesuaikan harga dengan biaya produksi. Pembelajaran yang kontekstual perlu melibatkan latihan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menyusun proposisi nilai, menghitung biaya, menentukan harga, dan merancang kegiatan promosi. Pendekatan berbasis pengalaman memungkinkan peserta menguji pengetahuan melalui tugas yang berkaitan langsung dengan usaha [1, 3, 14]. Sebagai contoh, peserta dapat menggunakan catatan transaksi usahanya untuk meninjau harga jual atau membandingkan respons pelanggan terhadap dua cara penyajian produk. Latihan semacam ini memberi kesempatan kepada peserta untuk menjelaskan alasan di balik pilihan mereka dan menilai apakah pilihan tersebut sesuai dengan kondisi usahanya.

Dalam program komunitas, pendidikan kewirausahaan perlu disesuaikan dengan tingkat pengalaman peserta dan sumber daya yang tersedia. Materi yang terlalu abstrak dapat menyulitkan penerapan, sedangkan latihan yang terlalu teknis tanpa pemahaman bisnis dapat menghasilkan keterampilan yang terpisah-pisah [15]. Karena itu, kegiatan ini menempatkan usaha UMKM peserta sebagai media pembelajaran untuk menghubungkan konsep peluang usaha dengan keputusan mengenai pengelolaan usaha, penyajian produk, harga, dan promosi. Peserta yang baru merintis usaha dapat memulai dengan mengenali calon pelanggan dan menyusun perkiraan biaya sederhana, sementara peserta yang telah memiliki pelanggan dapat menelaah kembali harga, penyajian produk, atau cara mencatat transaksi. Diskusi antarpeserta juga memberi ruang untuk membandingkan pilihan dan mempertimbangkan bagaimana perbedaan jenis usaha, modal, serta kemampuan produksi memengaruhi keputusan yang diambil. Dengan menggunakan contoh dari usaha masing-masing, peserta dapat memilih langkah perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan dan sumber daya yang mereka miliki.

2.2. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal

Pemberdayaan berbasis potensi lokal menempatkan masyarakat sebagai subjek yang mengenali dan mengelola aset di lingkungannya. Aset tersebut dapat berupa keterampilan, organisasi pemuda, sumber daya usaha, fasilitas, hubungan sosial, maupun peluang pasar [16]. Bagi komunitas UMKM, pemetaan aset dapat dimulai dengan mengenali keterampilan produksi yang sudah dimiliki anggota, sumber bahan yang dapat dijangkau, serta jejaring pemasok dan pelanggan yang telah terbentuk. Pemetaan ini membantu mitra melihat sumber daya yang dapat digunakan bersama, misalnya melalui pertukaran pengetahuan tentang pengemasan atau berbagi informasi mengenai pemasok dan saluran pemasaran. Pendekatan partisipatif penting agar program dibangun melalui dialog dengan mitra dan bertumpu pada pengalaman mereka dalam menjalankan usaha. Keterlibatan mitra sejak tahap identifikasi kebutuhan hingga evaluasi dapat meningkatkan relevansi program dan peluang keberlanjutan [17, 18].

Potensi lokal juga perlu dianalisis secara realistis. Ketersediaan bahan, kontinuitas pasokan, biaya, kemampuan pengolahan, dan kebutuhan konsumen harus dipertimbangkan sebelum suatu produk dikembangkan. Bahan yang mudah diperoleh pada satu musim, misalnya, belum tentu tersedia dalam jumlah dan mutu yang sama sepanjang tahun. Demikian pula, produk yang diminati konsumen perlu dinilai dari segi biaya produksi, waktu pengerjaan, dan kemampuan pelaku usaha memenuhi pesanan secara konsisten [19]. Pelaku UMKM dapat menggunakan perkiraan biaya dan uji coba dalam skala kecil untuk menilai kelayakan produk sebelum menambah volume produksi. Hasil penilaian tersebut dapat menjadi dasar untuk memilih antara memperbaiki produk yang sudah ada, mengembangkan variasi baru, atau memperluas saluran pemasaran sesuai dengan kapasitas usaha.

2.3. Penguatan Kapasitas dan Pengelolaan Usaha

Penguatan kapasitas usaha mencakup kemampuan pelaku UMKM mengelola produk atau jasa, menetapkan harga, mencatat biaya, mengatur persediaan, melayani pelanggan, dan mengevaluasi hasil usaha. Penguatan tersebut dapat dilakukan melalui perbaikan proses yang sederhana dan bertahap [20]. Contohnya adalah penggunaan daftar harga yang konsisten, pencatatan pesanan, pemisahan uang usaha dan pribadi, serta peninjauan biaya operasional secara berkala. Penguatan usaha juga mencakup pencatatan biaya sumber daya usaha, biaya penyajian produk, tenaga kerja, dan biaya operasional. Pencatatan sederhana membantu mitra menghitung harga pokok operasional usaha dan menentukan harga jual secara lebih rasional [21]. Tanpa informasi biaya, peningkatan penjualan belum tentu menghasilkan keuntungan. Oleh sebab itu, pendidikan kewirausahaan dalam program ini mencakup pengenalan perhitungan biaya dan pencatatan transaksi dasar.

2.4. Pemasaran Digital bagi UMKM

Pemasaran digital adalah pemanfaatan kanal dan teknologi digital untuk menyampaikan informasi, membangun hubungan, dan memfasilitasi transaksi dengan konsumen. Bagi UMKM, kanal yang relatif mudah

dijangkau meliputi WhatsApp Business, Instagram, Facebook, dan marketplace. Efektivitas pemasaran ditentukan oleh kesesuaian kanal dengan konsumen sasaran, kualitas informasi produk, keteraturan komunikasi, respons terhadap pertanyaan, dan kemampuan mengevaluasi hasil. Pelatihan digital marketing untuk UMKM di Indonesia umumnya menggabungkan sosialisasi, praktik pembuatan konten, pendampingan akun, dan evaluasi keterampilan [4, 22]. Dalam kegiatan ini, digitalisasi diposisikan sebagai alat untuk mendukung pemasaran produk, bukan sebagai tujuan akhir. Mitra perlu mampu menampilkan informasi produk yang akurat, foto yang jelas, harga, cara pemesanan, dan kontak usaha. Pengelolaan kanal digital juga perlu memiliki pembagian tanggung jawab agar aktivitas promosi tidak berhenti ketika pelatihan selesai.

2.5. Kerangka Konseptual Kegiatan

Kerangka konseptual kegiatan disusun berdasarkan kebutuhan mitra dan potensi lokal yang dapat dikembangkan. Gambar 2 memperlihatkan bagaimana empat komponen program saling mendukung untuk memperkuat kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara mandiri.



Gambar 2. Empat Komponen Utama, Hubungan antara Kebutuhan Mitra

Kerangka konseptual pada Gambar 2 menunjukkan bahwa kegiatan pemberdayaan dirancang melalui pendekatan terintegrasi yang berorientasi pada peningkatan kapasitas dan kemandirian mitra. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan, kondisi mitra, potensi sumber daya lokal, serta keterbatasan dalam aspek pengetahuan, tata kelola, dan digitalisasi usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, intervensi dilakukan melalui empat komponen utama, yaitu pendidikan kewirausahaan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai peluang dan pengelolaan usaha, pemanfaatan potensi lokal sebagai dasar pengembangan produk dan aktivitas ekonomi, penguatan tata kelola transaksi dan proses usaha untuk menciptakan sistem operasional yang lebih terstruktur, serta peningkatan literasi digital melalui pengenalan dan pemanfaatan teknologi *Point of Sales* (POS) dan *payment gateway* [23]. Keempat komponen tersebut saling melengkapi dan diarahkan untuk menghasilkan peningkatan kapasitas kewirausahaan, efisiensi proses usaha, kemampuan mengadopsi teknologi digital, serta kesiapan mitra dalam menjalankan kegiatan usaha secara mandiri dan berkelanjutan [24]. Dengan demikian, kerangka ini menjadi landasan konseptual dalam mengarahkan pelaksanaan kegiatan sekaligus memastikan bahwa setiap intervensi memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan dan permasalahan mitra.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning*, yaitu pendekatan pembelajaran partisipatif yang menggabungkan identifikasi masalah, tindakan bersama, praktik, refleksi, dan perbaikan [25]. Pendekatan ini dipilih karena mitra tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi dilibatkan dalam menentukan kebutuhan, mencoba pengembangan usaha, dan menyusun tindak lanjut. Pelaksanaan disusun dalam lima tahap: persiapan dan pemetaan kebutuhan, pendidikan kewirausahaan, praktik pengembangan potensi lokal, pendampingan pengelolaan dan digitalisasi UMKM, serta evaluasi dan refleksi.

3.1. Lokasi, Mitra, dan Sasaran

Kegiatan berlokasi di Aula Universitas Raharja, Tangerang. Program diwadahi oleh UMKM Tangerang Raya dan dilaksanakan melalui pelatihan serta pendampingan bagi pelaku UMKM. Kegiatan diikuti oleh 70 orang peserta yang mewakili UMKM.

3.2. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM Tangerang Raya dilakukan melalui lima tahapan yang disusun secara sistematis dan saling berkesinambungan. Setiap tahapan dirancang untuk mendukung peningkatan kapasitas kewirausahaan peserta, mulai dari identifikasi kebutuhan dan potensi usaha, pemberian pendidikan kewirausahaan, pengembangan variasi produk, hingga penguatan pengelolaan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital. Rangkaian kegiatan tersebut juga dilengkapi dengan evaluasi untuk meninjau ketercapaian kegiatan serta mengidentifikasi kebutuhan pendampingan lanjutan. Secara keseluruhan, alur pelaksanaan program ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Alur Pelaksanaan Program Pemberdayaan UMKM Tangerang Raya

Berdasarkan Gambar 3, tahap pertama adalah persiapan, yang mencakup koordinasi, observasi kebutuhan peserta, dan pemetaan potensi usaha sebagai dasar penentuan materi kegiatan. Tahap kedua, pendidikan kewirausahaan, berfokus pada penyampaian materi mengenai peluang usaha, karakteristik konsumen, nilai produk, biaya, penetapan harga, dan perencanaan usaha. Selanjutnya, tahap ketiga yaitu diversifikasi produk, diarahkan pada pengembangan alternatif produk melalui praktik formulasi varian, pengukuran bahan, pengujian internal, dan pencatatan resep. Tahap keempat, penguatan usaha dan digitalisasi, mencakup penyajian produk, penguatan identitas merek, dokumentasi produk, penyusunan konten promosi, serta pemanfaatan kanal pemesanan. Tahap terakhir adalah evaluasi dan refleksi, yang dilakukan melalui pembahasan hasil kegiatan, pemeriksaan luaran, identifikasi kendala, dan penyusunan rencana tindak lanjut. Kelima tahapan tersebut menjadi satu kesatuan proses pemberdayaan yang diharapkan dapat memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

3.3. Materi dan Teknik Pendampingan

Materi pendidikan kewirausahaan mencakup pengenalan peluang berbasis potensi lokal, pemetaan konsumen, proposisi nilai, dasar perhitungan biaya, penetapan harga, dan pembagian peran dalam kelompok [26]. Materi disampaikan melalui penjelasan singkat, diskusi, contoh kasus, dan latihan menggunakan usaha UMKM peserta. Teknik ini dimaksudkan agar peserta dapat mengaitkan konsep dengan keputusan usaha yang sedang mereka hadapi. Praktik diversifikasi dilakukan dengan mengidentifikasi kemungkinan pilihan produk atau layanan dan jasa UMKM yang dapat di operasional usaha menggunakan bahan dan peralatan yang tersedia [27]. Peserta diarahkan untuk mencatat komposisi bahan, ukuran takaran, urutan proses, waktu penyajian, serta karakteristik hasil. Pengujian rasa pada tahap ini merupakan evaluasi internal sederhana. Jika dilakukan uji konsumen, jumlah responden, kriteria penilaian, dan prosedur pengumpulan persetujuan perlu dijelaskan secara terpisah. Pendampingan digitalisasi UMKM diarahkan pada pemilihan kanal yang sesuai dengan kapasitas mitra. Aktivitas dapat meliputi penyusunan deskripsi produk, pengambilan foto, pembuatan materi visual, penulisan pesan promosi, serta pengaturan informasi kontak dan pemesanan. Untuk menjaga keberlanjutan, kelompok perlu menentukan pengelola akun, frekuensi unggahan yang realistis, dan prosedur merespons pesan konsumen.

3.4. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data proses kegiatan dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, daftar hadir, catatan pendampingan, dan diskusi reflektif dengan mitra. Evaluasi pengetahuan dilakukan menggunakan pertanyaan sebelum dan sesudah pelatihan. Keterampilan praktik dinilai melalui lembar observasi yang memuat ketepatan takaran, kon-

sistensi proses, kemampuan menyusun informasi produk, dan kemampuan membuat materi promosi [28, 29]. Dalam kondisi tersebut, hasil disajikan sebagai capaian proses dan luaran kegiatan [30].

3.5. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dari kegiatan ini dirancang secara terstruktur untuk mengukur tingkat pencapaian tujuan pengabdian pada setiap aspek utama, mulai dari aspek pengetahuan hingga keberlanjutan program. Rincian terkait indikator operasional serta bentuk pembuktian yang digunakan dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program

Aspek	Indikator operasional	Bukti yang digunakan
Pengetahuan kewirausahaan	Peserta mampu menjelaskan peluang, konsumen, biaya, dan nilai produk.	Lembar evaluasi atau hasil diskusi terstruktur.
Diversifikasi produk	Tersusun varian dan resep/prosedur yang terdokumentasi.	Catatan formula dan dokumentasi praktik.
Pengelolaan usaha	Tersedia pencatatan biaya atau rancangan harga sederhana.	Lembar biaya dan catatan transaksi.
Pemasaran digital	Tersedia materi promosi dan kanal komunikasi produk.	Tangkapan layar akun/konten dan deskripsi produk.
Keberlanjutan	Ada pembagian peran dan rencana tindak lanjut.	Notulen kesepakatan mitra.

Tabel 1 memuat lima aspek yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan program, yaitu pengetahuan kewirausahaan, diversifikasi produk, pengelolaan usaha, pemasaran digital, dan keberlanjutan. Pada aspek pengetahuan kewirausahaan, evaluasi berfokus pada kemampuan peserta menjelaskan peluang usaha, mengenali konsumen sasaran, memperkirakan biaya, serta menguraikan nilai produk yang ditawarkan [31]. Kemampuan tersebut dapat ditelaah melalui lembar evaluasi atau hasil diskusi terstruktur yang menggunakan contoh dari usaha peserta. Pada aspek diversifikasi produk, evaluasi diarahkan pada ketersediaan varian produk beserta resep atau prosedur pembuatannya. Catatan formula dan dokumentasi praktik digunakan untuk melihat apakah proses pembuatan varian tersebut telah dicatat dengan cukup jelas sehingga dapat diulang oleh mitra.

Pada aspek pengelolaan usaha, evaluasi dilakukan dengan menelaah lembar biaya dan catatan transaksi untuk melihat apakah peserta telah menyusun pencatatan biaya atau rancangan harga sederhana. Pencatatan tersebut membantu peserta mengenali komponen biaya dan menggunakannya sebagai dasar dalam mempertimbangkan harga jual. Pada aspek pemasaran digital, evaluasi mencakup ketersediaan materi promosi dan kanal komunikasi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Tangkapan layar akun atau konten serta deskripsi produk digunakan sebagai bukti bahwa peserta telah menyiapkan sarana promosi dan informasi produk yang dapat disampaikan melalui kanal digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan disajikan berdasarkan tahapan pelaksanaan dan luaran yang dapat ditelusuri. Pembahasan membedakan antara aktivitas yang telah dilaksanakan, hasil yang terdokumentasi, dan dampak yang masih memerlukan pengukuran lanjutan [32]. Pembedaan ini penting agar laporan pengabdian tidak menyamakan pelaksanaan pelatihan dengan bukti perubahan ekonomi. Secara umum, program UMKM mengarahkan kegiatan pada peningkatan kapasitas kelompok melalui pendidikan kewirausahaan, pengembangan usaha, penguatan proses operasional usaha, dan digitalisasi UMKM [27, 33].

4.1. Identifikasi Kebutuhan dan Pemetaan Potensi Mitra

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dan pembahasan kebutuhan bersama UMKM Tangerang Raya. Pemetaan difokuskan pada potensi kelompok, kondisi pengolahan produk dan jasa UMKM, ketersediaan peralatan, konsistensi produk, dan praktik pemasaran yang telah berjalan [34, 35]. Dari konteks program, kebutuhan utama mitra berkaitan dengan keterbatasan peralatan operasional usaha, perlunya menjaga konsistensi kualitas, serta penguatan kemampuan promosi digital. Hasil pemetaan menjadi dasar pemilihan materi pelatihan dan bentuk pendampingan [36].

Tabel 2. Pemetaan Potensi, Kebutuhan Penguatan, dan Respons Program

Potensi/kondisi	**Kebutuhan penguatan**	**Respons program**
Kelompok pemuda dengan struktur organisasi	Pembagian peran dan kesinambungan pengelolaan.	Pelibatan anggota dalam perencanaan dan tindak lanjut.
Produk produk dan jasa UMKM lokal	Variasi produk dan standar proses.	Praktik diversifikasi dan pencatatan formula.
Peralatan operasional usaha terbatas	Dukungan alat sederhana dan efisiensi proses.	Pengenalan/penerapan peralatan pendukung sesuai kebutuhan.
Promosi belum optimal	Identitas produk dan konten pemasaran.	Pendampingan branding dan materi promosi digital.

Pemetaan Tabel 2 menunjukkan bahwa pengembangan usaha perlu dilakukan secara menyeluruh. Penguatan peralatan harus diikuti prosedur kerja, sedangkan pengembangan usaha perlu didukung identitas dan strategi promosi. Temuan ini sejalan dengan kegiatan pengabdian UMKM yang menekankan hubungan antara penguatan produk, branding, dan digitalisasi UMKM [27, 37, 38].



Gambar 4. Dokumentasi Koordinasi dan Pemetaan Kebutuhan Mitra

Gambar 4 memperlihatkan kegiatan koordinasi dan pemetaan kebutuhan mitra sebagai tahap awal penyusunan program pendampingan usaha. Kegiatan ini menjadi ruang dialog antara tim pelaksana dan mitra untuk mengidentifikasi potensi usaha, kendala operasional, serta kebutuhan penguatan yang sesuai dengan kondisi lapangan. Pembahasan diarahkan pada pengelolaan usaha, diversifikasi produk, pemanfaatan peralatan pendukung, dan penguatan promosi digital sebagai dasar penentuan prioritas kegiatan. Hasil pemetaan tersebut menjadi acuan dalam menyusun materi pelatihan dan bentuk pendampingan agar pelaksanaan program lebih terarah serta selaras dengan kebutuhan mitra .

4.2. Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal

Pendidikan kewirausahaan diarahkan untuk membangun pemahaman bahwa peluang usaha dapat dikembangkan dari sumber daya dan kebutuhan yang dekat dengan kehidupan masyarakat [39, 40]. Produk UMKM digunakan sebagai konteks pembelajaran untuk membahas siapa konsumen yang dituju, manfaat produk, keunikan yang dapat ditawarkan, dan sumber daya yang dibutuhkan [41]. Diskusi juga menekankan bahwa keputusan usaha perlu mempertimbangkan biaya, kualitas, dan kemampuan kelompok dalam memenuhi pesanan. Pembelajaran dilaksanakan melalui penjelasan, diskusi, dan latihan. Peserta dapat memetakan karakteristik konsumen, menyusun pesan nilai produk, serta mengidentifikasi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Dalam konteks usaha produk atau jasa, faktor tersebut dapat mencakup rasa, harga, ukuran, kemudahan pemesanan, tampilan, dan konsistensi kualitas [42]. Penggunaan kasus nyata membuat materi kewirausahaan lebih mudah diterapkan dibandingkan penyampaian konsep yang tidak terkait dengan kegiatan usaha mitra.

Tabel 3. Materi Pendidikan Kewirausahaan dan Keterkaitannya dengan Usaha UMKM

Materi	Pokok bahasan	Aplikasi pada mitra
Identifikasi peluang	Masalah konsumen, tren, dan potensi lokal.	Menentukan kebutuhan konsumen produk dan jasa UMKM.
Proposisi nilai	Manfaat dan pembeda produk.	Menjelaskan keunggulan produk secara jujur.
Perencanaan biaya	Bahan baku, penyajian produk, dan biaya operasional.	Menyusun estimasi biaya per porsi.
Penetapan harga	Harga pokok, margin, dan daya beli pasar.	Membuat dasar penetapan harga jual.
Pengelolaan kelompok	Pembagian tugas dan pencatatan.	Menetapkan penanggung jawab operasional usaha dan pemasaran.

Materi pendidikan kewirausahaan pada Tabel 3 membantu peserta memahami bahwa pengembangan usaha dimulai dari kebutuhan konsumen. Melalui identifikasi peluang, peserta diarahkan untuk mencermati masalah yang dihadapi konsumen, perubahan tren, dan potensi lokal yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan produk atau jasa [24]. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar untuk menyusun proposisi nilai, yaitu penjelasan tentang manfaat yang ditawarkan kepada konsumen dan ciri yang membedakan produk dari pilihan lain di pasar. Peserta juga diarahkan untuk menyampaikan keunggulan tersebut secara jujur dan sesuai dengan karakteristik produk.

Setelah menentukan produk dan manfaat yang ditawarkan, peserta diarahkan untuk menyusun estimasi biaya per porsi dengan memperhitungkan bahan baku, penyajian produk, dan biaya operasional. Estimasi ini menjadi dasar penetapan harga jual dengan mempertimbangkan harga pokok, margin yang diharapkan, serta daya beli konsumen sasaran. Pada aspek pengelolaan kelompok, pembagian tugas dan pencatatan membantu mitra menetapkan siapa yang bertanggung jawab atas kegiatan operasional dan pemasaran [26]. Dengan pembagian peran yang jelas, informasi dari kegiatan pemasaran, seperti tanggapan konsumen terhadap produk atau harga, dapat disampaikan kepada anggota yang menangani produksi dan digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan usaha.

4.3. Diversifikasi Produk dan Penguatan Proses Produksi

Pengembangan UMKM menempatkan produk dan jasa UMKM sebagai produk utama yang dapat dikembangkan melalui variasi rasa atau penyajian [43]. Diversifikasi diarahkan agar mitra memiliki pilihan produk yang relevan dengan preferensi konsumen, tetapi tetap dapat dioperasional usaha dengan sumber daya yang tersedia. Proses pengembangan perlu memperhatikan formula, takaran, kualitas bahan, kebersihan, waktu penyajian, dan biaya per porsi. Praktik diversifikasi sebaiknya menghasilkan dokumentasi prosedur operasional usaha untuk setiap varian. Dokumentasi tersebut memuat nama varian, bahan, takaran, urutan proses, estimasi biaya, dan catatan hasil uji. Standar sederhana membantu mengurangi perbedaan rasa antarporsi dan memudahkan anggota lain mempelajari proses operasional usaha. Apabila program telah menghasilkan varian tertentu, nama dan komposisinya perlu dimasukkan berdasarkan catatan asli mitra. Penguatan peralatan operasional usaha perlu dipahami sebagai dukungan terhadap kapasitas, bukan sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan. Peralatan yang digunakan harus sesuai dengan volume operasional usaha, mudah dioperasikan, aman, dan dapat dirawat oleh mitra. Pengadaan atau penerapan teknologi tepat guna perlu disertai demonstrasi penggunaan dan pembagian tanggung jawab perawatan. Data kapasitas operasional usaha sebelum dan sesudah penerapan alat dapat ditambahkan apabila tersedia catatan pengukuran [44].

4.4. Penguatan Branding dan Pemasaran Digital

Pemasaran digital dalam program ini diarahkan untuk membantu mitra menyampaikan informasi produk secara lebih terstruktur. Materi pendampingan meliputi pengenalan identitas merek, penyusunan deskripsi produk, pengambilan foto, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan media sosial atau aplikasi pesan. Konten perlu mencantumkan nama produk, varian, ukuran, harga, cara pemesanan, dan kontak yang aktif. Informasi harus sesuai dengan produk yang benar-benar tersedia agar tidak menimbulkan kesenjangan antara promosi dan layanan. Pembuatan materi promosi dapat menjadi latihan praktis bagi peserta untuk memahami komunikasi nilai produk. Foto produk yang jelas, latar yang tidak mengganggu, pencahayaan memadai, dan teks yang ringkas dapat meningkatkan keterbacaan informasi. Namun, keberhasilan pemasaran tidak cukup

diukur dari jumlah konten yang dibuat. Mitra juga perlu memantau pertanyaan konsumen, jangkauan konten, interaksi, pesanan masuk, dan pembelian berulang jika data tersebut tersedia.

5. IMPLIKASI MANAJERIAL

Bagi pengelola UMKM Tangerang Raya, program ini menekankan pentingnya penguatan tata kelola usaha melalui pembagian tanggung jawab yang terstruktur, meliputi pengelolaan operasional, pengadaan bahan, pencatatan biaya dan transaksi, pemasaran, serta pelayanan konsumen. Pengembangan usaha perlu didasarkan pada pemanfaatan potensi lokal dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan, kebutuhan konsumen, kemampuan produksi, dan biaya operasional. Selain itu, penyusunan standar resep atau prosedur kerja, penjadwalan kegiatan operasional, pemeriksaan kualitas produk, dan pencatatan transaksi secara konsisten diperlukan untuk mendukung efisiensi serta keberlanjutan usaha. Pemanfaatan teknologi digital, termasuk media pemasaran, sistem *Point of Sale* (POS), dan payment gateway, juga perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kesiapan masing-masing pelaku UMKM.

Bagi perguruan tinggi, pendamping, pemerintah, dan pemangku kepentingan lokal, hasil kegiatan menunjukkan perlunya pengembangan pendampingan berkelanjutan yang berorientasi pada permasalahan aktual mitra. Pendampingan dapat mencakup identifikasi peluang usaha, diversifikasi produk, perhitungan harga pokok, penyusunan materi promosi, pengelolaan transaksi digital, serta pemantauan penerapan keterampilan peserta. Dukungan pemerintah dan pemangku kepentingan lokal dapat diwujudkan melalui akses pelatihan kewirausahaan, fasilitasi peralatan produksi sesuai kebutuhan, penguatan jejaring pemasok dan pemasaran, serta perluasan akses terhadap layanan digital. Kolaborasi antarpemangku kepentingan tersebut diperlukan untuk memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat secara bertahap.

6. KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan bersama UMKM Tangerang Raya diikuti oleh 70 peserta dan dilaksanakan di Aula Universitas Raharja, Tangerang. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa kebutuhan utama mitra mencakup penguatan peralatan operasional, konsistensi mutu produk, dan kemampuan promosi digital. Temuan tersebut menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan pendampingan yang mencakup identifikasi peluang usaha, pengembangan produk, perhitungan biaya, penetapan harga, serta pengenalan sistem kasir digital (*point of sale*, POS) dan layanan pembayaran digital (*payment gateway*). Capaian yang dapat dilaporkan meliputi pemetaan kebutuhan mitra dan pelaksanaan pembelajaran, sedangkan perubahan pengetahuan peserta, kapasitas operasional, dan pendapatan usaha masih memerlukan pengukuran lebih lanjut.

Kebaruan kegiatan terletak pada rancangan pendampingan yang menghubungkan pemetaan potensi lokal dengan keputusan usaha sehari-hari dalam satu proses pembelajaran partisipatif. Produk dan jasa yang dikelola mitra digunakan sebagai bahan latihan untuk mengenali kebutuhan konsumen, merumuskan manfaat dan pembeda produk, memperkirakan biaya, menetapkan harga, serta menyusun informasi promosi. Dalam rangkaian yang sama, peserta diperkenalkan pada teknologi pencatatan dan pembayaran digital sesuai dengan kebutuhan pengelolaan transaksi. Keterlibatan mitra sejak pemetaan kebutuhan hingga perumusan tindak lanjut membantu menyesuaikan materi pendampingan dengan kondisi usaha peserta.

Penelitian selanjutnya dapat menilai perubahan pengetahuan peserta melalui tes awal (*pre-test*) dan tes akhir (*post-test*) dengan instrumen dan kriteria penilaian yang sama. Pemantauan berkala setelah pendampingan dapat digunakan untuk menilai apakah peserta menerapkan keterampilan yang dipelajari, antara lain melalui catatan biaya dan penjualan, penggunaan sistem kasir dan pembayaran digital, serta tanggapan konsumen terhadap produk atau layanan. Kajian berikutnya juga dapat menerapkan rancangan pendampingan ini pada kelompok atau sektor usaha yang berbeda untuk menilai komponen yang dapat diterapkan lintas konteks dan komponen yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

7. DEKLARASI

7.1. Tentang Penulis

Dicky Hida Syahchari (DH) https://orcid.org/0000-0001-9072-3955
Ayu Rimanda (AR) https://orcid.org/0009-0004-5747-8379
Novy Ernawati (NE) https://orcid.org/0009-0005-5445-4205

7.2. Kontribusi Penulis

Konseptualisasi: NE; Metodologi: DH dan AR; Perangkat Lunak: NE dan DH; Validasi: NE dan AR; Analisis Formal: DH; Investigasi: NE; Sumber Daya: AR; Kurasi Data: NE; Penulisan Draf Asli Persiapan: DH dan AR; Penulisan Tinjauan dan Penyuntingan: NE dan AR; Visualisasi: DH. Semua penulis, NE, DH, dan AR yang telah membaca dan menyetujui versi naskah yang diterbitkan.

7.3. Pernyataan Ketersediaan Data

Data penelitian yang mendukung temuan studi ini dapat diperoleh dari penulis korespondensi atas permintaan yang wajar.

7.4. Pendanaan

Penyusunan naskah, pelaksanaan program, serta proses publikasi artikel ini terlaksana secara mandiri tanpa adanya sponsor atau dukungan dana eksternal dari pihak mana pun.

7.5. Deklarasi Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bebas dari segala bentuk potensi konflik kepentingan, baik yang bersifat finansial maupun hubungan personal, yang dapat memengaruhi objektivitas substansi dan penyajian hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] J. Suryono, M. Wijaya, H. Irianto, M. Harisudin, N. T. Rahayu, D. Darsini, P. Indri Astuti, and H. Sri Kusumawati, "Model of community empowerment through education non-formal entrepreneurship to improve independence of micro, small and medium enterprises," *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, vol. 22, no. 3, pp. 413–429, 2023.

[2] S. Bacq, C. Hertel, and G. Lumpkin, "Communities at the nexus of entrepreneurship and societal impact: A cross-disciplinary literature review," *Journal of Business Venturing*, vol. 37, no. 5, p. 106231, 2022.

[3] B. Rawat and D. Maulidditya, "Entrepreneurship in information technology as a method for improving student creativity in the digital economy," *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, vol. 4, no. 1, pp. 32–37, 2022.

[4] A. Azzahra, "Harnessing village resources for economic independence: A study on local entrepreneurship and skill development," *Journal of Village Development Innovation*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2024.

[5] Y. D. Anna, H. Djajadikerta, and A. Setiawan, "Strengthening the foundations of socialpreneurship through integrated reporting a systematic bibliometric perspective," *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, vol. 8, no. 1, pp. 296–309, 2026.

[6] S. Wahyuni, J. Arista, U. Nuha, and J. Astutik, "Science learning module based on local potential of grenden village on digestive system material to improve problem solving ability of junior high school students." *Journal of Biological Education Indonesia (Jurnal Pendidikan Biologi Indonesia)*, vol. 11, no. 1, pp. 156–165, 2025.

[7] L. Lo Presti, G. Maggiore, V. Marino, and R. Resciniti, "Mobile instant messaging apps as an opportunity for a conversational approach to marketing: a segmentation study," *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 37, no. 7, pp. 1432–1448, 2022.

[8] R. Susanto, M. Kiftiyah *et al.*, "Community empowerment based on education and mentoring to increase local economic independence in kotabumi, lampung," *Amali: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Pendidikan*, vol. 1, no. 2, pp. 502–513, 2025.

[9] G. Dauda and U. S. Elegu, "Impact of government expenditure on economic growth in nigeria," *ADSU International Journal of Applied Economics, Finance and Management*, vol. 11, no. 2, 2026.

[10] U. Rahardja, P. A. Sunarya, N. Lutfiani, M. Hardini, and S. N. Sari, "Transformation of green economic recovery based on photovoltaic solar canopy," *Transformation*, vol. 7, no. 2, 2022.

[11] D. Prasandha and Y. D. Susanti, "Empowering rural entrepreneurs through independent-entrepreneurship literacy program," *ASEAN Journal of Community Engagement*, vol. 6, no. 1, pp. 48–75, 2022.

[12] M. Mulyati, S. Zebua, D. Apriani, F. P. Oganda, A. Fitriani, S. V. Sihotang, and N. A. Santoso, "Optimization of community entrepreneurship through diversification and digitalization of locally based chocolate beverages," *ADI Journal on Recent Innovation*, vol. 7, no. 1, pp. 88–99, 2025.

[13] United Nations Department of Economic and Social Affairs, "Goal 8." [Online]. Available: https://sdgs.un.org/goals/goal8

[14] H. Hasmawati, W. Winarti, J. Jumriani, M. I. C. Arfah, and J. Jafar, "The effect of community-based entrepreneurship development programs on improving the economic welfare of communities in rural areas," *Celebes Journal of Community Services*, vol. 3, no. 2, pp. 10–23, 2024.

[15] Q. Aini, D. Manongga, U. Rahardja, I. Sembiring, and A. U. Hasanah, "Scheme ilearning dapps for education using blockchain-based," in *2022 IEEE Creative Communication and Innovative Technology (ICCIT)*. IEEE, 2022, pp. 1–7.

[16] D. A. Suryawati, S. P. A. A. P. Dewi, R. F. Osin, and I. W. A. Anggayana, "The role of women in protecting the village and rural tourism in timpag village," *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, vol. 5, no. 2, pp. 74–79, 2022.

[17] M. Suguna, A. Sreenivasan, L. Ravi, M. Devarajan, M. Suresh, A. S. Almazyad, G. Xiong, I. Ali, and A. W. Mohamed, "Entrepreneurial education and its role in fostering sustainable communities," *Scientific reports*, vol. 14, no. 1, p. 7588, 2024.

[18] R. James *et al.*, "The role of local communities in social-based economic empowerment," *Journal of Social, Culture & Humanitarian Research*, vol. 1, no. 1, pp. 28–36, 2025.

[19] A. Darwanto, R. C. I. Prahmana, A. Susanti, and I. A. Khalil, "Transformation of boarding school management models in enhancing student accessibility and educational quality," *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, vol. 21, no. 1, pp. 145–164, 2024.

[20] N. N. Rafiana, "Technopreneurship strategy to grow entrepreneurship career options for students in higher education," *ADI Journal on Recent Innovation*, vol. 5, no. 2, pp. 110–126, 2024.

[21] A. I. Sulaiman, T. N. Adi, A. G. Runtiko *et al.*, "Community empowerment as socio-economic education of tourism villages based on local wisdom," *Education Quarterly Reviews*, vol. 5, no. 3, 2022.

[22] D. R. W. Ashari, S. Sartono, B. Subagyo, G. S. Waskita, and E. Santoso, "Building entrepreneurial capabilities through co-creation multiformat branding and omnichannel marketing," *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 2, pp. 238–249, 2026.

[23] A. Muhajir, "Inclusion of pluralism character education in the islamic modern boarding schools during the pandemic era," *Journal of Social Studies Education Research*, vol. 13, no. 2, pp. 196–220, 2022.

[24] A. Yani, A. M. A. Ausat *et al.*, "Strategies for community empowerment through social entrepreneurship to support sustainable economic development," *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)*, vol. 1, no. 4, pp. 211–220, 2024.

[25] H. Hamdan, U. Rahardja, M. Muhtarom, and A. Valerry, "Transforming education management with orange servant leadership and happiness practices," *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, vol. 8, no. 2, pp. 741–753, 2026.

[26] N. Nazeri, R. Hidayat, and R. El Maza, "Encouraging community empowerment and local economic independence in villages through sustainable economic develop-ment techniques," *The Es Economics and Entrepreneurship*, vol. 3, no. 02, pp. 239–245, 2024.

[27] M. I. S. Ahmad, M. I. Idrus, and S. Rijal, "The role of education in fostering entrepreneurial spirit in the young generation," *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, vol. 1, no. 2, pp. 93–100, 2023.

[28] I. Y. Rahanra, I. S. Ponto, and M. R. Kurnia, "Local potential and youth entrepreneurship: A community-engaged learning approach for sustainable economic empowerment in eastern indonesia," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 3, pp. 227–250, 2025.

[29] I. N. Pratiwi, D. D. O. Prabawati, E. D. Wahyuni, N. Nursalam, I. Y. Widyawati, and N. A. Yahaya, "Entrepreneurship in social media literacy and intentions for diabetes prevention among adolescent students," *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, vol. 8, no. 1, pp. 85–98, 2026.

[30] D. Dushkova and O. Ivlieva, "Empowering communities to act for a change: A review of the community empowerment programs towards sustainability and resilience," *Sustainability*, vol. 16, no. 19, p. 8700, 2024.

[31] S. Sarwar, "Punjab sahulat bazaars authority: Pakistan's only public welfare institution of distinction, elevated from company to statutory authority through a unique business and operational mode," *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, vol. 13, no. 3, pp. 11–21, 2025.

[32] H. Hamdan, E. A. Nabila, R. A. Gunawan, A. P. Valentie, and C. Perez, "Digitalization of financial literacy and social media as a sustainable economic strategy in food & beverages: Digitalisasi literasi keuangan dan media sosial sebagai strategi ekonomi berkelanjutan pada food & beverages," *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, vol. 6, no. 1, pp. 99–107, 2025.

[33] S. Sukardi, S. Wahyuni, and R. Rachmawati, "Entrepreneurship capability by triple series innovations in building competitive resilience within the airline industry," *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, vol. 7, no. 3, pp. 957–972, 2025.

[34] T. Alblooshi, M. Azli, M. F. Hilmi, A. Abudaqa, and G. Ahmed, "Examining the trends in citizen satisfaction towards e-government services in united arab emirates: a structural equation modelling approach," *International Journal of Services, Economics and Management*, vol. 14, no. 1, pp. 58–77, 2023.

[35] N. H. Farhansyah and H. Fabroyir, "Entrepreneurial applications of augmented reality in product placement on shelves," *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, vol. 8, no. 1, pp. 185–198, 2026.

[36] D. Benzaken, M. Voyer, A. Pouponneau, and Q. Hanich, "Good governance for sustainable blue economy in small islands: Lessons learned from the seychelles experience," *Frontiers in Political Science*, vol. 4, p. 1040318, 2022.

[37] A. Wilson, R. Kask, and L. W. Ming, "Exploring circular digital economy strategies for sustainable environmental, economic, and educational technology," *International Transactions on Education Technology (ITEE)*, vol. 2, no. 2, pp. 129–139, 2024.

[38] T. Hariguna, B. B. Madon, and U. Rahardja, "User'intention to adopt blockchain certificate authentication technology towards education," in *Proceedings of the 1st International Conference on Frontier of Digital Technology Towards a Sustainable Society*, vol. 2808, no. 1. AIP Publishing LLC, 2023, p. 070001.

[39] A. Leffia, S. A. Anjani, M. Hardini, S. V. Sihotang, and Q. Aini, "Corporate strategies to improve platform economic performance: The role of technology, ethics, and investment management," *CORISINTA*, vol. 1, no. 1, pp. 16–25, 2024.

[40] A. A. Setyawan, K. Mere, L. Judijanto, I. Moridu *et al.*, "Navigating financial landscapes: Evaluating the interplay between bank health, gcg self-assessment, and performance in global banking institutions." *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting (DIJEFA)*, vol. 4, no. 6, 2024.

[41] Bank Indonesia, "Bank Indonesia launches four integrated MSME entrepreneurship transformation programs to strengthen the people's economy," Press release No. 28/127/DKom, Jun. 2026. [Online]. Available: https://www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2812726.aspx

[42] R. Kurniawan, A. Alba, F. Aruni, C. A. Fitriati, N. Marefanda *et al.*, "Financial literacy and the sustainable livelihood framework: Advancing economic independence and food security," *Natapraja*, vol. 13, no. 2, pp. 227–242, 2025.

[43] C. Lukita, S. Wulandari, S. M. Wahid, and T. Widiyatmoko, "The impact of blockchain on business and economics: Analysis of theory and implementation," *Blockchain Frontier Technology*, vol. 4, no. 1, pp. 58–62, 2024.

[44] C. Winkler, B. Hammoda, E. Noyes, and M. Van Gelderen, "Entrepreneurship education at the dawn of generative artificial intelligence," pp. 579–589, 2023.