

Pemberdayaan Komunitas Muda untuk Ekonomi Berdaya Saing melalui Sociopreuner

Abdul Rahman¹, Herman², Asriadi³, Askar⁴, Paramita Sundari⁵

¹²³⁴⁵ Universitas Cahaya Prima

¹rahmanstia87@gmail.com*, ²hermanjurnl@gmail.com, ³asriadi635@gmail.com,

⁴askaraskar0102@gmail.com, ⁵paramitasundari2@gmail.com

Article Info

Kata Kunci:

Pemberdayaan pemuda desa, Sociopreuner, Ekonomi berdaya saing, Pelatihan Kewirausahaan, Pemasaran digital.

Copyright © 2025
The Author(s)



Lisensi: cc-by-sa

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab kendala pemuda Desa Mattirowalie yang masih lemah dalam keterampilan kewirausahaan, manajemen usaha, dan inovasi produk berbasis potensi lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kelompok Generasi Milenial Lampoko (GEMILAP) melalui pengembangan usaha yang berbasis minyak cengkeh. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif aktif yang berlangsung selama tiga bulan dengan melibatkan 15–20 peserta dari mitra sasaran. Tahapan kegiatan mencakup lima langkah utama, yaitu sosialisasi untuk identifikasi kebutuhan, pelatihan kewirausahaan dan digital marketing, penerapan teknologi dalam produksi parfum dan sabun cuci piring berbahan minyak cengkeh, pendampingan serta evaluasi berkelanjutan, dan perencanaan keberlanjutan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan mitra dalam produksi parfum dengan berbagai varian aroma serta sabun cuci piring sebanyak 10–15 liter per proses produksi (40–50 botol). Produk berhasil dipasarkan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp. Aktivitas ini berkontribusi positif pada peningkatan kemampuan kewirausahaan, rasa percaya diri, serta munculnya peluang ekonomi baru di kalangan pemuda desa dan mendukung pengembangan sociopreneur muda yang mengutamakan potensi lokal dengan daya saing yang berkelanjutan.

Pendahuluan

Pemberdayaan merupakan strategi fundamental dalam meningkatkan kualitas individu maupun kelompok agar mandiri, produktif, dan adaptif terhadap tantangan ekonomi dan sosial (Rahmat et al., 2020). Dalam konteks pembangunan desa, generasi muda memiliki potensi besar untuk mendorong inovasi dan perubahan sosial. Sayangnya, pemuda di kawasan pedesaan masih menghadapi tantangan serius seperti keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, serta keterampilan bisnis yang mendukung keberlanjutan usaha (Rahmatullah et al., 2023).

Desa Mattirowalie berdasarkan data BPS 2024 (Fauzi Fahmi & Saripuddin, 2024) merupakan salah satu desa yang berada di daerah pegunungan dengan luas wilayah 7,73 km² dan memiliki jumlah populasi kurang lebih 1.104 Jiwa. Hampir seluruh masyarakat di Desa Mattirowlie bergantung pada sektor pertanian (1009 ha) dan perkebunan (4450 ha) yaitu cengkeh sebagai komoditas utama. Adapun produksi cengkeh per tahun di Desa ini mencapai 24 Ton termasuk juga daun cengkeh yang dikumpulkan dan dijemur lalu dijual ke pengempul sebagai penghasilan tambahan.

Kelompok Generasi Milenial Lampoko (GEMILAP) merupakan kelompok pemuda yang aktif berkontribusi di desa tersebut dan beranggotakan 10 remaja yang berasal dari Dusun Lappa Lampoko. Pada tahun 2021, kelompok ini pernah melakukan pengembangan usaha pembuatan sabun pencuci piring dan parfum berbahan dasar minyak cengkeh bersama BUMDes. Sayangnya, usaha ini tidak bertahan lama dan hanya eksis selama enam bulan karena kurangnya inovasi, keterbatasan modal, serta lemahnya dukungan kelembagaan. Menjelang tahun 2025, GEMILAP sekali lagi berusaha untuk mengelola usaha itu secara independen. Namun, mereka masih menghadapi berbagai masalah, di antaranya kurangnya pemahaman yang cukup tentang model bisnis berkelanjutan, rendahnya literasi dalam kewirausahaan dan pemasaran, minimnya inovasi berbasis digital akibat keterbatasan infrastruktur jaringan serta lemahnya dukungan dari ekosistem kewirausahaan lokal seperti sarana produksi dan kerja sama dengan institusi pendidikan atau pelatihan.

Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun desa memiliki potensi lokal yang besar melalui komoditas cengkeh, kapasitas pemuda dalam mengelola usaha belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan program pemberdayaan yang tidak hanya fokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan manajerial, pemasaran digital, dan pembentukan model bisnis yang berkelanjutan. Transisi dari masalah yang dihadapi mitra ke urgensi program menegaskan bahwa tanpa intervensi strategis, potensi lokal desa akan terus kurang termanfaatkan, dan pemuda akan kehilangan peluang menjadi motor penggerak ekonomi desa.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, terdapat dua rumusan masalah utama yang harus dicarikan solusi, yaitu (1) Bagaimana meningkatkan keterampilan dan inovasi usaha berbasis potensi lokal minyak cengkeh?, dan (2) Bagaimana memperkuat kapasitas manajerial dan pemasaran digital pemuda GEMILAP agar usaha berkelanjutan?

Menanggapi situasi ini, program pengabdian kepada masyarakat ini disusun untuk menawarkan solusi melalui pendekatan *sociopreneurship* (Harini et al., 2023) dengan tujuan memberikan kelompok GEMILAP keterampilan dan pendampingan usaha yang menyeluruh. Program ini akan mencakup pelatihan dalam menciptakan model bisnis yang berkelanjutan, termasuk pengelolaan keuangan mikro, strategi pengembangan produk, serta pemasaran yang berfokus pada nilai tambah lokal. Selain itu, akan digelar workshop inovasi produk yang menitikberatkan pada pengoptimalan potensi lokal, yaitu pengolahan daun dan minyak cengkeh menjadi produk sabun serta parfum yang lebih menarik, baik dari aspek visual maupun kemasan. Walaupun desa ini memiliki keterbatasan dalam jaringan digital, pelatihan pemasaran digital tetap dilaksanakan dengan pendekatan hibrida *offline* ke *online*, serta pengenalan media sosial berbasis teks yang sederhana dan mudah diakses.

Kegiatan ini juga akan mencakup pelatihan pengembangan model bisnis yang berkelanjutan, pelatihan digital marketing dan branding produk, serta pendampingan manajerial dan penguatan motivasi kewirausahaan secara berkelanjutan melalui metode mentoring berbasis komunitas yang ditujukan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan kepemimpinan dalam mengelola usaha. Sebaliknya, program ini juga akan menjalin kerjasama dengan pemerintah desa serta komunitas pemberdayaan masyarakat (Najmudin et al., 2023) yang lebih responsif terhadap inisiatif pemuda, guna memperluas jaringan pemasaran dan memperkuat keberlanjutan usaha yang dijalankan.

Minyak atsiri memiliki harga jual tinggi dalam produk rumah tangga karena sifatnya yang alami dan ramah lingkungan (Asriadi et al., 2022). Selanjutnya (Putri & Tri Suminar, 2023) menemukan bahwa pengembangan wirausaha yang berfokus pada potensi lokal terbukti dapat meningkatkan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan. (Temu et al., 2023) juga menegaskan bahwa pelatihan yang berfokus pada pemberdayaan komunitas dapat memperkuat keberlanjutan usaha baru. Di sisi lain, menurut (Rahmatullah et al., 2023) menekankan bahwa metode *sociopreneur* berhasil meningkatkan motivasi dan kemampuan manajerial kalangan muda melalui kegiatan pemberdayaan yang berfokus pada nilai sosial.

Berdasarkan analisis situasi di atas, ada dua permasalahan utama yang dimiliki oleh mitra sasaran, yaitu Pengembangan Usaha berkelanjutan dan inovasi, dan Peningkatan kapasitas manajerial dan pemasaran digital. Maka dari itu, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan para kelompok pemuda GEMILAP di Desa Mattirowlie melalui pelatihan bisnis, inovasi produk, dan penggunaan teknologi digital dalam pemasaran. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat menangani masalah utama seperti literasi bisnis yang rendah, keterbatasan akses ke jaringan dan pemasaran, dan kurangnya inovasi dalam pengolahan hasil produk (Alfiana et al., 2023).

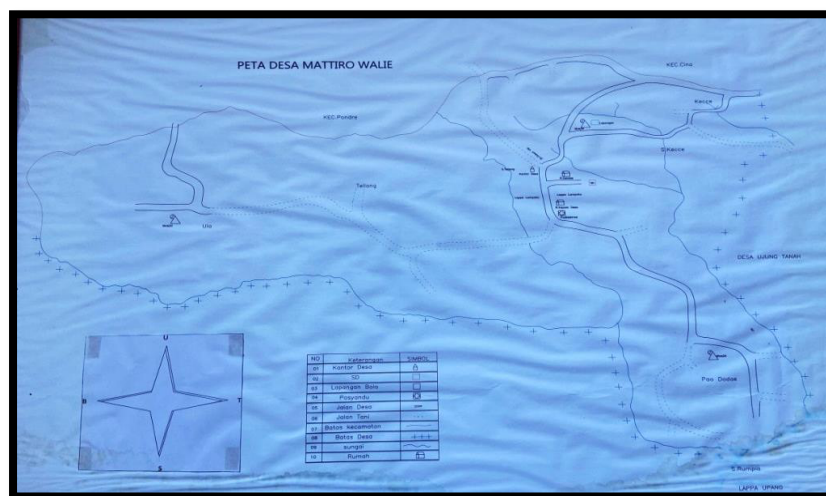
Pendekatan *sociopreneurs* mendorong pemuda desa untuk berpartisipasi aktif dalam berwirausaha dan pengolahan ekonomi lokal secara mandiri dan membangun bisnis yang berdampak sosial bagi komunitas mereka (Darwis et al., 2022). Dari segi

manfaat, kegiatan ini tidak hanya akan menciptakan kesempatan kerja baru dan memperbaiki ekonomi keluarga yang didasarkan pada potensi lokal, tetapi juga akan mengembangkan sikap kewirausahaan, kreativitas, serta kemandirian di kalangan pemuda desa.

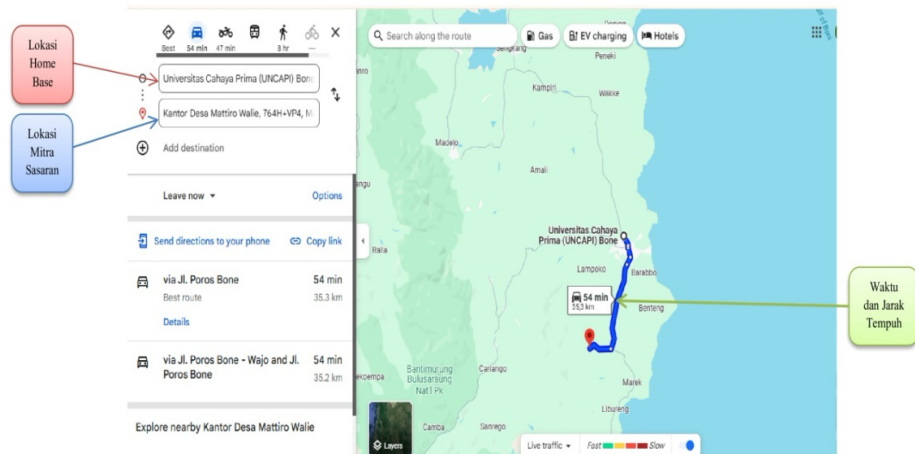
Metode

Kegiatan ini akan dilaksanakan di Dusun Lappa Lampoko, Desa Matirowalie, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan dengan melibatkan Generasi Milinial Lampoko (GEMILAP) sebagai mitra utama. Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan mulai dari bulan Juni sampai dengan bulan Agustus dengan jadwal yang telah disetujui antara tim pelaksana dengan mitra sasaran dan menyesuaikan waktu dan jadwal yang telah direncanakan dengan mitra sasaran serta kesiapan mitra, kondisi lokasi yang akses jalannya masih belum terlalu bagus, dan kesiapan sumber daya manusia (SDM).

Adapun gambar peta dan lokasi yang menunjukkan kegiatan Pengabdian ini dilakukan di Dusun Lappa Lampoko, Desa Matirowalie, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan dengan melibatkan Generasi Milinial Lampoko (GEMILAP) adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Peta Desa Mattrowalie, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone



Gambar 3. Peta Lokasi Kegiatan dari Google maps

Dalam kegiatan ini Mitra sasaran dipilih secara partisipatif dengan observasi awal dan koordinasi serta diskusi bersama dengan pemerintah desa dan tokoh pemuda. Mitra dipilih berdasarkan semangat dan motivasi yang tinggi untuk mengembangkan usaha berbasis lokal yaitu daun cengkeh sebagai produk yang memiliki ekonomi tinggi serta memiliki komitmen untuk mengikuti seluruh tahapan dalam kegiatan ini.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode partisipatif aktif artinya mitra dilibatkan langsung dalam proses kegiatan baik dari awal perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Berikut adalah bentuk alur dalam kegiatan ini:



Gambar 3. Alur Kegiatan Pengabdian

Adapun bentuk kegiatan dalam program ini meliputi: 1) Sosialisasi, 2) Pelatihan, 3) Penerapan Teknologi, 4) Pendampingan dan Evaluasi, 5) Keberlanjutan Program. Untuk lebih jelasnya tahapan-tahapan kegiatan dalam kegiatan ini bisa dilihat pada table di bawah ini:

Tabel .I Tahapan pelaksanaan kegiatan PKM.

Tahapan Program	Kegiatan	Tujuan
Sosialisasi	Diskusi dan Identifikasi kebutuhan mitra sasaran	Membangun komunikasi dan kesepakatan serta mencari solusi terhadap permasalahan mitra.
Pelatihan	Pelatihan pengembangan dan model usaha, produksi, dan pemasaran digital.	Meningkatkan kapasitas produksi dan sumber daya manajerial mitra
Penerapan Teknologi	Produksi dan pemasaran melalui media digital	Meningkatkan produktivitas dan jangkauan usaha
Pemdampingan dan Evaluasi	Monitoring produksi dan pemasaran, evaluasi omset dan keterampilan	Menjaga konsistensi usaha dan mengukur capaian
Keberlanjutan Program	Pembentukan usaha berkelanjutan dan kemitraan lintas komunitas	Menjamin keberlangsungan program setelah kegiatan berakhir.

Keberhasilan implementasi program ini terlihat dari sejumlah pencapaian terukur yang menunjukkan peningkatan kapasitas mitra, kelangsungan usaha, dan efisiensi strategi pemasaran digital. Diantaranya; 1) Terjadi peningkatan wawasan dan keterampilan anggota dalam proses pembuatan sabun cuci piring dan parfum, sebagai hasil dari rangkaian pelatihan yang diadakan secara partisipatif, 2) Program ini bertujuan untuk membentuk setidaknya satu kelompok usaha mandiri yang dijalankan oleh para pemuda sebagai bentuk sukses dari pemberdayaan berbasis komunitas, 3) indikator keberhasilan juga dievaluasi berdasarkan keberadaan beberapa platform digital yang aktif seperti akun Instagram, Facebook, Tiktok, dan *WhatsApp* yang secara konsisten untuk promosi dan memperkuat identitas produk, 4) Dampak ekonomi secara langsung dapat dilihat dalam peningkatan jumlah produk yang dibuat oleh mitra dan penjualan selama program.

Akhirnya, hasil kegiatan juga dapat dilihat dari dokumentasi kegiatan yang dibuat dalam bentuk video, artikel, dan publikasi. Ini meningkatkan pelaporan dan memastikan bahwa informasi program terus disampaikan kepada masyarakat luas.

Hasil

Kegiatan Perberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dalam dalam 2 (dua) tahap yaitu, tahap pelatihan dan tahap produksi yang mencakup dua aspek utama yaitu aspek produksi dan manajemen. Secara umum, pendekatan kegiatan ini mengacu pada teori *community-based capacity building*, yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas masyarakat lokal melalui transfer pengetahuan dan keterampilan berbasis partisipatif (Suryani et al., 2022).

Pada tahap pertama yaitu pelatihan yang meliputi 3 (tiga) pembahasan utama yaitu (1) Pengembangan perencanaan dan model usaha, (2) Pemasaran Digital dan branding produk, (3) Kemampuan Manajerial Usaha.

1. Pengembangan perencanaan dan model usaha

Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 11 Juli 2025 dengan melibatkan 15–20 peserta dari kelompok mitra sasaran. Dalam tahapan ini, mitra sasaran diberikan materi yang terdiri dari perencanaan model usaha untuk membantu peserta mengidentifikasi potensi lokal berupa minyak dan daun cengkeh, menganalisis peluang pasar, serta merancang strategi distribusi dan penentuan harga. Diskusi yang berlangsung interaktif memunculkan berbagai ide kreatif tentang bagaimana produk berbasis cengkeh dapat memiliki nilai tambah dibandingkan produk serupa di pasaran.

Pelatihan dilaksanakan dengan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan simulasi praktik. Peserta dibagi dalam beberapa kelompok kecil, masing-masing menyusun rancangan model usaha yang berfokus pada produk parfum dan sabun cuci piring berbahan dasar minyak cengkeh. Hasil rancangan kemudian dipresentasikan dan mendapat umpan balik dari tim PKM. Dari kegiatan ini, peserta tidak hanya mempelajari konsep perencanaan usaha, tetapi juga melatih kemampuan analisis pasar, perhitungan biaya produksi, serta strategi pemasaran yang realistis dan sesuai dengan kondisi lokal.

Capaian dari tahap ini terlihat nyata. Peserta berhasil menghasilkan draft model usaha sederhana yang menjadi dasar untuk tahapan produksi berikutnya. Mereka juga mulai menyadari pentingnya inovasi dalam usaha, baik dari segi diferensiasi produk maupun strategi branding yang tepat. Lebih jauh, pelatihan ini menumbuhkan kesadaran bahwa kewirausahaan tidak hanya tentang membuat produk, tetapi juga tentang mengelola bisnis secara berkelanjutan. Dengan demikian, tahap pengembangan perencanaan dan model usaha menjadi pondasi penting dalam membangun pola pikir kewirausahaan pemuda desa yang adaptif dan visioner.

2. Pemasaran Digital dan branding produk

Tahapan selanjutnya berfokus pada pemasaran digital dan branding produk, yang dilaksanakan setelah peserta memahami konsep perencanaan usaha. Dalam sesi ini, pemuda GEMILAP diperkenalkan dengan strategi pemasaran modern melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp. Fasilitator memberikan materi tentang pentingnya identitas visual produk, mulai dari desain logo, kemasan,

hingga cara mengambil foto produk yang menarik untuk promosi. Peserta kemudian dilatih secara praktik membuat akun bisnis di media sosial, menyusun konten promosi, dan menulis narasi pemasaran sederhana yang mampu menggugah minat konsumen.

Antusiasme peserta terlihat jelas ketika mereka mulai mengunggah hasil karya berupa foto dan video singkat ke akun media sosial komunitas. Aktivitas ini tidak hanya menambah keterampilan teknis, tetapi juga membuka wawasan mereka bahwa pemasaran digital mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pemuda GEMILAP mampu merancang identitas branding produk parfum dan sabun cuci piring berbahan minyak cengkeh dengan lebih profesional. Hal ini menjadi bekal penting untuk memperkuat posisi produk di pasar sekaligus meningkatkan daya saing usaha mereka.

3. Kemampuan Manajerial Usaha

Tahap ketiga dari rangkaian pelatihan adalah penguatan kemampuan manajerial usaha, yang bertujuan membekali pemuda GEMILAP dengan keterampilan dasar dalam mengelola bisnis secara efektif. Pada sesi ini, Tim PKM memperkenalkan konsep manajemen usaha sederhana, meliputi pencatatan keuangan, pembagian tugas dalam tim produksi, serta perencanaan distribusi produk. Peserta diajak untuk memahami bagaimana sebuah usaha kecil memerlukan tata kelola yang rapi agar dapat bertahan dan berkembang. Melalui simulasi pencatatan keuangan mikro, mereka belajar menghitung biaya produksi, menentukan harga jual, serta memperkirakan margin keuntungan. Selain itu, peserta juga dilatih untuk menyusun jadwal produksi dan strategi distribusi yang efisien sesuai dengan sumber daya yang dimiliki.

Kegiatan ini berlangsung interaktif karena peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga langsung mempraktikkan pengelolaan usaha kecil berbasis tim. Beberapa anggota berperan sebagai produsen, sementara yang lain menjadi bagian pemasaran dan pencatat keuangan. Simulasi ini membuat mereka lebih memahami pentingnya kerja sama tim, kepemimpinan, dan konsistensi dalam menjaga kualitas produk. Hasilnya, pemuda GEMILAP mulai menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan manajemen yang baik. Dengan bekal keterampilan manajerial ini, mitra diharapkan mampu mengembangkan usaha yang lebih profesional, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemandirian ekonomi.



Gambar 1. Pemberian materi tentang Pengembangan Perencanaan dan Model Usaha



Gambar 2. Pemberian materi tentang Pemasaran Digital dan branding produk



Gambar 3. Pemberian materi tentang Kemampuan Manajerial Usaha

Setelah pelatihan selesai, Tim PKM Universitas Cahaya Prima (UNCAPI) Bone melakukan diskusi bersama mitra untuk membahas kendala serta persiapan sebelum memasuki tahap produksi. Proses produksi dibagi menjadi dua tahap utama. Tahap pertama dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2025 di Dusun Lappa Lampoko, Desa Mattirowalie, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone. Pada kegiatan ini, mitra difokuskan pada produksi parfum berbahan ekstrak minyak cengkeh. Peserta menunjukkan

antusiasme tinggi dan semangat besar dalam meracik bahan dengan pendampingan langsung dari Tim PKM UNCAPI Bone yang memberikan arahan serta masukan mengenai takaran dan teknik pencampuran agar menghasilkan aroma parfum yang berkualitas dan menyenangkan.



Gambar 4. Proses Produksi Parfum ekstrak minyak cengkeh



Gambar 5. Output Produk Parfum ekstrak minyak cengkeh

Kemudian pada tahap selanjutnya yaitu produksi sabun cuci piring yang dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2025, masih di lokasi yang sama di Desa Mttirowalie, Mitra sasaran didampingi oleh Tim PKM melakukan produksi sabun cuci

piring. Dengan semangat yang megebu-gebu dan bimbingan Tim PKM, mitra mampu memproduksi hingga 10 – 15 liter sekali produksi atau sekitar 40 - 50 botol sabun cuci piring.

Pelaksanaan kegiatan produksi ini menunjukkan keberhasilan dalam menanamkan keterampilan kepada mitra, yang turut berkontribusi pada meningkatnya rasa percaya diri dan dorongan internal mereka untuk berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan kewirausahaan (Moridu et al., 2023). Semangat berwirausaha yang meningkat ini sejalan dengan temuan studi sebelumnya yang mengungkapkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan mampu membentuk *entrepreneurial self-efficacy*, yaitu rasa yakin individu terhadap kemampuan dirinya dalam menjalankan dan mengelola usaha secara mandiri (Halil, 2022).



Gambar 6. Proses Produksi Sabun Cuci Piring Ekstrak Minyak Cengkeh



Gambar 7. Output Produk Sabun Cuci Piring Ekstrak Minyak Cengkeh

Setelah mitra dibekali pelatihan dan pendampingan selama produksi produk, sebagai wujud dari tanggungjawab dalam kegiatan ini, tim PKM melanjutkan dalam proses monitoring dan evaluasi secara berkelanjutan dan partisipatif. Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi mitra untuk melihat

perkembangan usaha yang dijalankan serta melakukan diskusi dengan mitra terkait dengan peningkatan kualitas hasil produk. Dari hasil evaluasi ini, menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan mitra mengalami peningkatan yang signifikan, terbukti dari proses produksi tiap hari mengalami peningkatan serta pemahaman dan keterampilan mitra juga meningkat signifikan.



Gambar 8. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan PKM

Produksi parfum dan sabun cuci piring yang dilakukan secara mandiri serta kemampuan anggota mitra sasaran dalam memasarkan produknya secara langsung dan melalui digital membuahkan hasil yang maksimal. Saat ini hampir tiap hari pesanan sabun cuci piring dan parfum ekstrak minyak cengkeh masuk ke mitra. Antusiasme ini menunjukkan bahwa program atau kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bukan hanya mampu meningkatkan teknis produksi tetapi juga mampu menumbuhkan semangat dan rasa percaya diri mitra sasaran dalam berwirausaha dan sekaligus kegiatan ini dapat melahirkan *sociopreneur* muda yang mampu meningkatkan ekonomi kreatif desa. Selain itu produk yang dihasilkan memberikan ciri khas aroma yang berkualitas dan memberikan tampilan branding yang menarik serta produk ini layak untuk dipasarkan secara luas.

Simpulan

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas serta jiwa kewirausahaan warga Desa Mttirowalie, khususnya Mitra Sasaran Generasi Milenial Lampoko (GEMILAP) melalui pelatihan yang sistematis dan pendampingan secara intensif dalam proses produksi yang memanfaatkan potensi lokal, khususnya minyak cengkeh. Mitra kegiatan kini mampu memproduksi parfum dan sabun cuci piring secara mandiri dengan mutu yang layak dipasarkan, bahkan mulai menunjukkan inisiatif dalam memperluas jangkauan pemasaran. Program ini membuktikan terjalannya kolaborasi yang harmonis antara perguruan tinggi dan masyarakat, yang berperan dalam menciptakan inovasi

berkelanjutan berbasis potensi lokal serta mendorong berkembangnya kemandirian ekonomi baik di tingkat masyarakat maupun desa.

Ucapan Terimakasih

Pada kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, Kami dari tim PKM Universitas Cahaya Prima ingin mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) atas bantuan pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan PKM ini bisa terlaksana dengan maksimal. Begitupula dengan Rektor dan Pihak LPPM Universitas Cahaya Prima Bone yang selalu mendukung dan membimbing kami sehingga kami bisa lolos dalam hibah Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) tahun 2025 ini. Terima kasih juga kepada kelompok pemuda Gemilap yang telah bersedia menjadi mitra sasaran dan dampingan kami selama proses kegiatan PKM ini berlangsung mulai dari tahapan perencanaan sampai dengan implementasi di lokasi kegiatan.

Daftar Pustaka

- Alfiana, Sri Mulatsih, L., Kakaly, S., Rais, R., & Husnita, L. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Desa Edukasi Digital Di Era Teknologi. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7113–7120.
- Asriadi, Zainal, Rahman, A., & Mardi. (2022). The Role of the Village Government in Increasing Agricultural Product in Mattirowalie Village Mare District Bone Regency. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 12(2), 549. <https://doi.org/10.26858/jiap.v12i2.40977>
- Darwis, R. S., Miranti, Y. S., Saffana, S. R., & Yuandina, S. (2022). Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 4(2), 135. <https://doi.org/10.24198/focus.v4i2.37495>
- Fauzi Fahmi, A., & Saripuddin. (2024). Kecamatan Mare Dalam Angka. In *BPS Kabupaten Bone* (pp. 1–105). BPS Kabupaten Bone.
- Halil, H. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa Kaduara Timur Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. *Ibrah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 99–112. <https://doi.org/10.47766/ibrah.v1i2.1024>
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Moridu, I., Arisanjaya Doloan, Fitriani, Nurcahya Hartaty Posumah, Rini Hadiyati, Debiyanti Kune, & Rosfianti M. Yadasang. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 42–53. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.143>
- Najmudin, M. F., Suryadi, A., & Saepudin, A. (2023). Implementasi model kolaborasi

- pentahelix dalam pengembangan sumber daya manusia UMKM. *Abdimas Siliwangi*, 6(3), 587–600. <https://doi.org/10.22460/as.v6i3.17681>
- Putri, D. P., & Tri Suminar. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Pada Desa Wisata “Kampung Kokolaka” Kelurahan Jatirejo Kota Semarang. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.37304/enggang.v3i2.8822>
- Rahmat, H. K., Banjarnahor, J., Ma, N., Dewa Ketut Kerta Widana, I., Studi Magister Manajemen Bencana, P., & Keamanan Nasional, F. (2020). Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat oleh bintang pembina desa (BABINSA) dalam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 91–107. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Rahmatullah, Achmad Fauzi Kusmin, & Hendrawan. (2023). Studi Literatur: Peran Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Arajang*, 6(1), 49–58. <https://doi.org/10.31605/arajang.v6i1.2804>
- Suryani, A., Utomo, C., & Safawi Ahmad, I. (2022). Strengthening Community-Based Entrepreneurship: The Significance of Community Capacity Building and Enabling Ecosystem. *Indonesian Journal of Development Studies (IJDS)*, 2022(1), 1–12. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Temu, T. J., Loainak, M. M., Margareta, M., Makin, P., Camelia, F., Helena, Y., Kolit, L., Mage, A. E., Seku, M. E., Dou, S. W., Aprianus, P. Y., Lamba, L., Journal, C. D., Mulatsih, L. S., Kakaly, S., Rais, R., Husnita, L., Teknologi, E., Azis, A. A., ... Halimah, H. (2023). Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Arajang*, 4(1), 73–80. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.378>