

Pemberdayaan Masyarakat Desa Dudakawu Menuju Mandiri dan Berdaya Saing melalui Program Desa Wirausaha.

Ahmad Diva Febriansyah¹, Muhammad Bayu Nugroho², Sarwido³, Diva Herninda Septiarani⁴, Doni Agung Prasetyo⁵, Muhammad Ilma Akhis⁶, Muhammad Jauharul Maknun⁷, Ahmad Afan Almajid⁸, Tiara Zahira⁹, Muhamad Faizal Raffi¹⁰, Fadhil Athalah Putra¹¹, Binar Ageng Raganta Pangestu¹², Muhammad Izzul Haq¹³, Nindiya Ika Nugraha Hartoyo¹⁴, Hera Khilya Agustina¹⁵, Safira Putri Zidni Ilma¹⁶

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara Jepara, Indonesia.

^{2,3,4,5,6,7,10,11,12}, Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara, Indonesia.

^{8,13}Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara, Indonesia.

⁹Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara, Indonesia.

¹⁴Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara, Indonesia.

^{15,16}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara, Indonesia.

Corresponding Email: bemfst@unisnu.ac.id

ABSTRAK

Desa Dudakawu, yang terletak di Kecamatan Kembang, Kabupaten Jepara, memiliki potensi ekonomi lokal yang signifikan, tetapi pengelolaannya masih terkendala oleh kurangnya keterampilan kewirausahaan, strategi pemasaran yang belum optimal, dan keterbatasan akses teknologi digital. Untuk menjawab tantangan ini, Tim PPK Ormawa BEM FST Unisnu Jepara mengimplementasikan program “Desa Wirausaha” sebagai bagian dari pengabdian masyarakat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan masyarakat, memperkuat daya saing produk lokal, dan memperluas akses pasar melalui digitalisasi. Pendekatan yang digunakan dalam program meliputi seminar kewirausahaan, pembentukan kelompok UMKM, pelatihan branding produk, pengenalan strategi pemasaran digital, serta pengembangan inovasi produk baru. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan akademisi, mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat setempat. Evaluasi program dilakukan secara berkala melalui kuesioner pra dan pasca kegiatan, wawancara, dan observasi langsung untuk menilai dampaknya terhadap peningkatan keterampilan dan aktivitas usaha masyarakat. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa lebih dari 70% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan dan pemasaran digital. Komunitas UMKM yang terbentuk menjadi sarana kolaborasi antar pelaku usaha, sementara produk lokal seperti keripik gedebog pisang dan kopi khas desa mendapatkan nilai tambah dan mampu bersaing di pasar regional berkat branding dan pemasaran digital. Program ini memberikan kontribusi nyata pada pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan dan memiliki potensi untuk direplikasi di desa lain.

Kata Kunci: PPK Ormawa, Desa Wirausaha, digital marketing, inovasi produk, branding.

ABSTRACT

Located in Kembang Subdistrict, Jepara Regency, Dudakawu Village possesses significant economic potential. However, its development is hindered by challenges such as inadequate entrepreneurial skills, ineffective marketing strategies, and limited access to digital technology. To overcome these issues, the PPK Ormawa Team of the Student Executive Board from the Faculty of Science and Technology at Unisnu Jepara initiated the "Entrepreneurial Village" program as a community service project. The program aims to improve entrepreneurial skills, enhance the competitiveness of local products, and broaden market access through digital transformation. This initiative utilized several strategies, including entrepreneurship workshops, the establishment of UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) groups, product branding training, digital marketing education, and the development of innovative products. Activities were carried out through a collaborative approach involving academics, students, local authorities, and the community. Periodic evaluations were conducted using pre- and post-activity questionnaires, interviews, and direct observations to measure the program's effectiveness in enhancing community skills and business activities. The findings reveal that more than 70% of participants improved their knowledge of entrepreneurship and digital marketing. The UMKM community established during the program served as a collaborative platform for local entrepreneurs, while products such as banana stem chips and the village's specialty coffee gained added value and greater competitiveness in regional markets through branding and digital marketing efforts. This program has contributed significantly to sustainable, community-driven economic empowerment and offers a replicable model for other villages.

Keywords: *Branding, digital marketing, entrepreneurial village, PPK ormawa, product innovation*

PENDAHULUAN

Desa Dudakawu terletak di kaki Gunung Muria yang menawan, di Kecamatan Kembang, Kabupaten Jepara, menyimpan potensi luar biasa yang menanti untuk di kembangkan. Desa dudakawu sebagian besar terdiri dari dataran tinggi. Di hamparan wilayah seluas 15.014 km²(Jepara, 2022) kekayaan alam dan potensi desa ini siap menjadi kunci menuju desa wirausaha yang mandiri dan berdaya saing. Di tengah potensi besar ini, data jumlah penduduk Desa Dudakawu tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Desa Dudakawu hanya mencapai 2765 jiwa. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Sekretaris Desa Dudakawu, sekitar 40% masyarakat dengan usia diatas 30 tahun bermata pencaharian sebagai petani dan peternak sehingga menetap di desa. Sebagian besar 60% masyarakat dengan usia 20 – 30 tahun pergi merantau karena alasan perekonomian. Dan rata-rata tingkat pendidikan masyarakat desa Dudakawu lulusan SMA sederajat, dan beberapa orang yang sampai lulus sebagai sarjana, hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan membuka peluang bisnis baru.

Potensi usaha unggulan di Desa Dudakawu meliputi yang pertama yaitu kopi yang diolah menjadi kopi excelsa, kopi robusta, kopi jahe dan kopi kunyit. Yang kedua yaitu keripik, ada berbagai macam keripik yaitu keripik singkong, keripik pisang, dan keripik debog pisang dan yang ketiga yaitu catering dan produksi bolu rumahan. Potensi usaha tersebut masih dikelola secara konvensional sehingga tidak bisa berkembang, berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Yasir pemilik Wise Coffe salah satu UMKM di Desa Dudakawu menceritakan bahwa pengusaha UMKM Desa Dudakawu menghadapi beberapa masalah, termasuk kurangnya keberanian dalam pengembangan produk, kurangnya kreativitas masyarakat dalam bidang wirausaha, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola bisnis, strategi pemasaran yang kurang menarik, dan keterbatasan akses ke permodalan.

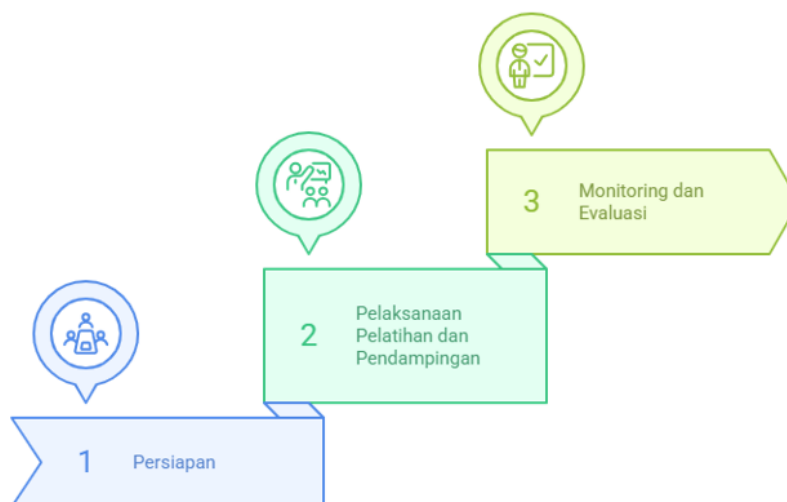
Masalah-masalah ini, jika tidak segera diatasi, berpotensi menyebabkan stagnasi ekonomi desa dan hilangnya potensi lokal yang sangat berharga (Nopi et al., 2021). Sebagai solusi, Program Penguatan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK Ormawa) yang dijalankan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara

merancang program “Desa Wirausaha”. Program ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi lokal melalui pendekatan holistik yang mencakup pelatihan, pendampingan, dan inovasi. Dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti akademisi, mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat, program ini diharapkan dapat menciptakan Desa Dudakawu yang mandiri dan berdaya saing (Agustina et al., 2021).

Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan kapasitas pengurus organisasi mahasiswa BEM FST Unisnu Jepara dan keterampilan masyarakat dalam berwirausaha, memperluas akses pasar melalui digitalisasi, dan menciptakan ekosistem bisnis lokal yang inovatif dan berkelanjutan. Melalui seminar kewirausahaan, pembentukan komunitas UMKM, pelatihan branding produk, strategi pemasaran digital, serta pengembangan inovasi produk, program ini bertujuan memberikan solusi konkret atas permasalahan yang dihadapi masyarakat Desa Dudakawu. Strategi pemasaran digital dan branding telah terbukti efektif dalam membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan nilai produk-produk lokal di Indonesia (Saputera et al., 2024). Selain itu, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi desa yang dapat direplikasi di desa-desa lain dengan kondisi serupa (Asharudin & Dewi, 2021).

METODE

Pelaksanaan program PPK Ormawa BEM FST Unisnu Jepara di Desa Dudakawu, Kecamatan Kembang, Kabupaten Jepara dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis dari bulan Juni hingga Oktober tahun 2024 untuk memastikan optimalisasi potensi lokal desa dalam mewujudkan desa yang mandiri dan berdaya saing.



Gambar. 1 Metode Pelaksanaan

Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut (I et al., 2023): (1) Tahap persiapan, pada tahap ini melibatkan berbagai kegiatan awal, seperti identifikasi potensi dan permasalahan desa melalui observasi dan wawancara dengan tokoh masyarakat dan pelaku usaha lokal. Selain itu, pada tahap ini dilakukan penyusunan rencana kerja yang meliputi jadwal pelaksanaan, pembagian tugas, dan alokasi sumber daya. Kerjasama dengan pemerintah desa dan instansi terkait juga dibangun untuk mendukung kelancaran pelaksanaan program. (2) Tahap pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, pada tahap ini, dilakukan beberapa kegiatan inti yang mencakup seminar kewirausahaan, pembentukan komunitas atau kelompok UMKM, pelatihan dan pendampingan *branding* produk, pelatihan strategi digital *marketing*, dan pengembangan inovasi produk. Metode pelatihan dan pendampingan, pelatihan dan pendampingan menjadi metode utama dalam program ini. Pelatihan keterampilan berwirausaha dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, dan praktek langsung. Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa peserta pelatihan dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dalam kegiatan usaha mereka sehari-hari. (3) Tahap monitoring dan evaluasi, pada tahap ini mencakup evaluasi terhadap hasil pelaksanaan program dengan mengukur pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. *Monitoring* dilakukan secara

berkala untuk mengukur progres pelaksanaan program, sedangkan evaluasi dilakukan pada akhir program untuk menilai keberhasilan pencapaian tujuan. Evaluasi dilakukan melalui *monitoring* dan penilaian terhadap peningkatan keterampilan, peningkatan akses pasar, inovasi produk yang dihasilkan, serta dampak program terhadap kesejahteraan masyarakat desa. Data yang diperoleh dari evaluasi digunakan untuk menyusun laporan akhir dan rekomendasi untuk keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama yaitu melakukan pengamatan melalui observasi langsung ke lapangan dan melakukan wawancara terhadap mitra Pemerintah Desa Dudakawu dan UMKM terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi dalam berwirausaha (Gambar. 2). Kemudian kami melakukan penerjunan tim PPK Ormawa BEM FST Unisnu Jepara di balai Desa Dudakawu (Gambar. 3). Observasi ini mengungkapkan beberapa tantangan utama, termasuk pola pikir kewirausahaan yang belum terbentuk, minimnya akses pengetahuan tentang kewirausahaan, kurangnya pendampingan usaha, serta lemahnya strategi pemasaran. Selain itu, keterbatasan keterampilan teknologi menjadi hambatan utama dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran (Djauhari et al., 2021).



Gambar. 2 Kegiatan Survei Pada UMKM



Gambar. 3 Penerjunan Tim PPK Ormawa BEM FST

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, Program kerja yang telah dilaksanakan meliputi lima inisiatif utama: seminar kewirausahaan, pembentukan komunitas UMKM, pelatihan branding produk, pelatihan digital marketing, dan pengembangan inovasi produk. Setiap program dirancang untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat. Adapun ketercapaian program kegiatan tersaji pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1, kegiatan Optimasi Potensi Lokal Untuk Mewujudkan Desa Dudakawu Mandiri Dan Berdaya Saing Melalui Program Desa Wirausaha telah berjalan dengan baik dan lancar dengan realisasi program kerja 100%.

Tabel 1. Realisasi Program Kerja

Tema	Spesifikasi Program Kerja	Realisasi	Evaluasi
Optimasi Potensi Lokal Untuk Mewujudkan	Seminar kewirausahaan untuk membekali pemahaman tentang <i>entrepreneurial mindset</i> .	100%	Kurang banyaknya masyarakat yang mengikuti kegiatan ini dan kurangnya interaksi audien untuk diskusi bersama.
Desa Dudakawu Mandiri Dan Berdaya Saing Melalui	Pembentukan kelompok UMKM dibentuk sebagai wadah bagi pelaku usaha lokal untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.	100%	Saat pembentukan kelompok ada beberapa anggota yang tidak berangkat dan waktu FGD (<i>Forum Group Discussion</i>) yang terlalu singkat karena masyarakat mayoritas harus bekerja seperti biasanya.
Program Desa Wirausaha	Pelatihan dan pendampingan <i>branding</i> produk.	100%	Pelaku UMKM masih kebingungan dalam menentukan nama usaha dan ciri khas produknya masing-masing.
	Pelatihan strategi digital <i>marketing</i> untuk menggunakan <i>platform</i> digital sebagai jalur pemasaran produk.	100%	Keterbatasan akses internet yang kurang cepat dan ada pelaku usaha yang tidak bisa mengoperasikan perangkat digital.
	Pengembangan inovasi produk dengan nilai tambah yang tinggi.	100%	UMKM perlu mencari referensi inovasi produk yang masif dan terus-menerus, sehingga setelah program ini selesai UMKM bisa mandiri untuk terus berinovasi untuk produk yang dipasarkan.

Program kerja pertama adalah seminar kewirausahaan, yang bertujuan untuk memberikan motivasi dan sosialisasi tentang potensi wirausaha di desa, serta mengadopsi pendekatan partisipatif bersama masyarakat. Selain itu, seminar ini juga mencakup sosialisasi terkait manajemen keuangan dan perencanaan bisnis jangka panjang. Tujuan utama dari seminar kewirausahaan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai *entrepreneurial mindset* (pola pikir kewirausahaan) serta mendorong lebih banyak orang untuk memiliki keinginan memulai usaha (Gambar. 3). Dengan seminar ini, diharapkan masyarakat desa memahami pentingnya berwirausaha dengan memanfaatkan potensi lokal secara maksimal, sehingga tidak perlu merantau ke luar kota untuk mencari penghidupan. Seminar dan pemberian motivasi untuk berwirausaha ini terbukti efektif, karena dari 26 peserta yang hadir, 70% melaporkan adanya peningkatan dalam pemahaman mereka terkait dasar-dasar kewirausahaan, termasuk perencanaan bisnis dan pengelolaan keuangan. Lebih dari itu, seminar ini juga memotivasi peserta untuk lebih berani dalam memulai serta mengembangkan usaha mereka sendiri.



Gambar. 4 Seminar Kewirausahaan

Program kerja kedua adalah pembentukan kelompok atau komunitas UMKM, yang diawali dengan *Forum Group Discussion* (FGD) dan survei untuk menggali potensi serta minat masyarakat terhadap sektor wirausaha yang ada di Desa Dudakawu. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah terbentuknya UMKM baru yang aktif dan berkembang, serta meningkatkan jumlah UMKM yang produktif dan berkelanjutan (Gambar. 4). Pembentukan komunitas UMKM ini telah menciptakan ekosistem yang mendukung kolaborasi antar pelaku usaha di Desa Dudakawu. Komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman, tetapi juga menjadi jaringan dukungan bagi anggotanya dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Keberadaan komunitas ini turut memperkuat daya saing produk lokal, karena ada kolaborasi yang lebih erat dalam hal promosi dan distribusi produk. Dalam pelaksanaan program ini, kami bekerja sama dengan kelompok Ibu-ibu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Hal ini dilakukan karena PKK Desa Dudakawu saat ini belum memiliki divisi kewirausahaan untuk memberdayakan anggotanya. Melalui kerjasama ini, di kembangkan satu produk baru yang belum ada di Desa Dudakawu yaitu keripik gedebog pisang. Produk ini diharapkan menjadi produk khas desa selain kopi, yang nantinya dapat menjadi unggulan dan memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi desa.



Gambar. 5 FGD dan Pembentukan Kelompok atau Komunitas UMKM

Program kerja ketiga adalah pelatihan dan pendampingan *branding* produk, yang telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing produk lokal (Gambar. 5). *Rebranding* yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak hanya membuat produk mereka lebih dikenal, tetapi juga meningkatkan nilai jual di pasar. Dengan strategi *branding* yang lebih kuat, produk-produk dari Desa Dudakawu kini memiliki posisi yang lebih baik di pasar lokal maupun regional. Pendampingan ini berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku usaha tentang konsep *branding* dan pentingnya membangun identitas merek. Selain itu, pelatihan juga mencakup strategi *branding* yang efektif, termasuk cara membangun identitas merek, *positioning* produk, dan *messaging* yang tepat. Melalui proses ini, terbentuklah *branding* khas Desa Dudakawu yang memberikan keunikan tersendiri bagi produk-produk lokal, sehingga dapat lebih kompetitif di pasar.



Gambar. 6 Sosialisasi dan Pelatihan Branding Produk

Program kerja keempat adalah pelatihan strategi digital *marketing*, yang bertujuan untuk mengenalkan cara mempromosikan produk secara efektif dan memberikan pendampingan dalam pembuatan konten digital. Selain itu, kami juga memberikan pelatihan dan bimbingan terkait

Febriansyah, Nugroho, Sarwido, Septiarani, Prasetyo, Akhis, Maknun, Almajid, Zahira, Raff, Putr, Pangestu, Haq, Agustina, Ilma, Hartoyo

pengelolaan *marketplace* dan *e-commerce* (Gambar. 6). Tim PPK Ormawa BEM FST Unisnu Jepara telah mengembangkan *platform e-commerce* baru yaitu “Pusat UMKM Desa Dudakawu” (Gambar.7) yang berfungsi untuk memasarkan produk UMKM sekaligus memperkenalkan Desa Dudakawu secara global. Kegiatan ini berhasil meningkatkan jumlah pelaku usaha yang aktif memasarkan produk mereka menggunakan *platform* digital, serta menambah variasi produk yang dipasarkan secara online. Melalui sosialisasi ini, para pelaku UMKM di Desa Dudakawu kini lebih memahami cara memanfaatkan media digital sebagai alat pemasaran produk mereka, serta memperluas target konsumen dengan menggunakan teknologi pemasaran modern.



Gambar. 7 Sosialisasi dan Pelatihan Strategi Digital Marketing



Gambar. 8 Website Pusat UMKM Desa Dudakawu

Program kerja yang kelima yaitu pengembangan inovasi produk, pengembangan inovasi produk adalah salah satu kunci keberhasilan dalam program ini. Dengan menciptakan varian produk baru yang memiliki nilai tambah, pelaku usaha tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga memperluas pangsa pasar. Inovasi produk juga menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan usaha, karena memungkinkan pelaku usaha untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi pasar yang terus berubah. Pada pengembangan inovasi produk ini kami bekerjasama dengan PKK Desa Dudakawu guna memberdayakan anggota PKK dengan membuat satu produk baru yaitu keripik gedebog pisang, karena melihat kurangnya pengelolaan batang pohon pisang yang hanya dibuang begitu saja setelah panen kami memberanikan untuk membuat produk keripik gedebog pisang tersebut (Gambar. 8). Inovasi produk berbasis lokal seperti ini menjadi salah satu strategi yang berhasil diimplementasikan untuk meningkatkan daya tarik pasar (Bhakti et al., 2022).



Gambar. 9 Pembuatan Inovasi Produk Keripik Gedebog Pisang

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala menggunakan instrumen yang dirancang khusus untuk mengukur dampak program. Monitoring dilakukan dengan:

1. Formulir kehadiran dan partisipasi, untuk mencatat jumlah peserta yang terlibat dalam setiap sesi kegiatan.
2. Kuesioner pra dan pasca kegiatan, untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terkait kewirausahaan, branding, dan pemasaran digital.
3. Wawancara terstruktur dengan pelaku UMKM untuk mengevaluasi implementasi strategi pemasaran digital dan inovasi produk.
4. Laporan observasi mingguan untuk mencatat perkembangan langsung dalam penggunaan platform digital dan peningkatan kualitas produk.

Evaluasi dilakukan pada akhir program dengan membandingkan hasil kuesioner pra dan pasca kegiatan untuk melihat perubahan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Data tambahan diperoleh dari wawancara dan diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk menggali lebih dalam dampak program terhadap aktivitas usaha sehari-hari (Asharudin & Dewi, 2021). Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai manajemen usaha dan pemasaran digital. Sebagai contoh, lebih dari 70% peserta melaporkan peningkatan kemampuan dalam merancang strategi pemasaran digital dan branding yang efektif (Agustina et al., 2021).

Adapun faktor pendukung pelaksanaan program kerja kegiatan PPK Ormawa BEM FST Unisnu Jepara terhadap pelaku UMKM di Desa Dudakawu, sebagai berikut:

1. Adanya dukungan dan antusias dari Pemerintah Desa Dudakawu dan pelaku UMKM sehingga program kerja dapat terlaksana dengan lancar.
2. Adanya dukungan dari Perguruan Tinggi dan dosen pendamping yang senantiasa memberikan masukan dan saran.
3. Tersedianya tempat dan fasilitas yang memadai, seperti posko PPK Ormawa, tempat usaha yang nyaman sehingga pelaksanaan program kerja kegiatan PPK Ormawa dapat berjalan dengan lancar.

Adapun faktor penghambat pelaksanaan program kerja kegiatan PPK Ormawa BEM FST Unisnu Jepara terhadap pelaku UMKM di Desa Dudakawu, sebagai berikut:

1. Keterbatasan akses internet yang terbatas menghambat optimalisasi pemasaran digital.
2. Pemahaman branding yang terbatas menjadikan banyak pelaku usaha belum sepenuhnya memahami pentingnya branding.
3. Kurangnya keterampilan teknologi sehingga beberapa pelaku usaha kesulitan menggunakan teknologi digital untuk bisnis.
4. Waktu pelaksanaan yang terbatas membuat beberapa kegiatan tidak dapat melibatkan seluruh pelaku usaha secara optimal.

SIMPULAN

Program Desa Wirausaha yang dilaksanakan oleh Tim PPK Ormawa BEM FST Unisnu Jepara telah menunjukkan hasil yang positif dalam upaya untuk mendorong masyarakat lokal untuk menjadi lebih kuat. Masyarakat Desa Dudakawu memperoleh keterampilan dan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen usaha melalui seminar kewirausahaan, pembentukan komunitas UMKM, pelatihan dan pendampingan *branding* produk, dan pelatihan strategi digital *marketing*, serta inovasi produk. Hasil program menunjukkan bahwa lebih dari 70% peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai kewirausahaan dan strategi pemasaran digital. Produk-produk lokal, seperti keripik gedebog pisang dan kopi khas Desa Dudakawu, kini memiliki nilai tambah dan mampu bersaing di pasar regional. Selain itu, komunitas UMKM yang terbentuk menjadi wadah kolaborasi antar pelaku usaha, sehingga memperkuat daya saing produk lokal.

Dampak signifikan dari program ini terlihat jelas melalui peningkatan jumlah pelaku usaha yang mulai memanfaatkan *platform* digital untuk memasarkan produk, serta peningkatan pemahaman mereka tentang pentingnya *branding* dalam memenangkan persaingan di pasar. Dengan branding yang lebih kuat dan strategi pemasaran digital yang tepat, produk-produk lokal Desa Dudakawu kini

memiliki posisi yang lebih kompetitif di pasar lokal maupun regional. Jumlah pelaku usaha yang lebih siap untuk mengeksplorasi potensi lokal dan membuat produk baru telah meningkat sebagai hasil dari program ini. Ekosistem wirausaha di desa ini semakin diperkuat berkat kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk PKK Desa Dudakawu dan komunitas UMKM.

Program ini memberikan peran penting dalam mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Kolaborasi antara akademisi, mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan holistik dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah ekonomi lokal. Selain itu, program ini dapat menjadi model yang direplikasi di desa lain dengan potensi serupa, berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

SARAN

Dalam program ini tentunya tak luput dari saran yang nantinya bisa di pergunakan sebagai rujukan dalam melaksanakan keberlanjutan program, diantaranya:

1. Pelatihan berkelanjutan secara terus menerus diperlukan untuk memahami lebih banyak tentang *branding*, manajemen bisnis, dan digital *marketing*. Pelatihan lanjutan juga dapat mencakup pengelolaan keuangan lanjutan dan strategi ekspansi pasar.
2. Peningkatan akses teknologi untuk meningkatkan keberlanjutan penggunaan *e-commerce* dan pemasaran digital, disarankan untuk meningkatkan infrastruktur digital Desa Dudakawu. Hal ini dilakukan karena beberapa pelaku usaha menghadapi kendala terkait keterbatasan akses teknologi, terutama internet dan penggunaan perangkat digital.
3. Pengembangan produk khas desa yang memiliki nilai tambah tinggi perlu dikembangkan lebih lanjut. Produk lokal Desa Dudakawu dapat menjadi produk unggulan yang dikenal secara lokal dan nasional dengan berfokus pada inovasi dan peningkatan kualitas.
4. Untuk meningkatkan dukungan terhadap pelaku UMKM di desa, disarankan untuk memperluas jaringan kerja sama dengan lembaga lain, baik di tingkat daerah maupun nasional. Kolaborasi dengan pihak swasta, pemerintah, dan lembaga keuangan akan membantu UMKM dalam hal pendanaan, distribusi, dan pengembangan bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PPK Ormawa dengan tujuan pengabdian kepada masyarakat ini telah selesai dilaksanakan, Terima kasih kami ucapkan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, Dan Teknologi. Perguruan tinggi Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, dosen pendamping, dan ormawa BEM FST Unisnu Jepara karena telah memberikan fasilitas dan bantuan kepada tim untuk merealisasikan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada mitra Pemerintah Desa Dudakawu dan semua UMKM Desa Dudakawu yang telah mengikuti pelaksanaan kegiatan PPK Ormawa ini dengan antusias dan semangat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T., Nurdin, M., Suryani, S., Jatmika, D., Anisa, N., Humaira Puteri, A., Nur Amelia, S., Zaini, M., & Ardianto, Y. A. (2021). Penguatan jiwa kewirausahaan melalui kesadaran potensi diri anggota BUMDes Berkah Bersama Desa Karang Bunga Kecamatan Mandastana Kabupaten Barito Kuala. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, 1(3). <https://doi.org/10.53067/icjcs>
- Asharudin, F., & Dewi, S. P. (2021). Optimalisasi media digital sebagai strategi pemasaran UMKM pada masa pandemi Covid-19. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(3), 549–554. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas>
- Bhakti, Y. B., Astuti, I., & Syahid, S. (2022). Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital hasil pertanian di Desa Citorek Timur. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 453–460. <https://doi.org/10.24127/sss.v6i2.2231>

- Djauhari, M., Abi, R., Putri, A., Adi, M., & Ayu, R. (2021). Pendekatan partisipatif dalam memberdayakan pemasaran online UMKM di Kampung Krupuk Sukolilo Surabaya. *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 1(1), 28–36. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.134>
- I, V. P., Jamilulchal, M., S, C. D., I S, N. P., A, N. H., Ajeng, D. O., F, B. N., M, V. A., & Ana, D. A. (2023). Pemberdayaan masyarakat Desa Sumberejo Batu melalui program wirausaha menuju desa mandiri. *JASTEN: Jurnal Aplikasi Sains Teknologi Nasional*, 4(2), 82–89. <https://doi.org/10.36040/jasten.v4i2.8313>
- Jepara, B. K. (2022). *Kabupaten dalam angka Jepara*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. <https://jeparakab.bps.go.id>
- Nopi, N., Sulaiman, A., & Sujadmi, S. (2021). Optimalisasi potensi lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Tanjung Gunung. *Jurnal Studi Inovasi*, 1(3), 23–29. <https://doi.org/10.52000/jsi.v1i3.45>
- Saputera, M. M. A., Rahmiati, R., & Adhipurna, N. (2024). Pemberdayaan UMKM dalam digitalisasi marketing dan branding melalui pendaftaran merek dagang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Panacea*, 2(2), 133–140. <https://doi.org/10.20527/jpmp.v2i2.12813>