COMMUNITY
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Vol. 04 No. 02, September 2024
e-ISSN: 2775-3441
p-ISSN: 2775-345X
https://journal.academiapublication.com/index.php/community

academiapublication.com
©2024

Pemberdayaan Kelompok Ibu Sosialita melalui Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal

Imam Nur Aziz[1], Muhammad Shohib[2]

[12]Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik, Indonesia
E-mail: imamnuraziz@gmail.com

Article Info

Received: 29 Juli 2024
Revised: 03 Agutus 2024
Accepted: 05 September 2024
Available online: 10 September 2024

Keywords:
Keterampilan;
Kewirausahaan;
Potensi Lokal;
Digital

p_2775-345X/e_2775-3441/
©2024 The Authors. Published by Academia Publication. Ltd This is an open access article under the CC BY-SA license.

Abstract

Pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan kelompok ibu sosialita di panceng, Kabupaten Gresik, melalui pelatihan keterampilan kewirausahaan berbasis potensi lokal. Kelompok ibu sosialita di desa ini aktif menggunakan media sosial, namun penggunaan tersebut belum optimal untuk kegiatan kewirausahaan. Program pengabdian ini dirancang menggunakan model Community-Based Research (CBR) yang menitikberatkan pada partisipasi aktif ibu-ibu sosialita dalam seluruh proses, mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan, hingga evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan berbasis CBR berhasil meningkatkan keterampilan ibu sosialita dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk lokal, seperti kerajinan tangan dan olahan makanan tradisional. Para ibu kini mampu membuat konten promosi yang menarik dan memanfaatkan platform digital, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun terdapat tantangan, seperti keterbatasan akses bahan baku dan modal usaha, kolaborasi antaranggota kelompok dan dukungan dari pihak eksternal mampu membantu mengatasinya. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pemberdayaan kewirausahaan berbasis potensi lokal dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan perekonomian desa, serta memberikan model yang dapat diterapkan di desa-desa lain dengan potensi serupa.

To Cite this article:

Aziz, I N., Shohib, M. (2024). Pemberdayaan kelompok ibu sosialita melalui Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 04 No. 02 September 2024. DOI: http://dx.doi.org/10.57060/community.q70h8177

Pendahuluan

Panceng, yang terletak di wilayah pesisir Kabupaten Gresik, Jawa Timur, memiliki komunitas ibu-ibu yang aktif dalam kegiatan bermedia sosial. Kelompok ini dikenal dengan sebutan "ibu sosialita" karena ketekunan mereka dalam memanfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta mengikuti tren dan gaya hidup terkini (Aziz, 2024). Para ibu sosialita di panceng merupakan kelompok yang antusias dan memiliki pengaruh cukup besar di komunitasnya, baik dalam hal gaya hidup maupun penyebaran informasi.

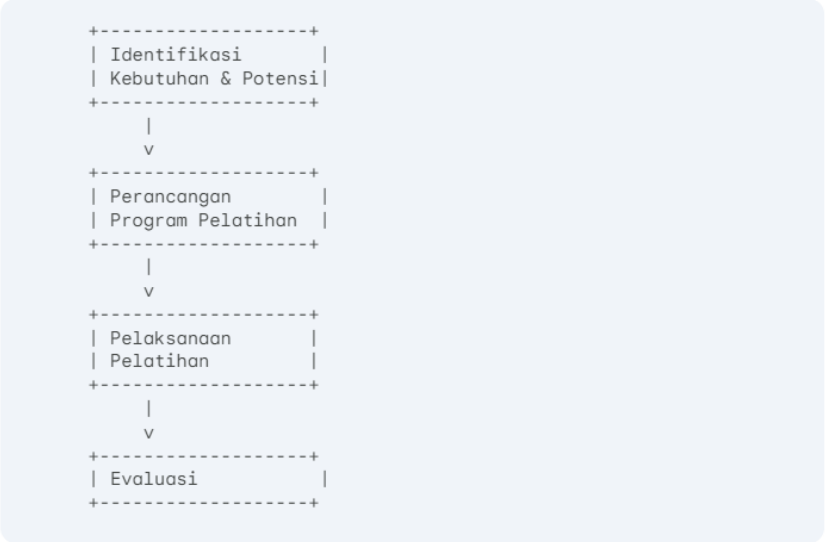
Aktivitas mereka di media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, menunjukkan bahwa mereka memiliki akses dan keterampilan dasar dalam menggunakan teknologi digital (Aziz, 2024). Namun, potensi ini belum dioptimalkan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan komunitas.

Hingga saat ini, keterampilan mereka dalam bermedia sosial masih difokuskan pada kegiatan berbagi informasi dan hiburan, belum dimanfaatkan sepenuhnya untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan yang berbasis pada potensi lokal. Panceng sendiri memiliki beragam potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi peluang bisnis, seperti produk kerajinan tangan, olahan makanan khas, dan hasil pertanian (Shohib, 2024). Dengan pemanfaatan potensi ini, kelompok ibu sosialita memiliki kesempatan untuk mendiversifikasi peran mereka, dari sekadar aktif di media sosial menjadi pelaku usaha yang produktif dan inovatif. Selain itu, keterlibatan mereka dalam kegiatan kewirausahaan berbasis potensi lokal dapat membuka peluang penghasilan tambahan bagi keluarga, memperkuat perekonomian desa, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat (Zunaidah et al., 2021).

Dari analisis situasi diatas, diperlukan program pemberdayaan melalui Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dasar dalam mengelola usaha yang relevan dengan potensi lokal, seperti teknik pemasaran online, branding produk, hingga strategi penjualan berbasis digital. Dengan pelatihan ini, diharapkan ibu-ibu sosialita dapat memanfaatkan keahlian media sosial mereka untuk membangun dan memasarkan usaha secara lebih profesional, serta menjadi inspirasi bagi masyarakat lain dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui kewirausahaan.

Metode

Pendampingan dalam program Pemberdayaan Kelompok Ibu Sosialita melalui Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal akan dilaksanakan dengan menggunakan model Community-Based Research (CBR) atau penelitian berbasis komunitas (Willer & Corrigan, 1994). Pendekatan ini dipilih karena CBR memungkinkan partisipasi aktif dari kelompok ibu sosialita dalam seluruh proses pelatihan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Tinkler, 2010). Model ini bertujuan untuk menjadikan para peserta bukan hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai subjek yang berperan langsung dalam mengidentifikasi kebutuhan, merancang strategi, dan mengevaluasi keberhasilan program.



Gamba1 alur proses pendampingan

Langkah awal dalam program ini adalah melakukan identifikasi kebutuhan dan potensi di panceng melalui diskusi partisipatif dengan kelompok ibu sosialita. Pada tahap ini, pendamping bekerja sama dengan para ibu untuk memahami potensi lokal yang dapat dikembangkan, seperti produk kerajinan, olahan makanan, dan hasil pertanian khas desa. Melalui diskusi, ibu-ibu sosialita diajak mengungkapkan keterampilan dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis potensi lokal. Pendekatan Community-Based Research (CBR) memungkinkan kelompok ibu sosialita menentukan arah pelatihan sesuai kebutuhan mereka, sehingga program dapat berjalan lebih efektif dan sesuai karakteristik masyarakat desa. Setelah identifikasi kebutuhan dan potensi selesai, pendamping bersama ibu sosialita merancang program pelatihan yang relevan, meliputi kurikulum, materi, dan metode, seperti pemasaran digital, branding produk, pengelolaan usaha kecil, dan strategi penjualan online. Pendekatan CBR

yang berbasis kolaborasi dan dialog ini membangun rasa kepemilikan dan komitmen yang kuat dari ibu sosialita terhadap program.

Tahap implementasi melibatkan pelatihan langsung melalui workshop interaktif, simulasi kewirausahaan, dan praktik menggunakan media sosial untuk promosi produk. Selama pelatihan, pendamping memberikan bimbingan intensif dan konsultasi agar para ibu dapat menerapkan pengetahuan secara langsung dan memperoleh umpan balik untuk mengembangkan usaha mereka. Pendekatan CBR mendorong kolaborasi antaranggota dalam membangun jaringan usaha berbasis komunitas. Evaluasi, sebagai bagian penting dari CBR, dilakukan secara partisipatif untuk menilai keberhasilan pelatihan dan dampaknya terhadap keterampilan kewirausahaan serta pendapatan keluarga. Evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok dan wawancara terbuka, di mana ibu-ibu dapat berbagi pengalaman, pencapaian, dan tantangan selama mengikuti program. Informasi dari evaluasi ini berguna untuk pengembangan program yang lebih efektif di masa depan, sehingga diharapkan dapat membangun kemandirian ibu-ibu sosialita sebagai pelaku usaha yang berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program Pemberdayaan Kelompok Ibu Sosialita melalui Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal di panceng, Gresik, memberikan hasil yang signifikan sesuai dengan metode pendampingan berbasis Community-Based Research (CBR). Hasil dari kegiatan pengabdian ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu peningkatan pemahaman potensi lokal, penguasaan keterampilan kewirausahaan, dan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan usaha. Peningkatan Pemahaman atas Potensi Lokal Pada tahap awal, melalui diskusi partisipatif, ibu-ibu sosialita berhasil mengidentifikasi berbagai potensi lokal di panceng yang dapat dikembangkan menjadi usaha produktif. Potensi seperti kerajinan tangan khas desa, olahan makanan tradisional, dan produk pertanian lokal menjadi pilihan utama dalam rencana pengembangan usaha. Para peserta menyadari bahwa potensi ini belum banyak dimanfaatkan secara maksimal, dan mereka merasa antusias untuk mengubah potensi tersebut menjadi sumber pendapatan yang stabil.

Gambar 2 sosialisasi dan pelatihan

Penguasaan Keterampilan Kewirausahaan Setelah mengikuti pelatihan yang telah dirancang bersama, para ibu sosialita menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan dalam memahami dan mengaplikasikan keterampilan kewirausahaan. Pelatihan meliputi berbagai keterampilan, seperti strategi pemasaran online, branding produk, hingga teknik pengelolaan keuangan usaha. Dari hasil evaluasi, tercatat bahwa sebagian besar peserta mampu menerapkan keterampilan yang diajarkan, terutama dalam hal pembuatan dan pengelolaan konten promosi produk di media sosial. Beberapa ibu sosialita bahkan telah mulai memproduksi dan memasarkan produk mereka sendiri melalui platform online, seperti WhatsApp dan Instagram. Mereka menyampaikan bahwa keterampilan pemasaran digital yang diperoleh sangat membantu mereka dalam menarik minat konsumen dan memperluas jangkauan pasar, khususnya untuk menjangkau pelanggan di luar desa.

Selain itu, ibu-ibu sosialita juga memahami pentingnya engagement dalam media sosial, sehingga mereka lebih proaktif dalam merespons komentar, pesan, dan ulasan dari pelanggan. Hasil ini menunjukkan

bahwa mereka tidak hanya sekadar menguasai keterampilan teknis, tetapi juga mampu menerapkan strategi pemasaran yang relevan untuk meningkatkan daya tarik produk mereka. Pembentukan Jaringan Usaha Berbasis Komunitas Program ini juga berhasil mendorong terciptanya ikatan kolaboratif antaranggota kelompok ibu sosialita. Melalui pendekatan CBR yang partisipatif, ibu-ibu sosialita mulai membentuk jaringan usaha berbasis komunitas, di mana mereka saling berbagi sumber daya dan informasi dalam memproduksi dan memasarkan produk. Mereka saling mendukung untuk mengembangkan usaha masing-masing, baik melalui promosi silang di media sosial maupun melalui kerja sama dalam pengadaan bahan baku.

Beberapa ibu sosialita bahkan sudah merencanakan untuk membentuk kelompok usaha bersama yang bergerak di bidang olahan makanan lokal dan kerajinan tangan. Pembentukan jaringan usaha ini diharapkan mampu memperkuat posisi mereka sebagai pelaku usaha di tingkat desa, serta menjadi inspirasi bagi masyarakat lainnya untuk turut berwirausaha.

Gambar 3 produk hasil olahan makanan lokas

Refleksi dan Evaluasi Partisipatif Pada tahap evaluasi partisipatif, para ibu sosialita menyampaikan bahwa program ini sangat bermanfaat bagi mereka, terutama dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan membangun kepercayaan diri. Mereka merasa bahwa pendekatan CBR memberikan kesempatan bagi mereka untuk lebih berperan dalam menentukan arah dan isi pelatihan. Para peserta juga memberikan beberapa masukan terkait materi yang perlu diperkuat pada pelatihan berikutnya, seperti manajemen stok dan teknik packaging produk. Hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa ibu-ibu sosialita tidak hanya menerima manfaat langsung dari program pelatihan, tetapi juga terinspirasi untuk terus mengembangkan usaha mereka. Beberapa dari mereka mengutarakan keinginan untuk mengikuti pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, terutama dalam pengembangan produk dan pengelolaan keuangan usaha.

Gambar 4 hasil produk yang siap dipasarkan setelah evaluasi

Kesimpulan Program pemberdayaan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan keterampilan kewirausahaan berbasis potensi lokal dan kemampuan pemanfaatan media sosial di kalangan ibu sosialita panceng. Melalui pendekatan CBR, program ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kemandirian serta jaringan usaha berbasis komunitas yang kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan kewirausahaan berbasis potensi lokal memiliki potensi besar untuk memberdayakan kelompok ibu sosialita dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan perekonomian desa secara berkelanjutan.

Pembahasan

Pemanfaatan Media Sosial untuk Kewirausahaan

Dalam konteks kewirausahaan di kalangan ibu sosialita di panceng, Gresik, ditemukan bahwa media sosial memiliki potensi besar yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Meskipun kelompok ibu sosialita ini sangat aktif menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, aktivitas mereka sebelumnya terbatas pada berbagi informasi, hiburan, dan mengikuti tren terkini. Ini menunjukkan bahwa potensi digital untuk mendukung kegiatan produktif, terutama kewirausahaan, belum teroptimalkan. (Puspita et al., 2023) juga menjelaskan bahwa masyarakat desa sering kali hanya menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, dengan sedikit pengetahuan tentang penerapannya untuk keperluan bisnis dan pemasaran.

Melalui pelatihan yang difokuskan pada peningkatan keterampilan pemasaran digital, para ibu sosialita panceng kini mulai memahami bagaimana memanfaatkan media sosial secara strategis dalam berwirausaha. Mereka dibimbing dalam membuat konten visual dan tulisan yang menarik serta belajar menggunakan fitur-fitur media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Fitur seperti Instagram Stories, WhatsApp Business, dan Facebook Page, misalnya, ternyata mampu memberikan dampak signifikan pada pengembangan usaha kecil (Shohib, 2024). (Hadinata & Wijaya, 2024) menggarisbawahi bahwa media sosial, jika dimanfaatkan secara maksimal, memungkinkan UMKM meningkatkan jangkauan pasar dan mempertahankan hubungan dengan konsumen melalui interaksi yang lebih personal dan responsif.

Penggunaan media sosial sebagai saluran pemasaran telah memperluas jangkauan usaha para ibu sosialita. Para pelaku usaha mikro di daerah pedesaan dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah tanpa harus memiliki toko fisik atau mengeluarkan biaya promosi yang besar melalui media sosial (Nuraisyah et al., 2023). Dengan keterampilan digital yang semakin terasah, para ibu rumah tangga kini mampu memasarkan produk mereka tidak hanya kepada warga desa sekitar, tetapi juga menjangkau konsumen di kota-kota yang lebih besar (Mayasari et al., 2022). Selain memasarkan produk, para ibu sosialita juga mulai memahami pentingnya branding dalam menciptakan identitas produk yang kuat (Riswanto et al., 2024). Selain mereka juga harus bisa menetapkan identitas dan nilai unik dari produk mereka, sehingga produk tersebut memiliki ciri khas dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Branding yang efektif memungkinkan usaha kecil untuk menciptakan kesan yang kuat di benak konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan (Rahmawati & Sugito, 2024). Para ibu sosialita kini mulai memberikan nama merek, logo, dan cerita singkat mengenai asal-usul produk mereka. Misalnya, kerajinan tangan yang dibuat dari bahan lokal mereka kaitkan dengan tradisi atau kearifan lokal kecamatan panceng, yang memberikan nilai tambah bagi konsumen yang mengapresiasi produk berbasis budaya.

Pelatihan ini seolah menunjukkan sisi cerah dari pemanfaatan media sosial, namun sebenarnya menyoroti tantangan mendasar yang seringkali luput dari perhatian: ibu sosialita perlu benar-benar memahami dinamika interaksi konsumen di media sosial yang kian kompleks. Sekadar mengajarkan keterampilan dasar, seperti merespons cepat atau memberikan informasi produk, mungkin belum cukup untuk membangun kepercayaan konsumen dalam jangka panjang. Interaksi responsif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Purwanti & Mawardiningrum, 2021), tetapi studi tersebut juga memperingatkan bahwa konsumen digital cenderung cepat berubah dan lebih kritis. Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan seharusnya cukup mendalam untuk menyiapkan mereka menghadapi ekspektasi konsumen yang kian tinggi.

Selain itu, ide kolaborasi antarpelaku usaha mikro di media sosial terdengar menjanjikan, tetapi keberhasilan kolaborasi ini tidak hanya bergantung pada niat baik. Potensi kolaborasi untuk memperluas basis pelanggan, tetapi faktor-faktor seperti tingkat konsistensi, profesionalisme, dan strategi pemasaran bersama yang solid juga memegang peran penting (Wali & Pabulo, 2024). Jika kolaborasi ini tidak diiringi pemahaman dan strategi yang jelas, terdapat risiko bahwa inisiatif ini hanya akan menjadi promosi satu

arah yang tidak efektif, bahkan mungkin malah menimbulkan persaingan tidak sehat dalam komunitas sendiri.

Dalam konteks yang lebih luas, optimisme bahwa media sosial dapat menggerakkan perekonomian desa adalah langkah awal yang positif, namun kesuksesan yang berkelanjutan menuntut perubahan mendasar dalam pola pikir dan keterampilan. (Alfauzan et al. (2023) potensi digitalisasi untuk menggerakkan ekonomi lokal, namun aspek ketergantungan terhadap teknologi juga dapat menimbulkan kesenjangan dalam distribusi keuntungan dan stabilitas pasar. Di sini, program pelatihan ini masih memiliki tantangan besar: memastikan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya meningkatkan penghasilan individu untuk sementara, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian desa secara inklusif dan berkelanjutan. Tanpa komitmen berkelanjutan dari semua pihak, keberhasilan pelatihan ini berpotensi menjadi "transformasi semu" yang belum sepenuhnya meresap dalam struktur ekonomi desa.

Potensi Lokal sebagai Sumber Kewirausahaan

Potensi lokal Desa dapat dioptimalkan untuk mengembangkan kewirausahaan di kalangan masyarakat dengan menghubungkan berbagai teori dalam pengembangan komunitas dan kewirausahaan. Potensi ini mencakup sumber daya seperti kerajinan dari bahan alami, olahan makanan tradisional, dan hasil pertanian lokal yang memiliki nilai ekonomi tinggi (Suyatno & Suryani, 2022). Namun, sebagaimana dijelaskan dalam Zahruddin et al. (2023), keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola sumber daya lokal masih menjadi penghambat utama bagi pengembangan ekonomi desa. Situasi ini dapat dikaitkan dengan teori capital social (Angkasa et al., 2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan ekonomi komunitas sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial, pengetahuan kolektif, dan sinergi antara individu dalam masyarakat.

Hasil pelatihan kewirausahaan menunjukkan bahwa potensi lokal ini dapat dikembangkan menjadi usaha produktif. Berdasarkan tahapan analisis kebutuhan dalam program tersebut, masyarakat bersama pendamping memilih produk lokal yang memiliki daya tarik pasar. Temuan ini sejalan dengan teori keunggulan kompetitif Porter yang menekankan pentingnya pemilihan produk berdasarkan potensi pasar (Syahreza et al., 2024). Penelitian (Mardikaningsih, 2023) menguatkan bahwa pemilihan produk yang sesuai tren pasar mampu meningkatkan minat konsumen, yang secara tidak langsung memperkuat posisi kompetitif pelaku usaha lokal. Hasilnya, masyarakat mulai menyadari bahwa produk sederhana yang dikemas dengan baik dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Kesadaran ini menunjukkan penerapan teori pembelajaran sosial (Safitri et al., 2021), di mana perubahan terjadi karena ibu-ibu melihat dan memahami hasil nyata dari usaha yang berfokus pada kualitas dan kemasan produk.

Masyarakat dapat mulai mengelola produk lokal dengan lebih profesional, termasuk dalam aspek produksi, pemasaran, dan manajemen usaha setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan. Hal tersebut terjadi karena struktur dan profesionalisme dalam usaha kecil penting untuk menarik konsumen, terutama di era digital (Azahra et al., 2024). Ini berhubungan dengan teori pemasaran digital yang menyoroti pentingnya visualisasi produk, narasi asal produk, dan penggunaan platform digital seperti media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Yulfita & Fakho, 2024). Masyarakat mampu mempromosikan produk lokal di Instagram dan WhatsApp, menggunakan visualisasi produk yang menarik. Strategi ini sejalan dengan pandangan Achmad et al. (2020) yang menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat membantu usaha kecil di pedesaan menjangkau konsumen di luar daerah tanpa membutuhkan biaya besar.

Keberhasilan pemasaran digital ini menunjukkan bahwa, dengan pendekatan yang tepat, potensi lokal dapat menjadi landasan kewirausahaan yang berkelanjutan. Sunada (2019) menegaskan bahwa produk lokal dengan nilai keaslian dan keunikan memiliki daya tarik tersendiri bagi pasar yang lebih luas. Kesadaran ini menggambarkan konsep kesadaran kritis dalam teori pendidikan kritis (Dewi et al., 2022), di mana para masyarakat kini memahami potensi pasar dari produk mereka. Mereka tidak lagi memandang produk lokal hanya sebagai kebutuhan sehari-hari, tetapi sebagai komoditas yang bernilai di pasar yang lebih besar.

Pentingnya keberlanjutan dalam usaha mereka penting dalam berwirausaha. Masyarakat memahami bahwa keberlanjutan tidak hanya dalam aspek produk tetapi juga dalam keberlangsungan usaha mereka di masa depan. Rustya (2023) menyatakan bahwa usaha yang berfokus pada produk lokal lebih sukses jika memiliki visi jangka panjang yang mengintegrasikan keberlanjutan dan inovasi. Dengan perspektif baru ini, masyarakat mulai meninjau kembali bahan baku dan proses produksi mereka, menunjukkan bahwa mereka telah memahami konsep keberlanjutan sebagai komponen utama dalam kewirausahaan berbasis lokal. sehingga, program pelatihan masyarakat membuktikan bahwa potensi lokal, jika diberdayakan dengan

strategi yang terarah, dapat mendukung pertumbuhan ekonomi desa yang mandiri. Pendekatan ini didukung oleh teori kewirausahaan berbasis komunitas yang menyatakan bahwa pengembangan keterampilan ekonomi lokal dapat mengurangi ketergantungan pada peluang kerja di luar desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Swasti, 2021). Suciadi et al. (2020) mencatat bahwa pemberdayaan ekonomi lokal tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan individu tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Para ibu sosialita kini lebih produktif dan berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi desa secara berkelanjutan, dengan keterampilan kewirausahaan yang dapat diwariskan kepada generasi berikutnya. Dengan begitu, potensi lokal kecamatan panceng menjadi fondasi kuat bagi pengembangan kewirausahaan dan kemandirian ekonomi, menciptakan siklus ekonomi yang berkelanjutan di tengah tantangan modernisasi dan urbanisasi.

Mengatasi Tantangan dalam Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal

Selama pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal kecamatan panceng, beragam tantangan baik internal maupun eksternal muncul, yang memengaruhi proses dan hasil pelatihan. Tantangan internal yang dihadapi terutama berkaitan dengan rendahnya pengetahuan awal ibu-ibu sosialita mengenai pengelolaan usaha, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai alat bisnis. Sebelum program dimulai, ibu-ibu sosialita umumnya menggunakan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi dan interaksi sosial. Penelitian Arsyad et al. (2023) mendukung hal ini, menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan umumnya belum terbiasa menggunakan teknologi digital untuk kepentingan bisnis, melainkan lebih banyak untuk kebutuhan pribadi. Hal ini menyoroti pentingnya meningkatkan literasi digital untuk mendorong pemanfaatan teknologi dalam pengembangan ekonomi lokal. Teori literasi digital yang dikemukakan dalam Irawan, (2023) menyatakan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi untuk tujuan ekonomi dan sosial menjadi kunci penting bagi pemberdayaan masyarakat di era digital. Dengan meningkatkan literasi digital, masyarakat dapat lebih mandiri dan percaya diri dalam menjalankan bisnisnya, mengatasi kesenjangan teknologi, serta memanfaatkan media sosial untuk kepentingan komersial (Hermawanto & Anggraini, 2020).

Untuk mengatasi tantangan ini, pendekatan Community-Based Research (CBR) diterapkan dalam program pelatihan. Pendekatan ini memungkinkan ibu-ibu sosialita untuk berpartisipasi aktif dalam setiap tahap pelatihan, mulai dari pengenalan hingga penerapan praktik kewirausahaan. Menurut Riva'i, (2016), pendekatan CBR yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan dan rasa percaya diri. Teori partisipasi masyarakat atau "participatory approach" yang dikemukakan oleh Barreteau et al. (2013) juga mendukung hal ini, menjelaskan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam program-program pengembangan akan menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab yang lebih besar terhadap hasil program tersebut. Di kecamatan panceng, pendekatan ini menciptakan ruang bagi para peserta untuk saling belajar dan mendukung, sehingga mereka tidak hanya mempelajari aspek teknis dalam kewirausahaan, tetapi juga membentuk jaringan sosial yang kuat sebagai modal sosial dalam berwirausaha.

Selain tantangan internal, program ini menghadapi tantangan eksternal, termasuk keterbatasan sumber daya seperti akses terhadap bahan baku berkualitas dan modal usaha yang memadai. Banyak masyarakat kesulitan mendapatkan bahan baku berkualitas yang terjangkau, serta modal untuk meningkatkan skala produksi. Keterbatasan ini merupakan hambatan umum dalam kewirausahaan pedesaan. Keterbatasan sumber daya, baik dalam hal bahan baku maupun akses modal, membatasi kapasitas produksi dan kemampuan ekspansi usaha mikro di pedesaan (Hanasi et al., 2023). Dalam konteks teori modal sosial dan modal ekonomi oleh Kimbal (2015), keterbatasan akses terhadap sumber daya fisik dan finansial menekan pertumbuhan usaha dan membatasi kesempatan individu untuk mengembangkan modal ekonomi yang stabil. Dengan adanya keterbatasan modal dan bahan baku, ibu-ibu sosialita tidak mampu bersaing secara maksimal di pasar yang lebih luas, dan bahkan mengalami kendala dalam menjaga keberlangsungan produksi.

Untuk mengatasi tantangan sumber daya ini, program pelatihan melakukan kolaborasi dengan pemasok lokal untuk memastikan ibu-ibu sosialita dapat memperoleh bahan baku yang diperlukan dengan harga yang lebih terjangkau. Di samping itu, kerjasama juga dijalin dengan lembaga keuangan mikro di daerah tersebut, yang memberikan akses pada skema pinjaman lunak guna mendukung permodalan usaha. Kolaborasi dengan pemasok lokal serta lembaga keuangan mikro merupakan strategi yang efektif dalam mengatasi kendala sumber daya di pedesaan (Hanasi et al., 2023). Dalam perspektif teori modal sosial oleh Coleman (1988) dalam (Hamid, 2015), jaringan yang terbentuk antara pelaku usaha kecil dengan pemasok

dan lembaga keuangan membantu membangun dukungan timbal balik dan kepercayaan, yang pada gilirannya memperkuat struktur ekonomi lokal. Dengan adanya akses terhadap bahan baku dan modal usaha, ibu-ibu sosialita di kecamatan panceng dapat meningkatkan skala produksi mereka dan memperluas jangkauan pasar.

Evaluasi partisipatif yang dilakukan bersama ibu-ibu sosialita setelah pelaksanaan program menunjukkan adanya dampak positif pada perekonomian lokal, meskipun dalam skala yang masih kecil. Beberapa ibu yang telah menerapkan keterampilan baru mereka berhasil meningkatkan pendapatan melalui penjualan produk-produk lokal. Mereka juga mulai menjalin kerjasama dengan pelaku usaha lain di luar desa, memperluas jaringan pemasaran mereka. Kolaborasi dengan pelaku usaha di luar komunitas lokal dapat meningkatkan peluang pasar, meningkatkan pendapatan, dan memotivasi pelaku usaha untuk terus mengembangkan diri (Akbar et al., 2023). Hubungan eksternal, atau "weak ties," memainkan peran penting dalam menjangkau sumber daya atau informasi baru yang tidak tersedia di dalam komunitas itu sendiri (Azarah et al., 2024). Jaringan eksternal ini menjadi peluang strategis bagi ibu-ibu sosialita untuk memperluas pasar mereka, menjangkau konsumen di luar daerah, dan memperoleh pengalaman baru dalam mengelola permintaan yang lebih besar.

Namun, evaluasi juga menyoroti bahwa keberlanjutan program ini sangat tergantung pada komitmen ibu-ibu sosialita untuk terus mengembangkan usaha mereka. Program ini juga memerlukan dukungan lebih lanjut, seperti pendampingan berkelanjutan, peningkatan kapasitas, dan akses pasar yang lebih luas. Pentingnya pendampingan jangka panjang dalam kewirausahaan pedesaan, dengan menunjukkan bahwa dukungan berkesinambungan membantu pelaku usaha menghadapi tantangan baru yang muncul di masa depan. Hal ini juga didukung oleh teori keberlanjutan usaha yang menekankan pentingnya kesinambungan dalam dukungan eksternal untuk memastikan usaha kecil dapat berkembang menjadi lebih profesional dan mandiri. Dengan adanya pendampingan dan akses ke pasar digital, seperti e-commerce, ibu-ibu sosialita dapat memperoleh stabilitas yang lebih baik dalam menjalankan usahanya, membuka peluang untuk meningkatkan skala dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Secara keseluruhan, pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal di panceng menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan di pedesaan memerlukan pendekatan yang partisipatif serta dukungan sumber daya yang memadai. Transformasi ibu-ibu sosialita dari pengguna media sosial menjadi pelaku usaha aktif yang memanfaatkan potensi lokal sebagai sumber ekonomi menunjukkan keberhasilan pendekatan ini. Dengan adanya kesinambungan dalam pelatihan dan pendampingan, serta peningkatan akses pasar, diharapkan perekonomian desa dapat semakin berkembang, dan ibu-ibu sosialita mampu membangun usaha yang berkelanjutan, memberi dampak positif bagi generasi mendatang.

Kesimpulan

Program pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal di panceng berhasil memberdayakan kelompok ibu sosialita menjadi pelaku usaha yang lebih produktif, dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Sebelum pelatihan, penggunaan media sosial oleh para ibu terbatas pada interaksi sosial, namun kini mereka telah mampu menggunakannya untuk mempromosikan produk berbasis potensi lokal, seperti kerajinan tangan dan olahan makanan tradisional. Pendekatan berbasis Community-Based Research (CBR) yang diterapkan dalam pelatihan ini terbukti efektif dalam membangun partisipasi aktif dan dukungan antaranggota kelompok, serta membantu ibu sosialita mengatasi keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Program ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat jaringan internal, yang penting untuk keberlanjutan usaha mereka. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan dukungan berkelanjutan, seperti pendampingan jangka panjang dan akses pasar yang lebih luas, potensi lokal di panceng dapat menjadi sumber penghasilan yang stabil dan berkelanjutan. Meski demikian, keberlanjutan program ini sangat bergantung pada komitmen kuat dari para ibu sosialita, serta dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga keuangan lokal. Model pemberdayaan berbasis potensi lokal dengan pendekatan partisipatif ini diharapkan bisa diterapkan di desa lain yang memiliki potensi serupa, sehingga kewirausahaan berbasis potensi lokal dapat menjadi pilar penguatan ekonomi masyarakat pedesaan.

Acknowledgements

Pengabdian masyarakat ini dapat dilaksanakan atas bantuan dari kepala desa dan perangkat desa. Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak di wilayah Panceng Gresik

yang berperan dalam kegiatan ini, serta kerjasama kepada LPPM Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik selama kegiatan pengabdian ini berlangsung.

Daftar Referensi

Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(1), 17–31.

Akbar, R. A., Fauzan, M., Arsyad, A. A. J., & Barki, K. (2023). Implementasi Pendekatan Community Empowerment untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Melalui Pembangunan Ekonomi Berbasis Potensi Daerah. *Journal of Scientech Research and Development*, *5*(1), 65–76.

Alfauzan, F., Marjan, I., Fatika, F. F., Dzaqiah, M. N., Abidin, S. A., Agnia, S. A., Astuti, Y. S., & Indrianeu, T. (2023). Pengembangan Potensi Ekonomi Home Industri Kecamatan Gunung Tanjung Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti*, *2*(1), 67–79.

Angkasa, Z., Alexsander, A., Harmiati, H., Purnawan, H., & Parwito, P. (2022). Analysis of community participation in maritime tourism productivity development based on social capital (Study in Padang Betuah Village, Pondok Kelapa District, Central Bengkulu Regency). *Journal of Social Science and Humanities*, *1*(1), 7–12.

Arsyad, A. A. J., Sulistyo, L., Rahayu, W., & Fatmawati, E. (2023). Upaya Peningkatan Literasi Digital Masyarakat Melalui Program Pelatihan Komputer Di Desa Terpencil. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(1), 654–661.

Azahra, I. P., Wardhani, V. J., Devinta, L. C., Khaliala, N., Rohma, V. B., Bahanan, A. A. G., & Fitrianto, T. A. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Promosi Online Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Kelas Menengah. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, *1*(3), 8.

Azarah, A. Y., Harpy, M. S., & Agustina, R. D. (2024). Peran Modal Sosial Terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha Laundry Rumahan di Kabupaten Jember. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *2*(3), 1–12.

Aziz, I. N. (2024). *Observasi awal* (001.GK/PkM-2024/SK/2024; p. 9). Univeristas Kiai Abdullah Faqih Grsik.

Barreteau, O., Bots, P., Daniell, K., Etienne, M., Perez, P., Barnaud, C., Bazile, D., Becu, N., Castella, J.-C., & Daré, W. (2013). Participatory approaches. *Simulating Social Complexity: A Handbook*, 197–234.

Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.

Hadinata, A. W., & Wijaya, L. S. (2024). Strategi Public Relations UMKM dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Batik Bulan Pekalongan Melalui Sosial Media. *Syntax Idea*, *6*(6), 2687–2704.

Hamid, A. S. A. (2015). Konseptualisasi pembangunan komuniti melalui analisis konsep struktur sosial, teori modal sosial dan perspektif realisme kritikal. *Jurnal Pembangunan Sosial*, *18*, 21–40.

Hanasi, R. A., Kadir, M. K. K., Malae, A. K., Kasim, M., Suleman, D., Pulogu, S. I., & Bumulo, S. (2023). Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Posso dan Desa Bubode Kabupaten Gorontalo Utara. *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 10–22.

Hermawanto, A., & Anggraini, M. (2020). *Globalisasi, Revolusi Digital dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik di Era Borderless World*. LPPM Press UPN" Veteran" Yogyakarta.

Irawan, E. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, *1*(4), 30–41.

Kimbal, R. W. (2015). *Modal sosial dan ekonomi industri kecil: Sebuah studi kualitatif*. Deepublish.

Mardikaningsih, R. (2023). Strategi Inovasi Dan Pemasaran Media Sosial Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Umkm Di Kota Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, *6*(2), 58–67.

Mayasari, R., Febriantoko, J., Putra, R. R., Hadiwijaya, H., & Kurniawan, D. (2022). *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa*. Penerbit Nem.

Nuraisyah, N., Haryono, D., & Lutfiani, L. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil

Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula). *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, *2*(2), 63–78.

Purwanti, L., & Mawardiningrum, R. F. (2021). Analisis Pengaruh Komponen Relationship Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *1*(1), 18–22.

Puspita, I. L., Ariningrum, H., Sariningsih, E., Alansori, A., & Dewi, T. S. W. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dan Pemasaran Bagi UMKM Kemiri Kelurahan Sumber Agung Bandar Lampung. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 59–65.

Rahmawati, S., & Sugito, S. (2024). Efektivitas Pelatihan Positioning Branding Dalam Meningkatkan Brand Equity Bagi Pelaku UMKM Kelurahan Tenggilis Mejoyo Kota Surabaya. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, *2*(2), 24–31.

Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Riva'i, A. K. (2016). *Komunikasi sosial pembangunan: Tinjauan teori komunikasi dalam pembangunan sosial*. Hawa dan AHWA.

Rustya, D. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. *Journal Islamic Banking*, *3*(2), 61–75.

Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan teori penetrasi sosial pada media sosial: Pengaruh pengungkapan jati diri melalui TikTok terhadap penilaian sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, *3*(1), 1–9.

Shohib, M. (2024). *Interview dengan Masyarakat Desa* (p. 5). Univeristas Kiai Abdullah Faqih Grsik.

Suciadi, M., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Eksternalitas Positif Tambang Batubara Terhadap Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, *4*(2), 267–285.

Sunada, I. N. (2019). Potensi makanan tradisional Bali yang berbasis masyarakat sebagai daya tarik wisata di Pasar Umum Gianyar. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, *7*(1), 27–47.

Suyatno, S., & Suryani, D. A. (2022). Pengembangan Potensi UMKM Berbasis lokal dalam Mendorong Perekonomian di Desa Girikerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, *9*(2), 108–118.

Swasti, C. (2021). Gerakan Sosial Kewirausahaan Berbasis Komunitas Desa Oleh Ibeka. *Asketik: Jurnal Agama Dan Perubahan Sosial*, *5*(2), 241–264.

Syahreza, D. S., Audina, A., Artha, T. P., & Askelon, J. C. (2024). Redefining Competition: Leveraging Advantages For Market Success. *Journal of Management and Creative Business*, *2*(1), 15–20.

Tinkler, B. (2010). Reaching for a Radical Community-Based Research Model. *Journal of Community Engagement and Scholarship*, *3*(2). https://doi.org/10.54656/FHKD4770

Wali, I. H. L. A., & Pabulo, A. M. A. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Di Kelurahan Rejowinangun Melalui Social Media (Studi Kasus: Warung Makan Surya). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *4*(2), 1213–1220.

Willer, B., & Corrigan, J. D. (1994). Whatever it takes.: A model for community-based services. *Brain Injury*, *8*(7), 647–659.

Yulfita, A., & Fakho, R. N. (2024). *Modul Bisnis Digital: Pemasaran Digital, Branding, & Promosi* (First). Center for Development, Empowerment, and Policy (CEDEP) President University.

Zahruddin, A., Hariyono, R. C. S., Syifa, F. F., Al Syarief, S. W., & Asfahani, A. (2023). Pemberdayaan program pelatihan bumdes dalam mengembangkan perekonomian desa. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(4), 7771–7778.

Zunaidah, A., Askafi, E., & Daroini, A. (2021). Peran usaha bumdes berbasis pertanian dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, *21*(1), 47–57.