PUNGGAWA
GLOBAL RESEARCH:
JURNAL MULTIDISIPLIN

Punggawa Global Research: Jurnal Multidisiplin
Volume 1, Nomor 6, 2026
E-ISSN: 3164-0117
Open Access: punggawajournal.com/pgr

Penguatan Kapasitas Usaha Karang Taruna Berbasis Pemasaran Digital dan Potensi Lokal di Kabupaten Klaten

Tarso[1]*, Asep Koswara[2], Deny Hadi Siswanto[3]
[1]Universitas Widya Dharma Klaten, Indonesia
[2]Institut As-Syifa, Indonesia
[3]SMA Muhammadiyah Mlati, Indonesia
Correspondence: tarso@unwidha.ac.id

Article Info

Article history:
Received Sept 21th, 2026
Revised Oct 30th, 2026
Accepted Nov 7th, 2026

Kata Kunci:
Peningkatan Kapasitas; Karang Taruna; Pemasaran Digital; Rencana Bisnis

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan wirausaha muda pedesaan melalui peningkatan kapasitas bisnis anggota Karang Taruna di Kabupaten Klaten melalui pelatihan terstruktur dan pendampingan berkelanjutan. Dilaksanakan pada 5 hingga 9 Oktober 2026 di Aula DISSOS3PAPKB Klaten, program ini melibatkan 30 peserta perwakilan dari 15 desa/kelurahan. Pelaksanaan pengabdian menerapkan alur lima tahap komprehensif: persiapan dan pemetaan potensi daerah, pembekalan materi interaktif, lokakarya penyusunan *business plan*, presentasi dan evaluasi gagasan usaha, serta pendampingan pasca-kegiatan. Pada sesi pembekalan intensif, narasumber praktisi menyampaikan tiga pilar utama: strategi pemasaran digital, legalitas serta akses sumber daya, dan pembentukan jaringan kemitraan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penggabungan literasi digital dengan kepatuhan administrasi dan praktik penyusunan rencana bisnis secara langsung berhasil membekali pemuda desa untuk mentransformasikan komoditas lokal menjadi rancangan usaha mandiri yang siap pasar. Selain itu, skema pendampingan berkelanjutan memastikan implementasi nyata dari rancangan bisnis, keaktifan kanal digital, dan keberlanjutan kerja sama jejaring mitra. Kegiatan ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik yang memadukan teori, penyintesisan praktik, serta pengawasan berkesinambungan demi mewujudkan kemandirian sosial-ekonomi desa.

© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola kegiatan ekonomi masyarakat, khususnya dalam pengelolaan usaha dan pemasaran produk. Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan berbagai platform digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta membangun hubungan dengan konsumen (Shankar et al., 2022). Namun, pemanfaatan teknologi digital membutuhkan keterampilan dalam mengembangkan strategi pemasaran, membangun identitas merek (branding), membuat konten promosi, dan memahami perilaku konsumen. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dalam proses bisnis berkaitan dengan peningkatan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia (Mudrikah et al., 2024; Tarso, Siswanto, & Saputra, 2026). Oleh karena itu, penguatan kapasitas usaha melalui pemasaran digital menjadi langkah strategis untuk meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha masyarakat.

Karang Taruna merupakan organisasi sosial kemasyarakatan yang memiliki peran penting dalam mengembangkan potensi generasi muda dan meningkatkan partisipasi pemuda dalam pembangunan.

Organisasi ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah kegiatan sosial, tetapi juga berpotensi menjadi penggerak kewirausahaan dan kemandirian ekonomi masyarakat (Siswanto et al., 2024; Sutrisna, 2023). Generasi muda memiliki keunggulan dalam kreativitas, adaptasi teknologi, dan jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha produktif (Rambe et al., 2025). Meskipun demikian, potensi tersebut belum selalu didukung kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang memadai. Kintoko et al. (2026) menegaskan pentingnya pelatihan kewirausahaan berbasis digital bagi Karang Taruna untuk meningkatkan kapasitas pemuda dalam mengembangkan usaha secara produktif.

Kabupaten Klaten memiliki potensi ekonomi lokal yang beragam, meliputi sektor pertanian, industri pengolahan, perdagangan, kerajinan, pariwisata, dan ekonomi kreatif. Beberapa produk unggulan daerah antara lain batik, lurik, konveksi, keramik, mebel, kerajinan logam, serta berbagai produk makanan olahan (Sabila et al., 2026). Keberagaman tersebut menjadi peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis sumber daya lokal yang memiliki nilai tambah ekonomi (Tarso et al., 2026). Namun, potensi lokal belum sepenuhnya dioptimalkan karena masih diperlukan penguatan kualitas produk, inovasi kemasan, identitas merek, dan perluasan jaringan pemasaran (Marini et al., 2024; Sugiharto, 2024). Oleh sebab itu, Karang Taruna dapat dilibatkan sebagai penggerak pengembangan produk lokal melalui pendekatan kewirausahaan dan pemasaran digital.

Permasalahan yang sering dihadapi pelaku usaha lokal adalah belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung kegiatan pemasaran. Penggunaan media sosial masih cenderung terbatas pada komunikasi dan promosi sederhana, belum dikelola secara sistematis untuk meningkatkan penjualan (Greenhow et al., 2023). Selain itu, keterbatasan keterampilan fotografi produk, pembuatan konten promosi, copywriting, pengelolaan akun bisnis, dan pemahaman segmentasi pasar menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan konsumen (Kintoko et al., 2026; Sari et al., 2023). Mudrikah et al. (2024) dan Pranata et al. (2024) menjelaskan bahwa adopsi digital dalam usaha perlu didukung integrasi teknologi pada aktivitas pemasaran, transaksi, dan pengelolaan bisnis. Dengan demikian, diperlukan pelatihan dan pendampingan praktis agar anggota Karang Taruna mampu memanfaatkan teknologi digital secara produktif untuk mengembangkan usaha.

Penguatan usaha berbasis potensi lokal juga sejalan dengan kebijakan pembangunan ekonomi Kabupaten Klaten yang mendorong pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif. Pemerintah Kabupaten Klaten melalui Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2025 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif memberikan landasan bagi penguatan ekosistem usaha, pemasaran, kelembagaan, pembiayaan, dan kerja sama ekonomi kreatif. Dalam konteks tersebut, Karang Taruna dapat berperan sebagai mitra strategis dalam mengidentifikasi potensi ekonomi wilayah, mengembangkan produk lokal, serta memperkenalkannya melalui berbagai platform digital. Kolaborasi antara pemuda, pelaku UMKM, pemerintah, dan masyarakat diharapkan mampu menciptakan ekosistem kewirausahaan yang produktif dan berkelanjutan.

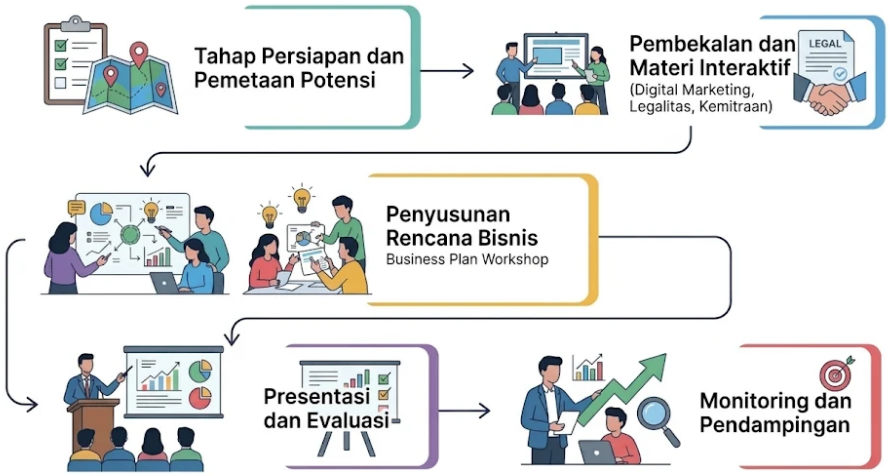
Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan program pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada penguatan kapasitas usaha Karang Taruna melalui integrasi pemasaran digital dan optimalisasi potensi lokal. Program ini diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu peningkatan keterampilan kewirausahaan, pengembangan produk berbasis potensi wilayah, dan penguasaan strategi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan melalui identifikasi potensi usaha, pelatihan manajemen bisnis, pengembangan branding, fotografi produk, pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, serta pemanfaatan marketplace. Pelaksanaan pelatihan yang disertai praktik dan pendampingan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola usaha secara mandiri dan berorientasi pasar (Susetyawati & Siswanto, 2026).

Melalui program Penguatan Kapasitas Usaha Karang Taruna Berbasis Pemasaran Digital dan Potensi Lokal di Kabupaten Klaten, diharapkan terbentuk kelompok pemuda yang memiliki kompetensi kewirausahaan dan keterampilan pemasaran digital. Luaran kegiatan mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tersusunnya rencana pengembangan usaha berbasis potensi lokal, tersedianya media promosi digital, serta meningkatnya kualitas konten pemasaran produk. Dalam jangka panjang, program ini diharapkan mampu mendorong lahirnya wirausaha muda, memperluas

akses pasar produk lokal, membuka peluang kerja, dan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Dengan demikian, pemberdayaan Karang Taruna menjadi salah satu strategi untuk memperkuat daya saing ekonomi daerah melalui pemanfaatan potensi lokal dan transformasi digital.

METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan pelatihan terstruktur (*capacity building*) dan pendampingan usaha berbasis potensi lokal yang berlangsung selama lima hari, pada 5 hingga 9 Oktober 2026 di Aula DISSOS3PAPKB Kabupaten Klaten. Sebanyak 30 anggota Karang Taruna dari 15 desa dan kelurahan dibekali materi substantif secara interaktif pada hari keempat (8 Oktober 2026) oleh Tarso, S.E., M.M., M.Pd. yang mencakup pemasaran digital, legalitas dan akses sumber daya, serta kemitraan usaha. Pembekalan ini diintegrasikan untuk memfasilitasi peserta dalam menyusun dan mempresentasikan rencana bisnis (*business plan*) pada hari kelima (9 Oktober 2026), yang kemudian ditindaklanjuti dengan tahap evaluasi serta pendampingan pasca-kegiatan, dengan rincian alur pengabdian sebagai berikut.



Gambar 1. Alur Pengabdian

Berdasarkan gambar di atas, tahap pertama dimulai dengan persiapan dan pemetaan potensi daerah oleh BBPPKS Yogyakarta bersama DISSOS3PAPKB Kabupaten Klaten untuk mengidentifikasi produk lokal unggulan dari 15 desa dan kelurahan. Tahap kedua dilanjutkan dengan pembekalan materi interaktif pada Kamis (8/10/2026) di Aula DISSOS3PAPKB Klaten oleh Tarso, S.E., M.M., M.Pd. yang memaparkan tiga pilar utama: strategi pemasaran digital (pemetaan pasar dan pemanfaatan kanal digital), legalitas serta akses sumber daya (tata kelola administrasi dan operasional), serta pembentukan kemitraan dan jejaring usaha inter-wilayah (Saputra et al., 2026). Tahap ketiga dilanjutkan dengan lokakarya penyusunan *business plan*, di mana 30 anggota Karang Taruna menyintesiskan ketiga materi tersebut ke dalam dokumen kerja berbasis potensi desa masing-masing. Memasuki tahap keempat pada Jumat (9/10/2026), seluruh kelompok mempresentasikan rancangan usaha mereka untuk dievaluasi dan diverifikasi kelayakannya oleh tim penilai. Sebagai penutup pada tahap kelima, dilakukan proses *monitoring* dan pendampingan pasca-kegiatan guna memantau efektivitas promosi digital, realisasi izin legalitas, dan keberlanjutan kemitraan usaha demi mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa secara terukur dan konsisten

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan dan Pemetaan Potensi

Tahap awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada penguatan koordinasi antar-lembaga serta pemetaan dan inventarisasi potensi ekonomi lokal di wilayah Kabupaten Klaten. Kegiatan ini diinisiasi melalui kerja sama strategis antara Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan Sosial (BBPPKS) Yogyakarta yang berada di bawah naungan Kementerian Sosial Republik Indonesia dengan Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, dan Keluarga Berencana (DISSOS3PAPKB) Kabupaten Klaten. Pada tahap persiapan yang krusial ini, panitia

menyusun kriteria seleksi penerima manfaat secara teliti hingga berhasil menetapkan 30 anggota Karang Taruna terpilih yang mewakili 15 desa dan kelurahan setempat. Para pemuda ini diproyeksikan untuk menjadi agen perubahan menggerakkan perekonomian berbasis komunitas (Astiwi et al., 2024). Pemetaan peran, kebutuhan operasional, serta alur koordinasi dilakukan sejak dini guna memastikan seluruh rangkaian pelatihan peningkatan kapasitas nantinya dapat berjalan secara terarah, inklusif, berkelanjutan, dan tepat sasaran.

Selain pengorganisasian peserta, tahap awal ini juga diisi dengan kegiatan identifikasi dan inventarisasi komoditas lokal unggulan yang tersebar di wilayah desa atau kelurahan asal masing-masing peserta. Berbagai potensi ekonomi daerah mulai dari produk makanan olahan khas, kerajinan tangan lokal, hingga sektor komoditas pertanian dipetakan secara terstruktur untuk dijadikan bahan studi kasus utama dalam sesi pelatihan. Pada saat yang sama, tim pelaksana mempersiapkan seluruh fasilitas pendukung di Aula DISSOS3PAPKB Kabupaten Klaten serta menyelaraskan jadwal kegiatan pelatihan yang dirancang berlangsung selama lima hari penuh, yakni pada tanggal 5 hingga 9 Oktober 2026. Pemetaan dan persiapan logistik ini menjadi elemen yang sangat vital agar seluruh materi yang disampaikan tidak berhenti pada tataran teoretis semata, melainkan bertumpu pada analisis kondisi nyata di lapangan dan optimalisasi keterjangkauan sumber daya lokal yang ada di tingkat desa.

2. Tahap Pembekalan dan Penyampaian Materi Interaktif

Tahap kedua dilaksanakan intensif pada hari keempat pelatihan, yakni Kamis, 8 Oktober 2026, mulai pukul 08.00 hingga 15.15 WIB. Pembekalan ini menghadirkan Tarso, S.E., M.M., M.Pd. seorang praktisi pemasaran digital, pendamping UMKM, dan dosen Bisnis Digital Universitas Widya Dharma Klaten sebagai pemateri utama. Dalam tahap ini, pemateri menyampaikan tiga pilar materi kunci secara interaktif untuk membuka wawasan peserta mengenai lanskap bisnis modern. Pilar pertama mendalami strategi pemasaran digital, yang mencakup identifikasi karakteristik konsumen, pemilihan saluran pemasaran (media sosial, katalog digital, e-commerce, dan pesan instan), penyusunan konten promosi, hingga evaluasi efektivitas promosi agar produk desa mampu menembus batas geografis. Berikut foto setelah kegiatan penyampaian materi.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta dan Pembicara

Pilar kedua dan ketiga melengkapi dasar operasional bisnis, yaitu legalitas dan akses sumber daya serta kemitraan dan jejaring usaha. Pada materi legalitas, peserta diajarkan pentingnya landasan administratif, kelengkapan dokumen perizinan, tata kelola keuangan organisasi, serta pemetaan sumber daya (modal, bahan baku, modal manusia, dan sarana produksi) secara realistis. Sementara itu, materi kemitraan membekali peserta untuk memetakan calon mitra strategis seperti UMKM, pemasok, distributor, dan lembaga pendamping. Sesi ini dikemas secara dialogis sehingga peserta Karang Taruna tidak hanya menerima teori, tetapi juga diajak mengevaluasi secara kritis kesiapan usaha di lingkungan mereka masing-masing.

3. Tahap Lokakarya dan Penyusunan Rencana Bisnis

Setelah menerima pembekalan materi substantif, para peserta memasuki tahap lokakarya penyusunan rencana bisnis yang mengintegrasikan ketiga pilar materi utama secara terpadu dan holistik. Dalam sesi praktis ini, 30 peserta Karang Taruna dibagi ke dalam beberapa kelompok kerja berdasarkan kedekatan wilayah maupun kesamaan potensi komoditas yang ada di desa mereka masing-masing. Diskusi kelompok terarah digelar secara intensif untuk membedah berbagai persoalan ekonomi lokal yang berpeluang diselesaikan melalui penciptaan unit usaha atau produk produktif. Para peserta dituntut untuk menyelaraskan ide-ide kreatif mereka dengan pertimbangan bisnis yang terukur dan realistis, mulai dari merumuskan nilai keunggulan utama produk, menghitung estimasi kebutuhan modal awal dan arus kas, merancang skema alur produksi yang efisien, hingga menentukan strategi penetapan harga yang kompetitif di pasar.

Proses penyusunan rencana bisnis yang intensif ini dipandu langsung oleh narasumber ahli dan tim pendamping profesional guna memastikan gagasan yang dituangkan tidak sekadar imajinatif, tetapi bersifat realistis dan berorientasi jangka panjang. Setiap kelompok diarahkan untuk merumuskan struktur tata kelola organisasi internal Karang Taruna yang solid, mencakup pembagian peran dan tanggung jawab kerja, sistem pencatatan transaksi keuangan yang transparan, hingga teknis pengelolaan persediaan barang. Integrasi yang matang antara strategi pemasaran digital, pemenuhan kelengkapan legalitas usaha, dan penyusunan skema kemitraan strategis menjadikan dokumen business plan ini bukan sekadar formalitas luaran pelatihan belaka (Sanawiri & Salmaa, 2018). Lebih dari itu, dokumen tersebut berfungsi sebagai peta jalan serta acuan operasional nyata yang siap diimplementasikan dan dievaluasi secara berkala di desa masing-masing.

4. Tahap Presentasi dan Evaluasi Gagasan Bisnis

Tahap keempat dilaksanakan pada hari kelima pelatihan, yaitu Jumat, 9 Oktober 2026, yang didedikasikan secara penuh sebagai sesi presentasi rencana bisnis. Pada tahapan yang krusial ini, setiap perwakilan kelompok Karang Taruna tampil di hadapan tim evaluator, para pemateri, serta seluruh peserta lainnya untuk memaparkan proposal usaha yang telah mereka susun secara intensif. Sesi presentasi ini menjadi sarana pembelajaran yang sangat penting untuk melatih keberanian, mengasah kemampuan komunikasi bisnis, serta menguji kejelasan gagasan para peserta. Dalam durasi yang dialokasikan, mereka memaparkan potensi ekonomi desa yang diangkat, rincian kebutuhan sumber daya dan modal awal, skema pemasaran digital yang akan diusung, hingga rancangan strategi kemitraan yang hendak dibangun demi keberlanjutan usaha.

Sesi presentasi ini kemudian dilanjutkan dengan tahap evaluasi dan pemberian umpan balik secara mendalam yang dipimpin langsung oleh Tarso, S.E., M.M., M.Pd. bersama tim penyelenggara pelatihan. Tim evaluator memberikan berbagai masukan teknis dan koreksi konstruktif yang mencakup kelayakan operasional usaha, rasionalitas penetapan harga produk, pemetaan potensi risiko pasar, hingga kepastian pemenuhan aspek legalitas usaha yang wajib dipenuhi. Melalui tahapan evaluasi interaktif ini, para peserta diajak untuk menilai dan menelaah kembali gagasan usaha mereka secara objektif dan terukur. Hal ini memungkinkan mereka untuk menyempurnakan serta mematangkan rancangan bisnis tersebut sehingga benar-benar siap dan layak untuk diimplementasikan di tengah masyarakat desa masing-masing.

5. Tahap Pasca Kegiatan dan Pendampingan Berkelanjutan

Tahap akhir dari metode pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan pendampingan berkelanjutan pasca-pelatihan. Rangkaian pelatihan peningkatan kapasitas yang telah berlangsung pada tanggal 5 hingga 9 Oktober 2026 tidak berhenti begitu saja pada penutupan acara formal, melainkan ditindaklanjuti dengan pengawalan implementasi secara komprehensif di 15 desa dan kelurahan sasaran di Kabupaten Klaten. Para anggota Karang Taruna yang telah dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan bisnis secara intensif difasilitasi serta didampingi untuk mengaplikasikan rencana bisnis yang telah disempurnakan ke dalam kegiatan ekonomi produktif secara nyata di lingkungan desa masing-masing.

Tim pelaksana pengabdian bersama dengan dinas terkait melakukan pemantauan secara berkala guna mengukur progres perkembangan usaha berbasis potensi lokal tersebut. Indikator keberhasilan pada tahap pasca-kegiatan ini mencakup beberapa aspek utama, seperti tingkat keaktifan promosi di berbagai saluran pemasaran digital, kelancaran proses pengurusan izin serta legalitas usaha, konsistensi pencatatan dan pelaporan keuangan Karang Taruna, hingga terealisasinya bentuk kerja sama nyata dengan mitra UMKM maupun distributor setempat. Dengan adanya sistem pengawasan dan pendampingan yang terstruktur ini, unit kegiatan ekonomi Karang Taruna diharapkan dapat terus berjalan secara konsisten, berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang, serta mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat desa.

6. Pembahasan

Keberhasilan pada tahap awal yakni kolaborasi antara BBPPKS Yogyakarta dan DISSOS3PAPKB Klaten dalam menginventarisasi komoditas lokal sejalan dengan temuan penelitian peningkatan kapasitas organisasi kepemudaan terdahulu yang menegaskan bahwa efektivitas pemberdayaan berbasis komunitas sangat bergantung pada analisis kebutuhan serta pemetaan potensi wilayah yang akurat sejak pra-kegiatan (Ayu, 2024; Siswanto et al., 2026; Tarso, Koswara, & Siswanto, 2026). Dengan menetapkan 30 anggota Karang Taruna dari 15 desa/kelurahan beserta produk unggulan (makanan olahan, kerajinan, dan hasil pertanian) sebagai basis kasus, pelatihan ini tidak hanya menjadi kegiatan transfer pengetahuan teoretis semata, melainkan mampu menyasar permasalahan konkret dan karakteristik ekonomi yang dihadapi oleh pemuda pedesaan secara tepat sasaran.

Pada tahap pembekalan materi interaktif, integrasi tiga pilar substantif pemasaran digital, legalitas/sumber daya, serta kemitraan bisnis berhasil membuka wawasan praktis peserta mengenai lanskap bisnis modern. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital yang diimbangi dengan pemahaman aspek legalitas dan pengelolaan sumber daya dapat meningkatkan kesiapan wirausaha muda pedesaan hingga dua kali lipat, di mana hasil pengabdian ini memperkuat studi terdahulu (Afandi et al., 2024; Hanama et al., 2024; Kamaliah et al., 2025). Narasumber praktisi (Tarso, S.E., M.M., M.Pd.) tidak hanya mengajarkan taktik promosi melalui perdagangan elektronik dan media sosial, melainkan juga menekankan pentingnya pondasi perizinan usaha dan tata kelola keuangan internal. Pendekatan menyeluruh ini terbukti sangat penting karena kegagalan UMKM lokal di tingkat desa umumnya bukan disebabkan oleh ketiadaan produk, melainkan akibat lemahnya kelengkapan administratif dan ketidakmampuan mengelola persediaan serta arus kas organisasi secara tertib (Parilah et al., 2025; Tarso et al., 2025).

Keberhasilan peserta dalam mentransformasikan teori menjadi dokumen kerja yang terukur terlihat jelas pada tahap ketiga, yakni lokakarya penyusunan rencana usaha (Jarwanto et al., 2026; Rohayati et al., 2026). Melalui metode diskusi kelompok terarah yang terfasilitasi, peserta diajak untuk tidak sekadar berimajinasi, melainkan mampu menyelaraskan keunggulan produk dengan analisis kebutuhan pasar nyata serta estimasi modal yang rasional. Metode rancang bangun bisnis berbasis kelompok ini terbukti mampu meningkatkan kemampuan sintesis, pemikiran analitis, serta kejelasan pembagian peran kerja di dalam tim sebagaimana temuan pengabdian masyarakat mengenai pendampingan usaha berbasis Karang Taruna (Candraningrat et al., 2021; Cueto et al., 2022; Tarso, Siswanto, Mala, et al., 2026). Dokumen rencana bisnis yang dihasilkan oleh Karang Taruna Klaten ini berfungsi sebagai panduan arah operasional nyata yang siap diuji kelayakannya secara terstruktur.

Pada tahap keempat, sesi presentasi dan evaluasi menjadi instrumen penting dalam menguji kualitas serta realisme gagasan bisnis peserta. Adanya umpan balik konstruktif dari tim penilai terhadap kejelasan skema penetapan harga, ketepatan saluran promosi digital, dan pemenuhan syarat perizinan menegaskan bahwa sesi pemaparan proposal dan peninjauan ulang oleh praktisi ahli berpengaruh signifikan terhadap penyempurnaan rancangan bisnis wirausaha pemula (Mohune et al., 2022; Prihestiyani et al., 2022; Putri et al., 2024). Melalui ruang evaluasi yang objektif ini, para anggota Karang Taruna dilatih untuk berpikir kritis dalam mengantisipasi risiko pasar dan kegagalan operasional, sehingga dokumen rancangan usaha yang dibawa kembali ke desa masing-masing telah melalui proses verifikasi kelayakan yang tajam.

Sebagai penutup, keberlanjutan dampak dari kegiatan pengabdian ini bertumpu pada tahap kelima, yaitu pemantauan dan pendampingan berkelanjutan pascapelatihan. Pengawalan implementasi rencana bisnis di 15 desa tiap kelurahan ini menegaskan bahwa pelatihan tanpa pendampingan pasca-

acara hanya akan menghasilkan dampak jangka pendek sesuai dengan teori keberlanjutan program pemberdayaan (Novriadi & Susilawati, 2021; Siswanto, 2026; Subhananto et al., 2024). Melalui indikator keberhasilan yang terukur seperti keaktifan katalog digital, kepemilikan izin legalitas dasar, dan realisasi kemitraan dengan pemasok/distributor, kegiatan pengabdian di Kabupaten Klaten ini terbukti tidak hanya meningkatkan kapasitas individu anggota Karang Taruna, melainkan juga meletakkan dasar tata kelola usaha berbasis desa yang mandiri, konsisten, dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat secara jangka panjang.

KESIMPULAN

Rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan terstruktur lima tahap (persiapan, pembekalan, lokakarya, evaluasi, hingga pendampingan pasca-kegiatan) terbukti efektif meningkatkan kapasitas 30 anggota Karang Taruna Klaten dalam mentransformasikan potensi komoditas desa menjadi rancangan bisnis yang realistis, legal, dan berbasis digital. Temuan ini membawa implikasi penting bahwa program pemberdayaan kepemudaan pedesaan tidak dapat berhenti pada transfer pengetahuan teoretis semata, melainkan memerlukan integrasi antara literasi digital, penguatan administrasi/legalitas, serta skema *monitoring-mentoring* berkelanjutan oleh dinas terkait guna menjamin keberlanjutan usaha dan dampak ekonomi masyarakat secara jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, M. M., Astiwi, W., Putri, H. A., Wahyuni, N., Alghiffari, E. K., & Siswanto, D. H. (2024). Optimizing Marketing Strategies for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through Digital Marketing Training. *Civitas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 37–49. https://doi.org/10.61978/civitas.v1i1.349

Astiwi, W., Siswanto, D. H., & Suryatama, H. (2024). Description regarding the influence of teacher qualifications and competence on early childhood learning achievement. *Asian Journal of Applied Education (AJAE)*, *3*(3), 347–358. https://doi.org/10.55927/ajae.v3i3.10360

Ayu, A. R. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat. *RESPINARIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 80–86.

Candraningrat, I. R., Abundanti, N., Mujiati, N. W., Erlangga, R., & Jhuniantara, I. M. G. (2021). The role of financial technology on development of MSMEs. *Accounting*, *7*(1), 225–230. https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.9.014

Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital Innovations in MSMEs during Economic Disruptions: Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, *12*(1).

Greenhow, C., Lewin, C., & Willet, K. B. S. (2023). Teachers without borders: Professional learning spanning social media, place, and time. *Learning, Media and Technology*, *48*(2), 1–19. https://doi.org/10.1080/17439884.2023.2209326

Hanama, A., Kristiawan, Y., Siswanto, D. H., & Syah, A. B. P. D. A. F. (2024). Program market day sebagai stimulus untuk mengembangkan karakter kewirausahaan murid sekolah dasar. *MURABBI*, *3*(2), 62–70. https://doi.org/10.69630/jm.v3i2.39

Jarwanto, R., Siswanto, D. H., Heryuriani, B., & Tarso. (2026). An integrated ecosystem model for academic potential test readiness in islamic secondary education. *JIMI: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, *3*(5), 214–222. https://doi.org/10.69714/nrrr4f69

Kamaliah, L., Rosidah, C., Talenta, I. D., Ariestiyani, E., & Utami, A. R. (2025). Peran Pendidikan dalam Pengembngan Literasi Digital. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, *12*(2), 746–757. https://doi.org/10.47668/edusaintek.v12i2.1455

Kintoko, K., Siswanto, D. H., Nurrohmah, A., & Aviori, K. (2026). *Integrasi Seni dalam Pembelajaran STEAM untuk Meningkatkan Disposisi Berpikir Kritis dan Literasi Matematika Calon Guru*. Yogyakarta: UPY Press.

Kintoko, Utama, W. W. I., & Siswanto, D. H. (2026). *Edupreneur: Membangun Jiwa Kewirausahaan dalam Pendidikan Anak Usia Dini*. Surabaya: Yayasan Andus Edukasi Indonesia.

Marini, M., Yusmaniarti, Y., Faradilla, I., & Setiorini, H. (2024). Measuring The Financial Performance Of Msmes From The Perspective Of Financial Literacy, Financial Inclusion And Financial Technology. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *12*(1), 285–296. https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.5323

Mohune, M. N., Husain, R., & Arifin, I. N. (2022). Urgensi Komunitas Praktisi Dan Implikasinya Terhadap Permasalahan Pendidikan. *... Nasional Pendidikan ...*, (November), 136–143. http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/PSNPD/article/view/1060%0Ahttps://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/PSNPD/article/download/1060/753

Mudrikah, S., Ida, N. A., Pitaloka, L. K., & Widiatami, A. K. (2024). Digitalisasi Pengelolaan Keuangan Pada Komunitas UMKM Karya Mapan Kota Salatiga. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 104–114. https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7068

Novriadi, D., & Susilawati, N. (2021). Pendampingan Praktik Ibadah Thaharah Bagi Guru dan Tenaga Kependidikan. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 37–47. https://doi.org/10.32502/sa.v3i1.3978

Parilah, Saputra, A. A., Wibowo, W. A., Pisriwati, S. A., & Siswanto, D. H. (2025). Participatory training for digital empowerment: Developing graphic design skills with Canva. *Dedicated: Journal of Community Services (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *2*(1), 335–344. https://doi.org/10.17509/dedicated.v3i2.89512

Pranata, S., Narimawati, U., & Syafei, M. Y. (2024). Content Marketing, Social Media Marketing And Search Engine Optimization (Seo) On Successful Business Performance In Msmes In Cirebon City With Digital Literacy As An Intervening Variable. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, *7*(1), 272–283.

Prihestiyani, R., Rusilowati, A., & Ridho, S. (2022). Efektivitas supervisi akademik dengan memnfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). *Jurnal Praktisi Administrasi Pendidikan*, *6*(1), 1–7.

Putri, H. A., Hardi, Y., Alghiffari, E. K., & Siswanto, D. H. (2024). Penerapan Teknik Mindfulness dalam Proses Pembelajaran di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Praktik Baik Pembelajaran Sekolah Dan Pesantren*, *3*(03), 152–162. https://doi.org/10.56741/pbpsp.v3i03.733

Rambe, M. Y., Siswanto, D. H., Putri, H. A., & Kintoko. (2025). Fostering pancasila awareness: Youth dialogue to counter the threat of global radicalism. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, *2*(2), 113–120. https://doi.org/10.69714/773zb791

Rohayati, L. B., Siswanto, D. H., Husna, A. U., & Tarso, T. (2026). ECO Sains and Green Entrepreneurship in Secondary Education: Character Development, Business Competencies, and Sustainable Product Innovation. *Punggawa Global Research: Jurnal Multidisiplin*, *1*(5), 473–480. https://doi.org/10.67707/pgr.v1i5.385

Sabila, D. N. D., Khotimah, H., Siswanto, D. H., & Rambe, M. Y. (2026). Insight on Educational Mathematics Bridging indigenous knowledge and formal mathematics: an ethnomathematical analysis of traditional Growol production. *Insight of Educational Mathematics*, *1*(2), 27–46. https://doi.org/10.30659/iem.v1i2.55619

Sanawiri, A., & Salmaa, P. (2018). *Pemasaran digital (Digital marketing)*. UB Press.

Saputra, S. A., Suryatama, H., & Siswanto, D. H. (2026). Analisis Pelaksanaan Tata Usaha dalam Mendukung Efektivitas Manajemen Sekolah. *Jurnal Multidisiplin Terpadu*, *1*(2), 54–60.

Sari, Y. W., Nugroho, M., & Rahmiyati, N. (2023). The effect of financial knowledge, financial behavior and digital financial capabilities on financial inclusion, financial concern and performance in MSMEs in East Java. *Uncertain Supply Chain Management*, *11*(4), 1745–1758.

Shankar, V., Grewal, D., Sunder, S., Fossen, B., Peters, K., & Agarwal, A. (2022). Digital marketing communication in global marketplaces: A review of extant research, future directions, and potential approaches. *International Journal of Research in Marketing*, *39*(2), 541–565. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.005

Siswanto, D. H. (2026). *Heutagogi dan Inovasi Pendidikan: Evolusi Paradigma Pembelajaran Kontemporer*.

Siswanto, D. H., Kintoko, K., & Pisriwati, S. A. (2026). Penguatan Literasi Teknologi Guru melalui Pelatihan Pemanfaatan Interactive Flat Panel. *Eskalasi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *1*(1), 25–35.

Siswanto, D. H., Wibowo, W. A., Saputra, Y. D., Rozaq, R. R., Suryatama, H., & Saputra, S. A. (2024). Qualitative study on the dynamics of social interaction between boarding students and the local community. *International Journal of Scientific Multidisciplinary Research (IJSMR)*, *2*(9), 1275–1288. https://doi.org/10.55927/ijsmr.v2i9.11385

Subhananto, A., Helminsyah, H., Sari, M. D., Is, Z., & Wahyuni, R. (2024). Pendampingan Gerakan Literasi Sekolah Dalam Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 58–66. https://doi.org/10.47776/praxis.v2i1.835

Sugiharto, B. H. (2024). The Role of E-commerce for MSMEs as a Digital Marketing Strategy in Facing Industrial Revolution 4.0. *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, *1*(1), 99–107.

Susetyawati, M. M. E., & Siswanto, D. H. (2026). Menyalakan Semangat Berpikir Ilmiah dan Membentuk Masa Depan Melalui Penulisan Ilmiah. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, *03*(01), 491–498.

Sutrisna. (2023). Meningkatkan Partisipasi Pemuda dalam Pembangunan Desa melalui Optimalisasi Peran Karang Taruna. *Cakrawarti*, *3*(2), 17–24.

Tarso, Koswara, A., & Siswanto, D. H. (2026). Peningkatan Kapasitas UMKM Kuliner Kota Salatiga melalui Pelatihan Digital Marketing dan Fotografi Produk Berbasis Artificial Intelligence. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, *04*(03), 921–930.

Tarso, Saputra, Y. D., & Siswanto, D. H. (2025). The impact of instagram social media utilization on sales revenue of MSMEs products in the digital era. *Journal of Management Studies and Development*, *4*(01), 63–74. https://doi.org/10.56741/jmsd.v4i01.797

Tarso, T., Roviyanty, R., & Siswanto, D. H. (2026). Penguatan Manajemen Bisnis dan Daya Saing Digital UMKM Kuliner melalui Integrasi Kecerdasan Buatan dan Pendampingan Berkelanjutan. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, *03*(01), 846–855.

Tarso, T., Siswanto, D. H., Mala, R., & Efendi, R. (2026). Strengthening MSMEs Competitiveness through Branding-Based Product Packaging Training and Mentoring. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(3), 150–156. https://jurnal.pustakabangsaindonesia.com/index.php/pbijpkm

Tarso, T., Siswanto, D. H., & Saputra, S. A. (2026). Examining the Impact of MSMEs Performance on Economic Growth in Kalasan District. *Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*, *5*(1), 1–11. https://ejournal.upi.edu/index.php/fineteach