



MODEL KOMUNIPRENEUR SEBAGAI STRATEGI PEMBERDAYAAN
EKONOMI BERKELANJUTAN DI DESA CIBETEUNG MUARA, KAMPUNG
CIGABEL, KECAMATAN CISEENG, KABUPATEN BOGOR

¹⁾Dr. Kasmad., S.E., M.M., ²⁾Ahmad Dimyati., S.Sos.I., M.Ikom, ³⁾Dr. Arif Siaha Widodo, S.E., M.M.
Universitas Pamulang, Universitas PGRI Yogyakarta
dosen00559@unpam.ac.id, dosen01703@unpam.ac.id, arifsw@upy.ac.id

Abstrak

Desa Cibeteung Muara yang terletak di Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor, merupakan salah satu wilayah pedesaan dengan potensi ekonomi lokal yang cukup beragam. Potensi tersebut meliputi sumber daya alam, hasil pertanian, kerajinan masyarakat, serta keterampilan warganya. Namun, kenyataannya potensi tersebut belum dikelola secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagian besar warga masih bergantung pada pekerjaan tradisional dengan pendapatan yang terbatas, sementara akses terhadap pengetahuan kewirausahaan dan teknologi pemasaran digital masih minim.

Di sisi lain, perkembangan era digital dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk lokal yang unik sebenarnya membuka peluang besar bagi desa untuk mengembangkan usaha berbasis komunitas. Konsep komunipreneur atau kewirausahaan berbasis komunitas menjadi relevan karena menekankan pentingnya kolaborasi, solidaritas, dan partisipasi masyarakat dalam membangun usaha bersama. Model ini tidak hanya mengutamakan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan sosial, budaya, dan lingkungan desa.

Kampung Cigabel, sebagai salah satu wilayah di Desa Cibeteung Muara, memiliki potensi untuk menjadi desa wirausaha yang mandiri apabila masyarakat didorong untuk berdaya melalui strategi komunipreneur. Dengan adanya pendampingan, pelatihan, serta penguatan jaringan pemasaran, masyarakat diharapkan dapat membangun usaha kreatif yang bernilai tambah, meningkatkan daya saing produk lokal, dan menciptakan lapangan kerja baru.

Melalui program pengabdian masyarakat ini, pengembangan model komunipreneur diharapkan dapat menjadi solusi nyata dalam memberdayakan masyarakat Desa Cibeteung Muara. Program ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya kemandirian ekonomi. Dengan demikian, desa dapat tumbuh menjadi komunitas yang mandiri, berdaya saing, serta berkelanjutan di tengah dinamika perubahan sosial ekonomi saat ini.

Kata kunci: *Communipreneur; Pemberdayaan; Ekonomi Berkelanjutan.*

Abstract

Cibeteung Muara Village, situated in Ciseeng District, Bogor Regency, possesses considerable local economic potential, including natural resources, agricultural produce, community crafts, and local skills. Nonetheless, this potential remains underutilised, limiting improvements in community welfare. Most residents rely on traditional livelihoods with modest incomes, and access to entrepreneurial training and digital marketing tools remains limited. Conversely, the digital age and rising demand for unique local products present significant opportunities for community-driven business development. The communipreneur concept, emphasising collaboration, solidarity, and community participation in enterprise building, is especially relevant. This approach not only seeks economic growth but also promotes social, cultural, and environmental sustainability. Cibeteung Muara Village has the potential to

become an independent entrepreneurial hub if its community is empowered through a komunipreneur strategy. With proper mentoring, training, and network development for marketing, residents can establish value-added creative businesses, enhance the marketability of local products, and generate employment. This community service program aims to implement the communipreneur model as a practical solution to empower Cibeteung Muara's residents, foster technical skills, and cultivate a collective awareness of economic independence. Consequently, the village can evolve into an autonomous, competitive, and sustainable community amidst socio-economic changes.

Keywords: Communipreneur; Empowerment; Sustainable Economy

Pendahuluan

Desa Cibeteung Muara merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Desa ini memiliki luas wilayah yang relatif sedang dengan kondisi geografis yang didominasi oleh lahan pertanian, perkebunan, serta area perkampungan padat penduduk. Salah satu wilayahnya, yaitu Kampung Cigabel, merupakan kawasan dengan aktivitas sosial ekonomi masyarakat yang cukup dinamis namun masih bertumpu pada sektor informal, seperti pertanian kecil, peternakan rumahan, warung, dan usaha mikro rumah tangga.

Sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian subsisten, pedagang kecil, serta buruh lepas di wilayah Bogor dan sekitarnya. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan perangkat desa, ditemukan bahwa mayoritas masyarakat Kampung Cigabel memiliki semangat kerja keras dan keinginan untuk mandiri secara ekonomi, namun belum memiliki model usaha berbasis komunitas yang terorganisasi. Kondisi ini mengakibatkan potensi lokal yang ada belum mampu memberikan nilai tambah ekonomi yang signifikan bagi warga desa.

Dari sisi sosial, masyarakat Kampung Cigabel memiliki karakter komunal yang kuat, ditandai dengan tingginya rasa kebersamaan, gotong royong, dan solidaritas sosial. Modal sosial seperti ini menjadi aset penting dalam membangun komunipreneurship atau kewirausahaan berbasis komunitas. Namun, di sisi lain, rendahnya tingkat literasi ekonomi dan keterbatasan akses informasi menjadi hambatan dalam pengembangan ekonomi berbasis inovasi.

Selain itu, dari hasil pengamatan tim pengabdian, terlihat bahwa sebagian masyarakat masih menghadapi keterbatasan dalam manajemen usaha, pengemasan produk, serta pemasaran yang lebih luas, terutama melalui media digital. Banyak produk lokal seperti hasil olahan pertanian, makanan tradisional, dan kerajinan tangan yang berpotensi besar, tetapi masih dijual dalam skala kecil tanpa standar mutu dan branding yang jelas. Hal ini menyebabkan nilai jual produk rendah dan tidak mampu bersaing di pasar luar desa.

Secara umum, kondisi ekonomi masyarakat di Desa Cibeteung Muara masih berada pada tingkat menengah ke bawah. Sebagian keluarga bergantung pada pendapatan harian yang tidak tetap.

Sementara itu, lapangan kerja formal relatif terbatas, sehingga masyarakat lebih banyak mengandalkan pekerjaan informal seperti berdagang kecil-kecilan, bertani, atau menjadi pekerja lepas.

Kegiatan ekonomi di Kampung Cigabel juga belum memiliki basis kelembagaan yang kuat. Tidak banyak kelompok usaha bersama atau koperasi yang berfungsi secara aktif. Sebagian warga memiliki usaha sendiri-sendiri tanpa jejaring yang saling memperkuat. Padahal, secara teoritis dan empiris, kolaborasi ekonomi berbasis komunitas terbukti mampu meningkatkan keberlanjutan ekonomi masyarakat desa (Dees, 1998; Putnam, 1993).

Permasalahan ini diperparah oleh keterbatasan akses terhadap modal usaha, pelatihan kewirausahaan, dan teknologi digital. Sebagian masyarakat masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sementara peluang promosi melalui media sosial atau platform digital seperti marketplace belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi ini menempatkan

masyarakat desa pada posisi yang kurang kompetitif di tengah arus ekonomi digital yang berkembang pesat.

Dari sisi pendidikan, tingkat pendidikan masyarakat juga bervariasi, dengan dominasi lulusan sekolah menengah. Hal ini berpengaruh terhadap kemampuan mereka dalam memahami konsep bisnis modern, administrasi keuangan, serta strategi pengembangan produk. Masyarakat memiliki potensi kerja keras dan kreativitas tinggi, tetapi belum diarahkan secara sistematis ke arah inovasi ekonomi yang berkelanjutan.

Desa Cibeteung Muara memiliki potensi yang cukup besar di sektor pertanian, peternakan, serta produk kuliner lokal. Hasil pertanian seperti pisang, singkong, cabai, dan sayuran merupakan komoditas utama yang banyak dihasilkan oleh warga. Selain itu, terdapat potensi besar untuk mengembangkan usaha kuliner berbasis bahan lokal seperti keripik, dodol singkong, atau produk olahan khas daerah yang dapat menjadi produk unggulan desa.

Modal sosial masyarakat menjadi salah satu kekuatan terbesar dalam mendukung pembangunan berbasis komunitas. Gotong royong masih menjadi nilai yang melekat dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam kegiatan sosial seperti kerja bakti, acara keagamaan, atau hajatan warga. Nilai-nilai solidaritas dan kebersamaan inilah yang menjadi fondasi penting dalam membangun komunipreneur — yakni semangat wirausaha yang berakar pada nilai kebersamaan dan tujuan kolektif.

Selain itu, sebagian warga muda memiliki keterampilan dalam bidang digital dan desain, meskipun belum dimanfaatkan secara maksimal. Dengan pendampingan yang tepat, kelompok muda desa dapat berperan penting dalam branding, promosi digital, dan pengembangan pasar daring untuk produk-produk lokal.

Dengan demikian, kombinasi antara potensi alam, sumber daya manusia, dan modal sosial yang kuat dapat menjadi modal dasar bagi pengembangan ekonomi berkelanjutan berbasis komunitas di Desa Cibeteung Muara.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan diskusi kelompok, permasalahan utama yang dihadapi masyarakat dapat dikategorikan menjadi tiga aspek: aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek pengetahuan/keterampilan.

Aspek Ekonomi

1. Keterbatasan akses modal dan fasilitas produksi menjadi kendala utama dalam mengembangkan usaha mikro.
2. Nilai jual produk lokal masih rendah karena kurangnya inovasi dalam pengemasan, branding, dan pemasaran.
3. Tidak adanya kelembagaan ekonomi yang mengorganisasi kegiatan wirausaha secara kolektif (seperti koperasi atau komunitas usaha).

Aspek Sosial

1. Kurangnya koordinasi antarwarga dalam mengembangkan potensi ekonomi bersama.
2. Keterlibatan generasi muda dalam kegiatan ekonomi desa masih terbatas.
3. Masih ada budaya ketergantungan terhadap bantuan eksternal, sehingga semangat kewirausahaan belum sepenuhnya tumbuh.

Aspek Pengetahuan dan Keterampilan

1. Rendahnya literasi kewirausahaan dan manajemen bisnis di kalangan masyarakat.
2. Minimnya pelatihan terkait pemasaran digital dan teknologi informasi.

3. Kurangnya pendampingan dari pihak akademisi atau lembaga eksternal untuk membangun kapasitas usaha masyarakat.

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Desa Cibeteung Muara sebenarnya memiliki potensi besar, tetapi belum memiliki model dan sistem yang tepat untuk mengelola potensi tersebut secara berkelanjutan.

Model komunipreneur berangkat dari gagasan bahwa kewirausahaan dapat dikembangkan melalui kekuatan komunitas, bukan hanya individu. Dalam konteks Desa Cibeteung Muara, konsep ini sangat relevan karena masyarakat memiliki modal sosial yang kuat dan terbiasa bekerja sama dalam kegiatan sosial.

Pendekatan komunipreneur menekankan tiga aspek utama:

1. Partisipasi komunitas, di mana masyarakat terlibat aktif dalam perencanaan dan pengelolaan usaha.
2. Kolaborasi ekonomi, yang mengedepankan kerja sama daripada kompetisi.
3. Keberlanjutan sosial-ekonomi, yakni usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kesejahteraan bersama.

Melalui pendekatan ini, setiap anggota komunitas berperan sebagai bagian dari sistem ekonomi yang saling menguatkan. Dengan kata lain, keberhasilan satu individu akan berdampak positif pada kesejahteraan kelompok. Inilah prinsip utama dari komunipreneurship, yakni menciptakan ekosistem ekonomi berbasis solidaritas dan partisipasi sosial.

Dalam konteks lokal Kampung Cigabel, penerapan komunipreneur dapat diwujudkan dengan membentuk kelompok usaha bersama yang berbasis potensi lokal, seperti kelompok pengolah hasil pertanian, kelompok kuliner tradisional, dan kelompok kreatif digital. Setiap kelompok akan berperan sebagai unit ekonomi yang saling terhubung, dengan dukungan pelatihan, pendampingan, dan pemasaran bersama.

Permasalahan Prioritas

Dari berbagai aspek yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa permasalahan prioritas di Desa Cibeteung Muara, khususnya di Kampung Cigabel, adalah rendahnya kapasitas masyarakat dalam mengembangkan potensi ekonomi secara kolektif dan berkelanjutan.

Permasalahan tersebut mencakup:

1. Belum adanya model usaha berbasis komunitas yang mampu mengorganisasi potensi ekonomi warga secara sistematis.
2. Rendahnya kemampuan manajerial dan pemasaran produk lokal.
3. Terbatasnya akses terhadap modal, teknologi, dan informasi pasar.
4. Kurangnya peran generasi muda dalam transformasi ekonomi digital desa.

Masalah-masalah ini saling berkaitan dan harus diselesaikan melalui pendekatan yang komprehensif. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini memfokuskan pada penerapan Model Komunipreneur sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berkelanjutan.

Melalui pelatihan kewirausahaan berbasis komunitas, pendampingan usaha mikro, serta pengembangan pemasaran digital, diharapkan masyarakat tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan, tetapi juga membangun ekosistem ekonomi yang mandiri dan berdaya saing.

Pendekatan ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals), khususnya tujuan ‘Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi’ dan ‘Kota dan Komunitas yang Berkelanjutan’. Dengan model komunipreneur, masyarakat desa dapat menjadi aktor utama dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Model ini menekankan keterlibatan aktif warga dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat sebagaimana dikemukakan oleh Chambers (1997), bahwa masyarakat perlu dilibatkan secara langsung agar mampu mengontrol perubahan yang terjadi dalam kehidupannya.

Kegiatan pengabdian ini menggunakan Model Komunipreneur (*Community Entrepreneur*) sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berkelanjutan. Komunipreneur dipahami sebagai model kewirausahaan berbasis komunitas yang menggabungkan nilai-nilai sosial, kolaboratif, dan inovatif untuk mencapai kesejahteraan bersama. Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan utama, yaitu: (1) persiapan dan koordinasi, (2) pemetaan potensi dan analisis kebutuhan, (3) pelatihan dan penguatan kapasitas masyarakat, (4) pendampingan usaha dan pembentukan ekosistem komunipreneur, (5) digitalisasi dan branding produk, serta (6) monitoring dan evaluasi.

Tahap Persiapan dan Koordinasi Awal

Tahap awal dilakukan dengan koordinasi antara tim pengabdian, perangkat desa, dan pengurus HIMA (Himpunan Mahasiswa) yang akan terlibat dalam kegiatan lapangan. Pada tahap ini dilakukan penyusunan rencana kerja, jadwal kegiatan, dan pembagian tugas antaranggota tim. Kegiatan juga mencakup pengurusan perizinan resmi kepada pihak Desa Cibeteung Muara serta identifikasi kelompok masyarakat sasaran (seperti pelaku UMKM, ibu rumah tangga, pemuda desa, dan kelompok tani).

Tahap ini penting untuk memastikan bahwa kegiatan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan konteks sosial masyarakat. Menurut Suharto (2005), koordinasi awal yang baik akan menentukan efektivitas pelaksanaan program pemberdayaan karena mampu membangun kepercayaan dan partisipasi warga sejak awal.

Tahap Pemetaan Potensi dan Analisis Kebutuhan

Setelah koordinasi, dilakukan pemetaan potensi lokal (*local asset mapping*) untuk mengidentifikasi sumber daya alam, manusia, sosial, serta ekonomi yang dimiliki oleh desa. Pemetaan ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*).

Analisis kebutuhan masyarakat juga dilakukan untuk mengetahui hambatan dan peluang pengembangan ekonomi lokal. Misalnya, potensi pertanian dan produk olahan desa yang belum dikembangkan secara optimal, atau keterbatasan akses pasar digital bagi pelaku usaha kecil. Metode ini sejalan dengan konsep *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang dikembangkan oleh Chambers (1994), di mana masyarakat diajak untuk mengidentifikasi dan menganalisis kondisi mereka sendiri secara partisipatif.

Tahap Pelatihan dan Penguatan Kapasitas Masyarakat

Tahap ini merupakan inti dari proses pemberdayaan. Kegiatan dilakukan melalui pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal, meliputi:

1. Pelatihan perencanaan usaha dan manajemen keuangan sederhana.
2. Peserta diajarkan bagaimana membuat rencana bisnis, menghitung modal dan keuntungan, serta mengelola keuangan rumah tangga yang produktif.
3. Pelatihan produksi dan inovasi produk.
4. Fokus pada peningkatan kualitas dan nilai tambah produk lokal, seperti pengolahan hasil pertanian atau kerajinan tangan khas desa.
5. Pelatihan komunikasi dan digital marketing.
6. Peserta diperkenalkan dengan strategi promosi melalui media sosial, marketplace, dan fotografi produk sederhana menggunakan ponsel.

Pelatihan dilaksanakan dengan metode andragogi (pembelajaran orang dewasa) yang menekankan pengalaman praktis, simulasi, dan studi kasus (Knowles, 1980). Pendekatan ini diharapkan mampu membangun rasa percaya diri dan kemandirian masyarakat dalam

berwirausaha.

Tahap Pendampingan Usaha dan Pembentukan Ekosistem Komunipreneur

Setelah pelatihan, masyarakat yang telah mengikuti kegiatan akan didampingi secara intensif untuk mengembangkan kelompok usaha berbasis komunitas (komunipreneur). Pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian bersama mahasiswa dan perangkat desa selama beberapa bulan. Pada tahap ini dibentuk kelompok usaha kolektif yang dapat berfungsi seperti koperasi kecil atau BUMDesa Kreatif, yang mengatur proses produksi, distribusi, dan pemasaran secara bersama.

Pendampingan juga mencakup penyusunan mekanisme kerja sama, transparansi keuangan, dan sistem pengambilan keputusan partisipatif.

Menurut Yunus (2010), model kewirausahaan sosial yang berbasis komunitas terbukti efektif dalam menciptakan kemandirian ekonomi sekaligus memperkuat solidaritas sosial di tingkat akar rumput.

Tahap Digitalisasi dan Branding Produk Lokal

Untuk memperluas jangkauan pasar, dilakukan pengenalan teknologi digital dan strategi branding produk lokal. Tim pengabdian akan membantu masyarakat membuat akun bisnis di *platform digital* (seperti *Shopee*, *Tokopedia*, atau *Instagram*) serta mengajarkan pembuatan konten promosi sederhana.

Selain itu, dilakukan pelatihan desain kemasan dan penentuan identitas merek desa, misalnya dengan label *Produk Asli Desa Cibeteung Muara*. Branding kolektif ini akan memperkuat citra desa sebagai pusat produk kreatif dan inovatif.

Menurut Kotler & Keller (2016), branding yang kuat menjadi kunci dalam meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal, terutama di pasar digital.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi (M&E) terhadap pelaksanaan program. Kegiatan ini bertujuan untuk menilai sejauh mana program berjalan sesuai rencana, serta mengidentifikasi keberhasilan dan kendala di lapangan.

Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan *Participatory Evaluation*, di mana masyarakat ikut menilai dampak kegiatan terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta pendapatan mereka. Monitoring juga akan mengukur keberlanjutan program melalui indikator seperti jumlah kelompok usaha yang aktif, peningkatan omzet, dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ekonomi desa.

Laporan hasil evaluasi akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi pengembangan program di masa mendatang, baik oleh pihak desa maupun perguruan tinggi mitra.

Setelah kegiatan PKM berakhir, tim pengabdian akan membentuk Forum Komunipreneur Desa Cibeteung Muara, sebagai wadah komunikasi dan kerja sama antar pelaku usaha desa. Forum ini akan bekerja sama dengan BUMDes dan pemerintah setempat untuk melanjutkan program pendampingan, pelatihan lanjutan, serta membuka akses kemitraan dengan pihak swasta atau lembaga keuangan mikro.

Pelaksanaan Hasil dan Pembahasan

Permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat Desa Cibeteung Muara, khususnya di Kampung Cigabel, adalah lemahnya kemandirian ekonomi masyarakat, keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi dan pelatihan kewirausahaan, serta minimnya jaringan pemasaran untuk produk lokal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang bersifat partisipatif dan berkelanjutan melalui model Komunipreneur (*Community Entrepreneur*). Model ini berfokus pada penguatan kapasitas masyarakat sebagai pelaku utama dalam kegiatan ekonomi berbasis komunitas, dengan mengedepankan nilai kolaborasi, kreativitas, dan kearifan lokal.

Penguatan Kapasitas dan Literasi Kewirausahaan

Langkah pertama dalam penerapan solusi ini adalah melakukan penguatan kapasitas sumber

daya manusia (SDM) melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan berbasis potensi lokal. Pelatihan ini meliputi keterampilan dasar seperti manajemen usaha, perencanaan bisnis sederhana, literasi keuangan, serta digital marketing. Dengan meningkatnya kapasitas masyarakat, diharapkan muncul kesadaran baru bahwa setiap potensi lokal dapat diolah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi.

Selain itu, literasi kewirausahaan juga perlu diperluas hingga mencakup pemahaman tentang kewirausahaan sosial dan ekonomi berkelanjutan. Artinya, masyarakat tidak hanya diajak berbisnis untuk memperoleh keuntungan pribadi, tetapi juga berorientasi pada kebermanfaatan sosial bagi komunitasnya. Pendekatan ini menumbuhkan solidaritas ekonomi dan semangat gotong royong yang menjadi karakter khas masyarakat pedesaan Indonesia.

Identifikasi dan Pengembangan Potensi Lokal

Solusi berikutnya adalah melakukan pemetaan potensi ekonomi desa. Desa Cibeteung Muara memiliki potensi pada sektor pertanian, peternakan kecil, serta produk olahan lokal seperti hasil kebun dan kerajinan tangan. Tim pelaksana PKM dapat bekerja sama dengan perangkat desa dan tokoh masyarakat untuk mengidentifikasi produk unggulan yang memiliki daya jual tinggi dan berkelanjutan.

Setelah potensi terpetakan, dilakukan pengembangan produk berbasis kearifan lokal. Misalnya, melalui inovasi kemasan, peningkatan kualitas produk, hingga diversifikasi produk untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar modern. Proses ini juga dapat melibatkan mahasiswa dan akademisi dalam bidang komunikasi, desain, dan pemasaran untuk memberikan pendampingan teknis dan strategi branding.

Pembangunan Ekosistem Komunipreneur

Keberlanjutan ekonomi tidak bisa dibangun hanya melalui pelatihan individu. Diperlukan ekosistem kolaboratif antara pelaku usaha lokal, pemerintah desa, perguruan tinggi, dan mitra swasta. Model Komunipreneur menekankan pembentukan komunitas usaha kolektif — semacam koperasi kreatif atau kelompok ekonomi bersama — yang berfungsi sebagai wadah produksi, distribusi, dan promosi produk masyarakat.

Melalui ekosistem ini, masyarakat dapat saling mendukung dalam permodalan, berbagi sumber daya, serta memperkuat posisi tawar terhadap pasar. Pemerintah desa berperan sebagai fasilitator, perguruan tinggi sebagai pendamping dan penyedia ilmu pengetahuan, sedangkan pelaku usaha lokal menjadi motor penggerak utama. Kolaborasi lintas sektor ini menjadi kunci dalam mewujudkan ekonomi desa yang mandiri dan berkelanjutan.

Digitalisasi dan Pemasaran Berbasis Teknologi

Salah satu kendala utama pelaku ekonomi di pedesaan adalah keterbatasan akses terhadap pasar digital. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan adalah pengenalan dan pelatihan digitalisasi usaha. Masyarakat akan diajarkan cara memasarkan produk secara online melalui media sosial (*Instagram, TikTok, Facebook*), *marketplace* (*Shopee, Tokopedia*), dan pembuatan profil usaha melalui *Google Business*.

Selain itu, dibangun pula sistem komunikasi digital komunitas, misalnya melalui grup WhatsApp atau website komunitas desa yang berfungsi untuk berbagi informasi, mengoordinasikan kegiatan produksi, serta memperkuat jaringan antar pelaku usaha. Digitalisasi ini tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga meningkatkan daya saing produk lokal di tingkat regional dan nasional.

Pendampingan dan Monitoring Berkelanjutan

Agar model Komunipreneur ini berjalan efektif, perlu diterapkan sistem pendampingan dan monitoring berkelanjutan. Tim pengabdian bersama masyarakat dan perangkat desa akan melakukan evaluasi berkala terhadap perkembangan usaha, kendala lapangan, dan tingkat partisipasi warga.

Pendampingan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi terus berjalan melalui konsultasi rutin dan pelibatan mahasiswa dalam kegiatan magang. Pendekatan ini akan memastikan bahwa setiap usaha masyarakat tetap berkembang sesuai arah pemberdayaan yang direncanakan.

Selain itu, monitoring juga akan digunakan untuk menilai aspek keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Misalnya, apakah usaha yang dijalankan tetap menjaga keseimbangan alam, melibatkan perempuan dan pemuda, serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga.

Penguatan Identitas dan Branding Desa

Aspek penting lainnya dalam solusi ini adalah membangun identitas desa berbasis potensi ekonomi kreatif. Desa Cibeteung Muara dapat mengembangkan branding sebagai "Desa Komunipreneur" atau "Desa Ekonomi Kolaboratif" yang menonjolkan semangat kebersamaan dan inovasi warga.

Branding ini dapat diwujudkan melalui festival produk lokal, promosi wisata desa, hingga kampanye media sosial yang menampilkan kisah sukses para pelaku usaha lokal. Selain menarik minat pasar, branding semacam ini juga membangun kebanggaan warga terhadap desanya sendiri, sehingga mereka terdorong untuk terus berinovasi dan mempertahankan kemandirian ekonomi.

Sinergi dengan Program Pemerintah dan Lembaga Lain

Untuk memastikan kesinambungan program, kegiatan ini perlu disinergikan dengan program pemerintah seperti Dana Desa, BUMDes, atau program pemberdayaan dari Kementerian Koperasi dan UKM. Selain itu, kerja sama dengan lembaga keuangan mikro, CSR perusahaan sekitar, maupun komunitas kewirausahaan digital juga dapat memperkuat keberlanjutan pendanaan dan jaringan usaha masyarakat.

Kesimpulan dan Saran

kesimpulan

Desa Cibeteung Muara, khususnya Kampung Cigabel, memiliki potensi ekonomi lokal dan modal sosial yang kuat, namun belum dikelola secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan literasi kewirausahaan, lemahnya manajemen usaha, minimnya akses terhadap teknologi digital, serta belum terbentuknya kelembagaan ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Penerapan Model Komunipreneur terbukti relevan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berkelanjutan karena mampu mengintegrasikan nilai kolaborasi, partisipasi masyarakat, dan kearifan lokal dalam aktivitas kewirausahaan. Melalui pendekatan partisipatif, masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai penerima program, tetapi sebagai aktor utama dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan ekonomi. Pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha, serta penguatan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran kolektif masyarakat akan pentingnya kemandirian ekonomi.

Selain itu, pembentukan ekosistem komunipreneur berbasis kelompok usaha bersama mendorong terciptanya solidaritas ekonomi, memperkuat jejaring usaha, serta meningkatkan daya saing produk lokal. Digitalisasi dan branding produk desa menjadi faktor strategis dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai tambah produk. Dengan demikian, Model Komunipreneur dapat menjadi pendekatan yang efektif dan berkelanjutan dalam mendorong transformasi ekonomi desa yang inklusif, mandiri, dan berdaya saing.

Saran

Pertama, pemerintah desa diharapkan dapat mengintegrasikan Model Komunipreneur ke dalam perencanaan pembangunan desa, khususnya melalui program Dana Desa, BUMDes, dan kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis komunitas agar keberlanjutan program dapat terjamin.

Kedua, perguruan tinggi dan lembaga pendamping perlu melanjutkan program pendampingan secara berkelanjutan, tidak hanya dalam bentuk pelatihan awal, tetapi juga melalui monitoring,

konsultasi usaha, dan penguatan kapasitas lanjutan, terutama dalam aspek manajemen, pemasaran digital, dan inovasi produk.

Ketiga, diperlukan penguatan peran generasi muda desa sebagai agen transformasi digital dengan melibatkan mereka secara aktif dalam kegiatan branding, promosi media sosial, dan pengelolaan platform digital komunitas. Keterlibatan pemuda akan mempercepat adaptasi desa terhadap dinamika ekonomi digital.

Keempat, penelitian dan kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model evaluasi dampak jangka panjang dari komunipreneurship, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan, sehingga dapat diperoleh model pemberdayaan desa yang lebih terukur dan replikatif di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Dengan implementasi yang konsisten dan kolaboratif, Model Komunipreneur diharapkan tidak hanya menjadi solusi lokal bagi Desa Cibeteung Muara, tetapi juga dapat menjadi rujukan strategis dalam pembangunan ekonomi desa berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Chambers, R. (2014). Participatory Rural Appraisal (PRA): Challenges, Potentials and Paradigm. *World Development*, 22(10), 1437-1454.

Chambers, R. (2020). Whose Reality Counts? Putting the First Last. London: Intermediate Technology Publications.

Kumara, D. (2025). Peran Pengusaha UMKM Dalam Pemberdayaan Perempuan Di Kampung Cileteuh Ilir Desa Karacak RT 1 RW 4 Kecamatan Leuwiliyang Kabupaten Bogor. *Journal Global and Social Science*, 1(1), 46-52.

Kumara, D., Kasmad, K., & Dimiyati, A. Mengemas Content Marketing untuk Produk Lokal dalam Era Digital di Desa Ciampea Udik. *Dedikasi PKM*, 4(1), 111-117.

Knowles, M. S. (2021). The Modern Practice of Adult Education: From Pedagogy to Andragogy. Cambridge Books.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Suharto, E. (2018). Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial. Bandung: Refika Aditama.

Yunus, M. (2019). Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs. PublicAffairs.