



Penguatan Kapasitas dan Sinergi Komunitas Melalui Integrasi Kelas Edupreneur Kreatif, Nilai Keislaman, dan Pendampingan Digital UMKM Lokal

**A. Zaky Zakaria Anshary¹, Tini Kusmayanti², Yogie Dirapraja³,
Neng Tika⁴, Santi Oktaviani⁵**

^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyyah As-sa'idiyyah

¹Email: azakyz@stitas.ac.id,

²Email: tinydewi@stitas.ac.id,

³Email: yogiedirapraja@stitas.ac.id,

⁴Email: oktavianishnty67@gmail.com,

⁵Email: nengtika366@gmail.com

Article History:

Received: 1 September 2025

Revised: 10 September 2025

Accepted: 30 September 2025

<https://doi.org/10.62515/society.v2i2.1228>

Keywords:

MSMEs,

2 Creativity, 3 Islamic Values, 4 Collaboration

Abstract

This community service program focuses on developing creative classes for children and adolescents, religious guidance through various Islamic activities, and mentoring local MSMEs to improve product quality, marketing strategies, and business branding. This program aims to build capacity building and community synergy through the integration of creative edupreneur classes, Islamic values, and digital mentoring for local MSMEs. The community engagement method uses participatory action research (PAR). The results of the activity show a significant increase in community engagement. Children appear more enthusiastic about participating in creative educational activities that can hone their imagination and build self-confidence. The community also becomes more active in participating in religious activities, which have a positive impact on strengthening religious character. Meanwhile, MSMEs gain new knowledge about marketing strategies, particularly in the use of digital marketing and more effective branding management to increase product competitiveness.

Kata kunci:

UMKM,
Kreativitas, Nilai-Nilai
Keislaman, Kolaborasi,
Komunitas, Edupreneur

Abstrak

Pengabdian ini berfokus pada pengembangan kelas kreativitas bagi anak-anak dan remaja, pembinaan keagamaan melalui berbagai kegiatan Islami, serta pendampingan UMKM lokal dalam rangka meningkatkan kualitas produk, strategi pemasaran, dan branding usaha. Pengabdian ini bertujuan untuk membangun penguatan

kapasitas dan sinergi komunitas melalui integrasi kelas edupreneur kreatif, nilai keislaman, dan pendampingan digital UMKM lokal. Metode pengabdian pada masyarakat ini menggunakan metode *participatory action research* atau PAR. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam keterlibatan masyarakat. Anak-anak terlihat lebih antusias mengikuti kegiatan pendidikan kreatif yang mampu mengasah imajinasi sekaligus membangun rasa percaya diri. Masyarakat juga semakin aktif berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan yang memberikan dampak positif terhadap penguatan karakter religius. Sementara itu, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan baru mengenai strategi pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan digital marketing dan pengelolaan branding yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing produk.

How To Cite This Article: Anshary. AZZ., Kusmayanti. T., dkk. (2025). Penguatan Kapasitas dan Sinergi Komunitas Melalui Integrasi Kelas Edupreneur Kreatif, Nilai Keislaman, dan Pendampingan Digital UMKM Lokal. *Society: Community Engagement and Sustainable Development*, Vol.2 (No. 2), 364-388.

Pendahuluan

Sektor UMKM merupakan pilar penting bagi perekonomian Indonesia karena berperan dalam pemerataan pendapatan sekaligus meminimalisir angka pengangguran, yang juga menjadi program prioritas pemerintah. Pada masa pandemi COVID-19, ketika sebagian besar perusahaan besar mengalami penurunan kinerja hingga penutupan, UMKM relatif lebih stabil meskipun menghadapi tantangan berupa menurunnya permintaan akibat pembatasan sosial (Nasution, 2018).

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat signifikan. Pada tahun 2020, UMKM menyumbang sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), atau setara dengan Rp8.537 triliun (Liputan6.com, 28 April 2021). Selain itu, UMKM juga berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, serta mendorong pertumbuhan investasi dari hulu hingga hilir dalam skala kecil maupun menengah. Keunggulan lain dari sektor ini adalah kebutuhan tenaga kerja yang tidak mensyaratkan kualifikasi pendidikan tinggi, sehingga mampu menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat untuk bekerja dan berkontribusi dalam perekonomian.

Keberlangsungan UMKM tidak hanya ditopang oleh peran serta pemerintah melalui kebijakan yang mendukung dan mempermudah akses bagi

pelaku usaha, tetapi juga membutuhkan peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam menyesuaikan diri dengan dinamika bisnis yang selalu berubah (Puspita et al., 2020). Salah satu kompetensi yang sangat dibutuhkan di era digital saat ini adalah digital marketing, yakni kemampuan pelaku usaha untuk memasarkan produk dengan memanfaatkan teknologi digital yang perkembangannya semakin masif. Digital marketing dinilai lebih efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah (Anita Wulandari et al., 2023).

Namun demikian, keterampilan digital yang masih terbatas menjadi salah satu kendala utama bagi UMKM (Naufalin, 2020). Faktor lain yang turut menghambat optimalisasi digitalisasi antara lain keterbatasan akses teknologi dan infrastruktur, perubahan sistem pelayanan dari offline ke online, persaingan usaha yang semakin ketat, serta dinamika regulasi yang terus berkembang. Selain itu, ketidakpahaman pelaku usaha terhadap manfaat dan potensi digitalisasi juga menjadi hambatan yang cukup signifikan. UMKM seringkali menghadapi kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru karena minimnya pengetahuan mengenai cara mengoperasikan perangkat digital, serta adanya kekhawatiran terkait biaya yang mungkin timbul dari proses transformasi digital tersebut (Zikri, n.d.).

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana, misalnya jejaring sosial (Syukri & Sunrawali, 2022). Dunia maya tidak lagi sekadar berfungsi untuk menghubungkan manusia dengan perangkat, tetapi juga menghubungkan individu dengan individu lain di seluruh penjuru dunia. Digital marketing memudahkan interaksi antara produsen, distributor, dan konsumen. Bagi pelaku usaha, strategi ini membantu dalam memantau serta menyediakan produk sesuai kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bagi konsumen, digital marketing mempermudah pencarian dan eksplorasi informasi produk sebelum akhirnya membuat keputusan pembelian secara mandiri. Dengan demikian, digital marketing mampu menjangkau masyarakat luas tanpa batasan geografis maupun waktu.

Penelitian yang dilakukan oleh (Syukri & Sunrawali, 2022) menunjukkan bahwa digital marketing memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM. Namun, kenyataan di lapangan memperlihatkan bahwa semakin

masifnya bisnis digital juga menyebabkan tingkat persaingan yang semakin ketat. Persaingan tidak hanya terkait kualitas produk, tetapi juga menuntut kreativitas pelaku usaha dalam membangun diferensiasi. Banyaknya platform e-commerce di satu sisi membuka peluang, tetapi di sisi lain juga memberi tantangan serius bagi UMKM, terutama pedagang kecil yang seringkali dirugikan akibat ketidakseimbangan daya saing.

Selain itu kemajuan teknologi dan komunikasi mendorong pelaku bisnis, khususnya di sektor ekonomi kreatif Indonesia, untuk semakin inovatif, kreatif, dan kritis. Namun, globalisasi menghadirkan tantangan tersendiri bagi masyarakat Indonesia, khususnya generasi milenial, yang harus bersiap menghadapi persaingan global yang semakin ketat (Ismail, 2017). Untuk itu, pelaku usaha perlu mampu berinovasi dan menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi digital agar sektor ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan mengintegrasikan inovasi, kreativitas, dan teknologi digital, UMKM akan lebih tangguh dalam menghadapi kompetisi internasional. Hal ini memungkinkan penguatan sektor UMKM sekaligus menopang pertumbuhan ekonomi nasional.

Ekonomi kreatif sendiri merujuk pada produksi dan distribusi barang maupun jasa yang sangat bergantung pada kecerdikan serta kapasitas intelektual pelaku usaha. UMKM berbasis ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk mengatasi keterbatasan finansial karena sifatnya yang inventif dan fleksibel, terutama dalam menghadapi krisis global. Oleh karena itu, pengembangan UMKM melalui pendekatan ekonomi kreatif menjadi strategi penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat ekonomi lokal (Siagian et al., 2025a).

Meski sektor ekonomi kreatif menawarkan potensi besar bagi UMKM, terdapat beberapa kendala yang menghambat pertumbuhannya, seperti keterbatasan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan akses terhadap teknologi. Untuk meningkatkan kapabilitas dan inovasi produk UMKM, diperlukan pendekatan yang sistematis, meliputi pelatihan, pendampingan, serta kebijakan yang mendukung. Penguatan teknologi digital dan peningkatan kompetensi SDM menjadi hal yang mutlak agar UMKM dapat berkembang secara

optimal dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif (Siagian et al., 2025b).

Oleh karena itu, pengembangan UMKM melalui digital marketing sebaiknya dikombinasikan dengan integrasi pendidikan kreatif dan penguatan nilai-nilai kewirausahaan Islami, sehingga UMKM dapat “naik kelas” dan bersaing secara lebih kompetitif di pasar lokal. Kreativitas juga berperan penting dalam membangun inovasi produk dan strategi pemasaran yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan model edupreneur kreatif yang mampu mengintegrasikan kelas kreatif, nilai-nilai keislaman, dan pendampingan UMKM untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi yang memungkinkan UMKM memanfaatkan peluang digital marketing sekaligus menegakkan nilai-nilai kewirausahaan Islam melalui kolaborasi dengan lembaga pendidikan.

Kajian Teori

Pelatihan ecoprint seringkali berhasil meningkatkan kreativitas produksi dan penghasilan UMKM lokal, terutama jika dilengkapi dengan pendampingan teknis (Bagis et al., 2024). Strategi pemasaran digital (media sosial, pameran, e-commerce) terbukti memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan ketika pelaku usaha mendapatkan pelatihan yang cukup dan sumber daya pendukung (fotografi produk, konten, akses internet)(Fakhrurozi, 2023). Integrasi nilai syariah dalam pemasaran dan operasional usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen khususnya dalam produk halal atau dalam komunitas yang sangat religius. Namun, studi yang menggabungkan literasi digital + branding + nilai Islam masih lebih sedikit (Anisah et al., 2024). Kendala umum yang muncul: keterbatasan sumber daya (modal, bahan baku, infrastruktur digital), kurangnya pengetahuan teknis (fotografi, editing konten, manajemen toko online), akses ke pasar yang kompetitif, dan tantangan pada konsistensi produksi & kualitas (Fakhrurozi, 2023).

Konsep edupreneurship (Drucker, 1985; Hermawan, 2019) menjadi kerangka utama dalam melihat peran lembaga pendidikan sebagai katalisator

kewirausahaan masyarakat. Edupreneurship menghubungkan pendidikan dengan aktivitas ekonomi produktif, sehingga tidak hanya menghasilkan pengetahuan, tetapi juga kemandirian finansial. Dalam perspektif teori kreativitas, Amabile (1996) menjelaskan bahwa pembelajaran berbasis proyek dapat menstimulasi imajinasi, membangun rasa percaya diri, dan melatih keterampilan inovatif. Hal ini sejalan dengan pelaksanaan kelas kreatif ecoprint di Desa Cipanas yang mengajarkan keterampilan praktis sekaligus melatih kerja sama dan kesabaran.

Teori integrasi nilai Islam dalam pendidikan (Tijah, 2019), menekankan keseimbangan aspek kognitif, afektif, dan spiritual. Integrasi ini penting agar pengembangan kewirausahaan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga berlandaskan etika dan tanggung jawab sosial. Sementara itu, teori pemasaran modern (Kotler & Keller, 2016) menjelaskan bahwa branding dan digital marketing adalah instrumen penting dalam menciptakan nilai tambah produk. Penguatan brand identity dan pemanfaatan media sosial mampu memperluas jangkauan produk UMKM sekaligus meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan *participatory action research* (PAR) yang dilakukan di Desa Cipanas dengan melibatkan guru, masyarakat umum, serta pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki peran penting dalam dinamika sosial dan ekonomi desa. Hasil interpretasi dari penelitian ini dijadikan dasar untuk merumuskan langkah tindak lanjut (Walker et al., 2025). Bentuk kegiatan yang dilaksanakan meliputi pelatihan kreativitas berbasis pendidikan kreatif, penguatan nilai-nilai keislaman, serta workshop terkait branding dan digital marketing bagi UMKM. Seluruh rangkaian program dirancang untuk membangun kemandirian, meningkatkan kapasitas individu maupun kelompok, serta memperkuat sinergi antara lembaga pendidikan dengan sektor usaha.

Hasil dan Diskusi

Integrasi nilai-nilai keislaman dalam pembelajaran merupakan hal yang diamanatkan dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Republik

Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 1. Pada pasal tersebut, khususnya ayat 1, ditegaskan bahwa salah satu tujuan pendidikan adalah mewujudkan peserta didik yang memiliki kekuatan spiritual. Dengan demikian, integrasi antara mata pelajaran umum, seperti matematika, dengan pendidikan agama perlu dilakukan sejak jenjang sekolah dasar (Samad, 2016). Integrasi nilai-nilai keislaman dalam pembelajaran diharapkan dapat membentuk sikap peserta didik menjadi lebih religius. Sebagaimana dinyatakan oleh (Erita, 2017), sikap peserta didik dapat dibentuk melalui input yang diberikan dalam proses pembelajaran. Hal ini sejalan dengan pandangan (Tijah, 2019). bahwa pengintegrasian nilai-nilai keislaman dalam pembelajaran bertujuan untuk menyeimbangkan antara aspek intelektual dan spiritual peserta didik.

Namun, berdasarkan hasil analisis SWOT, Desa Cipanas masih memiliki sejumlah kelemahan dalam mendukung implementasi pembelajaran terpadu tersebut. Keterbatasan sarana dan prasarana menjadi salah satu kendala utama, misalnya minimnya ruang kreatif, alat prakarya, serta fasilitas digital yang belum memadai. Kondisi ini berpotensi menghambat proses pembelajaran yang menekankan integrasi nilai keislaman dengan aspek kreatif maupun teknologi. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian (Kusumawati et al., 2024) menegaskan bahwa kreativitas perlu ditumbuhkan sejak dini, khususnya pada jenjang sekolah dasar. Oleh karena itu, dibutuhkan kegiatan pembelajaran yang mampu mengembangkan potensi kreatif siswa. Salah satu bentuk kegiatan yang relevan adalah pelatihan batik ecoprint, yaitu teknik seni cetak alami yang memanfaatkan tumbuhan dan bahan ramah lingkungan untuk menghasilkan desain pada kain atau kertas. Proses pembuatannya relatif sederhana, tidak membutuhkan mesin, serta ramah lingkungan, sehingga sesuai untuk diterapkan di sekolah.

Selain itu, dalam perspektif Islam, usaha ecoprint juga telah mencerminkan penerapan prinsip-prinsip syariah. Hal ini dapat dilihat dari penerapan prinsip Tauhid (istirahat pada waktu salat), 'Adl (pemberian upah sesuai jam kerja dan bonus berdasarkan penjualan), Khilafah (penerapan prinsip dasar akuntansi keuangan syariah), Nubuwwah (kebijaksanaan, tanggung jawab, komunikasi, dan strategi pemasaran), serta Ma'ad (penekanan pada kualitas bahan baku dan inovasi produk) (Hapsari & Adibah, 2023).

Dalam praktiknya di Desa Cipanas, guru terlebih dahulu memberikan arahan mengenai konsep dan teknik ecoprint. Selanjutnya, siswa berkelompok menata daun dan bunga di atas totebag polos sesuai kreasi masing-masing. Setelah itu, kain dilipat dan daun dipukul menggunakan palu kayu hingga pigmen alami menempel. . Beberapa hasil karya diproses dengan teknik perebusan (*steaming*) untuk memperkuat warna. Kegiatan ini melatih keterampilan kreatif siswa sekaligus menanamkan nilai-nilai keislaman, seperti kerja sama, kesabaran, serta rasa syukur atas potensi alam yang bisa dimanfaatkan secara bijak.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa siswa mampu mengekspresikan kreativitas dan imajinasi mereka dalam bentuk karya ramah lingkungan yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Selain memberikan pengalaman belajar yang bermakna, ecoprint juga berpotensi menjadi keterampilan produktif yang tidak hanya mengurangi pencemaran lingkungan, tetapi juga membuka peluang ekonomi kreatif bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, praktik ecoprint dapat menjadi solusi kreatif dalam mengintegrasikan nilai keislaman, pengembangan kreativitas, serta kebermanfaatan lingkungan dalam proses pembelajaran.

Dengan memahami tantangan sekaligus peluang yang ada, pelaku UMKM, pembuat kebijakan, serta pemangku kepentingan lainnya dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mendorong digitalisasi UMKM. Salah satu upaya kolaboratif yang dapat dilakukan adalah melalui edupreneurship berbasis digital, yang berfungsi untuk mengatasi hambatan sekaligus memanfaatkan potensi teknologi guna mendukung peningkatan penjualan, pertumbuhan, dan keberlanjutan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Khan menegaskan bahwa universitas di Indonesia memiliki peran penting dalam mempromosikan pemanfaatan teknologi digital dalam wirausaha sebagai langkah mendukung keberlangsungan usaha di masa depan.

Manfaat penerapan edupreneurship berbasis digital bagi UMKM sangatlah signifikan. Melalui pendidikan yang mendorong penguasaan teknologi, pelaku UMKM dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing di era bisnis yang semakin terdigitalisasi. Pemanfaatan platform e-commerce, misalnya, memungkinkan produk UMKM

dipasarkan ke berbagai wilayah tanpa harus membuka toko fisik. Media sosial juga berperan penting dalam membangun kesadaran merek (brand awareness) serta meningkatkan interaksi dengan konsumen secara lebih personal dan interaktif. Selain itu, teknologi digital mendukung efisiensi operasional, mulai dari pengelolaan inventaris, pemesanan, hingga pembayaran, sehingga proses bisnis menjadi lebih cepat, transparan, dan terukur. Keseluruhan aspek tersebut berkontribusi pada peningkatan penjualan sekaligus pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Risiko yang dihadapi UMKM di Desa Cipanas antara lain minimnya partisipasi akibat kurangnya komitmen dari para stakeholder yang dapat menyebabkan kolaborasi gagal, serta ketidakstabilan ekonomi seperti inflasi atau kenaikan harga bahan baku yang berpotensi mengganggu keberlangsungan usaha. Namun demikian, hasil analisis termasuk melalui matriks SWOT menunjukkan bahwa Desa Cipanas memiliki potensi besar dalam mengembangkan kewirausahaan.

Potensi tersebut didukung oleh sejumlah kelebihan, di antaranya adanya komunitas yang solid dengan dukungan orang tua, tokoh masyarakat, dan organisasi lokal; keberadaan produk UMKM unggulan dengan ciri khas daerah; serta peran aktif lembaga pendidikan maupun diniyyah yang berpeluang menjadi pusat pengembangan kreativitas dan kewirausahaan. Selain itu, adanya program P5 (Profil Pelajar Pancasila) yang dapat diintegrasikan dengan tema kewirausahaan dan kreativitas menjadi peluang strategis untuk memperkuat ekosistem UMKM di desa ini. Penerapan pelatihan kewirausahaan yang bersifat praktis dan kontekstual bagi pelaku usaha menjadi elemen penting dalam mendukung transformasi UMKM agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian (Sugiono et al., 2023) menegaskan bahwa pendidikan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas UMKM di Indonesia, khususnya pada aspek pemasaran, tata kelola usaha, dan pengelolaan keuangan. Melalui metode kualitatif dengan wawancara semi-terstruktur terhadap 16 pemilik UMKM, penelitian tersebut menemukan bahwa banyak pelaku usaha belum mengikuti pelatihan kewirausahaan formal, sehingga pengelolaan bisnis mereka masih terbatas. Pada aspek pemasaran, pemilik UMKM dengan pendidikan lebih tinggi cenderung memanfaatkan platform

digital, sedangkan mereka yang berpendidikan rendah masih bergantung pada metode tradisional. Selain itu, pendidikan turut berkontribusi pada perbaikan tata kelola keuangan, meskipun praktik pencatatan masih belum optimal di banyak UMKM. Kesimpulannya, pendidikan terbukti menjadi faktor kunci dalam memperkuat UMKM, mendorong inovasi, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah dinamika pasar.

Sinergi pendidikan kreatif, keislaman, dan kewirausahaan menuju umkm naik kelas dapat mendorong perkembangan ekonomi global menuntut pendidikan Islam untuk menyesuaikan diri dengan dinamika yang menekankan kreativitas dan inovasi. Sektor ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan pesat dan kini menjadi salah satu sumber utama penciptaan lapangan kerja, termasuk di Indonesia. Kemajuan teknologi digital, media sosial, serta platform e-commerce membuka peluang luas bagi individu untuk berperan aktif di berbagai industri kreatif, mulai dari desain grafis, animasi, periklanan, hingga konten digital yang berbasis syariah (Eryandy, 2023). Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), perhatian utama pengusaha adalah bagaimana usaha mereka dapat berkembang, menghadapi persaingan, dan bertahan terhadap tekanan pasar serta gejolak ekonomi. Persaingan tidak hanya terjadi antar UMKM, tetapi juga melibatkan bisnis besar, industri lain, dan pemain asing. Beberapa tantangan yang dihadapi UMKM antara lain: produk yang belum memiliki branding dan kemasan menarik, akses pemasaran yang terbatas dan masih mengandalkan metode offline, manajemen usaha yang konvensional termasuk pencatatan keuangan dan pengelolaan stok yang belum optimal, serta rendahnya kolaborasi antara UMKM dan lembaga pendidikan.

Selain itu, keterbatasan pemahaman pengusaha tentang bisnis dan manajemen menjadi hambatan utama. Masalah ini umumnya disebabkan oleh rendahnya literasi manajemen dan latar belakang pendidikan pengusaha. Banyak pengusaha kurang termotivasi untuk meningkatkan pengetahuan bisnis, terutama jika hal itu membutuhkan biaya, karena mereka merasa sudah memiliki pemahaman yang cukup. Dalam pengembangan UMKM digital, tiga faktor utama perlu diperhatikan, yaitu literasi digital, kapasitas produksi, dan kualitas output. Generasi milenial menjadi kelompok strategis untuk diajak bekerja sama, misalnya melalui strategi reseller, yang memungkinkan mereka

memasarkan produk UMKM secara digital dan memperluas jangkauan usaha (Sinaga dkk, 2023).

Berdasarkan analisis yang dilakukan, termasuk analisis matriks SWOT, dapat disimpulkan bahwa Desa Cipanas memiliki potensi besar dalam mengembangkan kewirausahaan. Penerapan pelatihan kewirausahaan yang bersifat praktis dan kontekstual bagi pelaku usaha menjadi elemen penting dalam mendukung transformasi UMKM menuju arah yang lebih baik. Namun, untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, terdapat beberapa aspek kunci yang perlu diperhatikan. Aspek-aspek tersebut meliputi pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pemasaran dan operasional bisnis, penguatan kemitraan dengan lembaga pendidikan Islam, serta perhatian terhadap pentingnya logo, kemasan, dan strategi pemasaran digital. Faktor-faktor tersebut berperan strategis dalam membangun citra produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi modern.

Selain itu, kerja sama dengan lembaga pendidikan Islam melalui integrasi pendidikan Islam dan pendidikan kewirausahaan menghadirkan pendekatan holistik dalam mempersiapkan individu yang berlandaskan spiritual, beretika, dan mandiri secara ekonomi. Dengan menyelaraskan praktik kewirausahaan dengan nilai-nilai Islam, pelaku usaha maupun siswa tidak hanya dibekali keterampilan bisnis yang esensial, tetapi juga diarahkan untuk menjalankan usaha dengan integritas dan tanggung jawab sosial. Sinergi ini memiliki peran penting dalam menghadapi tantangan sosial-ekonomi modern, mendorong pembangunan yang inklusif, serta membentuk generasi wirausahawan yang memberikan kontribusi berarti baik bagi perekonomian maupun tatanan moral masyarakat.

Lebih jauh, pelatihan kreativitas peserta didik berbasis nilai-nilai Islam juga menjadi bagian penting dalam proses pengembangan kewirausahaan. Proses pembelajaran yang dikemas secara kreatif mampu menumbuhkan antusiasme anak-anak dalam mengekspresikan imajinasinya. Ada yang membuat karya sesuai contoh, ada pula yang menciptakan bentuk baru berdasarkan kreativitas masing-masing. Aktivitas ini tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri, kebanggaan terhadap hasil karya

sendiri, serta keberanian untuk berbicara di depan umum. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dengan nilai-nilai Islam tidak hanya menghasilkan pelaku usaha yang kompetitif, tetapi juga pribadi yang berkarakter dan berdaya saing tinggi.

Di sisi lain, UMKM tetap menghadapi sejumlah ancaman sebagaimana hasil analisis SWOT. Tantangan tersebut mencakup persaingan produk dengan kualitas yang lebih baik dari luar daerah, perubahan tren pasar yang cepat sehingga menuntut adaptasi strategi pemasaran maupun pengembangan produk, serta ketergantungan pada bantuan eksternal yang berisiko menghentikan program ketika sumber dana berakhir, jika tidak disertai dengan kemandirian usaha. Dalam menghadapi kondisi tersebut, penting untuk memahami perbedaan antara entrepreneur dan wiraswasta. Seorang entrepreneur adalah individu yang mampu melihat serta menilai peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan, dan mengambil langkah strategis guna memastikan keberhasilan usaha. Fokus entrepreneur tidak sekadar menjalankan bisnis, tetapi juga menemukan, mengembangkan, serta mewujudkan peluang baru menjadi usaha yang produktif. Dengan komitmen, determinasi, dan ketekunan, entrepreneur berorientasi pada pencapaian, pertumbuhan, dan pemanfaatan peluang strategis. Sebaliknya, wiraswasta lebih berfokus pada menjalankan usaha yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.

Oleh karena itu, pembentukan jiwa entrepreneur pada peserta didik maupun pelaku usaha di Desa Cipanas menjadi tujuan penting agar lahir generasi yang inovatif, kreatif, dan kompetitif dalam menghadapi tantangan ekonomi global. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kompetensi entrepreneur berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, di mana tingkat kompetensi yang tinggi dapat menjadi pembeda utama antara usaha yang sukses dan yang mengalami kegagalan (Yenni Refa & Hastin Umi Anisah, 2024).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengembangan kelas kreativitas, pembinaan keagamaan, dan pendampingan UMKM lokal di Desa Cipanas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan integratif melalui edukasi kreatif, penguatan nilai-nilai

keislaman, serta pelatihan branding dan digital marketing bagi UMKM menunjukkan hasil yang positif. Anak-anak dan remaja terlihat lebih antusias mengikuti kegiatan pendidikan kreatif yang mampu mengasah imajinasi sekaligus membangun rasa percaya diri. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan keagamaan meningkat, memberikan dampak positif terhadap penguatan karakter religius. Sementara itu, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan baru mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan branding, khususnya pemanfaatan digital marketing, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk mereka. Faktor pendukung keberhasilan program ini antara lain fasilitas yang memadai, keterampilan pendidik dan pembimbing, serta kolaborasi yang erat antara lembaga pendidikan, orang tua, dan pelaku usaha. Adapun faktor yang menjadi tantangan adalah keterbatasan sarana, kebiasaan atau sikap tertentu dari peserta maupun orang tua yang kadang membatasi kebebasan berkreasi, serta kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi baru. Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi edupreneur kreatif berbasis pendidikan, nilai keislaman, dan pendampingan UMKM dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, meningkatkan kreativitas, kemandirian, dan kapasitas ekonomi lokal.

Referensi

- Anisah, N., Qushairi, M. D., & Lathifah, Z. K. (2024). Pelatihan Digital Marketing Berbasis Syariah Pada Pelaku UMKM Kusen. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i1.6661>
- Anita Wulandari, Ikfina Rosyada Kamila, Rizkiyatul Awwalu Bil Khikmah, Bahtiar Arifuddin Fadturahman, Gerry Mario Alexis Martua Manalu, & Dewi Puspa Arum. (2023). Peran Digital Mareting dan Branding Produk dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Karangtengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 3(2), 39–45. <https://doi.org/10.56910/wrd.v3i2.291>
- Bagis, F., Yanuar Badharudin, A., & Hidayah, A. N. (2024). Pelatihan Ecoprint Sebagai Upaya Pengembangan Umkm Kabupaten Banyumas. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(3), 2715–8926.
- Erita, Y. (2017). Sikap Peserta Didik Dalam Mengikuti Pelajaran Ips Terpadu Studi Pada Smp Negeri 1 Sungai Tarab. *Jurnal Spasial*, 3(2), 75–86. <https://doi.org/10.22202/js.v3i2.1608>

- Fadillah, N. (2023). Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan (Studi Kasus Lapangan Pancasila Kota Palopo). In *Rumah Jurnal Institusi Agama Islam Negeri Palopo* (pp. 1–62).
- Fakhrurozi, M. (2023). Peranan Pemerintah dan Strategi Pemasaran terhadap Penjualan UMKM Ecoprint Yasmin Wiwid Lampung. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1676–1686. <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/12923>
- GÜREL, E. (2017). Swot Analysis: a Theoretical Review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Hapsari, M. T., & Adibah, A. W. (2023). Creative economy development strategy at eco-print industry: SOAR Analysis and Sharia Perspective. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 7(July), 217–228. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n2.p217-228>
- Ismail, Y. (2017). Peran Digitalisasi dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 2(2), 87–95. <https://www.sbm.itb.ac.id/peran-digitalisasi-dalam-pengembangan-umkm-di-indonesia>
- Jacobs, C., Wheeler, J., Williams, M., & Joiner, R. (2023). Cognitive interviewing as a method to inform questionnaire design and validity - Immersive Technology Evaluation Measure (ITEM) for healthcare education. *Computers and Education: X Reality*, 2, 100027. <https://doi.org/10.1016/j.cexr.2023.100027>
- Khairunnisa, A. F., Putri, K. N., & Nuryani, R. M. (2024). Pemberdayaan UMKM Fashion Berbasis Literasi Digital dan Media Branding di Syirka Ecoprint, Desa Cangkol, Kecamatan Mojolaban. *Kecamatan Mojolaban. AKTIVITA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(Idm), 1–11.
- Khosravani, F., Abbasi, E., Choobchian, S., & Jalili Ghazizade, M. (2025). Optimizing food waste management in Tehran: A SWOT analysis and strategic recommendations. *Heliyon*, 11(4), 42474. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42474>
- Kusumawati, E., Usmani Haryanti, Karlina Dwi Jayanti, & Enisa Indriya Safitri. (2024). Pemberdayaan Siswa Sekolah Dasar Al Islam 2 Jamsaren Surakarta Melalui Pelatihan Batik Ecoprint Untuk Meningkatkan Kreativitas Seni Siswa. *Proficio*, 5(2), 39–44. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3361>
- Nasution, D. S. (2018). Peningkatan kapasitas manajemen usaha bagi pelaku usaha sektor industri UKM roti sebagai upaya peningkatan daya saing usaha menuju industri mandiri. *Transformasi: Jurnal Pengabdian*

Purnomo, A. (2024). Pemanfaatan Produk Ecoprint Berbasis Daun Dan Bunga Di Desa Kelawi Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 54–61. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i1.58>

Purssell, E., & Gould, D. (2021). Undertaking qualitative reviews in nursing and education - A method of thematic analysis for students and clinicians. *International Journal of Nursing Studies Advances*, 3, 100036. <https://doi.org/10.1016/j.ijnsa.2021.100036>

Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan Tata Kelola Bisnis UMKM Kerupuk Kulit Singkong menuju Ketahanan Bumdes Jagabaya. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 29–37. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2137>

Puyt, R. W., Lie, F. B., & Madsen, D. Ø. (2025). From SOFT approach to SWOT analysis, a historical reconstruction. *Journal of Management History*, 31(2), 333–373. <https://doi.org/10.1108/JMH-05-2023-0047>

Samad, M. (2016). Integrasi Pembelajaran : Bidang Studi Iptek dan Agama Islam. In *Yogyakarta, Sunrise*. Penerbit Sunrise. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=JlZKDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tokoh+islam+penemu+ipteks&ots=keu7dGcHWw&sig=-9aem1ZhHoLdJcyoIdmp7W5nDWc&redir_esc=y#v=twopage&q&f=false

Saputra, R. W. (2022). SWOT Analysis on Implementing Project Management Tool for Digitalization Media of Education Management. *Jurnal Pendidikan Multimedia (Edsence)*, 4(2), 117–128. <https://doi.org/10.17509/edsence.v4i2.52098>

Satria, R., & Shahbana, E. B. (2020). The SWOT Analysis of Strengthening Character Education In Junior High School. *Jurnal Iqra': Kajian Ilmu Pendidikan*, 5(2), 56–67. <https://doi.org/10.25217/ji.v5i2.827>

Siagian, N. A., Solfema, S., & Putri, L. D. (2025a). Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia. In *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* (Vol. 1, Issue 8, pp. 1581–1587). <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i8.303>

Siagian, N. A., Solfema, S., & Putri, L. D. (2025b). Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(8), 1581–1587. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i8.303>

Sugiono, J., Latief, & Rahmanisa. (2023). Pendidikan dalam Peningkatan Kualitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2). <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.14818>

- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Tijah, M. (2019). Model Integrasi Matematika Dengan Nilai-Nilai Islam Dan Kearifan Lokal Budaya Dalam Pembelajaran Matematika. *Jurnal Pendidikan Matematika (Kudus)*, 1(2), 63–90. <https://doi.org/10.21043/jpm.v1i2.4878>
- Walker, H., Bond, A., Sinclair, A. J., Diduck, A. P., Pope, J., Retief, F., & Morrison-Saunders, A. (2025). Understanding the role qualitative methods can play in next generation impact assessment. *Environmental Impact Assessment Review*, 112, 107780. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2024.107780>
- Widiastuti, C. T., & Santoso, A. (2022). SWOT Analysis of Batik Semarangan Competitiveness in The Disruption Era. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(3). <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.3.430>
- Xue, H., & van Kooten, K. (2023). Inside out: Addressing the “how” of data collection in experience design research applying introspective methods. In *Advanced Design Research* (Vol. 1, Issue 2). Adva. <https://doi.org/10.1016/j.ijadr.2024.02.001>
- Yenni Refa, & Hastin Umi Anisah. (2024). Peran Efikasi Diri, Kompetensi Entrepreneur Terhadap Kinerja Umkm Dengan Komitmen Entrepreneur Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Food Court Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 194–209. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i1.2752>
- Zikri, H. (n.d.). Transformasi ekonomi digital untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 16–25.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Cipanas, Bapak M. Agus Sahputra, S.Sy, atas dukungan dan izin pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat; Dosen Pembimbing Lapangan, Ibu Tini Kusmayati Dewi, S.Pd., M.Pd, atas bimbingan, arahan, dan pendampingan selama kegiatan KKN-T MBKM berlangsung; Kepala Sekolah/Ketua Yayasan, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk terlaksananya kegiatan pembelajaran dan pelatihan; Wali Kelas, atas kerjasama dan koordinasi selama proses pembelajaran serta kegiatan kreatif di kelas; Pelaku UMKM Lokal, yang telah berpartisipasi aktif dalam pendampingan dan pengembangan kreativitas serta inovasi usaha; dan peserta didik kelas kreativitas, atas antusiasme dan partisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pembelajaran dan pelatihan. Ucapan terima kasih ini merupakan apresiasi atas dukungan, kerja sama, dan kontribusi semua pihak sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang optimal.