

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal melalui Pengembangan Kewirausahaan di Desa Giripurno, Kabupaten Temanggung

Muhammad Alfin Nurul Akbar¹, Allyshamanda Astri Azkarimanti¹, Aghniya Ajrun Nisa¹, Nabila Amalia Putri¹, Muhammad Surya Dewantara¹, Adam Abyan Maulana¹, Dinda Floresita Ratu Aprianza¹, Alya Rahma Indrastuti¹, Alifah Khalifatu Husna¹, Nita Sri Widayati¹

¹Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

*Penulis Korespondensi: kknunggiripurno256@gmail.com

Abstract. *Community empowerment based on local potential is an approach to developing village entrepreneurship by utilizing existing resources, skills, and economic activities within the community. Giripurno Village, Ngadirejo District, Temanggung Regency has various economic potentials, including agricultural product processing, coffee businesses, MSMEs, PKK/Dawis groups, youth, and Village-Owned Enterprises (BUMDes), which can be further developed through product innovation, resource utilization, marketing, and product identity strengthening. This community service activity aimed to empower the community through entrepreneurship development tailored to the potential and needs of the target groups. The activity employed a descriptive qualitative approach and was conducted on July 31, 2026, in Giripurno Village. The implementation consisted of a joint forum and four activity stations covering five programs: digital marketing, coffee-ground waste utilization into briquettes, low-oil fried shallot processing, the use of an oil-draining machine, and packaging and branding. The activities involved material presentation, demonstrations, discussions, and hands-on practice, while data were collected through observation, documentation, discussions, question-and-answer sessions, and activity notes. The results indicated strengthened community knowledge and experience in digital marketing, waste utilization, product processing, simple technology application, and product packaging and identity development. However, further assistance is required, particularly in adapting to digital marketing, improving product quality, maintaining consistent branding, and expanding market access. The sustainability of the programs requires collaboration among the community, village government, and BUMDes to develop local potential into more independent and sustainable entrepreneurial activities.*

Keywords: *community empowerment; digital marketing; entrepreneurship; local potential; product innovation.*

Abstrak. Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal menjadi salah satu upaya dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan desa dengan memanfaatkan sumber daya, keterampilan, dan aktivitas ekonomi yang telah dimiliki masyarakat. Desa Giripurno, Kecamatan Ngadirejo, Kabupaten Temanggung memiliki berbagai potensi ekonomi, antara lain usaha pengolahan hasil pertanian, usaha kopi, UMKM, kelompok PKK/Dawis, pemuda, dan BUMDes, yang masih dapat dikembangkan melalui inovasi produk, pemanfaatan sumber daya, pemasaran, serta penguatan identitas produk. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui pengembangan kewirausahaan yang disesuaikan dengan potensi dan kebutuhan kelompok sasaran. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat pada 31 Juli 2026 di Desa Giripurno. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas forum bersama dan empat stan yang mencakup lima program, yaitu digital marketing, pemanfaatan ampas kopi menjadi briket, pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng rendah minyak, penggunaan alat peniris minyak, serta packaging dan branding. Metode pelaksanaan meliputi pemaparan materi, demonstrasi, diskusi, dan praktik langsung, dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, diskusi, tanya jawab, dan catatan kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya penguatan pengetahuan dan pengalaman masyarakat dalam pemasaran digital, pemanfaatan limbah, pengolahan produk, penerapan teknologi sederhana, serta pengembangan kemasan dan identitas produk. Meskipun demikian, penerapan hasil kegiatan masih memerlukan pendampingan, khususnya dalam pembiasaan penggunaan media digital, penyempurnaan kualitas produk, konsistensi branding, dan

perluasan pemasaran. Keberlanjutan program memerlukan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan BUMDes agar potensi lokal dapat dikembangkan menjadi kegiatan kewirausahaan yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci: digital marketing; inovasi produk; kewirausahaan; pemberdayaan masyarakat; potensi lokal.

1. LATAR BELAKANG

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu pendekatan dalam pengembangan ekonomi desa yang diarahkan pada kemampuan masyarakat untuk mengenali dan mengembangkan potensi di lingkungannya. Potensi tersebut dapat berupa hasil pertanian, keterampilan, kegiatan usaha, maupun sumber daya sosial yang dikembangkan menjadi kegiatan ekonomi. Pengembangan potensi lokal dapat diperkuat melalui kewirausahaan dengan meningkatkan nilai tambah, identitas produk, dan jangkauan konsumen. Nugraha et al. (2022) menunjukkan pentingnya pemanfaatan potensi lokal serta keterlibatan masyarakat dan pemerintah desa dalam pembangunan berbasis masyarakat, sedangkan Hertel et al. (2021) menekankan pemanfaatan berbagai sumber daya komunitas dalam pengembangan usaha.

Kondisi tersebut relevan dengan Desa Giripurno yang memiliki berbagai aktivitas ekonomi, seperti pengolahan hasil pertanian, usaha kopi, UMKM, serta kegiatan ekonomi yang melibatkan PKK/Dawis, pemuda, dan BUMDes. Masing-masing kelompok memiliki kebutuhan yang berbeda. Pelaku UMKM membutuhkan penguatan pemasaran, pelaku usaha kopi memiliki peluang memanfaatkan ampas kopi, kelompok PKK/Dawis dapat mengembangkan hasil pertanian melalui pengolahan pangan, sedangkan pemuda dan BUMDes dapat mendukung penguatan kemasan dan identitas produk.

Digitalisasi, inovasi produk, serta pengembangan branding dan packaging menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha. Affandi et al. (2024) menunjukkan adanya hubungan positif antara adopsi digital dan kinerja usaha ultra mikro, mikro, dan kecil di Indonesia. Atmojo et al. (2023) menunjukkan bahwa branding dan digital marketing dapat mendukung pengembangan potensi UMKM, sedangkan Wulandari et al. (2025) menunjukkan bahwa pengembangan kemasan dapat membantu membangun identitas dan daya tarik produk. Pemanfaatan sumber daya yang belum optimal, seperti ampas kopi, juga dapat dikembangkan menjadi produk bernilai guna.

Berdasarkan identifikasi dan koordinasi dengan pemerintah desa serta BUMDes, kegiatan pemberdayaan dirancang melalui lima program dalam empat stan, yaitu digital marketing, pemanfaatan ampas kopi menjadi briket, pengolahan bawang merah dan

penggunaan alat peniris minyak, serta packaging dan branding. Kegiatan bertujuan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman masyarakat dalam mengembangkan produk, memanfaatkan sumber daya lokal, menerapkan teknologi sederhana, memperkuat identitas produk, dan memanfaatkan media digital untuk pemasaran.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal menempatkan masyarakat sebagai pelaku dalam mengenali, mengembangkan, dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Pendekatan kewirausahaan berbasis komunitas dapat dilakukan melalui mobilisasi sumber daya lokal, seperti hasil pertanian, keterampilan, bahan baku, dan jaringan sosial untuk menciptakan nilai tambah. Dalam konteks Desa Giripurno, pendekatan tersebut diterapkan melalui pengolahan hasil pertanian, pemanfaatan limbah ampas kopi, serta pengembangan produk dan pemasaran.

Inovasi produk dapat dilakukan melalui pengolahan bahan, penerapan teknologi sederhana, pengembangan kemasan, dan strategi pemasaran. Digital marketing dapat memperluas jangkauan pemasaran, sedangkan branding dan packaging membantu membangun identitas produk. Pemanfaatan teknologi sederhana melalui alat peniris minyak dan pengolahan ampas kopi menjadi briket merupakan bentuk penerapan inovasi sesuai dengan sumber daya dan kebutuhan masyarakat.

Pengembangan usaha juga perlu didukung oleh pemasaran dan identitas produk yang sesuai. Digital marketing memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran, sedangkan branding dan packaging membantu membangun identitas produk. Affandi et al. (2024) menemukan bahwa adopsi digital memiliki hubungan positif dengan kinerja usaha ultra mikro, mikro, dan kecil di Indonesia. Atmojo et al. (2023) juga menunjukkan bahwa branding dan digital marketing dapat digunakan untuk mengembangkan potensi UMKM. Sementara itu, Wulandari et al. (2025) menunjukkan bahwa pengembangan kemasan dapat membantu membangun identitas produk dan meningkatkan daya tariknya.

Keberlanjutan kegiatan pemberdayaan juga membutuhkan dukungan kelembagaan desa. BUMDes dapat menjadi salah satu lembaga yang mendukung pengembangan potensi lokal dan kegiatan ekonomi masyarakat. Harinurdin et al. (2025) menjelaskan bahwa BUMDes dapat mendukung pemberdayaan melalui inovasi,

pengetahuan, dan kerja sama dengan berbagai pihak. Namun, hubungan antara BUMDes dan pelaku usaha masyarakat perlu dibangun melalui kemitraan yang saling mendukung. Effendi et al. (2023) menunjukkan bahwa hubungan BUMDes dengan usaha masyarakat dapat menjadi bentuk kemitraan, tetapi juga dapat menimbulkan persaingan apabila tidak dikelola dengan baik.

Berdasarkan konsep tersebut, kegiatan pemberdayaan di Desa Giripurno menggabungkan aspek pengembangan potensi lokal, inovasi produk, teknologi sederhana, digitalisasi pemasaran, branding, dan penguatan kelembagaan. Kelima program yang dilaksanakan disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran sehingga peserta memperoleh materi dan praktik yang relevan dengan kegiatan ekonomi mereka.

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat untuk menggambarkan pelaksanaan kegiatan, keterlibatan peserta, respons masyarakat, dan hasil yang diperoleh. Kegiatan dilaksanakan pada Jumat, 31 Juli 2026 di Gedung Badminton Dusun Pringsewu, Desa Giripurno, Kecamatan Ngadirejo, Kabupaten Temanggung. Peserta terdiri atas unsur pemerintah desa, BUMDes, pelaku UMKM, pelaku usaha kopi, pemuda, dan anggota PKK/Dawis.

Kegiatan dilaksanakan pada Jumat, 31 Juli 2026 di Gedung Badminton Dusun Pringsewu, Desa Giripurno, Kecamatan Ngadirejo, Kabupaten Temanggung. Peserta terdiri atas unsur pemerintah desa, BUMDes, pelaku UMKM, pelaku usaha kopi, pemuda, serta anggota PKK/Dawis. Kegiatan dirancang berdasarkan hasil identifikasi dan koordinasi dengan pemerintah desa dan BUMDes mengenai potensi serta kebutuhan pengembangan usaha masyarakat. Dari proses tersebut disusun lima program, yaitu digital marketing, pemanfaatan ampas kopi menjadi briket, pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng rendah minyak, penggunaan alat peniris minyak, serta pengembangan packaging dan branding.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui dua tahap utama. Tahap pertama berupa forum bersama yang diikuti oleh peserta dari berbagai kelompok. Forum diawali dengan pembukaan dan dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai kewirausahaan, pengembangan potensi lokal, serta pengenalan program yang akan dilaksanakan. Setelah forum bersama, peserta dibagi ke dalam empat stan berdasarkan karakteristik dan

kebutuhan kelompok. Stan pertama berfokus pada digital marketing bagi pelaku UMKM, stan kedua pada pemanfaatan ampas kopi menjadi briket bagi pelaku usaha kopi, stan ketiga pada pengolahan bawang goreng dan penggunaan alat peniris minyak bagi kelompok PKK/Dawis, sedangkan stan keempat berfokus pada packaging dan branding bagi pemuda dan BUMDes. Dengan demikian, lima program dilaksanakan melalui empat stan karena pengolahan bawang goreng dan penggunaan alat peniris minyak berada dalam satu rangkaian kegiatan.

Setiap stan menggunakan metode penyampaian berupa penjelasan, demonstrasi, diskusi, dan praktik sesuai dengan karakteristik program. Peserta diberikan kesempatan untuk mengamati proses, mengajukan pertanyaan, dan mencoba penerapan materi yang diberikan. Pendekatan praktik digunakan agar kegiatan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada masyarakat dalam menerapkan inovasi yang diperkenalkan. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, diskusi, tanya jawab, dan catatan kegiatan, kemudian dianalisis secara deskriptif berdasarkan proses pelaksanaan, keterlibatan peserta, hasil kegiatan, kendala, dan peluang tindak lanjut. Hasil analisis digunakan untuk menggambarkan ketercapaian kegiatan dan relevansinya dengan kebutuhan pengembangan kewirausahaan masyarakat Desa Giripurno.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat

Kegiatan pemberdayaan masyarakat dilaksanakan pada Jumat, 31 Juli 2026 di Gedung Badminton Dusun Pringsewu, Desa Giripurno, Kecamatan Ngadirejo, Kabupaten Temanggung. Peserta mulai hadir sekitar pukul 13.00 dan berasal dari berbagai unsur masyarakat, yaitu Kepala Desa, Kepala Dusun, Ketua PKK, Ketua BUMDes, anggota BUMDes, pemuda, pelaku usaha kopi, pelaku UMKM, serta anggota PKK/Dawis. Keterlibatan beberapa kelompok tersebut menjadi bagian penting dalam kegiatan karena pengembangan kewirausahaan disesuaikan dengan potensi dan kebutuhan yang berbeda pada setiap kelompok masyarakat.



Gambar 1. Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat

Kegiatan diawali dengan forum bersama selama kurang lebih 45 menit. Forum dibuka oleh pembawa acara dan dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai dasar kewirausahaan, pentingnya mengembangkan potensi lokal, serta peluang meningkatkan nilai tambah dari sumber daya yang tersedia di desa. Tahap awal ini menjadi ruang untuk membangun pemahaman bersama bahwa kegiatan kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan menghasilkan produk, tetapi juga mencakup pengolahan, pemanfaatan sumber daya, pengemasan, branding, dan pemasaran.

Setelah forum bersama, peserta mengikuti empat stan sesuai karakteristik kelompok. Pelaksanaan meliputi digital marketing, pemanfaatan ampas kopi menjadi briket, pengolahan bawang merah dan penggunaan alat peniris minyak, serta packaging dan branding. Pemaparan, demonstrasi, diskusi, dan praktik langsung digunakan agar peserta memperoleh pengalaman dalam menerapkan inovasi yang diperkenalkan.

B. Hasil Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masing-masing kelompok memperoleh penguatan pada aspek kewirausahaan yang berbeda. Pelaku UMKM mendapatkan penguatan mengenai digital marketing sebagai upaya memperluas pemasaran produk. Pelaku usaha kopi memperoleh alternatif pemanfaatan ampas kopi menjadi briket. Anggota PKK/Dawis memperoleh pengalaman mengolah bawang merah menjadi bawang goreng rendah minyak dengan bantuan alat peniris minyak, sedangkan pemuda dan BUMDes memperoleh pemahaman mengenai packaging dan branding sebagai bagian dari pengembangan identitas produk.



Gambar 2. Pelaksanaan program pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal: (a) digital marketing, (b) pemanfaatan ampas kopi menjadi briket, dan (c) pengolahan bawang merah.

Pada kegiatan digital marketing, peserta memperoleh materi dan pendampingan mengenai pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Kegiatan menekankan pentingnya penyajian informasi produk agar mudah dikenali. Pemasaran digital dapat menjadi peluang untuk memperluas jangkauan produk, meskipun penerapannya masih membutuhkan pembiasaan karena kemampuan peserta dalam menggunakan media digital berbeda-beda. Hal ini sejalan dengan Affandi et al. (2024) mengenai hubungan adopsi digital dengan kinerja usaha ultra mikro, mikro, dan kecil di Indonesia.

Pada kelompok pelaku usaha kopi, kegiatan diarahkan pada pemanfaatan ampas kopi menjadi briket. Peserta memperoleh penjelasan, demonstrasi, dan praktik mengenai proses pengolahan ampas kopi. Hasil kegiatan memberikan pengalaman kepada peserta bahwa sisa dari aktivitas usaha masih dapat dimanfaatkan menjadi produk yang memiliki nilai guna. Hertel et al. (2021) menjelaskan bahwa kewirausahaan berbasis komunitas dapat dikembangkan melalui kemampuan masyarakat dalam memobilisasi sumber daya yang tersedia. Dalam kegiatan ini, ampas kopi menjadi contoh pemanfaatan sumber daya lokal yang dapat

dikembangkan menjadi peluang baru. Meskipun demikian, pengembangan briket masih membutuhkan penyempurnaan kualitas, proses pengeringan, pengemasan, dan pengujian lebih lanjut sebelum diarahkan sebagai produk usaha.

Pada kelompok PKK/Dawis, kegiatan berfokus pada pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng rendah minyak dan penggunaan alat peniris minyak. Peserta memperoleh pengalaman langsung melalui demonstrasi dan praktik pengolahan. Penggunaan alat peniris minyak juga memperkenalkan teknologi sederhana yang dapat membantu proses produksi. Kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan hasil pertanian sekaligus memperbaiki proses pengolahannya. Hasil yang diperoleh tidak hanya berupa pengetahuan mengenai pengolahan produk, tetapi juga pengalaman menggunakan alat yang dapat dimanfaatkan kembali oleh kelompok setelah kegiatan selesai.

Sementara itu, kegiatan packaging dan branding ditujukan kepada pemuda dan BUMDes. Peserta diperkenalkan pada pentingnya kemasan sebagai pelindung sekaligus identitas produk. Materi juga mencakup logo, ukuran dan jenis kemasan, serta keterkaitannya dengan harga pokok produksi. Wulandari et al. (2025) menunjukkan bahwa pendampingan pembuatan kemasan dapat membantu menciptakan identitas produk yang lebih kuat. Atmojo et al. (2023) juga menunjukkan bahwa branding dan digital marketing dapat mendukung pengembangan potensi UMKM. Oleh karena itu, penguatan packaging dan branding di Desa Giripurno dapat menjadi penghubung antara pengembangan produk dan pemasaran.



Gambar 3. Penerapan inovasi dan pengembangan produk: (a) penggunaan alat peniris minyak, dan (b) packaging dan branding produk.

Jika dilihat secara keseluruhan, kelima program tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain. Pengolahan bawang merah dan pemanfaatan ampas kopi berfokus pada pengembangan produk dan pemanfaatan sumber daya, packaging dan branding memperkuat identitas produk, sedangkan digital marketing mendukung proses pemasaran. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan desa dapat dilakukan melalui beberapa aspek yang saling melengkapi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan Nugraha et al. (2022) yang menekankan pentingnya pemanfaatan potensi lokal dan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan desa.

C. Hambatan dan Keberlanjutan Program

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa program dalam satu kali kegiatan memiliki keterbatasan pada waktu dan proses penerapan. Peserta telah memperoleh pengetahuan, demonstrasi, dan pengalaman praktik, tetapi penerapan secara mandiri masih membutuhkan proses lanjutan. Hambatan terutama berkaitan dengan pembiasaan penggunaan teknologi, pengembangan kualitas produk, dan keberlanjutan pemasaran. Pada digital marketing, sebagian pelaku UMKM masih terbiasa menggunakan pemasaran konvensional. Sementara itu, pengembangan briket masih terkendala proses pengeringan dan membutuhkan pengujian lebih lanjut. Packaging dan branding juga memerlukan penerapan secara konsisten.

Keberlanjutan program membutuhkan keterlibatan masyarakat serta dukungan pemerintah desa dan BUMDes. Tindak lanjut dapat dilakukan melalui pendampingan penggunaan media digital, pengembangan kualitas produk, pemanfaatan alat produksi, serta penguatan kemasan dan pemasaran. Harinurdin et al. (2025) menjelaskan bahwa BUMDes dapat mendukung pemberdayaan masyarakat melalui inovasi, pengetahuan, dan kerja sama. Dengan demikian, keberadaan BUMDes dan pemerintah desa dapat menjadi salah satu pendukung agar program yang telah diperkenalkan tidak berhenti pada kegiatan KKN, tetapi dapat terus dikembangkan sesuai kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, kegiatan pemberdayaan di Desa Giripurno menunjukkan bahwa potensi lokal dapat dikembangkan melalui pendekatan kewirausahaan yang menghubungkan aspek produksi, pemanfaatan sumber daya, teknologi sederhana, branding, packaging, dan pemasaran digital. Meskipun hasil kegiatan masih berada

pada tahap awal, program yang telah dilaksanakan memberikan dasar pengetahuan dan pengalaman bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki. Keberlanjutan melalui praktik dan pendampingan menjadi bagian penting agar potensi tersebut dapat berkembang menjadi kegiatan usaha yang memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal di Desa Giripurno, Kecamatan Ngadirejo, Kabupaten Temanggung, telah dilaksanakan melalui pengembangan kewirausahaan yang disesuaikan dengan potensi dan kebutuhan masyarakat. Kegiatan mencakup lima program dalam empat stan, yaitu digital marketing bagi pelaku UMKM, pemanfaatan ampas kopi menjadi briket, pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng rendah minyak, penggunaan alat peniris minyak, serta penguatan packaging dan branding bagi pemuda dan BUMDes. Pelaksanaan melalui forum bersama, pemaparan, demonstrasi, diskusi, dan praktik memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam memanfaatkan sumber daya lokal, mengembangkan produk, menerapkan teknologi sederhana, serta memperkuat pemasaran. Kegiatan ini menunjukkan bahwa potensi lokal tidak hanya berupa hasil pertanian, tetapi juga mencakup keterampilan masyarakat, aktivitas usaha, sumber daya yang belum dimanfaatkan, kreativitas pemuda, dan dukungan kelembagaan desa. Meskipun demikian, kegiatan masih berada pada tahap awal sehingga penerapan dan pengembangan hasil program memerlukan tindak lanjut agar dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih berkelanjutan bagi masyarakat.

Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan dan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan BUMDes. Pelaku UMKM dapat melanjutkan pemanfaatan media digital untuk pemasaran, pelaku usaha kopi dapat mengembangkan pemanfaatan ampas kopi menjadi produk yang lebih siap dipasarkan, kelompok PKK/Dawis dapat menerapkan keterampilan pengolahan bawang merah secara berkelanjutan, sedangkan pemuda dan BUMDes dapat membantu penguatan packaging, branding, dan pemasaran produk masyarakat. Pendampingan lanjutan juga perlu diarahkan pada pengembangan kualitas produk, penghitungan biaya produksi dan keuntungan, konsistensi kemasan, serta perluasan akses pasar sehingga program tidak

berhenti pada tahap pelatihan, tetapi dapat berkembang menjadi kegiatan kewirausahaan masyarakat yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Adiwibowo, D. H. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70, 102376.
- Atmojo, M. E., Mahendra, G. K., & Perdana, V. A. (2023). Development of MSME potential through branding and digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(3), 505–514.
- Effendi, S. A., Sukoharsono, E. G., Purwanti, L., & Rosidi. (2023). Building partnership or competition: Village business sustainability in Indonesia. *Sustainability*, 15(18), 13703.
- Harinurdin, E., Laksmono, B. S., Kusumastuti, R., & Safitri, K. A. (2025). Community empowerment utilizing open innovation as a sustainable Village-Owned Enterprise strategy in Indonesia: A systematic literature review. *Sustainability*, 17(8), 3394.
- Hertel, C., Binder, J. K., & Fauchart, E. (2021). Getting more from many: A framework of community resourcefulness in new venture creation. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 106094.
- Nugraha, L. F., Sulistyowati, L., Setiawan, I., & Noor, T. I. (2022). Alternative community-based village development strategies in Indonesia: Using multicriteria decision analysis. *Agriculture*, 12(11), 1903.
- Wulandari, C., Sholihah, Z., Failany, M. A., Imamsyah, M. A., Utomo, F. N., & Tamyiz, M. (2025). Pendampingan pembuatan kemasan sebagai alat branding: Menciptakan identitas produk yang kuat. *Madiun Spoor: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 56–63.