

MODEL KEWIRAUSAHAAN KOMUNITAS BERBASIS NILAI ISLAM DAN BUDAYA LOKAL: PERAN PEMUDA DALAM TRANSFORMASI SOSIAL-EKONOMI DESA DIGITAL

Rohmat Sarman

Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pasundan

E-mail: rohmatSarman@unpas.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kontribusi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) dalam transformasi sosial-ekonomi desa digital berbasis nilai Islam dan budaya lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus eksploratif di dua desa komunitas Muslim di Jawa Barat. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap 15 informan kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sinergi antara nilai keislaman, budaya lokal, digitalisasi, dan keterlibatan pemuda mampu membentuk ekosistem kewirausahaan komunitas yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Model MKK mendorong partisipasi pemuda, memperkuat etika usaha berbasis syariah, serta mengintegrasikan inovasi digital secara kontekstual. Simpulan menunjukkan bahwa MKK relevan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi desa berbasis nilai dan kolaborasi. Replikasi model ini direkomendasikan untuk mendukung pembangunan desa digital yang berkeadilan dan berkelanjutan.

Kata Kunci: budaya; digitalisasi; kewirausahaan komunitas; pemuda; nilai islam

PENDAHULUAN

Perubahan lanskap ekonomi pedesaan di era digital menciptakan kebutuhan mendesak terhadap pendekatan pembangunan yang tidak hanya bersifat adaptif terhadap teknologi, tetapi juga berakar kuat pada nilai-nilai sosial dan spiritual masyarakat lokal. Ketimpangan antara wilayah desa dan kota masih terlihat jelas, baik dalam aspek akses terhadap teknologi maupun peluang ekonomi. Tingginya tingkat pengangguran pemuda, menurunnya produktivitas sektor agraris, serta minimnya partisipasi generasi muda dalam kegiatan ekonomi desa menunjukkan bahwa tantangan pembangunan pedesaan bersifat struktural dan multidimensional (Bappenas, 2022; Kurjono et al., 2025). Pendekatan berbasis nilai dan komunitas menjadi strategi alternatif yang menjanjikan dalam menciptakan pembangunan desa yang inklusif dan berkelanjutan.

Kewirausahaan komunitas yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam, budaya lokal, dan teknologi digital memperlihatkan potensi signifikan dalam

memperkuat ketahanan ekonomi berbasis komunitas. Studi Rifqiansyah & Hasrul wijaya (2025) mengungkap bahwa bisnis berbasis kearifan lokal tidak hanya memperkuat struktur ekonomi desa, tetapi juga memelihara identitas kultural dan spiritual masyarakat. Senada dengan itu, pendekatan "contextual entrepreneurship" menekankan bahwa keberhasilan inovasi lokal sangat bergantung pada sejauh mana nilai-nilai komunitas terintegrasi dalam praktik ekonomi (Welter et al., 2017). Pendekatan berbasis nilai menciptakan kepercayaan kolektif dan kohesi sosial yang mendukung terbentuknya jaringan ekonomi yang resilien dan inklusif.

Konvergensi antara nilai religius, budaya lokal, teknologi, dan peran pemuda merupakan prasyarat penting dalam pembentukan ekosistem kewirausahaan desa yang inovatif. Penelitian Mushthafa et al. (2025) menunjukkan bahwa prinsip-prinsip Islam seperti keadilan (*adl*), kejujuran (*shidq*), dan kemaslahatan (*maslahah*) dapat dioperasionalkan melalui inovasi teknologi yang tepat guna untuk mendukung program pemberdayaan ekonomi. Saputra et al. (2025) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan dan literasi digital memiliki korelasi kuat terhadap peningkatan intensi berwirausaha pemuda desa. Sufyan et al. (2024), menegaskan bahwa integrasi antara kurikulum spiritual dan keterampilan ekonomi mampu membentuk karakter wirausaha pemuda berbasis nilai. Keempat elemen ini membentuk struktur dasar argumentasi bahwa pemberdayaan pemuda yang efektif memerlukan sinergi nilai, inovasi, dan teknologi dalam satu kerangka sistemik.

Komunitas Muslim di pedesaan Indonesia memiliki modal sosial yang kuat dan sistem nilai yang hidup dalam kehidupan sehari-hari. Pesantren, sebagai institusi pendidikan berbasis komunitas, memainkan peran penting dalam penguatan jiwa kewirausahaan berbasis nilai melalui pembiasaan spiritual dan pembelajaran praktis. Program seperti *Santripreneur* dan kewirausahaan pesantren berbasis kurikulum telah menunjukkan bahwa internalisasi nilai agama mampu mendorong kemandirian ekonomi (Khobir et al., 2024; Sufyan et al., 2024). Perkembangan infrastruktur digital melalui program pemerintah seperti "Desa Cerdas" dan "UMKM Go Digital" turut memperluas ruang kolaboratif bagi inovasi bisnis berbasis teknologi dan kearifan lokal (Bappenas, 2022; Rifqiansyah & Hasrul wijaya, 2025). Komunitas Islam pedesaan menjadi representasi strategis bagi penerapan model kewirausahaan yang menggabungkan kekuatan nilai dan teknologi.

Tinjauan literatur mengindikasikan bahwa belum terdapat model kewirausahaan yang secara komprehensif mengintegrasikan empat pilar utama: nilai Islam, budaya lokal, digitalisasi, dan peran strategis pemuda. Penelitian Kurjono et al. (2025) masih memisahkan dimensi nilai dan

teknologi dalam kerangka kewirausahaan sosial. Studi Mustaqim (2024) lebih menekankan aspek religiositas pelaku UMKM tanpa merumuskan kerangka manajerial partisipatif. Sufyan et al. (2024) membahas integrasi nilai dalam pendidikan kewirausahaan di pesantren, tetapi belum menghubungkan secara langsung dengan transformasi digital dan kerangka pembangunan ekonomi desa. Ketiadaan model konseptual yang integratif dan aplikatif menciptakan gap yang penting untuk dijawab.

Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) ditawarkan sebagai kerangka strategis untuk menjawab tantangan transformasi sosial-ekonomi desa digital. Model ini dibangun atas dasar integrasi nilai-nilai Islam, kearifan lokal, teknologi digital, dan partisipasi aktif pemuda. Sintesis antara empat elemen ini menjadi kekuatan utama dalam membangun ekosistem ekonomi yang kontekstual, tangguh, dan berkelanjutan. Studi ini bertujuan menganalisis implementasi model MKK serta mengevaluasi kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi komunitas yang partisipatif, berbasis nilai, dan terintegrasi secara digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan komunitas merupakan pendekatan kewirausahaan yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal secara kolektif untuk kepentingan sosial dan ekonomi. Pendekatan ini berakar pada kearifan lokal, kohesi sosial, dan prinsip gotong royong yang menjadi ciri khas masyarakat desa di Indonesia. Rifqiansyah & Hasrul wijaya (2025) menegaskan bahwa model bisnis berbasis komunitas yang berlandaskan nilai lokal dapat meningkatkan daya tahan ekonomi serta memperkuat identitas budaya. Welter et al. (2017), dalam konsep "*contextual entrepreneurship*," menyatakan bahwa keberhasilan kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya tempat kegiatan usaha berlangsung. Pendekatan ini menggarisbawahi pentingnya adaptasi nilai-nilai lokal dan keunikan komunitas dalam membangun usaha yang berkelanjutan. Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) yang dikembangkan oleh Sarman (2025) mempertegas relevansi pendekatan ini dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam, budaya lokal, dan digitalisasi dalam kerangka pemberdayaan ekonomi desa. MKK menjadi acuan strategis dalam pengembangan sistem ekonomi partisipatif berbasis komunitas yang mampu menjawab tantangan pembangunan sosial-ekonomi secara kontekstual dan berkelanjutan.

Digitalisasi merubah lanskap ekonomi desa dengan memperluas akses terhadap informasi, pasar, dan inovasi teknologi. Studi Fahmi and Savira

(2023) menunjukkan bahwa digitalisasi mendorong perubahan sikap kewirausahaan masyarakat desa melalui peningkatan akses teknologi dan jaringan sosial. Penelitian Mavilinda et al. (2021) menegaskan bahwa penerapan digital entrepreneurship memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di desa melalui optimalisasi media sosial, marketplace lokal, serta pelatihan digital. Fachrurazi (2024) juga membuktikan bahwa digitalisasi mendukung peningkatan penjualan dan daya saing UMKM. Dalam konteks MKK, digitalisasi menjadi pilar penting karena mempercepat proses inkubasi ide, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat identitas brand lokal melalui media daring dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan.

Nilai-nilai Islam seperti keadilan (adl), kejujuran (shidq), dan kemaslahatan (maslahah) menjadi fondasi penting dalam praktik kewirausahaan komunitas yang etis dan berorientasi sosial. Penelitian Khobir et al. (2024) menekankan bahwa etika bisnis Islam memberikan koridor moral yang membedakan antara motif laba dan tanggung jawab sosial. Sufyan et al. (2024) juga menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai Islam dalam kurikulum kewirausahaan di pesantren mampu membentuk karakter pemuda yang berintegritas, kreatif, dan memiliki orientasi kolektif. Nilai budaya lokal juga memperkuat daya lenting (resilience) komunitas dalam menghadapi dinamika pasar. Upaya revitalisasi budaya dalam ekonomi kreatif desa tidak hanya berdampak pada pelestarian tradisi, tetapi juga menciptakan nilai tambah ekonomi yang unik. Integrasi antara Islam dan budaya lokal menjadi kekuatan khas model MKK yang tidak hanya mengejar efisiensi ekonomi, tetapi juga keberlanjutan nilai-nilai sosial yang hidup dalam komunitas (Rifqiansyah & Hasrul wijaya, 2025; Sarman, 2025).

Pemuda desa memiliki potensi besar sebagai agen perubahan dalam pembangunan berbasis komunitas. Saputra et al. (2025) menggarisbawahi bahwa intensi berwirausaha pada pemuda sangat dipengaruhi oleh literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan dukungan komunitas. Kehadiran role model lokal dan program inkubasi bisnis di pesantren serta lembaga keagamaan mampu meningkatkan motivasi dan partisipasi pemuda dalam mengembangkan unit usaha berbasis komunitas. Peran pemuda tidak hanya sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai inovator dan fasilitator transformasi digital di desa. Dalam model MKK, pemuda menempati posisi strategis karena memiliki fleksibilitas terhadap perubahan dan kemampuan adopsi teknologi yang tinggi. Kombinasi antara semangat inovatif pemuda dan nilai-nilai lokal komunitas menjadi kekuatan utama dalam membangun desa yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Model MKK dibangun atas dua fondasi teoritik utama. Pertama, *contextual entrepreneurship* oleh Welter et al. (2017) menekankan pentingnya konteks lokal, budaya, dan nilai dalam mempengaruhi dinamika wirausaha. Kedua, *capability approach* dari Amartya Sen (1999) menyoroti pentingnya kebebasan individu dan komunitas dalam memilih kehidupan yang bernilai. Pendidikan, kewirausahaan, dan digitalisasi dilihat sebagai sarana memperluas kapabilitas individu dalam mengakses sumber daya dan menentukan masa depannya. Sinergi teori ini memperkuat dasar ilmiah model MKK dalam konteks pembangunan desa berbasis nilai.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus eksploratif untuk menggali secara mendalam implementasi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) dalam konteks pembangunan desa digital yang berbasis nilai Islam dan budaya lokal. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman kontekstual dan interpretatif dari para pelaku yang terlibat langsung dalam praktik kewirausahaan komunitas (Creswell & Poth, 2024).

Lokasi penelitian dipilih secara purposif di dua desa berbasis komunitas Muslim di Jawa Barat yang telah menjalankan program desa digital dan memiliki aktivitas UMKM yang mengintegrasikan nilai-nilai lokal dan teknologi. Subjek penelitian terdiri dari pemuda pelaku usaha, pengurus UMKM, tokoh masyarakat, dan pengelola program desa digital. Kriteria utama dalam pemilihan subjek adalah keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan ekonomi berbasis komunitas serta pemanfaatan teknologi dalam operasional usaha.

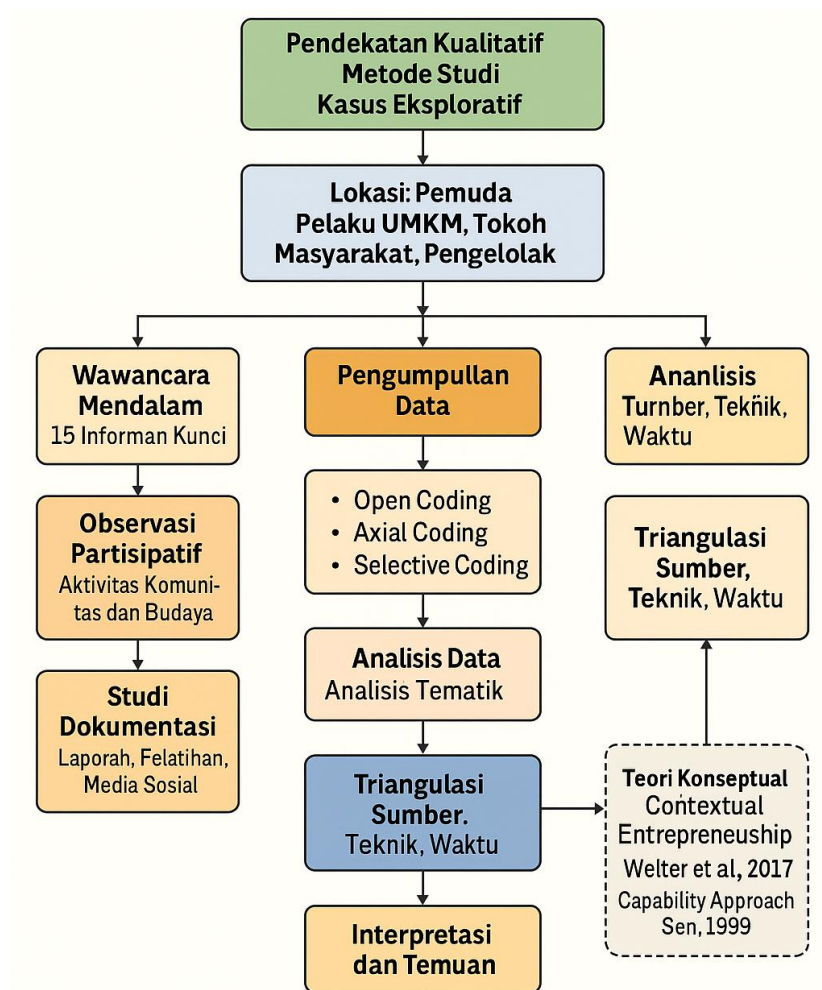
Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap 15 informan kunci, meliputi pemuda pelaku UMKM, tokoh desa, dan fasilitator program desa digital. Observasi diarahkan pada aktivitas usaha komunitas, pelatihan digital, dan kegiatan budaya yang terintegrasi dengan ekonomi lokal. Dokumentasi yang dikaji mencakup laporan program, materi pelatihan, serta jejak digital dari media sosial dan marketplace lokal milik UMKM.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik yang melibatkan tiga tahap: *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, kategori, dan tema yang relevan dengan dimensi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, serta

diskusi ahli untuk memastikan konsistensi interpretasi.

Sebagai dasar konseptual, penelitian ini menggunakan teori *contextual entrepreneurship* (Welter et al., 2017) yang menekankan pentingnya konteks lokal dalam pengembangan usaha, serta pendekatan *capability approach* (Sen, 1999) yang menekankan pada perluasan kapabilitas individu dan komunitas dalam meraih kehidupan yang bermakna. Kedua kerangka ini digunakan untuk menginterpretasikan bagaimana nilai Islam, budaya lokal, dan digitalisasi berinteraksi dalam membentuk kewirausahaan komunitas yang tangguh dan berkelanjutan.

Tahapan metodologi penelitian divisualisasikan dalam Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Alur Metodologi Penelitian Model MKK

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi lima tema utama dari analisis tematik atas hasil wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap 15 informan kunci. Tema-tema tersebut menggambarkan implementasi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) dalam konteks pembangunan desa digital berbasis nilai Islam dan budaya lokal. Setiap temuan menunjukkan kontribusi nyata dari sinergi nilai, budaya, dan teknologi dalam membentuk ekosistem kewirausahaan komunitas yang inklusif dan berkelanjutan.

Pertama, peran aktif pemuda sebagai agen perubahan menjadi temuan dominan dalam penelitian ini. Sebanyak 80% informan (12 dari 15) menyatakan bahwa pemuda merupakan penggerak utama dalam kegiatan usaha berbasis digital, pelatihan teknologi, dan pengembangan BUMDes. Keterlibatan generasi muda ini tidak hanya mendorong inovasi, tetapi juga mengubah cara pandang terhadap wirausaha desa, dari sekadar pilihan terbatas menjadi jalan strategis untuk pemberdayaan ekonomi yang bernilai.

Kedua, nilai-nilai Islam menjadi fondasi moral dan etika dalam praktik kewirausahaan komunitas. Sebanyak 86,7% informan secara eksplisit mengaitkan aktivitas bisnis mereka dengan prinsip syariah seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), dan tanggung jawab sosial (*masʿūliyyah*). Nilai-nilai ini diimplementasikan dalam bentuk pembagian keuntungan yang adil, transparansi usaha, pengelolaan zakat produktif, dan kontribusi terhadap kesejahteraan kolektif. Keberadaan nilai spiritual ini memperkuat legitimasi sosial usaha komunitas di mata masyarakat.

Ketiga, penguatan budaya lokal menjadi strategi utama dalam diferensiasi produk dan peningkatan kohesi komunitas. Dua pertiga dari informan menyatakan bahwa identitas lokal seperti kuliner khas, kerajinan tangan, atau jasa berbasis tradisi menjadi daya tarik pasar sekaligus instrumen pelestarian budaya. Produk yang diangkat tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mengandung narasi kultural yang diperkuat melalui pendekatan storytelling digital.

Keempat, digitalisasi telah menjadi pilar utama dalam akselerasi usaha komunitas. Sebanyak 93,3% informan menyatakan bahwa pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp Business, Shopee, TikTok, dan Instagram telah meningkatkan akses pasar dan memperluas jejaring distribusi. Inisiatif pemerintah seperti “Desa Cerdas” dan “UMKM Go Digital” turut mendorong adopsi teknologi secara lebih inklusif, sehingga menciptakan peluang ekonomi baru tanpa harus melakukan urbanisasi.

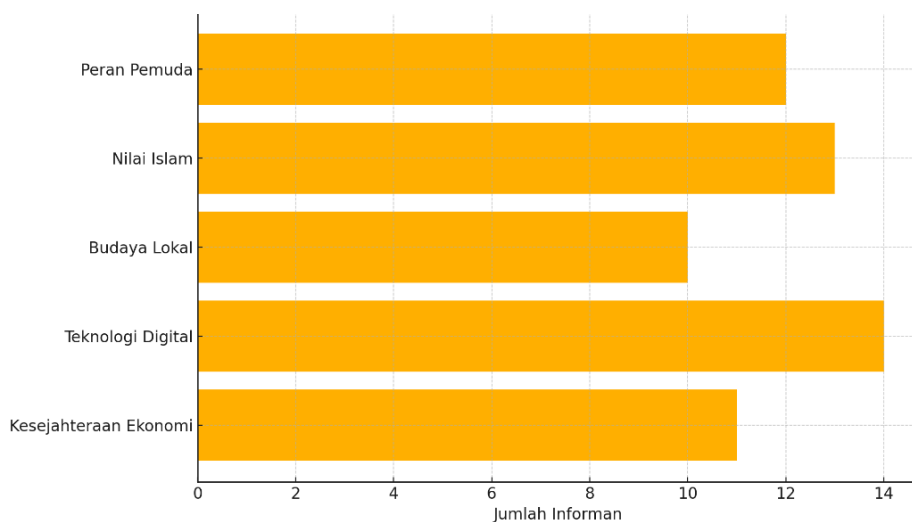
Kelima, dampak ekonomi nyata dari implementasi MKK dirasakan dalam peningkatan pendapatan, pengurangan pengangguran, dan pertumbuhan skala usaha. Sebanyak 11 dari 15 informan (73,3%) menyatakan bahwa keterlibatan dalam model MKK telah meningkatkan kesejahteraan mereka secara signifikan. Hal ini mencerminkan keberhasilan pendekatan MKK dalam menyatukan elemen lokal menjadi kekuatan ekonomi kolektif.

Tabel 1. Temuan Utama Implementasi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK)

Tema Temuan	Jumlah Informan	Persentase (%)
Peran Pemuda	12	80.0
Nilai-nilai Islam	13	86.7
Penguatan Budaya Lokal	10	66.7
Pemanfaatan Teknologi Digital	14	93.3
Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi	11	73.3

Sumber: Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi; n=15 informan)

Visualisasi keterlibatan informan dalam setiap tema disajikan dalam Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Jumlah Informan Berdasarkan Tema Temuan Lapangan

Temuan-temuan tersebut memperkuat argumentasi bahwa keberhasilan MKK bukan hanya ditentukan oleh intervensi teknologi atau akses pasar, tetapi sangat dipengaruhi oleh kohesi komunitas yang dibangun

atas dasar nilai religius dan kultural. Integrasi keempat aspek—nilai, budaya, digitalisasi, dan peran pemuda—menghasilkan ekosistem kewirausahaan desa yang inklusif, resilien, dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibahas bahwa implementasi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi di kawasan perdesaan, tetapi juga membentuk sebuah ekosistem kewirausahaan yang berbasis nilai, inklusif, dan kontekstual. Keberhasilan model ini terbukti berasal dari sinergi antara empat elemen utama: nilai-nilai Islam, budaya lokal, digitalisasi, dan keterlibatan pemuda. Setiap elemen tersebut memiliki kontribusi signifikan terhadap transformasi sosial-ekonomi desa digital dan berkelindan erat dalam membangun ketahanan komunitas yang berkelanjutan.

Pertama, peran pemuda sebagai agen perubahan terlihat sangat dominan dalam implementasi MKK. Sekitar 80% informan menyatakan bahwa pemuda adalah penggerak utama dalam berbagai aktivitas kewirausahaan komunitas, mulai dari produksi, distribusi, hingga adopsi teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Saputra et al. (2025) yang menyatakan bahwa literasi digital yang diperoleh melalui pendidikan pesantren serta pelatihan berbasis komunitas memberikan fondasi kuat bagi niat dan kemampuan berwirausaha generasi muda desa. Bahkan, Mushthafa et al. (2025) menambahkan bahwa pemuda Muslim desa menunjukkan keterbukaan tinggi terhadap inovasi karena semangat kolektif dan nilai-nilai spiritual yang melekat pada identitas mereka. Namun demikian, perlu dicermati bahwa potensi besar ini juga diiringi oleh berbagai hambatan struktural. Studi *Barriers to entrepreneurship among rural youth* menyebut bahwa pemuda pedesaan sering menghadapi kendala seperti keterbatasan akses modal, kurangnya pengalaman usaha, dan lemahnya jaringan pasar (Nautiyal & Kameswari, 2025). Laporan *State of Ecosystem for Youth Entrepreneurship in Indonesia* juga menunjukkan bahwa dukungan kelembagaan lokal sering belum memadai untuk memperkuat usaha muda desa menghadapi tantangan (UNDP Indonesia, 2023). Oleh karena itu, keberlanjutan peran pemuda dalam MKK bergantung pada intervensi sistemik seperti penguatan kapasitas manajerial, kemitraan strategis antar lembaga, dan fasilitasi inkubasi usaha berbasis komunitas.”

Kedua, nilai-nilai Islam berfungsi sebagai fondasi etika sekaligus sumber legitimasi sosial dalam praktik kewirausahaan komunitas. Sebanyak 86,7% informan mengaitkan aktivitas bisnis mereka dengan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran (ṣidq), keadilan (‘adl), dan tanggung jawab sosial (mas‘ūliyyah). Hasil ini konsisten dengan penelitian Wibowo et al. (2022) yang menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam pendidikan

kewirausahaan di pesantren mampu memperkuat intensi berwirausaha yang etis Fitriya et al. (2024) juga menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam memperkuat *entrepreneurial confidence* melalui peningkatan *self-efficacy* dan integritas moral. Dalam konteks MKK, nilai Islam tidak hanya menjadi pedoman moral, tetapi juga membentuk kohesi sosial yang penting dalam menciptakan usaha bersama berbasis kepercayaan. Namun, dinamika sosial dan perbedaan tafsir keagamaan antar individu atau kelompok dapat menjadi sumber ketegangan, terutama ketika nilai-nilai lokal bertabrakan dengan logika pasar modern. Maka, dibutuhkan ruang dialog dan musyawarah komunitas untuk menyepakati praktik usaha berbasis nilai yang fleksibel dan relevan dengan konteks sosial masing-masing desa.

Ketiga, budaya lokal menjadi sumber identitas dan diferensiasi usaha komunitas. Sekitar dua pertiga informan menegaskan bahwa produk atau layanan yang mereka kembangkan mengangkat unsur budaya lokal seperti kuliner tradisional, kerajinan tangan, hingga jasa berbasis adat. Hal ini memperkuat gagasan *contextual entrepreneurship* sebagaimana diungkapkan oleh Welter et al. (2017), bahwa dinamika usaha sangat dipengaruhi oleh konteks sosial-budaya tempat wirausaha berkembang. Sarman (2025) juga menekankan bahwa budaya lokal bukan hanya elemen simbolik, tetapi juga menjadi *narasi strategis* dalam pemasaran berbasis *storytelling digital*. Meski demikian, studi Fahmi & Savira (2023) memperingatkan bahwa keberhasilan digitalisasi berbasis budaya sangat tergantung pada kemampuan komunitas dalam menerjemahkan teknologi ke dalam nilai-nilai lokal. Apabila proses adopsi bersifat top-down dan tidak partisipatif, maka teknologi berisiko menciptakan ketimpangan atau alienasi budaya. Oleh karena itu, budaya lokal harus menjadi kekuatan adaptif yang mendukung inovasi, bukan menjadi penghalang bagi transformasi.

Keempat, digitalisasi terbukti menjadi katalisator utama dalam transformasi kewirausahaan desa. Dengan 93,3% informan yang telah memanfaatkan platform seperti WhatsApp Business, Shopee, Instagram, dan TikTok, terlihat bahwa teknologi telah mengubah cara pelaku usaha desa memproduksi, memasarkan, dan berjejaring. Studi Mavilinda et al. (2021) dan Fachrurazi (2024) menunjukkan bahwa penggunaan *digital tools* tidak hanya mempercepat ekspansi pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan transparansi operasional UMKM desa. Namun, sebagaimana disoroti oleh Fahmi & Savira (2023), digitalisasi juga menghadirkan tantangan baru berupa *digital divide* atau kesenjangan literasi digital yang signifikan. Dalam konteks MKK, digitalisasi tidak bisa dipahami sekadar sebagai alat teknis, tetapi merupakan proses transformasi sosial yang memerlukan pendampingan komunitas, pelatihan inklusif, dan infrastruktur yang

memadai. Tanpa pendekatan tersebut, teknologi justru dapat memperlebar jurang ketimpangan antar pelaku usaha desa, terutama bagi kelompok usia lanjut atau masyarakat dengan keterbatasan akses informasi.

Kelima, temuan bahwa 73,3% informan merasakan peningkatan pendapatan, penurunan pengangguran, dan pertumbuhan skala usaha menunjukkan bahwa implementasi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) telah berhasil menciptakan dampak ekonomi riil bagi masyarakat desa. Dampak ini konsisten dengan kerangka *capability approach* yang dikembangkan oleh Amartya Sen (1999), yang menyatakan bahwa pembangunan yang ideal bukan hanya tentang pertumbuhan ekonomi semata, tetapi tentang perluasan kapabilitas—yakni kemampuan individu dan komunitas untuk menjalani kehidupan yang mereka anggap bernilai. Dalam konteks ini, MKK tidak hanya memberikan akses terhadap sumber daya ekonomi, tetapi juga memperkuat agensi komunitas, yaitu kapasitas kolektif masyarakat untuk mengarahkan masa depan ekonomi mereka secara mandiri dan bermartabat. Namun demikian, penting untuk mencermati bahwa manfaat ekonomi dari pendekatan berbasis komunitas seperti MKK sering kali tidak terdistribusi secara merata, terutama di kalangan pelaku baru, perempuan, atau kelompok rentan yang belum memiliki akses terhadap jaringan pasar maupun kemampuan adaptasi teknologi. Degada et al. (2021), dalam studi tentang smart village menekankan bahwa meskipun inisiatif berbasis digital dan komunitas menjanjikan percepatan pembangunan ekonomi pedesaan, tanpa strategi afirmatif dan pendampingan, pelaku dengan sumber daya terbatas cenderung tertinggal dari arus transformasi. Oleh karena itu, keberhasilan MKK sebagai model pemberdayaan ekonomi desa perlu ditopang oleh mekanisme pendampingan personal, kebijakan afirmatif, serta fasilitasi akses permodalan dan pelatihan lanjutan yang berorientasi pada inklusi sosial-ekonomi.

Implikasi dari temuan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) tidak hanya ditentukan oleh kapasitas individu dalam mengakses teknologi dan peluang ekonomi, tetapi juga sangat bergantung pada keberadaan ekosistem yang mendukung secara struktural dan kultural. Oleh karena itu, langkah strategis yang perlu dilakukan oleh pemerintah desa dan pemangku kepentingan lainnya adalah membangun dan memperkuat ekosistem kewirausahaan komunitas berbasis nilai. Ekosistem ini mencakup akses yang adil terhadap modal mikro, penguatan peran kelembagaan lokal seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), serta kolaborasi lintas sektor dengan lembaga pendidikan, pesantren, dan pelaku industri kreatif. Dengan adanya dukungan struktural

yang menyeluruh, proses kewirausahaan tidak hanya akan menjadi sarana ekonomi, tetapi juga instrumen penguatan kapasitas sosial dan kultural masyarakat desa.

Peran pemuda sebagai aktor utama dalam transformasi desa digital menuntut adanya intervensi berbasis nilai yang lebih sistematis dan berkelanjutan. Program inkubasi usaha yang terintegrasi dengan pendidikan nilai—baik melalui pesantren, komunitas digital, maupun forum kepemudaan—perlu dikembangkan agar potensi pemuda tidak terfragmentasi oleh keterbatasan akses atau dukungan. Dalam hal ini, inkubasi tidak hanya mencakup pelatihan teknis dan manajerial, tetapi juga pembentukan karakter kewirausahaan yang berakar pada etika Islam dan kepedulian sosial.

Di sisi lain, keberagaman interpretasi terhadap nilai Islam dan budaya lokal dalam praktik kewirausahaan komunitas mengisyaratkan perlunya ruang dialog yang inklusif dan reflektif di tingkat komunitas. Forum seperti musyawarah desa dapat difungsikan secara strategis untuk merumuskan kesepakatan kolektif mengenai prinsip-prinsip kewirausahaan yang kontekstual dan sejalan dengan dinamika ekonomi modern. Hal ini penting agar nilai-nilai yang menjadi fondasi sosial tidak justru menjadi penghambat inovasi atau pemicu eksklusivitas dalam pengembangan usaha.

Digitalisasi, yang terbukti menjadi pilar penting dalam akselerasi usaha komunitas, juga menuntut pendekatan yang inklusif dan berkeadilan. Pelatihan teknologi digital harus dirancang sedemikian rupa agar menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan akses atau kemampuan teknologi. Pendekatan partisipatif yang menggabungkan pembelajaran praktis dengan pendampingan usaha berbasis komunitas menjadi krusial agar digitalisasi tidak menghasilkan kesenjangan baru di dalam desa itu sendiri.

Terakhir, keberhasilan MKK dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa harus terus dipantau secara sistematis dan inklusif. Mekanisme monitoring dan evaluasi berbasis komunitas diperlukan untuk memastikan bahwa manfaat dari model ini tersebar secara adil dan berkelanjutan, serta tidak hanya dinikmati oleh kelompok yang sudah memiliki keunggulan modal sosial dan ekonomi. Dengan demikian, MKK dapat terus dikembangkan sebagai kerangka kerja pembangunan desa digital yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga adil secara sosial dan selaras dengan nilai-nilai yang hidup di tengah masyarakat.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas (MKK) secara efektif membentuk ekosistem kewirausahaan desa digital yang berbasis nilai Islam, budaya lokal, digitalisasi, dan peran aktif pemuda. Temuan-temuan utama memperlihatkan bahwa keberhasilan MKK tidak hanya diukur dari aspek ekonomi, tetapi juga dari dimensi sosial, kultural, dan spiritual yang saling bersinergi dalam memperkuat ketahanan komunitas. Pemuda terbukti memainkan peran sentral sebagai agen perubahan dalam inovasi dan adaptasi teknologi, sementara nilai-nilai Islam memberikan fondasi etika yang memperkuat legitimasi sosial usaha komunitas. Budaya lokal berperan sebagai sumber identitas dan diferensiasi, dan digitalisasi terbukti menjadi katalis dalam perluasan akses pasar serta efisiensi operasional.

Model ini berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa, yang tercermin dalam meningkatnya pendapatan, partisipasi usaha, dan perluasan jejaring pasar. Namun, keberhasilan ini masih menghadapi sejumlah tantangan seperti kesenjangan literasi digital, keterbatasan modal, serta resistensi terhadap inovasi di beberapa segmen komunitas. Oleh karena itu, keberlanjutan MKK memerlukan dukungan kebijakan afirmatif, strategi pendampingan berbasis komunitas, dan penguatan kapasitas kelembagaan lokal secara konsisten.

Secara konseptual, penelitian ini mengukuhkan relevansi pendekatan *contextual entrepreneurship* dan *capability approach* dalam merancang model pembangunan ekonomi desa berbasis nilai. Integrasi antara nilai, teknologi, budaya, dan pemuda tidak hanya memperkuat aspek ekonomi lokal, tetapi juga mendorong lahirnya bentuk kewirausahaan yang kontekstual, etis, dan berdaya tahan. MKK dengan demikian layak direplikasi sebagai kerangka pembangunan desa digital yang inklusif dan berkelanjutan, sejalan dengan visi transformasi Indonesia menuju masyarakat madani berbasis nilai pada tahun 2045.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappenas. (2022). Strategi Nasional Pengembangan Kota Cerdas (Smart City) di Indonesia. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. <https://journal.bappenas.go.id/>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches. SAGE Publications.

- <https://books.google.co.id/books?id=nFr2EAAAQBAJ>
- Degada, A., Thapliyal, H., & Mohanty, S. P. (2021). Smart Village: An IoT Based Digital Transformation. 7th IEEE World Forum on Internet of Things, WF-IoT 2021, 459–463. <https://doi.org/10.1109/WF-IoT51360.2021.9594980>
- Fachrurazi, F. (2024). Pengaruh Penerapan Digital Entrepreneurship pada Pelaku UMKM Terhadap Peningkatan Penjualan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 908–919. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1400>
- Fahmi, F. Z., & Savira, M. (2023). Digitalization and rural entrepreneurial attitude in Indonesia: a capability approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(2), 454–478. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2021-0082>
- Fitriya, A. L., Putra, R. S., Zuhdi, U., & Fatimah, N. (2024). Islamic Values Amplify Entrepreneurial Confidence Through Self-Efficacy. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 10(2), 188–198. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v10i2.2048>
- Khobir, A., Sopiah, S., Adinugraha, H. H., & Hardini, I. (2024). Entrepreneurship and Education Models of Millennial Muslim Youth in Pesantren: A Case Study on Al-Utsmani Santripreneur Indonesia. *International Journal of Social Learning (IJSL)*, 5(1), 169–188. <https://doi.org/10.47134/ijsl.v5i1.309>
- Kurjono, K., Juliana, J., Kamil, A. A., Mardiani, R. A., Setiawan, Y. A., & Samlawi, F. A. (2025). Social Entrepreneurship in Islamic Perspective Role of Islamic Values, Environmental Values and Social Enterprise Attitudes. *Jurnal Kajian Peradaban Islam*, 8(1), 16–29. <https://doi.org/10.47076/jkpis.v8i1.332>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Daud, I., & Dameria S., L. (2021). Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan “Digital Entrepreneurship” Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 627–635. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6156>
- Mushthafa, A., Syamsi, A., & Udin, T. (2025). Exploring the Synergy between Appropriate Technology and Entrepreneurship in Islamic Community Development: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, XI(XII), 647–654. <https://doi.org/10.51244/IJRSI.2024.11120059>
- Mustaqim, M. (2024). Religious Behavior of Micro, Small, and Medium Enterprises among Muslims in Kudus. *Journal of Islamic Studies and Civilization*, 2(1), 65–78. <https://doi.org/10.61680/jisc.v2i1.30>

- Nautiyal, R. C., & Kameswari, V. (2025). Barriers to entrepreneurship among rural youth: Analyzing constraints in venture creation. *International Journal of Agriculture Extension and Social Development*, 8(1), 167–169. <https://doi.org/10.33545/26180723.2025.v8.i1c.1519>
- Rifqiansyah, & Hasrul wijaya. (2025). Entrepreneurship Based on Culture and Local Wisdom: Building Sustainable Business from Tradition. *Journal of Indonesian Scholars for Social Research*, 5(1), 14–23. <https://doi.org/10.59065/jissr.v5i1.169>
- Saputra, Y. A., Ali, M., Senen, syamsul hadi, & Novilia, F. (2025). Understanding the Role of Entrepreneurship Education, Digital Competency, and Entrepreneurial Role Model Influencer Towards Entrepreneurial Intention(Evidence in Higher Education Students in Bandung). <https://doi.org/10.2139/ssrn.5078608>
- Sarman, R. (2025). Model Manajemen Kewirausahaan Komunitas: Strategi Inovatif Pembangunan Sosial-Ekonomi Desa Berbasis Komunitas dan Digitalisasi (Ranti Kartika Sari (ed.)). PT. Nas Media Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=yl-DEQAAQBAJ>
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford University Press. <https://books.google.co.id/books?id=NQs75PEa618C>
- Sufyan, S., Jamali, J., & Juanda, A. (2024). Entrepreneurship Education and Independence of Students of Ulfiyah Progressive Islamic Boarding School, Segeran Kidul Juntinyuat Indramayu, Indonesia. *International Journal of Social Science and Human Research*, 07(10), 7612–7619. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i10-31>
- UNDP Indonesia. (2023). State of ecosystem for youth entrepreneurship in Indonesia. United Nations Development Programme. [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-01/State of Ecosystem for Youth Entrepreneurship in Indonesia_updated %281%29.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-01/State%20of%20Ecosystem%20for%20Youth%20Entrepreneurship%20in%20Indonesia_updated%281%29.pdf)
- Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2017). Everyday Entrepreneurship—A Call for Entrepreneurship Research to Embrace Entrepreneurial Diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 311–321. <https://doi.org/10.1111/etap.12258>
- Wibowo, A., Widjaja, S. U. M., Utomo, S. H., Kusumojanto, D. D., Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., & Wardana, L. W. (2022). The role of entrepreneurial education and Islamic values matter. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 11(3), 1607~1616. <https://doi.org/10.11591/ijere.v11i3.22264>