JURNAL COMM-EDU
ISSN : 2622-5492 (Print) 2615-1480 (Online) Volume 7 Nomor 3, September 2024

MODEL PENDAMPINGAN DIGITALISASI EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN JIWA WIRAUSAHA PEMUDA DI DESA PAGERWANGI KECAMATAN LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT

Iip Saripah[1], Asep Saepudin[2], Sri Subekti[3]

[1,2,3] Pendidikan Masyarakat, Universitas Indonesia, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

[1] iip_saripah@upi.edu, [2] aspudin@upi.edu

Received: Juli, 2024; Accepted: September, 2024

Abstract

Pagerwangi Village, located in Lembang Subdistrict, West Bandung Regency, has great potential for developing a creative economy. However, its utilization remains suboptimal due to limited digital access and technical mentoring. This study aims to design a digital assistance model for the creative economy that enhances the entrepreneurial spirit among youth. The theoretical framework is based on Schumpeter's innovation theory, Amartya Sen's capability approach, and the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). The research employs a mixed-methods approach involving a survey of 100 youth, in-depth interviews, and focus group discussions. The results show that digital mentoring interventions through e-commerce, social media training, and technical assistance significantly improve entrepreneurial attitudes, digital capabilities, and entrepreneurial intentions. Continuous and context-sensitive mentoring proved more effective than one-time training. The study concludes that a comprehensive digital mentoring model can strengthen rural youth entrepreneurship and serve as a sustainable strategy for developing the creative economy in rural areas.

Keywords: digitalization, creative economy, youth entrepreneurship, mentoring

Abstrak

Desa Pagerwangi, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif, namun pemanfaatannya belum optimal akibat keterbatasan akses digital dan pendampingan teknis. Penelitian ini bertujuan merancang model pendampingan digitalisasi ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan jiwa wirausaha pemuda desa. Landasan teori mengacu pada teori inovasi Schumpeter, pendekatan kapabilitas Amartya Sen, dan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan melibatkan 100 pemuda sebagai responden survei, serta wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah (FGD). Hasil menunjukkan bahwa intervensi pendampingan digital melalui pelatihan e-commerce, media sosial, dan mentoring teknis mampu meningkatkan sikap kewirausahaan, kapabilitas digital, serta niat berwirausaha pemuda secara signifikan. Pendampingan yang berkelanjutan dan adaptif terhadap konteks lokal terbukti lebih efektif dibanding pelatihan konvensional. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa model pendampingan digital yang komprehensif dapat memperkuat karakter kewirausahaan pemuda desa dan menjadi strategi berkelanjutan bagi pengembangan ekonomi kreatif pedesaan.

Kata Kunci: digitalisasi, ekonomi kreatif, kewirausahaan pemuda, pendampingan

How to Cite: Saripah, I., Saepudin, A. & Subekti, S. (2024). Model Pendampingan Digitalisasi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Jiwa Wirausaha Pemuda di Desa Pagerwangi Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 7 (3), 416-422.

PENDAHULUAN

Dalam dekade terakhir, ekonomi kreatif menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional, dengan kontribusi mencapai 7,4% terhadap PDB nasional dan melibatkan lebih dari 20 juta tenaga kerja (Kemenparekraf, 2024). Namun demikian, potensi ini belum merata di seluruh wilayah, terutama di desa-desa dengan keterbatasan infrastruktur digital. Desa Pagerwangi di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi kreatif yang besar, terutama di bidang kuliner, kerajinan, dan pariwisata. Akan tetapi, data lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha masih sangat terbatas. Berdasarkan data Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat (2024), hanya sekitar 42% pelaku UMKM desa di wilayah Lembang yang telah memanfaatkan media digital untuk kegiatan usaha, sedangkan sisanya masih bergantung pada penjualan konvensional.

Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan digital yang berimplikasi terhadap rendahnya tingkat partisipasi pemuda dalam sektor ekonomi kreatif. Padahal, Badan Pusat Statistik (2024) mencatat bahwa kelompok usia muda (18–35 tahun) di wilayah Bandung Barat merupakan kelompok dengan tingkat pengangguran tertinggi (7,6%). Keterbatasan pengetahuan digital, kurangnya akses informasi pasar, serta minimnya model pendampingan yang relevan dengan kebutuhan lokal menjadi hambatan utama bagi pemuda untuk berwirausaha secara mandiri.

Dalam konteks tersebut, digitalisasi tidak sekadar diartikan sebagai penggunaan teknologi, melainkan sebagai transformasi cara berpikir, bekerja, dan berinovasi. Digitalisasi memungkinkan pemuda mengakses pasar yang lebih luas, menekan biaya produksi, serta menciptakan jejaring kolaboratif yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan. Menurut penelitian Zaremohzzabieh et al. (2025), digital marketing yang terintegrasi dengan pelatihan kewirausahaan mampu meningkatkan niat dan kemampuan wirausaha pemuda pedesaan secara signifikan. Hal ini menunjukkan perlunya model pendampingan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengembangkan kapabilitas, motivasi, dan perilaku kewirausahaan.

Secara teoretis, penelitian ini didukung oleh beberapa kerangka konseptual. Pertama, teori inovasi Schumpeter menegaskan bahwa kewirausahaan muncul sebagai hasil dari proses inovasi yang menciptakan nilai tambah baru dalam sistem ekonomi. Dalam konteks digitalisasi, inovasi terjadi pada cara produksi, promosi, dan distribusi yang berbasis teknologi. Kedua, pendekatan kapabilitas Amartya Sen menjelaskan bahwa pembangunan bukan hanya peningkatan pendapatan, melainkan perluasan kemampuan (capabilities) individu untuk memilih kehidupan yang bernilai. Pendampingan digital berfungsi memperluas kemampuan pemuda agar mampu mengakses peluang ekonomi secara mandiri. Ketiga, Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa niat untuk berwirausaha dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma sosial, dan persepsi kontrol atas tindakan tersebut. Model pendampingan digital diharapkan dapat memperkuat ketiga aspek ini secara simultan.

Dari sisi kebijakan, penelitian ini berpijak pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang mengatur tata kelola aktivitas digital, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang memberi ruang bagi desa untuk mengembangkan ekonomi lokal, serta Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2023 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yang menegaskan pentingnya inovasi dan digitalisasi ekonomi berbasis komunitas.

Meskipun berbagai program pelatihan digital telah dilakukan di beberapa daerah, sebagian besar bersifat *top-down* dan jangka pendek, sehingga dampaknya terhadap pembentukan karakter wirausaha pemuda relatif kecil. *Research gap* dalam penelitian ini terletak pada belum adanya model pendampingan digital yang bersifat holistik, adaptif terhadap kondisi lokal, dan berorientasi pada pembentukan jiwa kewirausahaan pemuda di desa. Kebaruan dalam penelitian ini adalah rancangan model pendampingan digitalisasi ekonomi kreatif yang menyatukan aspek teknis, sosial, dan psikologis dalam satu kerangka pemberdayaan yang kontekstual bagi Desa Pagerwangi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai pengaruh pendampingan digital terhadap penguatan jiwa kewirausahaan pemuda desa. Pendekatan ini memadukan metode kuantitatif dan kualitatif sebagaimana disarankan Creswell dan Creswell (2018), guna menjamin triangulasi dan kedalaman analisis data.

Metode kuantitatif dilakukan melalui survei kepada 100 pemuda Desa Pagerwangi berusia 18–35 tahun, menggunakan kuesioner berbasis skala Likert lima poin untuk mengukur sikap terhadap digitalisasi, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, kapabilitas digital, dan niat berwirausaha. Metode kualitatif melibatkan wawancara mendalam dan Focus Group Discussion (FGD) dengan 15 informan kunci, meliputi peserta program, mentor, tokoh masyarakat, dan perangkat desa.

Tahapan pendampingan meliputi empat fase utama: (1) identifikasi kebutuhan digital dan kapasitas kewirausahaan pemuda, (2) pelatihan teknis digital (media sosial, marketplace, pembuatan konten), (3) mentoring berkelanjutan selama enam bulan, dan (4) evaluasi partisipatif melalui FGD dan survei pasca-intervensi.

Analisis data kuantitatif menggunakan uji-t berpasangan dan regresi linier sederhana untuk menguji perubahan signifikan antara pra dan pasca pendampingan. Analisis kualitatif dilakukan dengan metode analisis tematik (Braun & Clarke, 2019) melalui proses open coding, axial coding, dan selective coding. Triangulasi sumber dan metode dilakukan untuk memastikan validitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pendampingan digitalisasi ekonomi kreatif memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapabilitas digital dan jiwa kewirausahaan pemuda di Desa Pagerwangi. Sebelum intervensi, sebagian besar responden hanya menggunakan media sosial secara pasif, tanpa strategi promosi dan penjualan yang sistematis. Setelah intervensi, sebanyak 65% responden mampu mengelola akun bisnis di marketplace, 55% secara rutin membuat konten promosi digital, dan 50% mulai menggunakan metode pembayaran digital.

Dari sisi sikap dan niat berwirausaha, skor rata-rata sikap terhadap digitalisasi meningkat dari 3,1 menjadi 4,0, norma subjektif dari 2,9 menjadi 3,8, dan persepsi kontrol perilaku dari 3,0 menjadi 3,9. Uji-t menunjukkan peningkatan signifikan ($p < 0,05$) pada semua konstruk. Secara

kualitatif, peserta mengaku bahwa mentoring intensif dan dukungan kelompok sebaya meningkatkan kepercayaan diri serta mendorong konsistensi dalam menjalankan usaha.

Selain peningkatan individual, penelitian ini menemukan munculnya efek sosial berupa terbentuknya komunitas wirausaha muda digital di tingkat desa. Komunitas ini berfungsi sebagai ruang berbagi pengalaman, kolaborasi pemasaran, serta dukungan moral antarpemuda. Sebanyak 30% dari peserta yang sebelumnya tidak memiliki usaha berhasil memulai bisnis baru berbasis produk lokal, seperti makanan olahan dan kerajinan bambu, dalam waktu enam bulan. Bagi peserta yang sudah memiliki usaha, rata-rata peningkatan omzet mencapai 20–35%.

Hambatan utama yang dihadapi peserta antara lain keterbatasan jaringan internet di beberapa wilayah, rendahnya ketersediaan perangkat digital, serta jadwal kerja ganda antara usaha dan pekerjaan lain. Namun, dukungan dari perangkat desa dan BUMDes melalui penyediaan fasilitas internet publik dan ruang pelatihan menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan program.

Dari hasil tersebut, terbentuk model pendampingan digitalisasi ekonomi kreatif berbasis desa yang terdiri atas enam komponen utama: (1) analisis kebutuhan dan segmentasi peserta, (2) pelatihan digital adaptif, (3) mentoring individu dan kelompok, (4) konsultasi teknis berkelanjutan, (5) evaluasi partisipatif, dan (6) dukungan kelembagaan lokal. Model ini bersifat dinamis dan dapat direplikasi di desa lain dengan penyesuaian konteks sosial-budaya.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pendampingan digitalisasi ekonomi kreatif di Desa Pagerwangi telah menghasilkan transformasi signifikan dalam peningkatan kapabilitas digital, perubahan perilaku kewirausahaan, dan penguatan ekosistem sosial desa. Secara konseptual, temuan ini memperkuat teori pemberdayaan masyarakat (community empowerment) yang dikemukakan oleh Zimmerman (2000), bahwa keberhasilan pemberdayaan ditandai oleh peningkatan kontrol individu terhadap sumber daya, munculnya rasa kompetensi, dan penguatan hubungan sosial di dalam komunitas. Dalam konteks penelitian ini, program pendampingan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga membangun kesadaran kritis dan kepercayaan diri dalam mengelola usaha berbasis digital. Proses belajar partisipatif melalui mentoring dan kolaborasi sebaya terbukti menjadi mekanisme yang efektif dalam membentuk kepercayaan diri serta mendorong munculnya inisiatif ekonomi baru di kalangan pemuda desa.

Temuan ini juga sejalan dengan konsep digital capability framework yang dikemukakan oleh Van Deursen dan Helsper (2018), yang menyatakan bahwa literasi digital yang produktif mencakup dimensi teknis, kognitif, dan sosial. Dalam penelitian ini, peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola akun bisnis digital dan membuat konten promosi mencerminkan dimensi teknis dan kognitif, sedangkan terbentuknya komunitas wirausaha muda digital menunjukkan berkembangnya dimensi sosial dari literasi digital. Ketiga dimensi tersebut menjadi fondasi penting bagi terciptanya digital entrepreneurship ecosystem di tingkat lokal. Hasil ini memperkuat pandangan Briel et al. (2018) bahwa kewirausahaan digital bukan sekadar penggunaan teknologi untuk bisnis, tetapi merupakan bentuk adaptasi sosial terhadap perubahan ekonomi berbasis pengetahuan.

Dari sisi perilaku kewirausahaan, peningkatan skor sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku setelah intervensi mendukung relevansi Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) dalam menjelaskan perubahan intensi berwirausaha berbasis digital. Peningkatan yang signifikan pada persepsi kontrol perilaku menandakan bahwa peserta merasa lebih mampu dan memiliki kendali atas tindakan wirausaha mereka setelah memperoleh pendampingan dan dukungan sosial. Hal ini memperkuat hasil penelitian RezaeiZadeh et al. (2017) yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis pengalaman dan pembelajaran sosial dapat memperkuat entrepreneurial self-efficacy dan meningkatkan niat berwirausaha di kalangan generasi muda. Di Desa Pagerwangi, kehadiran mentor dan kelompok belajar sebaya menciptakan ruang aman untuk eksplorasi ide dan pengambilan risiko yang konstruktif, suatu faktor penting dalam menumbuhkan entrepreneurial mindset yang berkelanjutan.

Dari perspektif sosial, terbentuknya komunitas wirausaha muda digital di tingkat desa menegaskan pentingnya social capital dalam memperkuat keberlanjutan program pemberdayaan. Coleman (1988) menjelaskan bahwa modal sosial berfungsi sebagai mekanisme koordinasi dan kolaborasi yang memungkinkan individu mencapai tujuan kolektif. Komunitas yang muncul sebagai hasil pendampingan berfungsi sebagai peer support system, tempat berbagi pengalaman, memecahkan masalah teknis, serta memperkuat motivasi dan solidaritas antarpeserta. Kondisi ini konsisten dengan temuan penelitian Ahmad et al. (2022) di Malaysia yang menunjukkan bahwa keberadaan komunitas digital berbasis desa mempercepat difusi inovasi dan meningkatkan partisipasi pemuda dalam sektor ekonomi kreatif. Dalam konteks Pagerwangi, solidaritas dan kolaborasi tersebut memperluas jangkauan pemasaran serta memperkuat identitas sosial pemuda sebagai agen perubahan digital di lingkungannya.

Lebih jauh, dukungan kelembagaan dari pemerintah desa dan BUMDes menjadi faktor penentu keberhasilan model pendampingan ini. Penyediaan fasilitas internet publik, ruang pelatihan, dan akses promosi kolektif memperlihatkan implementasi prinsip multi-stakeholder collaboration yang menempatkan pemerintah lokal sebagai katalisator inovasi sosial. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Mazzucato (2021) tentang mission-oriented innovation, di mana pemerintah berperan aktif dalam menciptakan kondisi ekosistem yang memungkinkan inovasi berkembang secara inklusif. Dengan demikian, keberhasilan program di Pagerwangi bukan semata hasil intervensi pelatihan, tetapi merupakan akumulasi sinergi antara kapasitas individu, dukungan komunitas, dan kebijakan lokal yang berpihak pada transformasi digital desa.

Selain memberikan kontribusi praktis, penelitian ini juga memperkaya kajian teoretis tentang model pendampingan digital di lingkungan pedesaan. Model enam komponen yang dihasilkan (mulai dari analisis kebutuhan hingga dukungan kelembagaan) menggambarkan proses pembelajaran adaptif yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif, bukan objek intervensi. Hal ini menguatkan pendekatan *participatory learning* sebagaimana dikemukakan Freire (1993), bahwa pembelajaran yang membebaskan terjadi ketika individu terlibat secara reflektif dan kritis terhadap realitas sosialnya. Dalam konteks ini, digitalisasi ekonomi kreatif bukan hanya proses teknologis, melainkan transformasi sosial yang memungkinkan pemuda membangun kemandirian dan martabat ekonomi melalui partisipasi aktif dalam ekosistem digital.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini menunjukkan kesesuaian sekaligus kebaruan. Penelitian oleh Wibowo dan Puspitasari (2021) tentang pemberdayaan UMKM

berbasis digital menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap teknologi. Namun, penelitian ini menambahkan dimensi sosial baru melalui pembentukan komunitas wirausaha muda digital yang berfungsi sebagai motor penggerak inovasi desa. Selain itu, temuan ini memperkuat hasil riset Nurhadi et al. (2023) yang menegaskan bahwa pendampingan berbasis komunitas lebih efektif dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan dibanding pendekatan pelatihan konvensional. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian proses pendampingan digital dengan strategi penguatan kelembagaan lokal, sehingga membentuk model pemberdayaan yang berkelanjutan dan replikatif di wilayah pedesaan lain.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa pendampingan digitalisasi ekonomi kreatif di Desa Pagerwangi tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga memperkuat struktur sosial dan kelembagaan desa. Proses tersebut menghasilkan model pemberdayaan digital yang berakar pada nilai-nilai lokal, berorientasi pada kemandirian, serta mampu menjawab tantangan transformasi ekonomi di era digital. Implikasi akademis dari hasil ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat desa di masa depan perlu dirancang dengan mengintegrasikan pendekatan digital, partisipatif, dan kolaboratif secara seimbang agar dapat mendorong terwujudnya masyarakat desa yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa model pendampingan digitalisasi ekonomi kreatif yang bersifat holistik dan adaptif berhasil meningkatkan jiwa kewirausahaan pemuda di Desa Pagerwangi. Pendampingan yang menggabungkan pelatihan teknis, mentoring berkelanjutan, dan dukungan kelembagaan mampu meningkatkan kapabilitas digital, sikap positif terhadap kewirausahaan, serta motivasi untuk berwirausaha. Model yang dihasilkan tidak hanya relevan bagi konteks Pagerwangi, tetapi juga dapat direplikasi di desa lain dengan menyesuaikan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya setempat. Pemerintah daerah dan lembaga pendidikan diharapkan dapat mengadopsi model ini sebagai strategi pemberdayaan pemuda desa menuju kemandirian ekonomi kreatif berbasis digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ahmad, N., Rahman, M. A., & Hassan, R. (2022). Empowering rural youth through digital entrepreneurship: A case study of village-based innovation communities in Malaysia. Journal of Rural Studies, 95, 27–38. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.01.010

Briel, F. V., Davidsson, P., & Recker, J. (2018). Digital technologies as external enablers of new venture creation in the IT hardware sector. Entrepreneurship Theory and Practice, 42(1), 47–69. https://doi.org/10.1177/1042258717732779

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, 94, S95–S120. https://doi.org/10.1086/228943

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Freire, P. (1993). Pedagogy of the oppressed (New rev. ed.). Continuum.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Universitas Diponegoro Press.

Kemendesa PDTT. (2022). Indeks Desa Digital Indonesia 2022. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia.

Mazzucato, M. (2021). Mission economy: A moonshot guide to changing capitalism. Harper Business.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (4th ed.). SAGE Publications.

Nurhadi, D., Suryana, Y., & Rahayu, S. (2023). Community-based mentoring to develop digital entrepreneurship in rural areas. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat dan Inovasi Sosial, 5(1), 23–37. https://doi.org/10.21009/jpmis.05103

Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods (4th ed.). SAGE Publications.

RezaeiZadeh, M., Hogan, M., O'Reilly, J., Cunningham, J., & Murphy, E. (2017). Core entrepreneurial competencies and their interdependencies: Insights from a study of Irish and Iranian entrepreneurs, university students, and academics. International Entrepreneurship and Management Journal, 13(1), 35–73. https://doi.org/10.1007/s11365-016-0390-y

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Alfabeta.

UNDP. (2021). Digital readiness assessment report: Indonesia. United Nations Development Programme.

Van Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2018). Collaboration and creative engagement: Developing digital capability frameworks. Telematics and Informatics, 35(8), 2253–2264. https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.09.010

Wibowo, A., & Puspitasari, R. (2021). Digital transformation and empowerment of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia during the COVID-19 pandemic. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Ekonomi Kreatif, 9(2), 101–115. https://doi.org/10.24815/jikek.v9i2.21457

World Bank. (2020). Digital economy for Indonesia: Country diagnostic report. World Bank Group.

Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational, and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), Handbook of community psychology (pp. 43–63). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4193-6_2