

Pemuda Kompak, Desa Berdampak: Dari Nongkrong Ga Jelas Ke Aksi Nyata Bikin Viral

¹Budi Harto, ²Sri Marhanah, ³Lina Parlina, ⁴Panji Pramuditha, ⁵Teti Sumarni, ⁵Kayla Putri Nalya

^{1,3,4,5,6}Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I, Bandung

²Manajemen, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

E-mail: budiharto@plb.ac.id, srimarhanah@upi.edu, linaparlina@plb.ac.id,
panjipramuditha@plb.ac.id, tetisumarni@plb.ac.id, kaylaputrinayla.r23ab@plb.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Cibodas Lembang untuk mengatasi paradoks digital di kalangan pemuda, di mana 82% memiliki smartphone, tetapi hanya 15% yang memanfaatkannya untuk produktivitas ekonomi. Masalah utama mencakup kesenjangan keterampilan digital, rendahnya literasi kewirausahaan, dan pola pikir yang berfokus pada urbanisasi untuk menghalangi pengembangan potensi lokal. Program ini bertujuan untuk memberdayakan pemuda melalui pelatihan komprehensif dalam pemasaran digital, kewirausahaan, pengelolaan keuangan, dan personal branding, using pendekatan CBPR (Community-Based Participatory Research) serta metode edutainment berbasis proyek. Kegiatan berlangsung selama satu bulan melibatkan 30 peserta dari karang taruna, pemuda desa, dan UMKM lokal. Hasilnya, terdapat peningkatan pemahaman peserta sebesar 40% (skor post-test rata-rata 82), terbentuknya beberapa usaha mikro baru, serta akun promosi bisnis yang memperkenalkan product lokal. Inovasi program berfokus pada integrasi kearifan lokal dengan konten digital serta pendampingan intensif oleh mahasiswa. Program ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan praktis dapat mengtransformasi pemuda dari konsumen pasif menjadi agen perubahan di desa. Rekomendasi keberlanjutan mencakup dukungan berkelanjutan dan kolaborasi dengan platform e-commerce.

Kata kunci : Pemberdayaan Pemuda Desa, Digital Marketing, Kewirausahaan Desa, Peningkatan Kapabilitas Pemuda, CBPR, Edutainment.

ABSTRACT

This community service program was implemented in Cibodas Lembang Village to address the digital paradox among young people, where 82% own smartphones, but only 15% use them for economic productivity. The main problems include the digital skills gap, low entrepreneurial literacy, and a mindset focused on urbanization that hinders the development of local potential. The program aims to empower youth through comprehensive training in digital marketing, entrepreneurship, financial management, and personal branding, using a CBPR (Community-Based Participatory Research) approach and project-based edutainment methods. The activities lasted for one month and involved 30 participants from youth organizations, village youth, and local MSMEs. As a result, there was a 40% increase in participants' understanding (average post-test score of 82), the establishment of several new micro-businesses, and business promotion accounts introducing local products. The program's innovation focused on integrating local wisdom with digital content and intensive mentoring by students. This program demonstrates that a collaborative and practical approach can transform youth from passive consumers into agents of

change in the village. Recommendations for sustainability include ongoing support and collaboration with e-commerce platforms.

Keyword : Empowering Rural Youth, Digital Marketing, Rural Entrepreneurship, Enhancing Youth Capabilities, CBPR, Edutainment.

1. PENDAHULUAN

Dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) dan SDG 11 (komunitas berkelanjutan), pemberdayaan pemuda sangat penting (United Nations, 2015). Pemuda berperan sebagai agen perubahan yang mendorong inklusi ekonomi dan pembangunan lokal. Paradoks demografi bonus terjadi di Indonesia, 24,3% dari populasi berusia 16 hingga 30 tahun (BPS, 2023), tetapi itu diiringi dengan masalah pengangguran muda dan urbanisasi massal karena kurangnya lapangan kerja di desa (Aida & Nasution, 2019; Wijaya et al., 2020). Penelitian (Azmi et al., 2024; Elder et al., 2015; Jaya & Hariningsih, 2025) menunjukkan bahwa remaja yang tinggal di desa yang tidak terberdayakan cenderung menjadi pengangguran atau migran. Oleh karena itu, program pemberdayaan berbasis keterampilan, seperti pelatihan digital dan kewirausahaan, sangat penting.

Dengan meningkatnya populasi usia produktif penetrasi internet (APJII, 2024) dan kelembagaan karang taruna sebagai wadah pengorganisasian, pemuda Desa Cibodas Lembang memiliki potensi demografis dan teknologi yang luar biasa. Namun, paradoks teknologi terjadi penggunaan gadget yang tinggi tidak sebanding dengan kontribusi ekonomi kreatif (Simon Kemp, 2023). Ini terjadi karena kurangnya pelatihan berbasis keterampilan (Chea & Huijsmans, 2018; Nambiar et al., 2019) dan keyakinan bahwa merantau ke kota adalah satu-satunya cara untuk sukses (Dokubo et al., 2023; Yeboah, 2021). Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Arief Yanto

Rukmana et al., 2021; Darwin Abd Radjak et al., 2024; Sujatna & Istimal, 2018; Zunan Setiawan et al., 2023) mengemukakan bahwa pemuda desa kebanyakan tidak memiliki akses ke program pemberdayaan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja.

Paradoks digital di Desa Cibodas Lembang. Banyak remaja mengakses internet setiap hari (APJII, 2024), tetapi waktu mereka dihabiskan untuk bermain game dan media sosial (Simon Kemp, 2023). Menurut (Aliyah et al., 2025; Faiza et al., 2025) hanya sedikit pemuda desa yang memanfaatkan teknologi untuk bisnis atau pemasaran produk lokal. Meskipun hal tersebut, desa memiliki potensi yang sangat besar untuk wisata dan ekonomi kreatif Barat. UMKM di Cibodas masih menghadapi masalah dengan pemasaran digital menurut perangkat desa, menunjukkan bahwa pelatihan diperlukan untuk mengubah produksi digital menjadi konsumsi digital.

Empat modul yang terintegrasi dalam Program "Kompak Kampung" Desa Cibodas Lembang mengadopsi pendekatan pembelajaran experiential (Barida, 2018; Nuryanti S., 2016): (1) Marketing Digital dengan pelatihan konten kreatif menggunakan media sosial (Budi Harto et al., 2023, 2024); (2) Kewirausahaan dengan menggunakan Business Model Canvas dan teknik pitching (Arief Yanto Rukmana et al., 2021; García-Muiña et al., 2020); (3) Literasi Keuangan UMKM (Choerudin et al., 2023; Harto et al., 2024); dan (4) Personal Branding Digital (Budi Harto et al., 2021; Harto & Taufikurachman, 2020; Vițelar, 2019). Sejalan dengan gagasan "digital-to-real viral impact", yang mentransformasikan keterampilan digital menjadi dampak ekonomi nyata,

implementasi proyek nyata dengan pendampingan langsung pada UMKM lokal (Harto et al., 2022; Putra et al., 2025; Rahayu & Diatmika, 2025) (misalnya, pemasaran produk agro-wisata) menjadi pembeda utama.

Melalui pendekatan pengembangan partisipasi (Masri et al., 2023; Patilaiya et al., 2022), program pemberdayaan ini secara strategis mengubah pemuda Desa Cibodas dari konsumen yang tidak bergerak menjadi pencipta yang bergerak, dan studi kasus menunjukkan peningkatan keterampilan aplikatif seperti manajemen UMKM dan digital marketing. Sebagaimana dibuktikan oleh penelitian (Alfiani et al., 2024; Lestari Daswan et al., 2023; Muhammad Tafsir et al., 2025), partisipasi pemuda meningkatkan pendapatan UMKM desa, menjadikan pemuda yang terlatih sebagai agen perubahan bagi desa. Dalam pengembangan wisata, sinergi karang taruna dengan pemerintah desa juga sejalan dengan model kolaboratif pemerintahan (Muhammad Tafsir et al., 2025; Oktapiansyah et al., 2024; Saputra & Febriantini, 2023), di mana kolaborasi antara berbagai pihak meningkatkan keberlanjutan program. Pemanfaatan platform digital untuk mempromosikan produk agro-wisata meningkatkan kunjungan (Aditya Ahmad Fauzi et al., 2023; Al Amin et al., 2024; Budi Harto et al., 2024; Umar, 2024), menunjukkan bahwa pendekatan keterampilan untuk dampak efektif.

Dalam jangka pendek, program ini menargetkan peningkatan kemampuan pemuda dalam pengelolaan usaha mikro dan promosi desa, seperti yang ditunjukkan oleh (Aliyah et al., 2025; Herwinsyah, 2024) yang menunjukkan peningkatan keterampilan digital pemuda desa pasca pelatihan serupa. Pendekatan triple helix (I Gusti Agung Ayu Yuliantika Dewi & I Nyoman, 2024; Utami et al., 2019), yang menggabungkan pemuda, pemerintah desa, dan pelaku usaha lokal, dimaksudkan untuk membangun

lingkungan bisnis pemuda yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Target program adalah untuk menumbuhkan wirausaha muda dalam waktu kegiatan pemberdayaan. Hasil serupa di desa lain (Kartika, 2013; Muhammad Tafsir et al., 2025; Puspitasari, 2018) menunjukkan bahwa model ini dapat membangun usaha mikro berkelanjutan dalam waktu.

Program ini secara empiris menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan dan kewirausahaan digital dapat mengubah pola perilaku pemuda desa dari konsumtif-negatif (nongkrong tidak produktif) menjadi produktif-kreatif. Ini sesuai dengan temuan (Arslan et al., 2021; Rahmayanti & Moersito Wibowo, 2024; Ruslan et al., 2024) tentang transformasi pemuda desa di era digital. Teori transformasi digital pedesaan menekankan bahwa teknologi dapat berfungsi sebagai katalisator untuk perubahan sosial-ekonomi di pedesaan (Irfan B & Anirwan, 2024; Olayemi Sennuga, 2025). Tidak hanya viralitas konten yang mengukur keberhasilan program, tetapi juga dampak ekonominya. Efek ekonomi riil program termasuk peningkatan pendapatan UMKM desa dan terbentuknya usaha digital baru, yang menunjukkan relevansi model "dari viral ke penciptaan nilai" dalam pembangunan pedesaan Indonesia.

2. PERMASALAHAN MITRA

Pemuda Desa Cibodas Lembang yang mencapai 35% populasi, dengan kepemilikan smartphone lebih banyak berdasarkan survey awal. Hal ini justru menghadapi paradoks digital, penggunaan gadget didominasi hiburan, sementara sebagian kecil untuk pemanfaatan UMKM desa. Kesenjangan keterampilan kritis terlihat dari banyak pemuda yang tidak memiliki kompetensi wirausaha/digital marketing, diperparah oleh *mindset urban-centric* bahwa kesuksesan hanya bisa diraih di kota. Hal

ini menyebabkan karang taruna sebagai wadah pemberdayaan hanya melibatkan sedikit pemuda.

Dampaknya, potensi ekonomi lokal seperti agro-wisata dan kerajinan tidak tergarap optimal berdasarkan laporan BUMDes, sementara pengangguran pemuda mencapai lumayan tinggi. Pemuda desa melalui karang taruna meminta pelatihan aplikatif seperti digital marketing dan kewirausahaan berbasis potensi lokal, serta pendampingan berkelanjutan untuk membangun ekosistem kolaboratif pemuda-karang taruna-UMKM. Studi (Herwinsyah, 2024; Lestari Daswan et al., 2023; Muhammad Tafsir et al., 2025) menegaskan model ini mampu mengubah partisipasi pemuda dari sekadar konsumen menjadi pelaku usaha.

Program "Pemuda Kompak, Desa Berdampak" dirancang menjawab masalah ini melalui workshop/pelatihan digital marketing, pelatihan Business Model Canvas, pengelolaan keuangan, dan proyek riil pendampingan UMKM.

3. METODOLOGI

Bahan yang Digunakan

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan berbagai bahan pendukung untuk mendorong pelatihan pemberdayaan pemuda yang paling efektif. Modul digital, yang dirancang khusus, terdiri dari materi tentang digital marketing, kewirausahaan, pengelolaan keuangan usaha kecil, dan personal branding, tersedia dalam bentuk buku panduan PDF dan video. Aplikasi Android berbasis edukasi ini menawarkan kuis interaktif dan studi kasus UMKM lokal untuk membantu pemuda belajar mandiri. Alat pendukung seperti proyektor digunakan untuk mempresentasikan materi, dan spanduk digunakan untuk menginformasikan kegiatan.

Metode yang Digunakan

Metode Penelitian Berbasis Partisipasi Komunitas (CBPR) melibatkan pemuda secara aktif dalam setiap tahapan program. Salah satu tujuannya adalah untuk membuat program berbasis masukan pemuda, membuat pelatihan menggunakan metode learning by doing, membuat output seperti proyek UMKM, dan melakukan evaluasi partisipatif. Metode ini dipilih karena mampu menumbuhkan rasa memiliki pemuda terhadap program dan memastikan bahwa solusi yang diberikan sesuai dengan lingkungan lokal. Diskusi kelompok, proyek kolaboratif, dan sesi refleksi harian meningkatkan partisipasi aktif pemuda.

Observasi Awal

Meskipun sebagian besar penduduk Desa Cibodas Lembang memiliki smartphone, observasi awal menunjukkan bahwa pemuda setempat kekurangan keterampilan digital dan wirausaha. Menurut wawancara dengan kepala desa dan ketua Karang Taruna, penghambat utama adalah kurangnya pelatihan praktis dan fasilitas pendukung. Selain itu, anak-anak muda lebih suka menggunakan perangkat elektronik untuk hiburan daripada untuk bekerja. Selain itu, karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, kearifan lokal seperti agro-wisata dan kerajinan tangan belum dimanfaatkan secara optimal. Hasil ini digunakan untuk membangun program pelatihan yang didasarkan pada kebutuhan riil.

Pengembangan Program

Tim merancang program pelatihan dengan menyusun modul berjenjang yang mencakup kewirausahaan, pengelolaan keuangan, digital marketing, dan personal branding. Pertanyaan sebelum dan setelah tes dirancang untuk mengukur pemahaman peserta. Indikator seperti kemampuan untuk membuat konten promosi dan membuat rencana bisnis adalah contohnya. Tujuan khusus

program ini adalah untuk meningkatkan kemampuan 30 pemuda dalam mengelola usaha dan memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk desa. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan peran karang taruna sebagai wadah pemberdayaan.

Tabel 1. Sosialisasi dan Aktivitas Pelatihan Pemberdayaan Pemuda

Aktivitas	Keterangan	Tanggal	Hasil
Sosialisasi	Kegiatan pemberdayaan pemuda berdampak dengan berbagai pelatihan dan workshop yang dilakukan di Desa Cibodas Lembang	31 Juli 2025	Spanduk kegiatan, Jadwal Pelatihan, Materi Pelatihan, Dokumentasi
Pelatihan/ Workshop	Pelatihan pemberdayaan pemuda Desa Cibodas meliputi: 1. Praktik pembuatan konten promosi di Instagram dan TikTok 2. Praktik penyusunan rencana bisnis sederhana 3. Praktik pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi excel 4. Role play personal branding Metode CBPR dan edutainment berbasis proyek untuk meningkatkan partisipasi	1-30 Agustus 2025	Peningkatan pemahaman peserta (data pretest/ post-test), Video tutorial, modul pelatihan, sertifikat, proyek usaha pemuda

Implementasi Program

Program dimulai dengan sosialisasi pintu ke pintu dan pelatihan intensif selama 1 bulan. Metode edutainment berbasis proyek digunakan, seperti membuat konten TikTok secara langsung untuk mempromosikan produk UMKM desa. Pendekatan CBPR diwujudkan melalui pembagian kelompok kerja yang didampingi mahasiswa. Mahasiswa ditugaskan untuk menemukan masalah UMKM lokal dan menemukan cara kreatif untuk menyelesaikannya. Mahasiswa membantu remaja menggunakan alat digital dan membuat strategi pemasaran.

Persiapan Program Output

Meningkatkan pemahaman peserta tentang output program, yang ditunjukkan dengan peningkatan skor post-test sebesar 40% untuk materi digital marketing dan 35% untuk materi kewirausahaan. Pemuda berhasil melakukan dua belas proyek yang dikerjakan. Salah satunya adalah akun Instagram, yang mempromosikan produk lokal. Kemampuan awal peserta yang berbeda diatasi melalui pendampingan intensif dan modul bertahap. Peserta memulai bisnis snack tradisional kemasan modern, yang merupakan contoh sukses.

Tabel 2. Pertanyaan Pretest dan Post-Test

No	Aspek Bloom	Pertanyaan
1	Remembering	Apa tujuan utama digital marketing?
2	Remembering	Apa yang dimaksud dengan "break-even point" dalam kewirausahaan?
3	Understanding	Mengapa pengelolaan keuangan penting untuk bisnis?
4	Remembering	Apa fungsi utama personal branding?
5	Analyzing	Jika sebuah usaha kecil memiliki margin keuntungan 20%, bagaimana cara
6	Understanding	Komponen apa saja yang harus ada dalam rencana pemasaran digital?
7	Analyzing	Apa manfaat menggunakan Instagram untuk pemasaran usaha kecil?
8	Understanding	Apa yang termasuk dalam "biaya variabel" suatu usaha?
9	Applying	Bagaimana cara mengukur keberhasilan kampanye digital marketing?
10	Analyzing	Mengapa konsistensi penting dalam personal branding?
11	Creating	Rancang strategi pemasaran digital sederhana untuk produk kerajinan lokal!
12	Applying	Apa langkah pertama dalam membuat anggaran usaha kecil?
13	Analyzing	Berikan contoh tujuan SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) untuk usaha kecil!
14	Analyzing	Mengapa analisis SWOT penting dalam perencanaan usaha?
15	Creating	Buat contoh konten Instagram yang efektif untuk promosi produk makanan!

Evaluasi Program

Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui kendala, kelemahan, dan kelebihan program yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi akan menjadi dasar acuan untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya. Evaluasi menggunakan pretest dan post-test serta project yang dihasilkan. Analisis kualitatif melalui FGD juga mengungkap peningkatan kepercayaan diri peserta dalam berwirausaha. Sebanyak 85% peserta menyatakan pelatihan relevan dengan kebutuhan mereka, dan 60% berkomitmen untuk mengembangkan usaha mikro di desa. Keberhasilan ini membuktikan efektivitas pendekatan CBPR dan kolaborasi multipihak dalam pemberdayaan pemuda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pemberdayaan pemuda berdampak ini dilaksanakan melalui tahapan yang terintegrasi dengan pendekatan CBPR. Tahapan program menghasilkan hasil yang efektif dan menggambarkan kolaborasi masyarakat dalam hal ini para pemuda selama program berlangsung.

Hasil Observasi

Hasil observasi awal di Desa Cibodas Lembang menunjukkan bahwa pemuda setempat menghadapi masalah besar dalam menerapkan keterampilan digital marketing, kewirausahaan, pengelolaan keuangan bisnis, dan personal branding. Hanya 15 persen

pemuda menggunakan smartphone untuk keperluan produktif berdasarkan survei awal. “Mayoritas pemuda hanya aktif di media sosial untuk hiburan, bukan untuk mengembangkan usaha”, kata Ketua Karang Taruna saat diwawancarai. Selain itu, ada perbedaan digital antara generasi muda dan tua, hanya 20% Usaha kecil di desa yang dapat menggunakan pemasaran digital. Selain itu, karena kurangnya pengetahuan tentang integrasi konten kreatif berbasis budaya lokal, kearifan lokal seperti agro-wisata dan kerajinan tangan belum tergarap dengan baik.

Program Pengembangan Pemuda

Berdasarkan analisis menyeluruh terhadap keadaan pemuda di Desa Cibodas Lembang, program pemberdayaan dirancang dengan berkonsentrasi pada empat program pemberdayaan yang sangat penting, kewirausahaan, pengelolaan keuangan bisnis, digital marketing, dan personal branding. Taksonomi Bloom, yang mengukur tingkat pemahaman dari mengingat (mengingat) hingga mencipta (membuat), digunakan untuk membuat instrumen pre-test dan post-test yang dirancang untuk memastikan bahwa program itu efektif. Sebagai contoh, pertanyaan, "Bagaimana cara mengukur ROI (*Return on Investment*) dalam pemasaran digital?" dimaksudkan untuk mengevaluasi kemampuan peserta untuk menganalisis. Tujuan yang jelas dan dapat diukur ditetapkan, seperti meningkatkan pengetahuan 70% peserta tentang strategi pemasaran digital, membantu 30% peserta memulai usaha mikro dalam waktu enam bulan, dan membuat modul keuangan sederhana yang mudah dipahami dan diakses oleh semua peserta.

Kegiatan nyata yang aplikatif dan partisipatif memastikan pelaksanaan program ini. Pelatihan pemasaran digital mencakup praktik langsung membuat konten promosi untuk barang-barang UMKM lokal Desa di platform seperti

Instagram dan TikTok. Untuk menumbuhkan kepercayaan diri, workshop kewirausahaan mengajak pemuda untuk membuat *business model canvas* untuk gagasan bisnis mereka. Pelatihan personal branding berfokus pada membangun citra profesional secara online, dan sesi pengelolaan keuangan membahas cara membuat laporan keuangan sederhana dengan alat digital yang mudah diakses. Setiap kegiatan dirancang dengan berbasis proyek nyata sehingga peserta tidak hanya mempelajari teori tetapi juga dapat menggunakannya dalam situasi nyata untuk mencapai target.

Implementasi Program Pengembangan Pemuda

Program pemberdayaan pemuda di Desa Cibodas Lembang dilaksanakan dengan menerapkan metode edutainment berbasis proyek dan pendekatan CBPR yang menekankan partisipasi aktif masyarakat. Pemuda terlibat langsung dalam kegiatan praktis seperti pembuatan konten TikTok untuk mempromosikan produk UMKM lokal, dimana mereka belajar teknik pengambilan video, penulisan naskah menarik, dan strategi optimasi media sosial. Selain itu, mereka juga melakukan simulasi penyusunan anggaran usaha menggunakan studi kasus nyata warung kopi desa, yang meliputi perhitungan modal, penetapan harga jual, dan analisis break-even point. Pendekatan learning by doing ini memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami teori tetapi segera mengaplikasikannya dalam konteks usaha riil di lingkungan mereka.

Dalam implementasinya, mahasiswa bertindak sebagai mentor yang mendampingi proses pembelajaran secara langsung, salah satunya dengan membimbing pembuatan dan pengoptimalan akun bisnis Instagram untuk usaha peserta. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan pemahaman pemuda, sebagaimana disampaikan oleh salah satu peserta dalam FGD, "Pelatihan ini membantu saya paham cara pakai Instagram untuk jualan kerajinan, dari sebelumnya hanya pakai untuk hiburan sekarang jadi bisa menghasilkan." Melalui pendekatan CBPR, seluruh kegiatan dirancang dan dijalankan secara kolaboratif antara tim dosen dan mahasiswa, pemuda, dan pihak desa, sehingga solusi yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal, serta menciptakan rasa kepemilikan yang tinggi pada peserta terhadap program yang dilaksanakan.



Gambar 1. Pelaksanaan Workshop Pelatihan

Capaian Output Program Pengembangan Pemuda

Hasil program pemberdayaan pemuda menunjukkan kemajuan yang signifikan; ada peningkatan 40% dalam pemahaman peserta, yang ditunjukkan oleh peningkatan skor rata-rata pre-test (45) menjadi post-test (82). Peserta langsung terlibat dalam proyek yang mewujudkan keberhasilan ini. Salah

satunya adalah pembuatan akun Instagram UMKM lokal yang mempromosikan produk lokal serta konten TikTok kreatif yang memiliki penambahan pengikut. Peserta pelatihan menjalankan bisnis snack tradisional yang menghasilkan omzet penjualan, yang merupakan salah satu usaha mikro yang lahir dari program ini. Kesuksesan ini meningkatkan ekonomi lokal dan memberi pemuda kepercayaan untuk mengelola bisnis berbasis digital.



Gambar 2. Praktik Pelatihan

Tidak ada masalah dengan menciptakan tujuan pembelajaran berdasarkan prinsip ABCD (*Audience, Behavior, Condition, and Degree*), meskipun hasil program secara keseluruhan cukup baik. Mengidentifikasi indikator keberhasilan yang jelas untuk strategi pemasaran digital adalah salah satu masalah yang dihadapi oleh 25% peserta. Untuk memastikan pemahaman konsep yang komprehensif, pendampingan yang lebih intensif dan metode yang lebih bertahap diperlukan karena tantangan ini. Untuk memaksimalkan efek berkelanjutan dari pelatihan yang telah diberikan, program harus memasukkan sesi khusus untuk mengajarkan cara membuat tujuan yang realistis dan dapat diukur.

Evaluasi Program Pemberdayaan Pemuda

Dengan menggunakan pretest dan posttest, evaluasi program menunjukkan hasil yang sangat signifikan antara nilai pre-test dan post-test. Ini menunjukkan bahwa program efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Semua komponen mengalami kenaikan skor rata-rata pre-test ke post-test, dengan materi digital marketing meningkat paling tinggi sebesar 45%, kewirausahaan sebesar 38% dan personal branding 38%. Secara khusus, digital marketing meningkat dari 50 menjadi 85, kewirausahaan dari 45 menjadi 80, pengelolaan keuangan dari 40 menjadi 75 dan personal branding dari 45 menjadi 80. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mengambil pengetahuan tetapi juga siap untuk menggunakan keterampilan tersebut dalam kehidupan nyata.

Partisipasi dan komitmen berkelanjutan menunjukkan bahwa pemuda Desa Cibodas Lembang sangat terlibat, dengan tingkat partisipasi seratus persen. Bahkan lebih menarik, 60% persen peserta menyatakan bahwa mereka berkomitmen untuk mempertahankan dan memperluas usaha mereka. Ini menunjukkan dampak jangka panjang dari program ini. Selain itu, data kualitatif dari FGD menunjukkan bahwa kepercayaan diri peserta meningkat dan mereka lebih termotivasi untuk menjadi agen perubahan di desanya. Kesuksesan ini adalah hasil dari pendekatan edutainment berbasis proyek dan pendampingan intensif, yang menjamin pembelajaran yang tidak hanya teoritis tetapi juga kontekstual dan aplikatif.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Program

Aspek	Pre-Test (Rata-rata)	Post-Test (Rata-rata)	Peningkatan
Digital Marketing	50	85	35%
Kewirausahaan	45	80	38%
Pengelolaan Keuangan Usaha	40	75	35%
Personal Branding	45	80	38%

Diskusi

Sosialisasi Program Pemberdayaan Pemuda di Desa Cibodas Lembang

Di Desa Cibodas Lembang, kegiatan sosialisasi program pemberdayaan pemuda menerima respons yang sangat positif dari peserta, dengan tingkat partisipasi mencapai 95%. Pemuda menunjukkan antusiasme tinggi terhadap materi pelatihan, terutama tentang kewirausahaan dan digital marketing, tetapi mereka mengatakan sulit untuk menerapkan konsep tersebut secara praktis. Salah satu peserta pemuda karang taruna mengatakan, "Saya masih bingung bagaimana memulai usaha mikro dengan modal terbatas dan memanfaatkan digital marketing untuk promosi" (Data wawancara awal). 70% peserta mengatakan sulit mengubah budaya lokal menjadi konten digital yang menarik, termasuk agrotourism dan kerajinan tangan.

Peran kepala desa dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan persepsi yang positif tentang program. Sementara masyarakat berpartisipasi dalam uji coba produk pemuda, kepala desa secara aktif memfasilitasi ruang pertemuan dan mendorong dukungan dari stakeholder lokal. Studi yang dilakukan (Hadiyanti, 2008; Harto & Saidah, 2018; Kusumawardani & Septiarti, 2019) menemukan bahwa partisipasi tokoh masyarakat meningkatkan efisiensi program pemberdayaan pemuda desa. Namun, perbedaan generasi masih menimbulkan masalah, generasi tua cenderung menentang teknik digital, sementara generasi muda menginginkan metode yang lebih canggih (Azad et al., 2023; Choudhary et al., 2024). Hasil ini sejalan dengan (Amin & Ritonga, 2024; Pratama et al., 2024; Zurba et al., 2020) yang menyatakan bahwa kerja sama antargenerasi adalah kunci keberhasilan pemberdayaan berbasis kearifan lokal.

Selama pelatihan, pemuda Desa Cibodas Lembang menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan. Hal ini terutama disebabkan oleh perbedaan antara pengetahuan teoritis dan praktik yang relevan. Salah satu peserta

mengatakan, "Saya kesulitan mempraktikkan teori digital marketing untuk usaha orangtua saya karena kurangnya contoh kasus yang relevan dengan produk lokal." (Data Wawancara). Penyebab utama antara lain:

1. Tidak memiliki pengalaman sebelumnya dalam manajemen bisnis dan penggunaan tool digital.
2. Materi pelatihan yang terlalu luas dan tidak terstruktur secara bertahap, seperti membahas algoritma dari Instagram dan TikTok dalam satu sesi tanpa instruksi teknis.
3. Keterbatasan waktu untuk pelatihan yang tidak memungkinkan konsep untuk menjadi kuat.

Hasilnya, hanya 30% peserta pelatihan yang dapat membuat rencana bisnis sederhana setelah pelatihan, menghambat tujuan pemberdayaan pemuda untuk menjadi wirausaha mandiri. Menurut penelitian (Capatina et al., 2024; Minnick et al., 2022), pelatihan yang terlalu umum tanpa pendekatan kontekstual menyebabkan retensi pengetahuan yang rendah dan aplikasi praktis. Selain itu, kesalahan dasar dalam pengelolaan keuangan, seperti pencatatan arus kas dan perhitungan margin profit, menyebabkan usaha pemula gagal (Harto et al., 2024; Nkwinka & Akinola, 2023; Stice et al., 2017).

Pemuda Desa Cibodas Lembang menghadapi beberapa tantangan yang signifikan saat berusaha menggabungkan kearifan lokal dengan bisnis dan konten digital. 75% peserta mengalami kesulitan mengubah nilai lokal menjadi konten yang relevan dan menarik bagi pasar modern, menunjukkan perbedaan yang ada antara pengetahuan tradisional dan praktik terkini. Salah satu peserta mengatakan, "Saya hanya tahu istilah dan cerita turun-temurun tentang kerajinan tangan dari nenek saya, tetapi tidak paham bagaimana menjelaskan nilai budayanya secara ilmiah kepada konsumen muda" (Data Wawancara). Hal ini diperparah oleh kurangnya keinginan para pemuda

untuk mempelajari kearifan lokal, mereka yang tidak aktif mencari informasi tentang warisan budaya desa (Dewi et al., 2024; Ibadurrahman, 2025; Vitry, 2024). Kearifan lokal dianggap sebagai "bahan usang" yang tidak kompetitif di era teknologi.

Keterampilan dimiliki oleh generasi muda sedikit dalam pembuatan produk yang memiliki nilai tambah tinggi. Sebanyak 60% usaha pemuda hanya membuat produk konvensional tanpa melakukan inovasi desain atau kemasan yang mengikuti tren pasar. Studi (Djuarni, 2023; Zulfan Zulkarnaen Z & Agung Winarno, 2025) menemukan penurunan minat pasar pada produk berbasis kearifan lokal yang tidak didukung oleh inovasi yang kuat. Selain itu, kegagalan integrasi menghambat potensi ekonomi kreatif desa, yang tidak memanfaatkan agrowisata dan kerajinan tangan dengan baik (Egi Adi Saputra & Ridwan Irawansyah, 2025; Laksmi et al., 2024).

Penerapan metode edutainment berbasis proyek dan CBPR dalam program pemberdayaan pemuda di Desa Cibodas Lembang terbukti signifikan dalam meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta. Pendekatan menggunakan proyek nyata seperti membuat konten TikTok untuk mempromosikan produk lokal dan simulasi pengembangan kanvas model bisnis-berhasil meningkatkan retensi materi sebesar 40% dibandingkan dengan metode ceramah konvensional. Generasi muda tidak hanya berfungsi sebagai penerima pengetahuan secara pasif, namun juga berperan aktif sebagai co-creator dalam setiap fase proyek. Seorang peserta menyatakan, "Dengan langsung mempraktikkan pembuatan konten dan menghitung modal usaha, saya memahami cara menerapkan teorinya" (Data wawancara).

CBPR meningkatkan partisipasi pemuda melalui pengerjaan proyek dan pembelajaran bersama, di mana tim

kegiatan pengabdian bertindak sebagai fasilitator dan instruktur. Contoh konkret penerapan CBPR adalah pendampingan dalam penyusunan strategi pemasaran digital untuk usaha kerajinan lokal, di mana pemuda desa dilibatkan dalam identifikasi masalah melalui diskusi partisipatif (misalnya, “Mengapa produk kerajinan sulit dijual), perancangan solusi berbasis data lokal (seperti analisis pesaing dan target pasar), serta implementasi dan evaluasi bersama tim pengabdian.

Dampak yang teramati termasuk partisipasi aktif dari 95% peserta selama pelatihan, membuat usaha pemula berbasis digital setelah pelatihan, serta peningkatan nilai post-test pada aspek aplikasi praktis (85%) dibandingkan dengan teori (65%). CBPR efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat melalui pendekatan kolaboratif dan kontekstual (Agus Afandi et al., 2022; Tiffany Shahnaz Rusli et al., 2022).

Hasil test menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan antara nilai pre-test dan post-test, yang mengonfirmasi bahwa program pelatihan secara statistik efektif dalam meningkatkan pemahaman pemuda di semua aspek pelatihan. Nilai rata-rata pre-test sebesar 45 meningkat menjadi 80 pada post-test, dengan peningkatan tertinggi terjadi pada aspek kewirausahaan (38%) dan personal branding (38%), diikuti oleh digital marketing (35%) dan pengelolaan keuangan usaha (35%). Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan praktik berbasis proyek dan pendampingan langsung paling efektif untuk materi yang bersifat aplikatif seperti kewirausahaan dan personal branding.

Hubungan antara metode pelatihan dan peningkatan pemahaman dapat dilihat dari konsistensi peningkatan pada aspek aplikasi (Applying) dan analisis (Analyzing) dalam taksonomi Bloom, yang masing-masing meningkat sebesar 35% and 38%. Metode edutainment berbasis proyek (seperti simulasi bisnis

dan pembuatan konten digital) memungkinkan pemuda tidak hanya mengingat teori tetapi juga menerapkan pengetahuan secara langsung. Sementara itu, pendekatan CBPR yang melibatkan pemuda dalam identifikasi masalah dan desain solusi berkontribusi pada peningkatan kemampuan analisis dan evaluasi. Data ini sejalan dengan temuan (Acim et al., 2024; Mutanga, 2024; Rahayuningsih et al., 2022) yang menyatakan bahwa pembelajaran partisipatif berbasis proyek meningkatkan retensi pengetahuan dibanding metode konvensional.

Tabel 4. Keberhasilan Program Pemberdayaan Pemuda

Aspek	Pre-Test (Rata-rata)	Post-Test (Rata-rata)	Peningkatan
Remembering	55	82	27%
Understanding	50	78	28%
Applying	45	80	35%
Analyzing	40	78	38%
Evaluating	35	72	37%
Creating	30	70	40%

Keberhasilan program tercermin dari kemampuan pemuda dalam menciptakan proyek riil (aspek Creating dengan peningkatan 40%), seperti akun bisnis Instagram, Tiktok dan rencana keuangan usaha. Signifikansi hasil kegiatan ini memperkuat rekomendasi untuk menggunakan metode serupa dalam program pemberdayaan pemuda desa lainnya.

Pemuda dan pelaku UMKM di Desa Cibodas Lembang masih membutuhkan peningkatan kemampuan teknis digital, khususnya dalam penggunaan tools analitik (Instagram Insights, TikTok) dan e-commerce platform. Untuk generasi yang lebih tua (orang tua pemuda dan pemilik UMKM tradisional), diperlukan pelatihan dasar seperti penggunaan smartphone untuk transaksi digital dan manajemen akun bisnis sederhana. Studi (Rahayuningsih et al., 2022; Seerangan & Ravi, 2024; Yang et al., 2024) menunjukkan bahwa program intergenerational digital literacy meningkatkan adopsi teknologi di pedesaan.

5. KESIMPULAN

Program pemberdayaan “Pemuda Kompak, Desa Berdampak: Dari Nongkrong Ga Jelas ke Aksi Nyata Bikin Viral” berhasil dilaksanakan di Desa Cibodas Lembang, dengan tujuan utama membantu pemuda dan pemilik usaha kecil. Program ini bertujuan memberdayakan pemuda melalui pelatihan dalam pemasaran digital, kewirausahaan, manajemen keuangan, dan branding pribadi untuk mengatasi paradoks digital dan kesenjangan keterampilan. Kami menggunakan metode Penelitian Berbasis Komunitas (CBPR) dan edutainment berbasis proyek untuk memastikan partisipasi aktif dan pembelajaran kontekstual. Kerjasama dengan pemerintah desa, akademisi, dan mahasiswa menciptakan sinergi yang mendukung kesuksesan program.

Hasil utama program ini adalah peningkatan pemahaman peserta secara signifikan, dengan peningkatan rata-rata 40% pada skor ujian pasca-program. Prestasi nyata termasuk pendirian lima usaha mikro baru, akun promosi digital usaha dan peningkatan pendapatan usaha peserta mengalami progress peningkatan. Inovasi program terletak pada integrasi kebijaksanaan lokal dengan konten digital dan pendekatan belajar sambil praktik yang langsung dapat diterapkan. Efek jangka pendek meliputi peningkatan keterampilan digital dan motivasi kewirausahaan, sementara efek jangka panjang berpotensi menciptakan ekosistem kewirausahaan pemuda yang berkelanjutan.

Evaluasi program menunjukkan kelebihan dalam metode partisipatif dan bimbingan intensif, meskipun menghadapi tantangan seperti kesenjangan keterampilan awal peserta dan kesulitan dalam merumuskan tujuan pembelajaran berbasis ABCD. Pelajaran kunci termasuk kebutuhan akan modul yang lebih terstruktur dan pendekatan

antar generasi untuk menjangkau semua lapisan masyarakat. Untuk keberlanjutan, disarankan untuk memiliki program pembimbingan lanjutan, memperkuat struktur institusional organisasi pemuda, dan bekerja sama dengan platform e-commerce lokal. Program ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu terapan pemberdayaan pemuda berbasis digital, tetapi juga membuktikan bahwa transformasi teknologi dapat mendorong perbaikan inklusif dan berkelanjutan dalam kualitas hidup komunitas pedesaan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pimpinan Pemerintah Desa Cibodas Lembang dan Karang Taruna, yang telah memastikan pelaksanaan program ini berjalan dengan optimal. Ucapan terima kasih juga kepada LPPM Politeknik LP3I dan mahasiswa, serta para pemuda peserta pelatihan yang telah aktif berpartisipasi membantu dalam kegiatan dan berhasil mencapai hasil yang nyata dalam peningkatan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Acim, A., Maysuri, T., & Sopacua, J. (2024). Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Project Based Learning Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Pada Sma Negeri 3 Maluku Tengah. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 9(4), 566–580.
<https://doi.org/10.24815/jimps.v9i4.32918>
- Aditya Ahmad Fauzi, Budi Harto, Mulyanto, Irma Maria Dulame, Panji Pramudhita, I Gede Iwan Sudipa, Arif Devi Dwipayana, Wahyudi Sofyan, Rahmat Jatnika, & Rindi Wulandari. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Sektor Pada Masa*

- Society 5.0*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Agus Afandi, Nabiel Laily, Noor Wahyudi, & Muchammad Helmi Umam. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Aida, A. N., & Nasution, M. (2019). Problematika Tingginya Pengangguran Muda. *Buletin APBN*, IV(5), 3–6.
- Al Amin, I. H., Untari Ningsih, D. H., Handoyo, J., Mahasinul Akhlak, M. L., Lusiana, V., & Hartono, B. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 573–583. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i3.2862>
- Alfiani, D. A., Said, M. M., & Kurniati, R. (2024). Analisis Peran Pemuda dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Destiasi Wisata. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 9(3), 655–663. <https://doi.org/10.28926/briliant.v9i3.1392>
- Aliyah, H., Sugiono, S., & Zelika, Y. (2025). Peningkatan Kompetensi Pemuda melalui Workshop Digital Marketing untuk Mendukung Pengembangan UMKM Lokal. *Lentera Pengabdian*, 3(01), 8–12. <https://doi.org/10.59422/lp.v3i01.708>
- Amin, M., & Ritonga, A. D. (2024). Diversity, Local Wisdom, and Unique Characteristics of Millennials as Capital for Innovative Learning Models: Evidence from North Sumatra, Indonesia. *Societies*, 14(12), 260. <https://doi.org/10.3390/soc14120260>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/>
- Arief Yanto Rukmana, Budi Harto, & Hendra Gunawan. (2021). Analisis Urgensi Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dan Peranan Society 5.0 dalam Perspektif Ilmu Pendidikan Kewirausahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 13(1), 8–23.
- Arslan, A., Tschirley, D. L., Di Nucci, C., & Winters, P. (2021). Youth Inclusion in Rural Transformation. *The Journal of Development Studies*, 57(4), 537–543. <https://doi.org/10.1080/00220388.2020.1808199>
- Azad, I., Chhibber, S., & Tajhizi, A. (2023). How Do Different Generations Communicate on Social Media? A Comparative Analysis of Language Styles, Emoji Usage, and Visual Elements. *Language, Technology, and Social Media*, 1(2), 22–33. <https://doi.org/10.70211/ltsm.v1i2.61>
- Azmi, H. N., Wijaya, H. B., & Basram, N. F. (2024). Study of Youth Participation in Development Based on Regional Spatial Profile: Case Study of Urban and Rural Villages in Temanggung, Indonesia. *Jambura Geo Education Journal*, 5(1), 78–86. <https://doi.org/10.37905/jgej.v5i1.24330>
- Barida, M. (2018). Model Experiential Learning dalam Pembelajaran untuk Meningkatkan Keaktifan Bertanya Mahasiswa. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(2), 153.

- <https://doi.org/10.26638/jfk.409.2099>
- BPS. (2023). *Statistik Pemuda Indonesia 2023*. Balai Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023>
- Budi Harto, Milla Marlina, Panji Pramuditha, Apriliyanti, & Teti Sumarni. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi Digital, Digital Marketing, dalam Mendorong Sustainability Competitive Bisnis UMKM Kue Suguwangi di Desa Melatiwangi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(1), 221–229.
- Budi Harto, Panji Pramuditha, Arief Yanto Rukmana, Harnavela Sofyan, Hana Rengganawati, Andina Dwijayanti, & Teti Sumarni. (2023). Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung. *KOMVERSAL*, 5(2), 244–261. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1499>
- Capatina, A., Juarez-Varon, D., Micu, A., & Micu, A. E. (2024). Leveling up in corporate training: Unveiling the power of gamification to enhance knowledge retention, knowledge sharing, and job performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(3), 100530. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100530>
- Chea, L., & Huijsmans, R. (2018). Rural youth and urban-based vocational training: Gender, space and aspiring to ‘become someone.’ *Children’s Geographies*, 16(1), 39–52. <https://doi.org/10.1080/14733285.2017.1300234>
- Choerudin, A., Zulfachry, Rahmatya Widyaswati, Lady Diana Warpindyastuti, Jana Siti Nor Khasanah, & Budi Harto. (2023). *Literasi Keuangan*. Global Eksekutif Teknologi.
- Choudhary, R., Shaik, Y. A., Yadav, P., & Rashid, A. (2024). Generational differences in technology behavior: A systematic literature review. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(9), 6755. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i9.6755>
- Darwin Abd Radjak, Dekki Umamur Ra’is, & Abd. Rohman. (2024). *Pembangunan Masyarakat Desa (Pertama)*. Forind.
- Dewi, A. T. R., Aini, A. N., Sania, I., Azizah, N. Z., & Nurpadilah, Y. (2024). Rendahnya Minat pada Budaya Lokal di Kalangan Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 23642–23649.
- Djuarni, W. (2023). Strategi Produk Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(1), 35–43. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v7i1.394>
- Dokubo, E. M., Sennuga, S. O., Omolayo, A. F., & Barnabas, T. M. (2023). Effect of Rural-Urban Migration among the Youths and its Impacts on Agricultural Development in Kuje Area Council, Abuja, Nigeria. *Journal of Research in Science and Technology*, 4(2), 12–27.
- Egi Adi Saputra & Ridwan Irawansyah. (2025). Potensi Wisata Desa Cipelang dalam Membangun Ekonomi Kreatif: Peluang dan Tantangan. *Karimah Tauhid*, 4(2), 1138–1145.
- Elder, S., de Haas, H., Principi, M., & Schewel, K. (2015). *Youth and rural development: Evidence from 25 school-to-work*

- transition surveys*. International Labour Organization.
- Faiza, N., Diantoro, E., Hidayat, S., & Arianto, B. (2025). The Role Of Digital Marketing In Developing Rural Creative Economy. *Jurnal Ilmu EkonoI Dan Manajemen (JMM17)*, 12(1), 95–106. <https://doi.org/10.30996/jmm17.v12i1.12794>
- García-Muiña, F. E., Medina-Salgado, M. S., Ferrari, A. M., & Cucchi, M. (2020). Sustainability transition in industry 4.0 and smart manufacturing with the triple-layered business model canvas. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). Scopus. <https://doi.org/10.3390/su12062364>
- Hadiyanti, P. (2008). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Keterampilan Produktif Di Pkbn Rawasari, Jakarta Timur. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 17(IX), 90–99. <https://doi.org/10.21009/PIP.171.10>
- Harto, B., & Saidah, L. (2018). Menggali Potensi Ekonomi Mandiri Melalui Program Pengabdian Masyarakat Pendidikan Vokasi Politeknik LP3I di Kabupaten Subang. *SEMBADHA 2018*, 1, 98–103.
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. (2022). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(2), 9–15. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2399>
- Harto, B., Taufikurachman, C., Napisah, L. S., Parlina, L., & Puryati, D. (2024). Pendampingan Pencatatan dan Pengelolaan Keuangan Dengan Aplikasi Excel for Accounting (EXfA) untuk Meningkatkan Literasi Keuangan UMKM Kue Sugu Wangi di Desa Melati Wangi, Kabupaten Bandung. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(1), 241–250. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i1.3197>
- Herwinsyah. (2024). Pelatihan Keterampilan Digital untuk Pemuda Desa Karangpatihan sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi. *MUJAHADA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 28–45. <https://doi.org/10.54396/mjd.v2i2.1635>
- I Gusti Agung Ayu Yulartika Dewi, & I Nyoman, M. S. (2024). Kolaborasi Triple Helix Dalam Program Inovasi Desa (Studi Kasus: Desa Sanur Kaja, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar). *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi*, 15(02), 253–262. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v15i02.13762>
- Ibadurrahman, A. (2025). Pengembangan Ekonomi Kreatif Batik Tulis Kraton Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 654–665. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i1.1308>
- Irfan B, & Anirwan, A. (2024). Explorasi Implementasi Digitalisasi Desa: Studi Literatur. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.51577/ijipublication.v5i1.546>
- Jaya, Y. P., & Hariningsih, D. (2025). Analisis Determinan Migrasi Tenaga Kerja Indonesia ke Luar Negeri (Studi Kasus di Enam Kabupaten Jawa Tengah). *Ecoducation*, 7(1), 224–239.

- Kartika, R. S. (2013). Expanding Opportunities Based Rural Entrepreneurship Potential Of The Village (Descriptive Study In District Of Foreign Karang Rejo Katon Pesawaran District, Kampong Java Subdistrict Earth Love Queen Central Lampung Regency And Village. *Jurnal Bina Praja*, 5(4), 281–300.
- Kusumawardani, E., & Septiarti, S. W. (2019). Youth involvement: Empowerment effort through child-friendly village program. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 32(2), 209. <https://doi.org/10.20473/mkp.V3.2I22019.209-216>
- Laksmi, G. W., Tarigan, E., Dewi, T. R., & Ingkadijaya, R. (2024). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 40–63. <https://doi.org/10.35309/dharma.v5i1.318>
- Lestari Daswan, Miftahur Rahman Hakim, Nila Asriani, Andriani Tenri, & Renaldi. (2023). Peran Pemuda Milenial Dalam Mendukung Pengembangan UMKM Melalui Usaha Gerai Box di Kota Unaaha Kabupaten Konawe. *Robust Research Business and Economics Studies*, 3(1), 85–93. <https://doi.org/10.31332/robust.v3i1.6407>
- Masri, Mohd. A., Ibrahim, M., & Hadi, M. (2023). Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Partisipasi dalam Pembangunan Desa Payakameng. *AJAD : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.59431/ajad.v3i1.149>
- Minnick, W., Cekada, T., Marin, L., Zreiqat, M., Seal, B., & Mulroy, J. (2022). The Impact of Active Learning Strategies on Retention and Outcomes in Safety Training. *Creative Education*, 13(02), 526–536. <https://doi.org/10.4236/ce.2022.132031>
- Muhammad Tafsir, Yana Fajriah, Sufiati Sufiati, Andi Dahrul, Dharmawaty Djaharuddin, Bungatang T, & Yudi Akhmad Sadeli. (2025). Penguatan Peran Pemuda dalam Pembangunan Desa melalui Karang Taruna. *Jurnal Kemitraan Masyarakat*, 2(2), 232–240. <https://doi.org/10.62383/jkm.v2i2.1695>
- Mutanga, M. B. (2024). Students' Perspectives and Experiences in Project-Based Learning: A Qualitative Study. *Trends in Higher Education*, 3(4), 903–911. <https://doi.org/10.3390/higheredu3040052>
- Nambiar, D., Karki, S., Rahardiani, D., & Singh, K. (2019). *Study on skills for the future in Indonesia*. Oxford Policy Management.
- Nkwinika, E., & Akinola, S. (2023). The importance of financial management in small and medium-sized enterprises (SMEs): An analysis of challenges and best practices. *Technology Audit and Production Reserves*, 5(4(73)), 12–20. <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2023.285749>
- Nuryanti S., B. L. (2016). Manajemen Pembelajaran Kewirausahaan Melalui Pendekatan Experiential Learning Di Fpeb Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 15(1), 70–86. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v15i1.9473>

- Oktapiansyah, R., Sari, N., Carlina, A., Wahyu, B. A., Melinda, D., Agustina, S., Andalena, M., Oktalia, T., Hasanah, M., & Sari, R. B. R. (2024). Sinergi Efektif Karang Taruna dan Masyarakat dalam Mewujudkan Desa Tumbuhan Yang Maju. *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 159–168. <https://doi.org/10.54437/annafah.v2i2.1769>
- Olayemi Sennuga, S. (2025). The Role of Technology in Transforming Rural Social Systems: An Insightful Review. *Nutrition and Food Processing*, 8(1), 01–09. <https://doi.org/10.31579/2637-8914/281>
- Patilaiya, H. L., Sinurat, J., Sarasati, B., Jumiyati, S., Supriatna, A., Harto, B., Siburian, U. D., Mahaza, Indah Wahyu Maesarini, & Trisnani Dwi Hapsari. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat*. Global Eksekutif Teknologi.
- Pratama, A., Wahyudin, U., Hatimah, I., Sulistiono, E., Fuadi, D. S., Ferianti, F., Hidayat, T., Haryanto, H., & Sardin, S. (2024). From Tradition to Action: The Potential of Community Empowerment Through Local Wisdom for Sustainable Environmental Protection Practices. *The Eurasia Proceedings of Educational and Social Sciences*, 271–282. <https://doi.org/10.55549/epess.820>
- Puspitasari, D. C. (2018). Wirausaha Muda Membangun Desa: Dinamika Partisipasi Pembangunan Desa. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 330. <https://doi.org/10.22146/studipe.mudaugm.36817>
- Putra, E. J., Gumilang, H. A., Syariifah, I. R., Aulia, M., & Hasanah, N. (2025). Pendampingan Transformasi Digital UMKM di Desa Dampit melalui Pengembangan Identitas Usaha Berbasis Solusi Digital Terpadu. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.29103/jmm.v4n1.23414>
- Rahayu, S., & Diatmika, I. P. G. (2025). Pendampingan Umkm Berbasis Produk Lokal Dalam Membangun Brand Yang Berkelanjutan Di Desa Labuhan Sumbawa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–48.
- Rahayuningsih, S., Nurasrawati, & Muhammad Nurhusain. (2022). Komparasi Efektivitas Model Pembelajaran Project Based Learning (PjBL) dan Konvensional: Studi Pada Siswa Menengah Pertama. *Kognitif: Jurnal Riset HOTS Pendidikan Matematika*, 2(2), 118–129. <https://doi.org/10.51574/kognitif.v2i2.654>
- Rahmayanti, D., & Moersito Wibowo, W. (2024). Transformasi Digital: Literasi dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wajak berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Menghadapi Keterbukaan Masa Kini. *ABDIMAS TERAPAN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Terapan*, 2(2), 08–26. <https://doi.org/10.59061/abdimas.terapan.v2i2.778>
- Ruslan, R., Ilham S, M., M, I., Fandini, I., & Umar, U. (2024). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital bagi Generasi Muda di Desa Nepo Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(1), 100. <https://doi.org/10.33394/jpu.v5i1.9496>
- Saputra, P., & Febriantin, K. (2023). Keterlibatan Karang Taruna Dalam Melakukan Pemberdayaan

- Kepada Masyarakat Di Desa Cikalong Kecamatan Cilamaya Wetan. *Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 10(1), 25–33.
- Seerangan, C., & Ravi, D. R. V. (2024). THE CRUCIAL ROLE OF INTERGENERATIONAL LEARNING IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION. *International Journal of Cultural Studies and Social Sciences*, 20(1).
- Simon Kemp. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Stice, D., Stice, E. K., & Stice, J. D. (2017). Cash Flow Problems Can Kill Profitable Companies. *International Journal of Business Administration*, 8(6), 46. <https://doi.org/10.5430/ijba.v8n6p46>
- Sujatna, Y., & Istimal, I. (2018). Pengentasan Pengangguran Bagi Pemuda di Desa Cigudeg Melalui Kegiatan Budidaya Ikan Lele. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(2), 349. <https://doi.org/10.30595/jppm.v2i2.2443>
- Tiffany Shahnaz Rusli, Yoseb Boari, Dahlia Amelia, & Dewi Rahayu. (2022). *Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Umar, A. H. (2024). Penyuluhan dan Mentoring Pemanfaatan Platform Digital untuk Agrowisata Petik Durian di Desa Nagasareh, Kecamatan Banyuates, Kabupaten Sampang. *Khodimul Ummah: Journal of Community Service*, 3(1), 53–66.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Utami, H. N., Sandra, S., & Ruhana, I. (2019). Pemberdayaan Masyarakat dengan Pendekatan Triple Helix untuk Pengembangan Kompetensi Wirausaha Masyarakat Desa Mandiri Energi. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 5(3), 294–302. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2019.005.03.5>
- Vitry, H. S. (2024). ANALISIS PERANAN PEMUDA DALAM MELESTARIKAN BUDAYA LOKAL DI ERA GLOBALISASI. *Open Access*, 03(08).
- Wijaya, P. A., Suprihanto, J., & Riyono, B. (2020). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pengangguran dan Urbanisasi Pemuda di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(1), 117. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i1.24503>
- Yang, Z., Qiang, L., & Wei, Z. (2024). *A study on the influence of digital literacy on the participation of rural middle-aged and elderly people in digital life: Moderating Effect based on Intergenerational Support*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4621828/v1>
- Yeboah, T. (2021). Future aspirations of rural-urban young migrants in Accra, Ghana. *Children's Geographies*, 19(1), 45–58. <https://doi.org/10.1080/14733285.2020.1737643>
- Zulfan Zulkarnaen Z & Agung Winarno. (2025). Revitalisasi Branding Lokal Melalui Strategi Co-Creation: Studi Kasus Kopi

- Suling Khas Toraja dalam Menembus Pasar Urban. *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis*, 3(1), 15–34. <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v3i1.1013>
- Zunan Setiawan, Nurlaela Jauhar, Dimas Akmarul Putera, Allicia Deana Santosa, Krispina Fenanlampir, Harmen Fernando Sembel, Budi Harto, Teuku Andi Roza, Aulia Agung Dermawan, & Arief Yanto Rukmana. (2023). *Kewirausahaan Digital*. Global Eksekutif Teknologi.
- Zurba, M., Stucker, D., Mwaura, G., Burlando, C., Rastogi, A., Dhyani, S., & Koss, R. (2020). Intergenerational Dialogue, Collaboration, Learning, and Decision-Making in Global Environmental Governance: The Case of the IUCN Intergenerational Partnership for Sustainability. *Sustainability*, 12(2), 498. <https://doi.org/10.3390/su12020498>