

**Pelatihan Kewirausahaan dan UMKM Digital untuk Pemuda
Menuju Kemandirian Ekonomi di Desa Karang Kemiri,
Kecamatan Belitang, Kabupaten OKU Timur**

***Entrepreneurship and Digital MSME Training for Youth Toward
Economic Independence in Karang Kemiri Village, Belitang
District, East OKU Regency***

Akhsanul Huda¹⁾, Widodo²⁾, Lia Rahmawati³⁾

¹⁾Institut Agama Islam Insan Prima Misbahul Ulum Gumawang OKU Timur, Indonesia;
Email: akhsanulhuda29@gmail.com

²⁾Institut Agama Islam Insan Prima Misbahul Ulum Gumawang OKU Timur, Indonesia,
Email: widodo@insanprimamu.ac.id

³⁾Mahasiswa Institut Agama Islam Insan Prima Misbahul Ulum Gumawang OKU Timur,
Indonesia; Email: Liarahma29@gmail.com

ABSTRAK

Pemuda desa memiliki peran strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi berbasis lokal. Namun, tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan keterampilan kewirausahaan dan minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi pemuda Desa Karang Kemiri Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur dalam bidang kewirausahaan dan UMKM digital. Metode pengabdian dilakukan melalui pelatihan partisipatif, praktik langsung pemasaran digital, serta pendampingan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep kewirausahaan, keterampilan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta munculnya inisiatif pemuda untuk merintis usaha berbasis produk lokal. Dengan demikian, pelatihan ini menjadi salah satu strategi efektif untuk mendorong terciptanya kemandirian ekonomi pemuda desa.

Kata kunci: kewirausahaan, UMKM digital, pemuda desa, kemandirian ekonomi

ABSTRACT

Village youth play a strategic role in driving locally-based economic development. However, challenges include limited entrepreneurial skills and minimal use of digital technology in managing MSMEs. This community service activity aims to improve the knowledge, skills, and motivation of youth in Karang Kemiri Village, Belitang District, East OKU Regency, in the areas of entrepreneurship and digital MSMEs. The community service method is implemented through participatory training, hands-on digital marketing practice, and business mentoring. The results of the activity indicate a significant increase in understanding of entrepreneurial concepts, skills in using social media as a promotional tool, and the emergence of youth initiatives to start businesses based on local products. Therefore, this training is an effective strategy to encourage economic independence among village youth.

Keywords: entrepreneurship, digital MSMEs, village youth, economic independence

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi desa merupakan agenda strategis dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat fondasi pembangunan nasional. Desa tidak hanya menjadi pusat produksi sumber daya alam, tetapi juga memiliki peran penting dalam menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat melalui pengembangan potensi lokal. Menurut Todaro, pembangunan ekonomi tidak hanya sebatas peningkatan pendapatan, tetapi juga mencakup perbaikan kualitas hidup, pengurangan kemiskinan, serta perluasan kesempatan ekonomi masyarakat luas.¹ Dengan demikian, pembangunan ekonomi desa harus diarahkan pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya saing produk lokal, serta pemberdayaan sumber daya manusia (SDM).

Pemuda desa merupakan aset strategis yang dapat berperan sebagai agen perubahan (*agent of change*). Mereka memiliki energi, kreativitas, serta kemampuan adaptasi yang lebih tinggi terhadap perkembangan teknologi dan informasi. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pemuda desa menghadapi sejumlah kendala, seperti keterbatasan keterampilan kewirausahaan, rendahnya literasi digital, dan minimnya akses terhadap informasi pasar.² Kendala ini menyebabkan potensi lokal desa, seperti hasil pertanian, perkebunan, atau produk olahan tradisional belum termanfaatkan secara optimal dalam kegiatan usaha yang berorientasi pasar modern.

Desa Karang Kemiri, Kecamatan Belitang, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Timur, memiliki potensi sumber daya lokal yang cukup besar, terutama di bidang pertanian dan produk olahan tradisional. Potensi ini, jika dikelola dengan baik, dapat menjadi basis pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkelanjutan. Akan tetapi, pola pemasaran produk UMKM di desa ini masih bersifat konvensional, misalnya hanya dijual di pasar lokal atau melalui jaringan relasi terbatas. Hal ini berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar serta rendahnya daya saing produk.

Di era digital, peluang pengembangan UMKM desa semakin terbuka luas. Teknologi digital, terutama melalui media sosial dan marketplace online, memungkinkan pelaku UMKM memperluas jangkauan pemasaran hingga ke tingkat nasional bahkan internasional.³ Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan kewirausahaan dan UMKM berbasis digital bagi pemuda desa sebagai modal sosial sekaligus keterampilan praktis dalam mengelola usaha.

Konsep kewirausahaan sendiri menurut Suryana adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, serta sumber daya untuk mencari

¹ Michael P. Todaro dan Stephen C. Smith, *Economic Development*, 12th Edition (New York: Pearson, 2015), h. 18.

² Eko Handoyo, "Peran Pemuda dalam Pembangunan Desa," *Jurnal Pembangunan Masyarakat Desa*, Vol. 5, No. 2 (2020), h. 102.

³ Wahyudi Sutopo, "Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Peluang," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 3, No. 1 (2021), h. 45.

peluang menuju sukses usaha.⁴ Kreativitas diperlukan untuk menghasilkan ide-ide usaha baru, sedangkan inovasi menjadi kunci agar usaha tersebut relevan dengan kebutuhan pasar. Pemuda desa yang dibekali keterampilan kewirausahaan akan lebih mampu mengidentifikasi potensi lokal, mengelola risiko usaha, serta menciptakan nilai tambah dari produk yang dihasilkan.

Dalam teori Schumpeter, wirausahawan (entrepreneur) dipandang sebagai inovator yang membawa kombinasi baru dalam proses produksi, distribusi, maupun pemasaran.⁵ Artinya, keberhasilan pembangunan ekonomi desa akan sangat bergantung pada sejauh mana pemuda mampu melakukan inovasi terhadap potensi yang ada, termasuk dengan memanfaatkan teknologi digital.

Pemanfaatan teknologi digital dalam UMKM terbukti mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi, khususnya di wilayah pedesaan. Laporan Bank Indonesia menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan platform digital cenderung memiliki peningkatan omzet dan akses pasar yang lebih luas dibandingkan dengan UMKM yang masih beroperasi secara konvensional.⁶ Selain itu, digitalisasi UMKM juga berkontribusi pada penguatan ekonomi inklusif karena mampu melibatkan kelompok masyarakat yang sebelumnya sulit menjangkau pasar modern. Sehingga Kegiatan pelatihan kewirausahaan berbasis digital di Desa Karang Kemiri dapat diarahkan pada beberapa aspek, yaitu:

1. Pengembangan keterampilan wirausaha: melatih pemuda untuk mengidentifikasi peluang usaha, menyusun model bisnis, dan mengelola risiko.
2. Literasi digital: membekali pemuda dengan kemampuan menggunakan media sosial, *e-commerce*, serta aplikasi keuangan digital.
3. Branding dan pemasaran produk: meningkatkan daya saing produk melalui pengemasan, promosi digital, dan strategi pemasaran online.
4. Manajemen usaha: mencakup pencatatan keuangan, pengelolaan produksi, dan pengendalian mutu produk.

Dengan strategi ini, diharapkan pemuda desa dapat mendorong transformasi ekonomi desa menuju kemandirian, sekaligus memperkuat kontribusi desa terhadap pembangunan nasional.

METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian yang digunakan adalah **participatory training** atau pelatihan partisipatif, di mana pemuda desa dilibatkan secara aktif sebagai subjek utama, bukan sekadar objek kegiatan. Pendekatan ini menekankan keterlibatan,

⁴ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 15.

⁵ Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development* (Cambridge: Harvard University Press, 1934), h. 66.

⁶ Bank Indonesia, *Laporan Perekonomian Indonesia 2022* (Jakarta: Bank Indonesia, 2022), h. 142.

pengalaman langsung, dan pendampingan agar hasil pelatihan dapat berkelanjutan serta berdampak nyata terhadap kemandirian ekonomi pemuda.

Terkait hal ini tahapan pengabdian meliputi **persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi** sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

a. Identifikasi Kebutuhan

Dalam tahapan ini tim PKM yang terdiri dari dosen dengan dibantu oleh mahasiswa melakukan kegiatan wawancara dengan perangkat desa, tokoh masyarakat, dan kelompok pemuda. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui potensi lokal, kendala yang dihadapi pemuda, serta peluang usaha yang relevan dengan kondisi desa

b. Penyusunan Modul Pelatihan

Setelah melakukan identifikasi kebutuhan maka tim PKM yang terdiri dari dosen bersama dengan mahasiswa merancang Modul yang sesuai kebutuhan pemuda, meliputi:

- 1) Dasar-dasar kewirausahaan dan manajemen usaha kecil.
- 2) Strategi pemasaran digital (media sosial, WhatsApp Business, marketplace).
- 3) Pemanfaatan e-commerce untuk memperluas jaringan pemasaran.
- 4) Praktik pembuatan konten digital (foto, video, dan copywriting sederhana).

c. Koordinasi Teknis

- 1) Menentukan lokasi pelatihan (balai desa/gedung serbaguna).
- 2) Menyusun daftar peserta dari kelompok pemuda desa.
- 3) Menyediakan fasilitas seperti proyektor, koneksi internet, dan perangkat praktik (laptop/HP peserta).

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dalam kurun waktu selama 1 hari penuh yaitu pada tanggal 11 Oktober 2025 dengan pola **training–practice–mentoring**.

- **Sesi 1 (08.00–12.00):** *Pengenalan Kewirausahaan dan Potensi Lokal Desa serta Pelatihan Pemasaran Digital* yang disampaikan oleh Akhsanul Huda, M.Pd.I.

Dalam kegiatan tersebut disampaikan terkait pemaparan tentang konsep kewirausahaan, peluang usaha berbasis potensi desa (pertanian, kuliner, kerajinan), serta inspirasi sukses wirausaha muda, Teknik memanfaatkan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok), WhatsApp Business, dan marketplace (Shopee, Tokopedia).

Setelah kegiatan penyampaian materi maka dilanjutkan dengan kegiatan Praktik Pembuatan Konten Promosi Digital, Peserta dibagi

kelompok untuk membuat foto produk, menulis caption menarik, dan membuat video singkat promosi yang didampingi langsung oleh fasilitator.

Dalam kegiatan akhir, dilakukan Sharing dan Diskusi di mana Peserta mempresentasikan hasil konten promosi yang telah dibuat, Pemberian masukan dari fasilitator dan peserta lain.

- **Sesi II Ishoma (12.00-13.30)**
- **Sesi III (13.30-17.00):** *Pendalaman Strategi Manajemen Usaha, Simulasi E-commerce dan Marketplace, Pendampingan Usaha, Refleksi dan Rencana Tindak Lanjut* yang disampaikan oleh Widodo, M.Kom

Dalam kegiatan tersebut disampaikan materi tentang pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan modal, serta strategi mengembangkan usaha,

Kemudian peserta dilatih cara mengunggah produk di marketplace, mengatur harga, deskripsi, dan sistem pengiriman,

Peserta yang sudah memiliki usaha kecil (kuliner, kerajinan, atau jasa) mendapat pendampingan langsung untuk membuat akun bisnis, desain promosi, dan simulasi transaksi online.

Peserta menyusun rencana aksi pasca pelatihan dan melakukan diskusi bersama perangkat desa terkait dukungan berkelanjutan, misalnya pembentukan kelompok usaha pemuda desa.

3. Tahap Evaluasi

Tahapan selanjutnya dalam kegiatan PKM ini adalah melakukan evaluasi terhadap apa yang sudah dilaksanakan dalam kegiatan tersebut dengan:

1. Observasi langsung: tingkat keterlibatan peserta, keaktifan dalam diskusi, dan kemampuan praktik.
2. Kuesioner: mengukur pemahaman materi, minat berwirausaha, dan kesiapan memanfaatkan teknologi digital.
3. Wawancara singkat: menggali motivasi peserta serta kendala yang masih dihadapi.
4. Rencana tindak lanjut: memastikan peserta memiliki target konkret pasca pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital yang dilaksanakan pada tanggal 11 Oktober 2025 dengan diikuti oleh 30 orang pemuda desa. Kegiatan berlangsung dengan suasana partisipatif dan interaktif. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi terlihat dari keaktifan dalam sesi diskusi, praktik pembuatan konten, hingga simulasi pemasaran melalui marketplace. Adapun hasil kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami secara mendalam tentang konsep kewirausahaan, potensi lokal, serta strategi pemasaran modern berbasis digital. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam aspek:

- Pemahaman dasar kewirausahaan: peserta dapat menjelaskan pengertian kewirausahaan, pentingnya inovasi usaha, dan potensi lokal yang bisa dikembangkan (misalnya olahan singkong, kerajinan bambu, dan produk hasil pertanian).
- Keterampilan pemasaran digital: peserta mampu membuat akun bisnis di WhatsApp Business, memanfaatkan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok), dan mulai mengunggah produk di marketplace (Shopee, Tokopedia).
- Produksi konten digital: melalui sesi praktik, peserta dapat membuat foto produk yang menarik, menulis deskripsi singkat (caption) yang komunikatif, dan mencoba membuat video promosi singkat.

Hal ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas (*capacity building*) melalui pelatihan dan pendampingan.⁷

2. Motivasi dan Inisiatif Berwirausaha

Salah satu capaian penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya motivasi peserta untuk berwirausaha. Dari hasil kuesioner dan wawancara singkat:

- Sebanyak 80% peserta menyatakan termotivasi untuk merintis usaha berbasis potensi lokal desa.
- Jenis usaha yang mulai direncanakan meliputi: makanan olahan (keripik singkong, kue basah), kerajinan tangan (anyaman bambu, kerajinan batok kelapa), hingga usaha berbasis pertanian (pemasaran hasil panen secara online).
- Beberapa peserta juga menunjukkan inisiatif untuk berkolaborasi dengan sesama peserta lain, membentuk kelompok usaha kecil yang berfokus pada satu jenis produk.

Motivasi ini memperkuat teori McClelland tentang *need for achievement* (dorongan untuk berprestasi) yang merupakan faktor penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan.⁸

3. Pemanfaatan Teknologi Digital

Pasca pelatihan, peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga mulai mengimplementasikan teknologi digital dalam aktivitas usaha. Hasil nyata yang ditemukan adalah:

⁷ Chambers, Robert. *Rural Development: Putting the Last First*. London: Longman, 1983.

⁸ McClelland, David C. *The Achieving Society*. New Jersey: Van Nostrand, 1961.

- Peserta berhasil membuat akun bisnis di Facebook, Instagram, dan Shopee.
- Tiga peserta langsung mengunggah produk lokal mereka di marketplace dengan pendampingan fasilitator.
- Beberapa peserta melaporkan mendapatkan respon konsumen dari luar desa dalam dua hari pasca kegiatan, khususnya melalui media sosial.

Hasil ini mendukung penelitian Fitriani⁹ yang menegaskan bahwa literasi digital merupakan faktor penting dalam pengembangan UMKM di pedesaan. Dengan kemampuan literasi digital, pemuda desa dapat memperluas pasar hingga keluar wilayah desa, bahkan menembus pasar regional dan nasional.

4. Diskusi dan Implikasi

Temuan dari kegiatan ini membuktikan bahwa pemuda desa Karang Kemiri memiliki potensi besar sebagai motor penggerak kemandirian ekonomi jika diberikan akses pada pengetahuan, keterampilan, dan teknologi. Antusiasme yang tinggi menunjukkan adanya kebutuhan nyata pemuda untuk diarahkan ke bidang produktif. Lebih jauh, kegiatan ini memiliki beberapa implikasi:

- Pendidikan dan pelatihan berkelanjutan perlu dilakukan agar keterampilan yang sudah dimiliki tidak berhenti pada satu kali pelatihan.
- Pendampingan intensif penting untuk memastikan usaha yang dirintis tidak berhenti di tengah jalan, terutama terkait manajemen usaha dan pemasaran digital.
- Kolaborasi dengan pemerintah desa dapat mendukung terbentuknya kelompok usaha pemuda, misalnya melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) atau koperasi pemuda.
- Penguatan jejaring pasar melalui kerja sama dengan UMKM yang sudah berkembang akan mempercepat penetrasi produk lokal ke pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga menjadi cikal bakal terbentuknya ekosistem kewirausahaan desa berbasis digital.

⁹ Fitriani. "Literasi Digital sebagai Faktor Pengembangan UMKM di Pedesaan." *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, Vol. 5, No. 2 (2022)



Kegiatan Akhir Diskusi TIM PKm di dampingi Aparatur Desa

KESIMPULAN

Pelatihan kewirausahaan dan UMKM digital bagi pemuda Desa Karang Kemiri terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi berwirausaha. Pemuda desa mampu memahami konsep dasar kewirausahaan, menguasai keterampilan pemasaran digital, serta mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan produk lokal.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa:

1. Terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya inovasi usaha berbasis potensi lokal.
2. Sebanyak 80% peserta termotivasi untuk merintis usaha kecil berbasis produk lokal (olahan pangan, kerajinan, dan hasil pertanian).
3. Pemuda desa mulai menggunakan teknologi digital (Facebook, Instagram, Shopee) untuk promosi dan transaksi, bahkan beberapa sudah berhasil mendapatkan konsumen dari luar desa.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga menjadi cikal bakal terbentuknya ekosistem kewirausahaan desa berbasis digital, yang dapat mendorong terciptanya kemandirian ekonomi pemuda desa.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. *Laporan Perekonomian Indonesia: UMKM dan Digitalisasi*. Jakarta: Bank Indonesia, 2022.

- Chambers, Robert. *Rural Development: Putting the Last First*. London: Longman, 1983.
- Fitriani, N. “Pemberdayaan Pemuda Desa melalui Literasi Digital untuk Pengembangan UMKM.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 5, No. 2, 2022: 115–127.
- Huda, A., Ahmadi, A. ., & Junadi, A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Musik Hadroh Al-Habsyi pada Grup Hadroh Khusus Jamaah Ibu-Ibu Di Desa Karang Jaya Kecamatan Belitang II Kabupaten OKU Timur. *JePKM (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(01), 1–8. <https://doi.org/10.70688/jepkm.v5i01.391>
- Mahrovi, M., Ahmadi, A., & Wasiati, W. (2023). Pelatihan Seni Kaligrafi Dalam Meningkatkan Kreativitas Santri MDTA Raden Fatah Di Desa Suka Negara. *JePKM (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(1), 32–41.
- McClelland, David C. *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand, 1961.
- Pratiwi, A. R., Ahmadi, A., & Adzkiyaunuha, M. (2025). Pendampingan TPA dan Posyandu sebagai bentuk pengabdian masyarakat di Desa Burnai Sari Mulya OKU Timur. *JePKM (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 9–20. <https://doi.org/10.70688/jepkm.v6i1.503>
- Putri, D. A. “Transformasi UMKM melalui Digitalisasi di Era Revolusi Industri 4.0.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 3, No. 1, 2021: 45–53.
- Schumpeter, Joseph A. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- Suryana. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2020.
- Todaro, Michael P., dan Stephen C. Smith. *Economic Development*. 12th Edition. Boston: Pearson Addison Wesley, 2015.