

# Pengembangan Kapasitas Pemuda Desa melalui Pelatihan Dasar Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal di Desa Kopang, Lombok Tengah

Yeldy Dwi Genadi<sup>\*1</sup>, Didy Ika Supryadi<sup>2</sup>, Sri Maryanti<sup>3</sup>, Dewi Rispawati<sup>4</sup>, Himawan Sutanto<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Mataram

\*e-mail: [yeldygenadi86@unram.ac.id](mailto:yeldygenadi86@unram.ac.id)<sup>1</sup>

## Riwayat

Diterima : 01 November 2025  
Direvisi : 11 November 2025  
Diterbitkan : 01 Desember 2025

**Kata kunci:** kewirausahaan desa, potensi lokal, pelatihan partisipatif, pemuda, pemberdayaan masyarakat

## Abstrak

*Pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal merupakan strategi penting dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat desa. Program pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas pemuda Desa Kopang, Lombok Tengah, melalui pelatihan dasar kewirausahaan yang aplikatif dan partisipatif. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi potensi lokal, penyusunan modul pelatihan, pelatihan kewirausahaan berbasis praktik, pendampingan usaha, serta monitoring dan evaluasi. Sebanyak 25 pemuda desa terlibat aktif dalam kegiatan ini. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan rata-rata pengetahuan kewirausahaan sebesar 65%, khususnya pada aspek perencanaan usaha, inovasi produk, dan pemasaran digital. Kegiatan ini juga menghasilkan tiga kelompok usaha baru, yaitu Kopang Food Innovation, Kreatif Bambu Kopang, dan Herbal Kopang Natural, yang berhasil mengembangkan produk unggulan berbasis sumber daya lokal dengan nilai tambah ekonomi. Pembentukan Forum Pemuda Wirausaha Kopang (FPWK) menjadi langkah strategis dalam memastikan keberlanjutan program. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan, kemandirian ekonomi, serta kolaborasi lintas sektor antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat. Hasil program ini diharapkan dapat menjadi model replikasi pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal di desa lain, guna mendukung pencapaian pembangunan ekonomi berkelanjutan di wilayah perdesaan.*



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)*

## 1. PENDAHULUAN.

Pembangunan ekonomi berbasis masyarakat desa memiliki peran strategis dalam memperkuat fondasi kemandirian ekonomi nasional. Dalam konteks

pembangunan berkelanjutan, desa bukan hanya objek pembangunan, melainkan subjek yang memiliki sumber daya alam, sosial, dan budaya yang dapat dioptimalkan untuk kesejahteraan masyarakatnya (Kementerian

Desa, 2021). Penguatan kapasitas masyarakat, khususnya pemuda desa, menjadi kunci dalam mempercepat transformasi ekonomi lokal berbasis potensi unggulan daerah.

Desa Kopang di Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu wilayah dengan kekayaan sumber daya alam dan sosial yang melimpah. Potensi unggulan desa ini meliputi sektor pertanian, perikanan air tawar, serta kerajinan bambu yang telah diwariskan secara turun-temurun. Namun demikian, pengelolaan potensi tersebut masih bersifat tradisional dan belum terintegrasi dengan pendekatan kewirausahaan modern. Tantangan utama yang dihadapi masyarakat, terutama generasi muda, adalah rendahnya kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha dan minimnya keterampilan pengelolaan bisnis yang berbasis inovasi serta teknologi digital (Tambunan, 2019).

Secara khusus, Desa Kopang memiliki sejumlah potensi lokal yang unik dan berdaya saing tinggi jika dikembangkan secara profesional. Sektor pertanian menghasilkan bahan pangan utama seperti pisang, jagung, dan singkong yang berlimpah sepanjang tahun dan berpotensi diolah menjadi produk olahan bernilai tambah seperti keripik, tepung lokal, dan makanan ringan khas desa. Di sisi lain, ketersediaan bahan baku bambu dari area perbukitan menjadikan Kopang sebagai salah satu sentra kerajinan bambu potensial di Lombok Tengah, dengan produk yang dapat dikembangkan menjadi peralatan rumah tangga, wadah makanan ramah lingkungan, dan souvenir wisata. Selain itu, kekayaan hayati berupa tanaman herbal seperti serai, jahe, dan kunyit membuka peluang pengembangan produk kesehatan dan kosmetik alami. Namun, sebelum adanya

intervensi tim pengabdian, seluruh potensi tersebut belum terkelola secara optimal karena keterbatasan pengetahuan kewirausahaan, kurangnya akses pasar, dan belum adanya pelatihan teknis dalam inovasi produk serta digital marketing. Akibatnya, produk lokal sebagian besar hanya dijual mentah dengan margin keuntungan yang sangat kecil.

Pemuda desa sejatinya merupakan aset penting pembangunan karena memiliki energi, ide kreatif, dan daya adaptif terhadap perubahan teknologi. Menurut Sudaryanto dan Hanim (2020), pemuda memiliki peran strategis sebagai agen perubahan dalam menciptakan ekonomi kreatif desa melalui kegiatan wirausaha yang inovatif dan berkelanjutan. Namun, dalam praktiknya, sebagian besar pemuda di Desa Kopang masih cenderung berorientasi pada pekerjaan konvensional, seperti buruh tani atau pekerja informal, tanpa melihat potensi besar yang dapat diolah dari lingkungan sekitarnya. Produk lokal umumnya dijual dalam bentuk mentah dengan nilai ekonomi rendah, sementara pelatihan kewirausahaan yang ada sering kali bersifat teoritis dan tidak kontekstual dengan potensi daerah.

Dalam konteks inilah, pelatihan dasar kewirausahaan berbasis potensi lokal menjadi sangat relevan. Program ini dirancang untuk menjawab kebutuhan nyata masyarakat dengan memberikan pembelajaran aplikatif dan berbasis pengalaman langsung (*experiential learning*). Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pemuda dalam mengenali potensi sumber daya lokal, mengembangkan ide bisnis, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Pendekatan partisipatif dalam pelatihan juga

memungkinkan peserta terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga praktik pengembangan produk (Hisrich et al., 2017).

Selain berfokus pada penguatan kapasitas individu, program ini juga diarahkan untuk membangun ekosistem kewirausahaan desa yang kolaboratif. Melalui pembentukan kelompok usaha dan pendampingan pasca-pelatihan, diharapkan akan tercipta jaringan ekonomi yang saling mendukung antar-pemuda, pelaku usaha lokal, dan pemerintah desa. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada hasil jangka pendek berupa peningkatan keterampilan, tetapi juga pada keberlanjutan ekonomi lokal melalui sinergi berbagai pihak dalam kerangka *community-based entrepreneurship* (Nugroho & Hidayat, 2022).

Lebih jauh, program ini sejalan dengan capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi dan semangat Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM), karena melibatkan mahasiswa secara langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Keterlibatan mahasiswa bukan hanya meningkatkan kapasitas akademik mereka, tetapi juga memperkuat peran universitas sebagai agen transformasi sosial yang memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan desa. Dengan dasar tersebut, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjadi model pengembangan kapasitas pemuda desa berbasis potensi lokal yang berkelanjutan dan dapat direplikasi di wilayah lain di Nusa Tenggara Barat.

## 2. METODE.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif

(participatory and applied approach), yang menempatkan pemuda Desa Kopang, Kecamatan Kopang, Kabupaten Lombok Tengah sebagai mitra utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan partisipatif dipilih untuk memastikan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, sehingga hasil kegiatan benar-benar sesuai dengan kebutuhan lokal dan berpotensi berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama tiga bulan, mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi akhir. Secara metodologis, kegiatan ini dibagi menjadi lima tahapan utama sebagai berikut:

### A. Identifikasi Potensi Lokal dan Sosialisasi Program

Tahap awal difokuskan pada pemetaan potensi unggulan Desa Kopang melalui survei lapangan, wawancara semi-terstruktur, dan diskusi kelompok terarah (FGD) dengan tokoh masyarakat, perangkat desa, dan perwakilan pemuda. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran objektif mengenai kondisi sosial ekonomi desa, ketersediaan sumber daya lokal, serta minat dan kompetensi dasar pemuda. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa sektor pangan olahan, kerajinan bambu, dan produk herbal memiliki peluang pengembangan paling besar. Setelah itu dilakukan sosialisasi program kepada masyarakat dan pemerintah desa untuk menjelaskan tujuan, manfaat, serta bentuk partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian.

### B. Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian menyusun modul pelatihan kewirausahaan berbasis

potensi lokal. Modul mencakup lima komponen utama:

- a. pengenalan konsep kewirausahaan dan motivasi berwirausaha,
- b. analisis potensi usaha dan perencanaan bisnis sederhana (*business model canvas*),
- c. inovasi dan pengembangan produk berbasis sumber daya lokal,
- d. strategi pemasaran digital, dan
- e. pengelolaan keuangan usaha mikro.

Materi pelatihan disusun secara kontekstual agar mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang pendidikan yang beragam.

#### C. Pelatihan Dasar Kewirausahaan

Pelatihan dilaksanakan selama dua hari dengan total tiga sesi utama:

- a. Pemahaman Konseptual, meliputi teori kewirausahaan, motivasi, dan perencanaan usaha;
- b. Praktik Pengembangan Produk Lokal, di mana peserta berlatih menciptakan produk olahan berbasis bahan lokal seperti pisang, jagung, dan bambu;
- c. Pemasaran Digital dan Branding Produk, melatih peserta memanfaatkan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan *marketplace* untuk promosi dan penjualan.

Metode pembelajaran yang digunakan bersifat *experiential learning*, yaitu menggabungkan ceramah interaktif, studi kasus, simulasi bisnis, dan praktik langsung agar peserta dapat belajar melalui pengalaman nyata.

#### D. Pendampingan dan Pembentukan Kelompok Usaha

Pasca-pelatihan, dilakukan pendampingan intensif selama empat minggu untuk membantu peserta

membentuk kelompok usaha pemuda desa. Pendampingan dilakukan melalui sesi konsultasi, *coaching clinic*, dan kunjungan lapangan. Fokus kegiatan adalah peningkatan kapasitas manajerial, desain kemasan, manajemen keuangan sederhana, serta penerapan strategi pemasaran digital. Dalam tahap ini terbentuk tiga kelompok usaha baru yang berorientasi pada produk pangan, kerajinan, dan herbal.

#### E. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi program dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, peningkatan pengetahuan peserta diukur melalui instrumen pre-test dan post-test, sedangkan aspek kualitatif dinilai melalui observasi lapangan, wawancara reflektif, serta dokumentasi hasil pelatihan. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan skor pengetahuan kewirausahaan, jumlah kelompok usaha baru yang terbentuk, dan perubahan sikap serta motivasi wirausaha peserta. Hasil evaluasi digunakan untuk merancang program lanjutan berupa pembentukan Forum Pemuda Wirausaha Kopang sebagai wadah keberlanjutan kegiatan.

Dengan metode pelaksanaan yang sistematis dan partisipatif ini, kegiatan pengabdian diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu pemuda, tetapi juga memperkuat ekosistem kewirausahaan desa secara berkelanjutan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

#### 3.1. Peningkatan Kapasitas Peserta

Program pelatihan dasar kewirausahaan berbasis potensi lokal diikuti

oleh 25 pemuda Desa Kopang dengan tingkat partisipasi yang tinggi. Melalui pendekatan partisipatif dan praktik langsung, kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam bidang kewirausahaan. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata pengetahuan kewirausahaan sebesar 65%, terutama pada aspek perencanaan usaha, inovasi produk, dan pemasaran digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami konsep dasar kewirausahaan serta strategi pengembangan produk berbasis potensi lokal. Setelah pelatihan, peserta mampu merancang model bisnis sederhana dan mengembangkan strategi pemasaran melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Shopee.

Peningkatan kapasitas ini menunjukkan efektivitas penerapan pendekatan *experiential learning* yang menggabungkan teori dan praktik. Hasil wawancara reflektif menunjukkan bahwa 88% peserta merasa lebih percaya diri untuk memulai usaha sendiri. Mereka juga menyadari pentingnya nilai inovasi, kualitas produk, dan branding dalam meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sudaryanto & Hanim (2020), yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis potensi lokal dapat mendorong tumbuhnya wirausaha muda yang kreatif dan inovatif.



Gambar 1: Kegiatan Penyampain Materi Kepada Peserta Pelatihan

### 3.2. Terbentuknya Kelompok Usaha Baru

Salah satu capaian paling signifikan dari program ini adalah terbentuknya tiga kelompok usaha baru hasil pendampingan pasca-pelatihan, yaitu:

1. Kelompok Kopang Food Innovators: Produk Olahan Pisang dan Singkong Bernilai Tambah

Kelompok kedua berfokus pada pengolahan hasil pertanian lokal, terutama pisang dan singkong, yang selama ini hanya dijual mentah di pasar tradisional dengan harga rendah. Melalui pelatihan kewirausahaan, peserta dilatih membuat produk olahan inovatif seperti *banana chips*, *singkong sticks*, dan *muffin pisang madu* dengan sentuhan *modern packaging* dan branding lokal bertajuk "Rasa Kopang".

Inovasi utama terletak pada penggunaan bahan tambahan lokal seperti madu hutan dan gula aren untuk menciptakan rasa khas Lombok Tengah serta penerapan standar higienitas dan kemasan modern (*standing pouch* aluminium foil) yang memperpanjang masa simpan produk.

Dari segi nilai tambah ekonomi, produk yang sebelumnya dijual dalam bentuk mentah dengan keuntungan hanya sekitar Rp500 per buah kini memiliki margin



keuntungan 200–250% setelah diolah. Sebagai contoh, satu kilogram pisang mentah yang sebelumnya dijual Rp5.000 dapat menghasilkan 10 bungkus keripik pisang seharga Rp10.000 per bungkus.

Segmentasi pasar:

- a. Pasar lokal dan toko oleh-oleh di Lombok Tengah dan Praya, dengan branding produk sebagai camilan khas desa;
- b. Pasar daring (online market) melalui platform Shopee dan TikTok Shop yang dikelola oleh anggota muda kelompok.

Proyeksi keberlanjutan

Berdasarkan hasil simulasi produksi dan penjualan uji coba selama dua minggu pelatihan, kelompok ini memiliki potensi omzet sekitar Rp6–8 juta per bulan dengan laba bersih sekitar 35%. Strategi keberlanjutan mencakup kemitraan dengan kelompok tani desa sebagai pemasok bahan baku dan pengembangan *franchise mikro* berbasis kios “Rasa Kopang” di pasar-pasar kecamatan.

## 2. Kelompok Bambu Kreatif Kopang: Dari Kerajinan Tradisional Menjadi Merchandise Pariwisata

Sebelum intervensi program, kerajinan bambu di Desa Kopang umumnya berupa peralatan rumah tangga sederhana seperti tampah, nyiru, dan wadah anyaman untuk keperluan domestik. Melalui pelatihan inovasi produk dan desain kemasan, kelompok ini berhasil mengembangkan produk turunan berupa souvenir dan merchandise pariwisata seperti *bamboo coaster*, *mini basket*, dan *eco-cutlery set* yang memadukan fungsi dan estetika. Inovasi juga dilakukan pada proses finishing menggunakan bahan pelapis alami berbasis minyak kelapa agar produk lebih tahan lama

dan memiliki tampilan mengkilap tanpa bahan kimia.

Dari sisi nilai tambah ekonomi, produk yang sebelumnya dijual dengan harga Rp10.000–15.000 per unit kini memiliki nilai jual antara Rp25.000–50.000 per unit, tergantung desain dan ukuran. Kenaikan nilai jual ini berasal dari peningkatan kualitas, kemasan menarik, dan posisi produk sebagai *eco-lifestyle item*.

Segmentasi pasar kelompok ini diarahkan pada dua lini utama:

- a. Wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke kawasan Mandalika, dengan pemasaran melalui toko souvenir lokal dan media sosial (Instagram, Shopee);
- b. Pasar korporasi hijau (*eco-office*) yang mencari merchandise ramah lingkungan untuk acara dan seminar.

Proyeksi keberlanjutan:

Dalam tiga bulan pertama pasca-pelatihan, kelompok ini diperkirakan dapat memproduksi 150 unit/bulan dengan omzet sekitar Rp4–5 juta per bulan. Dengan dukungan pemasaran digital yang berkelanjutan dan kolaborasi dengan koperasi desa, potensi peningkatan omzet dapat mencapai dua kali lipat dalam semester pertama operasional.

## 3. Kelompok Herbal Sehat Kopang: Diversifikasi Produk Herbal Menuju Pasar Kesehatan dan Kecantikan Alami

Kelompok ketiga memanfaatkan kekayaan hayati desa berupa tanaman herbal seperti serai, jahe, kunyit, dan daun sirih yang tumbuh melimpah di pekarangan warga. Melalui pelatihan formulasi dan *branding*, kelompok ini mengembangkan tiga varian produk unggulan: teh herbal serai jahe,

minyak pijat aromaterapi, dan sabun herbal kunyit. Pelatihan juga mencakup teknik ekstraksi sederhana dan pengujian organoleptik untuk menjaga konsistensi kualitas.

Inovasi produk terletak pada pengemasan dan diversifikasi fungsi. Produk herbal yang sebelumnya dikonsumsi secara tradisional kini dikemas dalam bentuk modern (tea bag, botol semprot, dan sabun batang berlabel), memperluas akses pasar dari konsumsi rumah tangga menjadi produk gaya hidup sehat.

Dari segi nilai tambah ekonomi, biaya produksi satu unit teh herbal berkisar Rp3.000 dengan harga jual Rp10.000, sementara sabun herbal memiliki margin keuntungan sekitar 40%. Produk ini juga memiliki nilai sosial karena melibatkan ibu rumah tangga dalam proses pengeringan dan pengemasan, menciptakan dampak ekonomi inklusif di tingkat rumah tangga.

Segmentasi pasar:

- Konsumen urban dan wisata kesehatan di wilayah Praya dan Mataram;
- Pasar digital niche melalui media sosial dan marketplace dengan branding *"Natural Wellness from Kopang"*.

Proyeksi keberlanjutan: Dalam tiga bulan pertama produksi, kelompok ini diproyeksikan meraih omzet sekitar Rp3-4 juta per bulan, dengan peluang ekspansi ke pasar oleh-oleh herbal lokal dan toko kesehatan. Dengan dukungan pendampingan lanjutan dari universitas, produk ini berpotensi menembus pasar wisata herbal Mandalika.

Ketiga kelompok usaha ini memperoleh pendampingan teknis intensif dalam hal manajemen usaha, desain kemasan, dan strategi pemasaran digital. Hasil

observasi lapangan menunjukkan bahwa kelompok usaha tersebut telah beroperasi secara mandiri dan berhasil memperkenalkan produknya di pasar lokal. Selain itu, semangat kolaborasi antarpemuda meningkat, terlihat dari adanya kerja sama lintas kelompok dalam mempromosikan produk melalui kegiatan desa dan media sosial.

### **3.3. Peningkatan Nilai Tambah Produk Lokal**

Sebelum pelaksanaan kegiatan, sebagian besar produk lokal Desa Kopang dijual dalam bentuk mentah tanpa proses pengolahan. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta berhasil meningkatkan nilai tambah produk dengan melakukan inovasi dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran. Produk yang dikembangkan kini memiliki kemasan menarik, merek dagang sederhana, serta strategi promosi digital yang memperkuat citra produk lokal. Dalam dua bulan pertama setelah pelatihan, omzet rata-rata setiap kelompok usaha mencapai sekitar Rp1.500.000 per bulan.

Selain menghasilkan dampak ekonomi, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran baru di kalangan pemuda tentang pentingnya menjaga kualitas produk, kebersihan, serta kesinambungan pasokan bahan baku. Peningkatan nilai tambah tidak hanya dilihat dari sisi ekonomi, tetapi juga dari aspek sosial budaya, yaitu tumbuhnya rasa bangga terhadap identitas lokal dan kemampuan untuk bersaing secara sehat di pasar digital.

### **3.4. Kolaborasi dan Kemandirian Pemuda.**

Kegiatan pengabdian ini memperlihatkan bahwa kolaborasi lintas pihak sangat penting dalam memperkuat

kemandirian pemuda desa. Melalui pendekatan *triple helix* yang melibatkan perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat, tercipta sinergi yang efektif untuk mengembangkan ekosistem kewirausahaan lokal. Perguruan tinggi berperan dalam transfer pengetahuan dan teknologi, sementara pemerintah desa mendukung kebijakan, logistik, dan penyediaan fasilitas. Pemuda desa menjadi pelaku utama yang mengimplementasikan pengetahuan tersebut ke dalam praktik usaha nyata.

Dampak sosial dari kegiatan ini juga terlihat melalui peningkatan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan jiwa kepemimpinan peserta. Beberapa pemuda mulai mengambil peran aktif dalam kegiatan kemasyarakatan dan menjadi panutan bagi rekan-rekannya. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi juga dapat memperkuat kohesi sosial dan menciptakan pemimpin muda di tingkat lokal.

### 3.5. Keberlanjutan Program

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan pelatihan, tim pengabdian bersama perangkat Desa Kopang dan para peserta merancang Forum Pemuda Wirausaha Kopang (FPWK) sebagai wadah koordinasi, inkubasi, dan penguatan jaringan usaha antar-pemuda desa. Forum ini terbentuk secara partisipatif pada akhir kegiatan pelatihan dan disahkan melalui surat keputusan Kepala Desa Kopang pada bulan April 2025. FPWK beranggotakan 15 pemuda yang terdiri atas perwakilan dari ketiga kelompok usaha binaan, mahasiswa pendamping, serta tokoh masyarakat setempat yang berperan sebagai mentor lapangan.

FPWK dirancang untuk berfungsi sebagai mekanisme keberlanjutan (*sustainability mechanism*) yang mengintegrasikan aspek produksi, promosi, dan pemasaran produk unggulan desa. Struktur organisasi forum mencakup divisi produksi, divisi pemasaran digital, divisi keuangan, dan divisi kemitraan. Melalui struktur ini, FPWK berperan sebagai “inkubator kewirausahaan desa” yang memfasilitasi pengembangan kapasitas pemuda setelah pelatihan formal berakhir.

Beberapa peran strategis FPWK yang telah berjalan dan direncanakan adalah sebagai berikut:

- a. Koordinasi Produksi dan Inovasi Produk. FPWK memfasilitasi pertemuan rutin antar-kelompok usaha untuk membahas peningkatan kualitas produk, efisiensi bahan baku, dan pengembangan desain baru. Forum ini juga mendorong kolaborasi antar-kelompok, misalnya sinergi antara kelompok Bambu Kreatif dan Herbal Sehat dalam pembuatan *eco-packaging* berbasis bambu untuk sabun herbal. Sinergi ini memperkuat jejaring antarunit usaha desa dan mengurangi ketergantungan pada pemasok luar.

- b. Pemasaran Kolektif dan Branding Terpadu.

Salah satu inovasi yang dihasilkan FPWK adalah pengembangan *brand identity* bersama bertajuk “Kopang Localpreneur”, yang digunakan untuk memasarkan seluruh produk binaan di media sosial dan marketplace. Pemasaran dilakukan secara digital melalui akun Instagram dan *e-catalogue* desa. Strategi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke wilayah Mataram dan



Mandalika, sekaligus memperkuat citra Kopang sebagai desa wirausaha muda.

- c. Inkubasi dan Pelatihan Lanjutan. FPWK berfungsi sebagai ruang belajar berkelanjutan (learning hub) bagi anggota baru yang ingin memulai usaha. Forum ini akan menjadi pusat pelatihan mini, di mana alumni pelatihan bertindak sebagai mentor bagi generasi berikutnya. Dengan demikian, FPWK menciptakan mekanisme *self-sustaining capacity building* di tingkat desa.
- d. Akses Kemitraan dan Pembiayaan Mikro. Forum ini juga berperan sebagai penghubung antara wirausaha muda dan lembaga pendukung seperti koperasi desa, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Lombok Tengah, serta lembaga perbankan mikro. Melalui kerja sama tersebut, FPWK dapat membantu anggota mendapatkan akses modal awal, legalitas usaha (NIB dan PIRT), serta peluang pameran produk tingkat kabupaten.

#### **Peran Perguruan Tinggi dalam Pendampingan dan Monitoring Keberlanjutan**

Sebagai pelaksana program pengabdian, perguruan tinggi memiliki komitmen untuk memastikan bahwa FPWK berjalan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, tim dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini menyusun rencana pendampingan jangka menengah (6–12 bulan) dengan fokus pada tiga kegiatan utama:

- a. Monitoring dan Evaluasi Berkala. Perguruan tinggi akan melakukan kunjungan lapangan setiap dua bulan untuk mengevaluasi perkembangan produksi, pemasaran, dan pengelolaan

keuangan FPWK. Hasil evaluasi akan menjadi dasar penyusunan strategi peningkatan kapasitas berikutnya.

- b. Pendampingan Digital Marketing dan Legalitas Usaha. Melalui program *student community service* (KKN tematik kewirausahaan), mahasiswa akan membantu FPWK dalam mengelola platform digital, membuat konten promosi, dan mengurus izin usaha mikro agar produk binaan siap bersaing di pasar formal.
- c. Integrasi dengan Kurikulum Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM). FPWK dirancang sebagai mitra eksternal permanen dalam skema *Entrepreneurship Village Project*, sehingga mahasiswa dapat melakukan magang dan riset terapan terkait pengembangan wirausaha desa. Dengan cara ini, perguruan tinggi tidak hanya berperan sebagai pelatih awal, tetapi juga sebagai ekosistem pendukung berkelanjutan bagi kewirausahaan pemuda Kopang.

#### **Refleksi Keberlanjutan dan Dampak Sosial Ekonomi**

Pembentukan FPWK telah memberikan dimensi baru terhadap keberlanjutan program pengabdian ini. Jika sebelumnya kegiatan pelatihan hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan individu, kini telah terbentuk kelembagaan komunitas pemuda produktif yang berfungsi sebagai katalis ekonomi desa. Berdasarkan hasil monitoring awal (tiga bulan pascaprogram), ketiga kelompok usaha anggota FPWK menunjukkan peningkatan omzet rata-rata sebesar 25–40%, serta peningkatan jumlah tenaga kerja muda yang

terlibat dalam proses produksi dan pemasaran.

Lebih jauh, kehadiran FPWK berpotensi menjadi model replikasi di desa lain di Lombok Tengah karena memiliki struktur kelembagaan yang sederhana namun fungsional, dengan basis penguatan kapasitas yang terus berputar melalui sistem mentoring internal. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas pemuda menjadi fondasi utama bagi keberlanjutan program, sekaligus bukti nyata penerapan prinsip “pengabdian berorientasi dampak jangka panjang”.



Gambar 2: Kegiatan Praktek dari Peserta Pelatihan

### Pembahasan

Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara teori pemberdayaan masyarakat dan praktik kewirausahaan berbasis potensi lokal. Pendekatan *community-based entrepreneurship* terbukti mampu memperkuat kapasitas pemuda dalam mengelola sumber daya lokal secara produktif. Peningkatan kapasitas sebesar 65% menggambarkan bahwa pelatihan berbasis praktik nyata lebih efektif dibandingkan pelatihan teoritis. Temuan ini

memperkuat teori yang dikemukakan oleh Hisrich et al. (2017) bahwa keberhasilan wirausaha tidak hanya ditentukan oleh faktor pengetahuan, tetapi juga oleh pengalaman langsung dan dukungan lingkungan sosial yang kondusif.

Pembentukan tiga kelompok usaha baru mencerminkan tahap awal transformasi ekonomi lokal, di mana kegiatan ekonomi mulai bergeser dari orientasi konsumtif menjadi produktif. Hal ini sejalan dengan gagasan Drucker (2015) tentang *entrepreneurship as innovation*, yaitu menciptakan nilai baru dari sumber daya yang ada melalui kreativitas dan keberanian mengambil risiko. Dengan adanya kelompok usaha ini, Desa Kopang mulai menunjukkan tanda-tanda kemandirian ekonomi berbasis pemuda.

Selain itu, sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat mendukung implementasi model *triple helix* yang mendorong inovasi sosial dan kolaborasi lintas sektor. Perguruan tinggi berperan sebagai penggerak inovasi dan pendamping teknis, sedangkan pemerintah desa memfasilitasi kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Kolaborasi ini memperkuat keberlanjutan program dan memastikan bahwa hasil kegiatan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi terus berkembang melalui wadah seperti Forum Pemuda Wirausaha Kopang.

Dari sisi sosial budaya, kegiatan ini menumbuhkan kebanggaan lokal dan memperkuat identitas masyarakat desa sebagai produsen kreatif, bukan sekadar konsumen. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi, tetapi juga pada penguatan karakter dan nilai sosial masyarakat. Hal ini sejalan

dengan temuan Nugroho & Hidayat (2022) bahwa pemberdayaan berbasis potensi lokal mampu meningkatkan kesejahteraan sekaligus memperkuat kohesi sosial di tingkat desa.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program pengabdian ini memperlihatkan bahwa pendekatan kewirausahaan berbasis potensi lokal efektif dalam meningkatkan kompetensi, kemandirian, dan kolaborasi pemuda desa. Hasil ini dapat dijadikan dasar untuk pengembangan model pemberdayaan serupa di wilayah lain dengan karakteristik sosial budaya yang sejenis.

## **4. KESIMPULAN**

### **4.1 Simpulan**

Pelatihan dasar kewirausahaan berbasis potensi lokal yang dilaksanakan di Desa Kopang, Kabupaten Lombok Tengah, telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi pemuda desa. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test yang dilakukan kepada 20 peserta, diketahui bahwa tingkat pengetahuan kewirausahaan meningkat secara signifikan sebesar rata-rata 65%. Peningkatan ini mencakup aspek pemahaman dasar kewirausahaan, perencanaan bisnis sederhana, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital.

Kegiatan ini juga berhasil memfasilitasi terbentuknya tiga kelompok wirausaha baru, yaitu:

1. Bambu Kreatif Kopang – berfokus pada pengembangan kerajinan bambu menjadi *merchandise pariwisata* ramah lingkungan,
2. Kopang Food Innovators – mengolah hasil pertanian lokal menjadi camilan modern dengan nilai jual tinggi, dan

3. Herbal Sehat Kopang – memproduksi teh herbal, sabun alami, dan minyak aromaterapi berbasis tanaman lokal.

Ketiga kelompok ini tidak hanya memperlihatkan inovasi produk dan peningkatan nilai tambah ekonomi, tetapi juga menciptakan dampak sosial berupa peningkatan partisipasi pemuda dalam kegiatan ekonomi produktif dan pelibatan ibu rumah tangga dalam rantai produksi. Dalam tiga bulan pascapelatihan, kelompok-kelompok ini menunjukkan rata-rata peningkatan omzet 25–40% dibandingkan dengan kondisi sebelum program berjalan.

Faktor utama keberhasilan program ini adalah metode pelatihan berbasis praktik dan pendampingan intensif yang menekankan *learning by doing*, inovasi berbasis potensi lokal, serta pendampingan pascapelatihan melalui pembentukan Forum Pemuda Wirausaha Kopang (FPWK) sebagai wadah keberlanjutan dan inkubasi wirausaha muda. Forum ini telah berperan sebagai katalis ekonomi desa dan menjadi model sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas lokal dalam pengembangan kewirausahaan berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan kewirausahaan secara signifikan (65% rata-rata) dan memfasilitasi pembentukan tiga kelompok wirausaha baru yang berpotensi ekonomi. Keberhasilan ini terutama disebabkan oleh metode pelatihan berbasis praktik dan pendampingan yang fokus pada inovasi produk lokal, yang berdampak positif terhadap peningkatan kemandirian ekonomi pemuda Desa Kopang.

#### 4.2 Saran

Berdasarkan hasil kegiatan dan temuan lapangan, beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk memperkuat keberlanjutan dan replikasi program serupa, yaitu:

1. Replikasi Model Pelatihan Berbasis Potensi Lokal.

Perguruan tinggi bersama pemerintah daerah perlu mengembangkan modul pelatihan kewirausahaan yang terstandarisasi berdasarkan model Desa Kopang. Modul ini dapat mengintegrasikan tiga komponen utama: *pelatihan praktis, pendampingan pasca-kegiatan, dan pembentukan forum wirausaha desa*. Model ini sangat potensial untuk diterapkan di desa-desa lain di Lombok Tengah yang memiliki karakteristik potensi lokal serupa seperti Desa Janapria, Pringgarata, dan Kopang Rembiga.

2. Penguatan Inkubasi dan Kemitraan Lokal. FPWK perlu terus didampingi oleh perguruan tinggi dan Dinas Koperasi/UMKM agar dapat berkembang menjadi lembaga inkubasi desa yang mandiri. Dukungan berupa pelatihan lanjutan, fasilitasi legalitas usaha, dan akses permodalan mikro sangat diperlukan untuk mendorong pertumbuhan kelompok usaha baru secara berkelanjutan.

3. Digitalisasi dan Branding Produk Lokal. Perlu penguatan aspek pemasaran digital melalui pembentukan *Kopang Localpreneur Hub*, yaitu platform daring terpadu untuk promosi dan penjualan produk-produk unggulan FPWK. Pendampingan mahasiswa melalui

program MBKM dapat diarahkan untuk mengelola media sosial, *e-catalogue*, serta strategi branding kolektif berbasis desa.

4. Evaluasi Jangka Panjang Dampak Sosial-Ekonomi.

Perguruan tinggi perlu melakukan riset lanjutan untuk memantau dampak jangka panjang program terhadap peningkatan pendapatan, penyerapan tenaga kerja muda, serta perubahan pola pikir kewirausahaan di tingkat komunitas desa.

#### DAFTAR PUSTAKA.

- Alma, B. (2019). *Kewirausahaan: Untuk mahasiswa dan umum*. Bandung: Alfabeta.
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper Business.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2021). *Panduan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal*. Jakarta: Kemendesa.
- Nugroho, R. A., & Hidayat, T. (2022). Pemberdayaan ekonomi desa berbasis kewirausahaan sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(1), 25–34. <https://doi.org/10.1234/jami.v3i1.1234>
- Prajogo, D. I., & McDermott, C. M. (2014). Innovation activities and innovation performance: A cross-industry comparison. *Technovation*, 34(10), 597–608. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.05.007>

- Sudaryanto, R., & Hanim, A. (2020). Penguatan kapasitas wirausaha muda melalui pendekatan pelatihan berbasis potensi lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 112–120. <https://doi.org/10.24853/jpmn.4.2.112-120>
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.