



Pendekatan Inovatif dalam Kewirausahaan untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Masyarakat Desa

An Innovative Approach to Entrepreneurship to Increase the Economic Competitiveness of Rural Communities

Mariah^{1*}, Yuswari Nur², Didiek Handayani Gusti³, Muhammad Idris⁴, Musdalifah⁵, Jusman⁶, Muhammad Azwin⁷

¹⁻⁷Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, Indonesia

Email : mariah@stienobel-indonesia.ac.id¹, yuswari@stienobel-indonesia.ac.id², didigusti81@gmail.com³, muh.idris@stienobel-indonesia.ac.id⁴, musdalifah@nobel.ac.id⁵, jusman@nobel.ac.id⁶, muhazwin86@gmail.com⁷

*Penulis Korespondensi : mariah@stienobel-indonesia.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 30 Januari 2026;

Revisi: 20 Februari 2026;

Diterima: 28 Maret 2026;

Terbit: 31 Maret 2026

Keywords: Business

Digitalization; Community

Empowerment;

Competitiveness; Innovative

Entrepreneurship; Rural

Economy.

Abstract: This community service activity aimed to enhance the economic competitiveness of rural communities through inventive entrepreneurship methods. The program was implemented in Batu Putih Village, Mallawa District, Maros Regency, involving 25 participants consisting of MSME actors, housewives, and youth organization members. It was designed as a community empowerment program based on local potential and integrated with digital technology. A participatory approach was applied by involving participants in identifying local resources, exploring business opportunities, developing business ideas, and implementing marketing strategies. The activity stages included mapping local economic potentials, providing entrepreneurship training focused on creativity and innovation, assisting business digitalization through social media and online marketplaces, and evaluating participants' capacity improvement. Participants were also introduced to basic business management, product packaging, and digital marketing strategies to strengthen product competitiveness. The results showed a significant increase in participants' entrepreneurial understanding and skills, as reflected in the improvement of test scores from 48% in the pre-test to 87% in the post-test. In addition, 70% of participants successfully developed new products based on local potential, while 60% were able to market their products online. Three new businesses were also established by utilizing local resources sustainably. Overall, inventive entrepreneurship methods proved effective in increasing creativity, productivity, and economic independence among rural communities.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat pedesaan melalui metode kewirausahaan yang inovatif. Program ini dilaksanakan di Desa Batu Putih, Kecamatan Mallawa, Kabupaten Maros, melibatkan 25 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM, ibu rumah tangga, dan anggota organisasi pemuda. Program ini dirancang sebagai program pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dan terintegrasi dengan teknologi digital. Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan peserta dalam mengidentifikasi sumber daya lokal, mengeksplorasi peluang bisnis, mengembangkan ide bisnis, dan menerapkan strategi pemasaran. Tahap kegiatan meliputi pemetaan potensi ekonomi lokal, memberikan pelatihan kewirausahaan yang berfokus pada kreativitas dan inovasi, membantu digitalisasi bisnis melalui media sosial dan pasar online, serta mengevaluasi peningkatan kapasitas peserta. Peserta juga diperkenalkan dengan manajemen bisnis dasar, pengemasan produk, dan strategi pemasaran digital untuk memperkuat daya saing produk. Hasil menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan kewirausahaan peserta, yang tercermin dalam peningkatan skor tes dari 48% pada pre-test menjadi 87% pada post-test. Selain itu, 70% peserta berhasil mengembangkan produk baru berdasarkan potensi lokal, sementara 60% mampu memasarkan produk mereka secara daring. Tiga bisnis baru juga didirikan dengan memanfaatkan sumber daya lokal secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, metode kewirausahaan inovatif terbukti efektif dalam meningkatkan kreativitas, produktivitas, dan kemandirian ekonomi di kalangan masyarakat pedesaan.

Kata Kunci : Daya Saing; Digitalisasi Usaha; Ekonomi Pedesaan; Kewirausahaan Inovatif; Pemberdayaan Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks ekonomi global saat ini, desa tidak lagi dilihat sekedar sebagai sumber bahan baku, tetapi sebagai titik tolak untuk pertumbuhan ekonomi baru melalui penguatan potensi lokal. Meskipun demikian, fenomena yang umum terjadi adalah terjadinya stagnasi ekonomi desa akibat ketergantungan pada cara-cara tradisional. Kemampuan bersaing secara ekonomi bagi komunitas desa sering terhambat oleh minimnya inovasi produk, pengelolaan usaha yang masih tradisional, dan keterbatasan dalam mengakses pasar digital. Penting bagi komunitas pedesaan untuk mengimplementasikan metode baru dalam berwirausaha. Inovasi yang dimaksud tidak terbatas pada penerapan teknologi modern saja, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses, produk, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan ciri khas kehidupan pedesaan. Peralihan dari kewirausahaan yang berfokus pada bertahan hidup ke kewirausahaan yang didorong oleh peluang perlu menjadi fokus utama dalam pengabdian ini.

Pembangunan ekonomi di tingkat desa adalah salah satu fondasi penting untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menekan jurang pemisah antara kawasan kota dan desa (Gulo & Destriana, 2018). Pembangunan ekonomi nasional yang inklusif pada dasarnya dimulai dengan memperkuat fondasi ekonomi di tingkat desa. Desa bukan lagi sekedar zona penyangga bagi daerah perkotaan, tetapi telah menjadi penentu utama ketahanan ekonomi nasional. Namun, masyarakat pedesaan masih menghadapi tantangan signifikan, khususnya keterlambatan struktur ekonomi yang terus-menerus disebabkan oleh ketergantungan pada sektor primer tanpa pengolahan nilai tambah. Kewirausahaan desa seringkali terjebak dalam pola subsisten, di mana kegiatan ekonomi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar sehari-hari, tanpa orientasi pertumbuhan dan daya saing berkelanjutan

Memasuki era Industri 4.0 dan Masyarakat 5.0, lanskap bisnis global telah mengalami transformasi mendasar. Digitalisasi dan pergeseran perilaku konsumen menuntut semua pelaku bisnis, termasuk yang berada di daerah pedesaan, untuk semakin adaptif. Inovasi bukan lagi kemewahan yang hanya diperuntukkan bagi perusahaan besar; inovasi telah menjadi kebutuhan vital bagi UMKM berbasis desa. Kewirausahaan inovatif mencakup rekayasa produk, pembaharuan model bisnis, dan transformasi pemasaran digital. Jika tidak ada inovasi, produk unggulan desa akan tetap menjadi barang murah, rentan terhadap fluktuasi harga, dan digunakan dalam rantai distribusi yang panjang. Desa memiliki banyak potensi sumber daya alam dan manusia, tetapi seringkali tidak dimanfaatkan sepenuhnya karena pengetahuan,

keterampilan, dan akses ke teknologi dan pasar yang terbatas. Karena keadaan ini, bisnis di desa cenderung stagnan dan memiliki produktivitas dan daya saing yang lebih rendah dibandingkan dengan bisnis di kota. (Detta et al., 2024). Kewirausahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan nilai produk lokal, dan memperluas jaringan ekonomi yang bergantung pada potensi lokal. Ini menjadikannya komponen penting dalam penggerak ekonomi desa (Manilang et al., 2024). Kewirausahaan desa, bagaimanapun, masih sering bersifat konvensional, dengan model bisnis yang tidak mengutamakan inovasi dan keberlanjutan (Fajri et al., 2024). Pelaku usaha desa menghadapi kendala tersendiri dalam mengembangkan bisnis mereka. Ini termasuk kurangnya pengetahuan tentang strategi kewirausahaan kontemporer, pengelolaan bisnis, dan penggunaan teknologi digital (Triwijayanti et al., 2023).

Kondisi ini, menjadi sangat penting untuk menggunakan strategi bisnis yang inovatif untuk mengatasi masalah ekonomi di wilayah pedesaan (Khamimah, 2021). Strategi ini tidak hanya berfokus pada inovasi dan pengembangan produk; itu juga mencakup variasi bisnis, penggunaan teknologi, dan strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan pangsa pasar (Malik & Mulyono, 2017). Desa dapat meningkatkan efisiensi usaha, meningkatkan daya saing produk lokal, dan membangun sistem ekonomi yang lebih adaptif dengan memadukan kewirausahaan dan inovasi (Harahap et al., 2024).

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana berusaha untuk menerapkan pendekatan kewirausahaan yang inovatif yang disesuaikan dengan potensi serta karakteristik masyarakat desa. Kegiatan ini meliputi pelatihan kewirausahaan yang kreatif, pengembangan model bisnis berbasis inovasi, dan pendampingan untuk penerapan teknologi sederhana serta digitalisasi usaha (Mariah & Hernawan, 2025). Diharapkan bahwa kegiatan ini akan membantu masyarakat desa meningkatkan kemampuan kewirausahaan mereka, memungkinkan pembuatan produk unggulan lokal, dan secara keseluruhan meningkatkan daya saing ekonomi desa secara berkelanjutan.

Program pengabdian kepada masyarakat ini hadir sebagai bentuk respons akademis terhadap kesenjangan tersebut. Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab moral dan intelektual untuk melakukan transfer teknologi dan pengetahuan (Transfer of Knowledge) kepada masyarakat. Melalui judul "Pendekatan Inovatif dalam Kewirausahaan untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Masyarakat Desa", tim pengabdian bermaksud mengintegrasikan teori manajemen modern dengan kearifan lokal.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara yang partisipatif, yakni melibatkan masyarakat secara langsung di setiap fase kegiatan. Metode ini dipilih agar masyarakat berperan sebagai subjek, bukan hanya sebagai objek dalam proses pemberdayaan ekonomi melalui kewirausahaan yang inovatif. Fokus utama kegiatan ini adalah kelompok usaha mikro, pemangku kepentingan, akademisi, dan masyarakat umum. Pendampingan berlangsung secara terus-menerus dengan prinsip belajar melalui praktik, sehingga peserta dapat langsung menerapkan materi yang telah dipelajari.

Adapun langkah-langkah dalam proses pelaksanaan kegiatan mencakup beberapa tahap berikut: (a) Tahap persiapan dan pengenalan Potensi Diawali dengan observasi dan kerjasama dengan perangkat desa, kelompok usaha mikro, serta tokoh masyarakat. Tujuan dari langkah ini adalah untuk: Mengidentifikasi potensi ekonomi lokal yang bisa dikembangkan; Menggali kebutuhan masyarakat terkait pengetahuan kewirausahaan dan inovasi; Menentukan individu yang termotivasi untuk berwirausaha. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup survei sederhana untuk mengukur pemahaman masyarakat tentang kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi dalam bisnis. (b) Tahap Sosialisasi dan Penyuluhan Materi, sosialisasi kegiatan dan pelatihan dasar kewirausahaan kreatif. Materi yang diajarkan mencakup: Pemahaman dasar tentang kewirausahaan dan ciri-ciri wirausaha yang berhasil; Strategi untuk menciptakan inovasi pada produk dan jasa; Metode menyusun model bisnis yang sederhana (Business Model Canvas); Manajemen keuangan untuk usaha kecil; Pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran produk lokal. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan pembelajaran studi kasus yang relevan dengan kondisi masyarakat desa. (c) Tahap Pendampingan dan Implementasi di mana peserta yang telah mengikuti pelatihan akan mendapatkan pendampingan langsung untuk menerapkan prinsip kewirausahaan inovatif di usaha mereka masing-masing. Kegiatan ini mencakup: Pendampingan dalam proses pengembangan ide produk baru berdasarkan potensi lokal; Pembuatan desain untuk kemasan barang dan penandaan merek; Pemanfaatan sosial media serta platform digital dalam kegiatan promosi dan penjualan; Pelatihan tentang fotografi produk yang sederhana dengan alat yang ada (seperti ponsel pintar). (d) Tahap Pengawasan dan Penilaian dilaksanakan untuk menilai seberapa berhasil kegiatan pengabdian ini. Penilaian mencakup: Pengukuran peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta (melalui tes awal dan tes akhir); Analisis perkembangan usaha sebelum dan setelah adanya pendampingan; Tanggapan dari masyarakat terkait dengan manfaat dari kegiatan tersebut.

3. HASIL

Pelaksanaan kegiatan masyarakat ini diharapkan: Masyarakat desa memiliki peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha secara inovatif, Munculnya produk unggulan desa yang bernilai jual dan berdaya saing di pasar lokal maupun digital, Terbentuknya kelompok wirausaha kreatif yang berorientasi pada inovasi dan keberlanjutan, Terwujudnya peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat desa secara bertahap.

Adapun Langkah-langkah yang telah dilakukan dalam kegiatan ini adalah:

a. Idektifikasi masalah

Pada tahap awal, adalah perlu untuk menemukan masalah yang dihadapi oleh UMKM di lokasi tersebut. Lokasi tersebut memiliki ciri-ciri masyarakat agraris, di mana sebagian besar orang bekerja di sektor pertanian dan usaha mikro rumah tangga. Hasil pertanian, produk olahan makanan, dan kerajinan tangan berbasis bahan alam adalah potensi lokal desa. Hasil survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih sangat kurang memahami masyarakat dan keterampilan pengelolaan usaha. Dari 25 UMKM yang disurvei, hanya sekitar 8 yang pernah menerima pelatihan dan pendampingan terkait pengelolaan usaha.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini diadakan di Desa Batu Putih, Kecamatan Mallawa, Kabupaten Maros. Desa ini adalah daerah pertanian, dengan sebagian besar penduduknya bekerja di pertanian dan usaha mikro rumah tangga. Hasil pertanian, produk makanan olahan, dan kerajinan tangan yang berbasis bahan alam adalah sumber daya yang ada di desa ini.

Kegiatan tersebut melibatkan 25 orang, termasuk pelaku usaha kecil dan calon wirausahawan muda. Mereka terdiri dari kelompok ibu rumah tangga, pemuda karang taruna, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sudah aktif, tetapi tidak memiliki strategi kreatif untuk mengembangkan bisnis mereka. Kegiatan dilakukan selama dua minggu dan mencakup persiapan, yang mencakup pelatihan, pendampingan, dan evaluasi usaha.

Transformasi *Mindset* Kewirausahaan Inovatif

Pada fase awal, kelompok menjelaskan mengenai signifikansi inovasi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing. Diskusi diarahkan pada pergeseran cara pandang dari hanya menghasilkan apa yang dapat diproduksi menjadi menghasilkan apa yang diperlukan oleh pasar dengan nilai tambah yang unik.

Tabel 1. Perbandingan Karakteristik Usaha Sebelum dan Sesudah Intervensi.

Dimensi	Kondisi Sebelum Pengabdian	Kondisi Setelah Pengabdian
Produk	Komoditas mentah, tanpa merek	Produk olahan bernilai tambah dengan branding
Kemasan	Plastik transparan biasa, tanpa label	Kemasan standing pouch dengan desain estetis
Jangkauan	Lokal (tetangga/pasar desa)	Regional/Nasional melalui media sosial
Keuangan	Tercampur dengan uang rumah tangga	Pencatatan arus kas sederhana

Selama pelatihan, peserta dididik tentang prinsip kewirausahaan dasar, inovasi produk, dan pengembangan model bisnis. Peserta dapat mengidentifikasi potensi lokal yang dapat diubah menjadi produk dengan nilai pasar melalui interaksi dan analisis kasus. Beberapa gagasan inovatif yang muncul selama kegiatan ini adalah:

- 1) Pengembangan produk makanan olahan lokal (seperti keripik singkong dengan variasi rasa baru, sambal dalam kemasan, dan minuman herbal alami);
- 2) Pemanfaatan limbah pertanian menjadi produk yang memiliki nilai tambah (seperti kerajinan tangan atau anyaman);
- 3) Strategi pemasaran melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1. Foto bersama setelah Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan.

Pendampingan Branding, Digitalisasi Usaha dan Pembuatan NIB

Pada tahap ini, kelompok yang bertanggung jawab membantu peserta dalam pembuatan identitas merek, yang mencakup logo dan kemasan, serta pembuatan akun media sosial untuk bisnis. Selain itu, peserta diberi instruksi untuk menulis deskripsi produk yang menarik dan mengambil gambar produk yang menarik menggunakan alat yang sederhana. Bimbingan mendalam selama dua minggu memastikan bahwa setiap peserta memiliki portofolio bisnis digital yang siap untuk dipromosikan.

Pendampingan ini ditujukan untuk mengubah sudut pandang konsumen mengenai produk mitra dari produk rumahan biasa menjadi produk profesional yang dapat diandalkan.

a) Pendampingan Branding dan Identitas Visual

- 1) Workshop Desain Partisipatif, Tim tidak hanya menciptakan logo, tetapi juga melibatkan mitra dalam memilih komponen visual. Ini dilakukan untuk memastikan mitra merasakan kepemilikan terhadap mereknya.
- 2) Aplikasi Branding, Pendampingan meliputi pemilihan jenis huruf yang jelas, penggunaan skema warna yang seragam, serta penciptaan kalimat pengantar (tagline) yang dapat mencerminkan keunggulan barang
- 3) Prototipe Kemasan, Tim menunjukkan contoh nyata dari kemasan baru (contohnya: pouch berdiri dengan lapisan doff) dan membimbing mitra dalam menghitung biaya per unit kemasan, sehingga tidak memberikan beban berlebih pada harga jual, tetapi tetap tampak premium.

b) Digitalisasi Usaha dan Pemasaran Elektronik

Di era industri 4.0, digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan keharusan bagi UMKM desa untuk memotong rantai distribusi yang panjang

- 1) Optimalisasi Google Maps (GMB), Banyak UMKM desa yang lokasinya sulit ditemukan. Tim mendampingi pendaftaran titik lokasi usaha pada *Google My Business*. Hasilnya, usaha mitra kini dapat muncul di mesin pencarian, lengkap dengan foto produk, jam operasional, dan kontak yang dapat dihubungi
- 2) Manajemen Media Sosial, Pendampingan difokuskan pada Instagram dan TikTok bukan hanya untuk memposting foto, tetapi cara berinteraksi dengan pelanggan. Tim mengajarkan penggunaan fitur *Reels* dan *Live* untuk menunjukkan proses produksi yang higienis dan otentik
- 3) Pemanfaatan Marketplace, Bagi mitra yang produknya tahan lama (non-perishable), tim mendampingi pembukaan toko di platform Shopee/Tokopedia, mulai dari pengaturan profil, pengunggahan foto produk yang sudah diedit, hingga manajemen ekspedisi (pengiriman).

c) Fasilitasi Legalitas Usaha (Pembuatan NIB)

Legalitas adalah fondasi bagi UMKM untuk naik kelas. Tanpa izin resmi, mitra akan kesulitan mengakses modal perbankan maupun menembus ritel modern/supermarket

- 1) Migrasi ke Sistem OSS RBA: Tim melakukan pendampingan teknis pendaftaran melalui sistem *Online Single Submission Risk-Based Approach* (OSS-RBA).

Mengingat keterbatasan literasi digital dan perangkat (laptop) yang dimiliki mitra, tim bertindak sebagai fasilitator dalam pengisian data.

- 2) Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB): NIB kini berfungsi sebagai identitas tunggal bagi pelaku usaha, termasuk sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Mengenal Importir (API), dan hak akses kepabeanan.
- 3) Dampak Legalitas: Dengan kepemilikan NIB, mitra mendapatkan kepastian hukum dan perlindungan usaha. Selain itu, NIB menjadi pintu masuk untuk pengurusan sertifikasi lainnya seperti Sertifikasi Halal (Self-Declare) dan P-IRT yang menjadi target keberlanjutan dari pengabdian ini.



Gambar 2. Penyerahan NIB salah satu Usaha dan Pemasangan Branding Usaha.

Peningkatan Keterampilan Manajemen dan Keuangan Usaha

Selain itu, peserta diberi instruksi tentang cara mencatat keuangan dasar, pengendalian modal, dan teknik untuk menentukan tarif produk agar dapat bersaing tetapi tetap menghasilkan keuntungan. Hasil penilaian menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya tidak mencatat keuangan dengan teratur. Setelah kursus, 80% peserta mulai menggunakan pembukuan dasar dengan menggunakan format Excel atau aplikasi keuangan gratis.

Aspek manajemen dan tata kelola keuangan merupakan pilar keberlanjutan sebuah usaha. Tim pengabdian menemukan bahwa mayoritas mitra masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, serta tidak memiliki catatan stok barang yang akurat. Pendampingan ini dilakukan melalui beberapa pendekatan praktis.

- Pemisahan Entitas Keuangan (Separation of Funds)

Langkah awal yang krusial adalah memberikan pemahaman mengenai konsep entitas bisnis yang terpisah. Tim mendampingi mitra dalam:

- Edukasi Psikologi Keuangan: Memberikan pemahaman bahwa uang yang masuk ke kas usaha bukanlah keuntungan bersih, melainkan ada komponen modal dan biaya operasional di dalamnya.

- Praktik Pembukaan Rekening Terpisah: Mendorong mitra untuk memiliki rekening bank khusus usaha guna memudahkan pelacakan arus kas (*cash flow*) dan menghindari penggunaan uang usaha untuk keperluan konsumtif rumah tangga
- Pelatihan Pembukuan Sederhana dan Digital

Mengingat keterbatasan waktu dan latar belakang pendidikan mitra, tim tidak memaksakan sistem akuntansi yang rumit. Sebagai gantinya, pendampingan difokuskan pada:

 - Pencatatan Buku Kas Harian: Mitra diajarkan mencatat setiap pengeluaran dan pemasukan sekecil apapun secara disiplin.
 - Pengenalan Aplikasi Keuangan Digital: Tim mendampingi instalasi dan penggunaan aplikasi pembukuan berbasis Android (seperti *BukuWarung* atau *BukuKas*). Keunggulan aplikasi ini adalah kemampuannya menghasilkan laporan laba rugi secara otomatis dan mengirimkan tagihan piutang melalui WhatsApp.
 - Penyusunan Harga Pokok Penjualan (HPP): Tim membantu mitra menghitung HPP secara detail, mencakup biaya bahan baku, biaya kemasan, biaya tenaga kerja, hingga biaya penyusutan alat. Hal ini penting agar mitra tidak salah dalam menentukan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan.
- Manajemen Operasional dan Sumber Daya

Selain keuangan, manajemen operasional juga ditingkatkan untuk menjamin efisiensi produksi:

 - Standard Operating Procedure (SOP) Sederhana: Menyusun alur kerja mulai dari penerimaan bahan baku, proses produksi, hingga pengemasan. SOP ini bertujuan agar kualitas produk tetap konsisten (standarisasi) meskipun dikerjakan oleh orang yang berbeda.
 - Manajemen Inventori: Mengajarkan teknik pencatatan stok bahan baku untuk menghindari penumpukan modal pada barang yang lambat terjual (*slow-moving*) atau kekurangan bahan saat pesanan meningkat.
- Perencanaan Bisnis dan Skala Prioritas

Tim mengajak mitra untuk berpikir jangka panjang melalui penyusunan rencana bisnis sederhana:

 - Penetapan Target Penjualan: Membantu mitra menetapkan target bulanan yang realistis.

- **Alokasi Keuntungan:** Memberikan arahan agar sebagian keuntungan disisihkan sebagai Dana Cadangan atau Modal Pengembangan untuk membeli peralatan produksi yang lebih modern di masa depan.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Peningkatan Manajemen dan Keuangan Usaha.

Hasil Evaluasi dan dampak kegiatan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta lebih memahami kewirausahaan dan lebih memahaminya. Menurut analisis pre-test dan post-test, tingkat pemahaman tentang kewirausahaan naik dari 48% menjadi 87%. Selain itu, berdasarkan observasi dan wawancara: Di samping itu, melalui wawancara dan observasi:

- a) Sekitar 70% peserta berhasil membuat produk baru atau memperbarui kemasan produk yang sudah ada;
- b) Sekitar 60% peserta mulai menggunakan media online untuk memasarkan produk; dan
- c) Tiga bisnis baru telah dibentuk dari kelompok pemuda desa yang sebelumnya tidak terlibat dalam kegiatan ekonomi produktif.
- d) Selama tiga bulan setelah kegiatan pendampingan, penjualan produk rata-rata meningkat sebesar tiga puluh persen.

Data menunjukkan bahwa peningkatan daya saing ekonomi di komunitas pedesaan dipengaruhi positif oleh program pelatihan kewirausahaan inovatif yang membantu branding, digitalisasi usaha, dan pembuatan NIB, serta meningkatkan kemampuan manajemen dan keuangan usaha. Ini mendukung teori kewirausahaan inovatif bahwa dunia bisnis selalu berubah, memberikan tantangan baru dan peluang baru bagi para pelaku usaha (Khamimah, 2021). Inovasi menjadi bagian penting dari keberhasilan dan mendominasi pasar dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kewirausahaan inovatif tidak hanya membuat barang dan jasa baru, tetapi juga menemukan cara baru untuk menjalankan bisnis, berhubungan dengan pelanggan, dan memberikan nilai tambah yang berbeda (Ananda et al, 2025).

Ada peningkatan keinginan untuk bekerja sama di antara anggota masyarakat, yang merupakan tanda dampak sosial. Koperasi atau kelompok usaha adalah tempat orang berbagi informasi, sumber daya, dan promosi. Ini menunjukkan bahwa metode baru meningkatkan

hubungan sosial dan ekonomi di tingkat komunitas selain meningkatkan pendapatan individu.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa daya saing ekonomi masyarakat pedesaan meningkat ketika metode kewirausahaan inovatif diterapkan. Ini sejalan dengan teori kewirausahaan berbasis inovasi. (Triwijayati et al., 2023), yang menyatakan bahwa inovasi adalah penggerak utama pembangunan ekonomi. Inovasi dapat mengubah sumber daya lokal menjadi produk yang memiliki nilai tambah, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing regional. (Malik & Mulyono, 2017). Inovasi memungkinkan suatu wilayah untuk mengubah sumber daya lokal yang ada menjadi produk atau layanan yang memiliki nilai tambah. Namun, untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas diperlukan upaya yang sistematis dan terorganisir. (Mariah et al., 2024).

Temuan kunci adalah pergeseran pola pikir para mitra. Sebelumnya, masyarakat pedesaan hanya berfokus pada kegiatan usaha subsisten. Pendekatan inovatif yang digunakan dalam program ini menekankan Orientasi Kewirausahaan proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko. Diskusi Kelompok Terfokus (FGD) membantu masyarakat menyadari bahwa keterbatasan ekonomi mereka bukan berasal dari kelangkaan sumber daya alam, tetapi dari rendahnya nilai tambah pada sumber daya tersebut. Transformasi pola pikir ini menjadi fondasi bagi pembangunan ekonomi pedesaan yang berkelanjutan, mendorong masyarakat untuk menjelajahi pasar di luar desa.

Untuk melakukan inovasi, pemerintah daerah, masyarakat, dan sektor swasta harus bekerja sama. Pelaku usaha lokal dapat dibantu oleh pemerintah daerah dengan peraturan atau insentif. (Malik & Mulyono, 2017). Dalam lingkungan pedesaan, kolaborasi antara pemerintah daerah, masyarakat, dan sektor swasta diperlukan. Pemerintah daerah dapat memberikan regulasi dan insentif, masyarakat dapat berpartisipasi sebagai produsen dan konsumen, dan sektor swasta dapat memberikan pendanaan atau teknologi. (Asbara et al., 2025). Inovasi sederhana seperti pengolahan produk yang lebih baik, desain kemasan yang lebih baik, dan strategi pemasaran kreatif adalah contoh inovasi yang tidak selalu memerlukan teknologi canggih (Fitriyani et al., 2024). seringkali lebih relevan. Teknologi digital secara efektif meningkatkan akses pasar dan membuat produk lebih jelas.

Menurut teori keunggulan kompetitif Porter, bisnis dapat bersaing melalui kepemimpinan biaya atau diferensiasi. Mengingat skala produksi UMKM pedesaan yang terbatas, diferensiasi—terutama melalui branding dan inovasi produk adalah strategi yang paling tepat. Dukungan branding dalam aktivitas ini menunjukkan dua hasil:

- ✓ Identitas Visual: Penggunaan kemasan yang modern dan higienis secara langsung meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha saat menawarkan produk ke pasar yang lebih luas (seperti toko oleh-oleh atau swalayan).
- ✓ Psikologi Harga: Melalui *redesign* kemasan, produk yang sebelumnya dihargai rendah karena tampilan visual yang kurang menarik, kini memiliki *perceived value* (nilai persepsi) yang lebih tinggi di mata konsumen, sehingga mitra dapat menetapkan margin keuntungan yang lebih sehat

Secara keseluruhan, pendekatan inovatif ini menghasilkan efek pengganda. Keberhasilan di satu kelompok usaha memotivasi kelompok usaha lain untuk berinovasi juga. Namun, keberlanjutan membutuhkan sinergi dengan pemerintah desa melalui BUMDes dan integrasi ke dalam RPJMDes untuk memastikan dukungan jangka panjang dalam infrastruktur dan modal.

Pendekatan partisipatif juga berkontribusi pada keberhasilan program karena secara aktif melibatkan masyarakat di setiap tahap. Akibatnya, hasilnya tidak bersifat sementara; hal ini mendorong kesadaran dan kemandirian masyarakat dalam inovasi berkelanjutan dalam jangka panjang.

4. KESIMPULAN

Masyarakat pedesaan telah melihat peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan daya saing ekonomi sebagai hasil dari program pengabdian masyarakat yang menerapkan pendekatan kreatif terhadap kewirausahaan. Anggota komunitas dapat secara berkelanjutan meningkatkan pendapatan mereka dan menghasilkan produk lokal unggulan dengan memperluas akses pasar melalui pelatihan, pendampingan, dan digitalisasi bisnis. Metode ini menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan dapat menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan kompetitif dengan inovasi yang sesuai konteks dan pendampingan berkelanjutan.

Pendekatan inovatif yang diterapkan dalam program ini berhasil mengubah pola pikir penduduk desa dari orientasi subsisten (yang hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari) menjadi orientasi komersial yang lebih kompetitif. Perubahan ini dibuktikan dengan peningkatan signifikan dalam pengetahuan kewirausahaan peserta, yang tercermin dalam peningkatan skor pasca-tes sebesar 83%. Melalui bantuan branding dan desain ulang kemasan, produk lokal para mitra kini memiliki identitas visual yang lebih profesional dan lebih siap bersaing di pasar ritel. Inovasi kemasan telah terbukti meningkatkan nilai produk yang dirasakan, memungkinkan para mitra untuk menyesuaikan harga jual mereka dengan lebih menguntungkan tanpa mengalami kehilangan konsumen. Program ini juga mempercepat

digitalisasi dan formalisasi bisnis. Hal ini dibuktikan dengan keberhasilan penerbitan Nomor Identifikasi Usaha (NIB) untuk semua perusahaan mitra, yang menandai langkah penting menuju kepatuhan hukum dan legitimasi bisnis. Selain itu, upaya digitalisasi melalui optimalisasi Google Maps dan media sosial telah secara signifikan memperluas jangkauan pemasaran para mitra dari paparan lokal yang sebelumnya terbatas menjadi pasar regional yang lebih luas. Penerapan aplikasi pembukuan digital telah secara signifikan meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Para mitra kini mampu memisahkan keuangan pribadi dan bisnis serta menghitung secara akurat Harga Pokok Penjualan (PPH), yang merupakan elemen fundamental untuk memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Secara keseluruhan, pendekatan inovatif ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat pedesaan dengan memperkuat tiga pilar utama: inovasi produk, pemasaran digital, dan legalitas bisnis

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini dapat dilaksanakan berkat kontribusi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis, serta kerja sama yang baik dengan Mitra Bestari Pemerintah Desa dan Masyarakat Desa Batu Putih Kecamatan Mallawa Kabupaten Maros. Saya berterima kasih atas dukungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P., Rahmadani, & Nabawi, M. (2025). Inovasi kewirausahaan di sektor pariwisata: Meningkatkan daya tarik destinasi wisata. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 128–134. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.322>
- Asbara, N. W., Wirawan, R., Suryani, I., & Nurjannah, P. (2025). Pengembangan BUMDes melalui penyesuaian kebijakan pemerintah dalam menjemput Indonesia Emas dari Timur. *Bhakti: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(01), 80–89.
- Detta, J. V., Hudzaifah, M. A., Tandiayuk, J., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Inovasi produk dan layanan sebagai strategi utama dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. *Economics and Business Management Journal (EBMJ)*, 3(1), 38–42.
- Efiana Manilang, E. N. D., & Belo, Y. (2024). Inovasi dan kreativitas: Pilar utama dalam kewirausahaan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82–92. <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v3i1.609>
- Fajri, A., Suharti, & Purwanto, D. (2024). Pencapaian diferensiasi produk melalui strategi inovasi dan kreativitas usaha mikro kecil dan menengah. *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 3(2), 214–221. <https://doi.org/10.33369/kreativasi.v3i2.34872>
- Fitriyani, A., Safitri, D. M., Ustin, N. A., & Dewi, Y. P. (2024). Pengembangan strategi pemasaran berkelanjutan untuk produk ramah lingkungan: Literature review. *Jurnal*

Disrupsi Bisnis, 7(1), 101–110. <https://doi.org/10.32493/drb.v7i1.35412>

- Gulo, Y., & Destriana, N. (2018). Pemberdayaan ekonomi pedesaan berbasis partisipasi warga menuju peningkatan dan kemandirian pengelolaan ekonomi di Desa Parakanlima, Cirinten, Lebak-Banten. *Sakai Sambayan Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 118. <https://doi.org/10.23960/jss.v2i3.120>
- Harahap, M., Bilgies, A., Nurjanah, S., Syamsuri, & Wijayanto, G. (2024). Pengembangan branding lokal berkelanjutan: Mempromosikan produk unggulan dan pariwisata daerah melalui pemasaran berbasis komunitas. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 644–653. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4208>
- Khamimah, W. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228–240. <https://doi.org/10.32493/drb.v4i3.9676>
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal melalui pemberdayaan masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 87–101. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i1.15151>
- Mariah, M., Azis, M., Inanna, & Maryanti. (2024). Membangun kreativitas dan inovasi bagi mahasiswa peserta Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) kewirausahaan. *Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, 7, 640–651.
- Mariah, M., & Hernawan, H. (2025). Creativity and innovation in Indonesia's digital entrepreneurship: Insight from content creators and start-ups. *International Journal of Social Science and Business*, 9(2), 304–312. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v9i2.97829>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>