

## **PEMBERDAYAAN PEMUDA DESA MELALUI PENGAYAAN SOFT SKILL PEMASARAN DIGITAL DAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS POTENSI LOKAL**

**Muhammad Johan Widikusyanto, Arum Wahyuni Purbohastuti**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,  
*mjohanw@untirta.ac.id*

### **Abstract**

Lempuyang Village has agricultural and plantation potential, particularly bananas. However, the youth face limitations in soft skills to process harvests into marketable products. This community service aimed to improve the entrepreneurial capacity of Lempuyang's youth through training and mentoring in banana-based food processing, marketing communication, and the use of social media. The program was implemented in four stages: socialization, preparation, training, and monitoring-evaluation. Pre-test results showed participants' understanding of marketing communication (35 percent), social media marketing (50 percent), and banana processing (55 percent). Post-test results indicated significant improvements: marketing communication (75 percent), social media marketing (95 percent), and banana processing (90 percent). All participants expressed satisfaction with the program. These findings suggest that soft skill enrichment effectively fosters entrepreneurial spirit based on local potential.

*Keywords: soft skills, entrepreneurship, training, marketing, banana processing.*

### **Abstrak**

Desa Lempuyang memiliki potensi pertanian dan perkebunan, khususnya pisang, namun masyarakat terutama pemuda mengalami keterbatasan soft skill dalam mengolah hasil panen menjadi produk bernilai jual. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan keterampilan pemuda dan pemudi Desa Lempuyang melalui pelatihan dan pendampingan olahan pisang, komunikasi pemasaran, serta pemanfaatan media sosial. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, persiapan, pelatihan, dan monitoring-evaluasi. Hasil pre-test menunjukkan pemahaman peserta terhadap komunikasi pemasaran hanya 35 persen, pemasaran melalui media sosial 50 persen, dan kemampuan mengolah pisang 55 persen. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan: pemahaman komunikasi pemasaran 75 persen, kemampuan pemasaran media sosial 95 persen, dan kemampuan mengolah pisang 90 persen. Seluruh peserta menyatakan puas terhadap kegiatan ini. Temuan ini menunjukkan bahwa pengayaan soft skill efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan berbasis potensi lokal.

*Keywords: soft skill, kewirausahaan, pelatihan, pemasaran, olahan pisang.*

### **PENDAHULUAN**

Perekonomian pedesaan di Indonesia sangat bergantung pada hasil pertanian dan perkebunan. Desa Lempuyang, yang terletak di Kecamatan Tanara, Kabupaten Serang, merupakan salah satu desa dengan

sumber daya alam melimpah, terutama padi dan pisang. Menurut data resmi, desa ini memiliki karakteristik ekonomi yang masih bertumpu pada sektor pertanian dan perkebunan (BKKB, 2024; BPS Kabupaten Serang, 2023). Namun, pemanfaatan hasil pertanian lokal, khususnya pisang, masih terbatas

pada konsumsi sehari-hari tanpa adanya nilai tambah yang signifikan. Meskipun hampir setiap rumah memiliki lahan yang ditumbuhi pohon pisang, masyarakat hanya mengolahnya secara sederhana seperti digoreng atau direbus tanpa inovasi. Hal ini menyebabkan produk berbasis pisang memiliki nilai jual rendah.

Masalah utama muncul pada generasi muda. Pemuda dan pemudi Desa Lempuyang cenderung enggan melanjutkan pekerjaan sebagai petani atau buruh tani, sementara keterbatasan pendidikan formal membuat mereka kesulitan bersaing di dunia kerja. Akibatnya, tingkat pengangguran di desa meningkat. Dalam diskusi bersama organisasi kepemudaan GP Ansor dan Fatayat, teridentifikasi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan soft skill, terutama dalam hal kewirausahaan dan pengolahan hasil pertanian. Aspek soft skills sangat penting untuk meningkatkan kesiapan berwirausaha, terutama bagi pemuda desa (Strampe & Rambe, 2024), dan kapasitas kewirausahaan (Tem et.al, 2020).

Soft skill yang dimaksud mencakup kemampuan berpikir kritis, komunikasi efektif, kreativitas, keterampilan mengolah produk, serta kemampuan memasarkan secara digital. Pemasaran digital diberikan sebagai sarana untuk memperluas pasar melalui media sosial (Iskamto et al., 2024; Suryani et al., 2024; Islachiyana et al., 2024; Ermawati & Utami, 2025).

Menurut Sudarmanto (2019), pengembangan kewirausahaan berbasis kearifan lokal mampu membuka peluang kerja baru dan meningkatkan ekonomi masyarakat desa. Sementara Wirawan (2020) menekankan bahwa soft skill menjadi kunci penting dalam membangun wirausaha yang berdaya saing di era digital.

Dengan latar belakang tersebut,

tim dosen dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa berkolaborasi dengan GP Ansor dan Fatayat Desa Lempuyang untuk melaksanakan program pelatihan dan pendampingan kewirausahaan berbasis pengolahan pisang.

Melalui program pelatihan, masyarakat tidak hanya diajarkan mengolah pisang menjadi produk kuliner yang lebih bernilai, tetapi juga dibekali keterampilan kewirausahaan dan pemasaran digital agar dapat meningkatkan pendapatan keluarga (Hairunisya et al., 2023; Hasmawati et al., 2024). Kegiatan ini diharapkan tidak hanya menambah keterampilan praktis, tetapi juga menumbuhkan jiwa kewirausahaan sehingga pemuda desa mampu memanfaatkan potensi lokal secara berkelanjutan.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui empat tahapan. Pertama adalah tahap sosialisasi. Pada tahap ini dilakukan survei pendahuluan melalui wawancara dan diskusi dengan perwakilan mitra. Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa permasalahan utama terletak pada keterbatasan keterampilan pengolahan pisang dan pemasaran produk. Sosialisasi juga digunakan untuk menyepakati bentuk kegiatan pelatihan dan peran masing-masing pihak.

Tahap kedua adalah persiapan. Tim bersama mitra menyiapkan kebutuhan kegiatan seperti tempat, peralatan memasak, bahan baku pisang, serta perangkat untuk promosi digital. Materi pelatihan disusun mencakup tiga tema utama, yaitu komunikasi pemasaran yang menarik, strategi pemasaran melalui media sosial, dan resep serta teknik pengolahan pisang menjadi makanan inovatif.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan kegiatan. Pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk mempraktikkan pengolahan pisang menjadi produk seperti pisang krispy dan pisang kembang. Selain itu, peserta juga diajarkan cara membuat konten promosi sederhana menggunakan media sosial.

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta. Selain itu, survei kepuasan dilakukan untuk menilai persepsi peserta terhadap manfaat kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Lempuyang berlangsung pada 13 Agustus 2025. Kegiatan ini diikuti oleh pemuda GP Ansor dan pemudi Fatayat yang sebelumnya telah menunjukkan minat untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Sejak awal, antusiasme peserta sudah terlihat ketika mereka mengikuti sesi pembukaan. Kehadiran perangkat desa dan tokoh masyarakat menambah motivasi peserta, karena kegiatan ini dianggap penting untuk mendukung peningkatan ekonomi lokal.

Selama pelatihan, peserta mendapatkan materi yang dibagi ke dalam tiga tema besar: komunikasi pemasaran, strategi pemasaran melalui media sosial, dan praktik pengolahan pisang menjadi produk kuliner. Pada sesi komunikasi pemasaran, peserta diajak memahami cara menyusun pesan promosi yang menarik, sederhana, namun mampu meyakinkan konsumen. Materi ini dilanjutkan dengan praktik role play, di mana peserta berlatih

memperkenalkan produk olahan pisang yang mereka buat seolah-olah sedang memasarkan kepada calon pembeli. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih gugup pada awalnya, tetapi setelah latihan berulang, mereka menjadi lebih percaya diri.

Sesi kedua membahas pemasaran digital menggunakan media sosial. Dalam era digital saat ini, keberadaan media sosial merupakan alat penting untuk memperluas jangkauan pasar. Peserta diajarkan cara membuat akun bisnis sederhana, mengambil foto produk dengan pencahayaan alami, serta menuliskan deskripsi produk yang menarik. Dari pengamatan, peserta perempuan terlihat lebih cepat menguasai keterampilan ini, bahkan beberapa di antaranya langsung mengunggah hasil foto produk ke media sosial pribadi mereka selama kegiatan berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan pemasaran digital relatif mudah diadopsi oleh generasi muda desa.

Pelatihan Komunikasi pemasaran dan Pemasaran melalui media sosial ditampilkan pada gambar 1.



**Gambar 1.** Pelatihan Komunikasi Pemasaran dan Pemasaran Melalui Media Sosial

Sesi ketiga adalah praktik pengolahan pisang. Peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok dan

diberikan resep dasar untuk membuat pisang krispy dan pisang kembung. Kedua produk ini dipilih karena sederhana, bahan bakunya mudah didapat, dan sudah cukup populer di pasaran. Setiap kelompok berhasil menghasilkan produk dengan variasi rasa dan tampilan. Salah satu kelompok mencoba menambahkan topping cokelat dan keju sehingga tampilan produknya lebih menarik. Hal ini menunjukkan munculnya kreativitas peserta dalam mengembangkan produk kuliner berbasis pisang.

Praktik pengolahan pisang dan hasil praktik ditampilkan pada gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Praktik Pengolahan Pisang



Gambar 3. Hasil Praktik

Hasil monitoring dan evaluasi kegiatan memberikan bukti kuantitatif atas efektivitas kegiatan yang ditunjukkan pada Tabel 1. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi yang ditampilkan pada Tabel 1, terlihat

adanya peningkatan signifikan pada kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Pada aspek **pemahaman komunikasi pemasaran**, sebelum pelatihan hanya 35% peserta yang memahami cara berkomunikasi yang menarik, sementara setelah pelatihan jumlah tersebut meningkat menjadi 75%. Artinya, terjadi peningkatan sebesar 40% yang menunjukkan bahwa materi yang diberikan mampu memperbaiki kemampuan peserta dalam menyusun pesan pemasaran yang lebih efektif.

Tabel 1. Hasil Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Aspek	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan (%)
Pemahaman Komunikasi Pemasaran	35	75	+40
Pemahaman Pemasaran Melalui Media Sosial	50	95	+45
Kemampuan Memasak Olahan Pisang	55	90	+35
Kepuasan Peserta	-	100	-

Selanjutnya, pada aspek **pemasaran melalui media sosial**, terjadi peningkatan yang lebih tinggi. Sebelum pelatihan, hanya 50% peserta yang mampu menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Namun setelah pelatihan, persentase tersebut melonjak menjadi 95%, sehingga terdapat peningkatan sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan strategi pemasaran digital sangat relevan dengan kebutuhan pemuda desa yang kini semakin akrab dengan teknologi, dan dapat menjadi sarana utama dalam memperluas jangkauan pasar produk olahan mereka, tidak hanya terbatas di desa.

Pada aspek **kemampuan memasak olahan pisang**, hasil pre-test menunjukkan 55% peserta sudah memiliki keterampilan dasar. Setelah diberikan pendampingan dan praktik langsung, jumlah tersebut meningkat menjadi 90%, atau terjadi peningkatan sebesar 35%. Peningkatan ini menegaskan bahwa praktik langsung berbasis potensi lokal sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis peserta, sekaligus memanfaatkan sumber daya desa yang melimpah.

Terakhir, dari aspek **kepuasan peserta**, diperoleh hasil bahwa 100% peserta merasa puas dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan. Capaian ini mengindikasikan bahwa program pengabdian kepada masyarakat di Desa Lempuyang berhasil menjawab kebutuhan peserta, baik dari sisi peningkatan keterampilan maupun relevansi materi dengan potensi lokal yang ada.

Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa pelatihan yang dirancang berbasis potensi lokal tidak hanya efektif dalam meningkatkan **soft skill pemasaran dan komunikasi**, tetapi juga memberikan dampak nyata pada keterampilan teknis dan motivasi peserta untuk menjadi pelaku wirausaha baru..

Dengan demikian, hasil kegiatan ini memberikan gambaran bahwa pengembangan soft skill berbasis potensi lokal dapat menjadi strategi efektif dalam mengatasi masalah pengangguran dan meningkatkan perekonomian desa di Indonesia secara lebih luas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hasmawati et al. (2024) yang menekankan efektivitas program kewirausahaan berbasis komunitas. Peningkatan soft skill juga sejalan dengan hasil studi Nafisa (2023) yang menunjukkan pentingnya pelatihan soft skill bagi generasi muda. Selain itu,

Hairunisya et al. (2023) menemukan bahwa pelatihan manajemen kewirausahaan berbasis partisipatif dapat meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Penelitian Merung et al. (2024) juga menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kesejahteraan psikologis berhubungan erat dengan minat wirausaha, sedangkan Yohana & Dikara (2024) menekankan pentingnya soft skill untuk mendukung keberhasilan program pelatihan kewirausahaan.

Selain peningkatan keterampilan, terdapat pula perubahan sikap. Sebelumnya peserta menganggap pisang hanya makanan rumahan biasa, tetapi setelah pelatihan mereka menyadari bahwa pisang memiliki potensi besar jika diolah dengan baik dan dipasarkan secara tepat. Bahkan, beberapa peserta mulai berdiskusi mengenai kemungkinan membentuk kelompok usaha bersama untuk memproduksi olahan pisang secara berkelanjutan. Hal ini menandakan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya berdampak pada keterampilan teknis, tetapi juga pada perubahan pola pikir dan semangat berwirausaha.

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan, pelaksanaan program tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan fasilitas pendukung. Misalnya, sebagian peserta tidak memiliki gawai yang memadai untuk praktik pemasaran digital. Hal ini menyebabkan mereka harus berbagi perangkat selama kegiatan berlangsung. Selain itu, keterbatasan jaringan internet di beberapa titik desa membuat praktik pemasaran online tidak selalu berjalan lancar. Namun, kendala ini mampu diatasi melalui strategi berbagi peralatan dan penggunaan materi offline yang kemudian dipraktikkan kembali oleh peserta di rumah masing-masing.

Kendala lain yang muncul adalah perbedaan tingkat pengetahuan awal antar peserta. Sebagian peserta, khususnya yang berusia lebih muda, lebih cepat memahami materi digital marketing, sementara peserta yang lebih tua cenderung kesulitan. Situasi ini justru menghasilkan dinamika pembelajaran kolaboratif, di mana peserta yang lebih mahir membantu teman sekelompoknya. Hal ini sejalan dengan konsep pembelajaran partisipatif, di mana keberhasilan pelatihan tidak hanya bergantung pada fasilitator, tetapi juga pada kolaborasi antar peserta.

Dari sisi dampak jangka panjang, kegiatan ini membuka peluang untuk replikasi ke desa lain yang memiliki potensi serupa. Potensi pengembangan olahan pisang misalnya, tidak hanya terbatas pada Desa Lempuyang, melainkan juga dapat diterapkan di desa-desa lain di Kecamatan Tanara dan Kabupaten Serang yang memiliki sumber daya alam serupa. Dengan pengayaan soft skill yang berkesinambungan, masyarakat pedesaan dapat diarahkan untuk mengembangkan produk unggulan lokal masing-masing.

Selain itu, program ini juga memberi dampak positif terhadap hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat. Melalui kegiatan ini, universitas tidak hanya hadir sebagai lembaga akademik, tetapi juga sebagai mitra pembangunan desa. Hal ini memperkuat peran perguruan tinggi dalam menjalankan Tri Dharma, khususnya pengabdian kepada masyarakat. Jika program serupa dapat dijalankan secara konsisten, maka kolaborasi ini berpotensi membentuk ekosistem kewirausahaan desa yang berkelanjutan.

Dari sisi sosial, pelatihan ini berkontribusi terhadap peningkatan rasa

percaya diri peserta. Sebelum pelatihan, banyak pemuda merasa ragu untuk terjun ke dunia usaha karena keterbatasan modal dan pengetahuan. Namun, setelah merasakan bahwa mereka mampu menghasilkan produk yang layak jual dan mendapat respon positif dari masyarakat sekitar, muncul motivasi baru untuk mencoba berwirausaha. Kondisi ini sesuai dengan temuan Merung et al. (2024) bahwa kompetensi kewirausahaan berhubungan erat dengan kesejahteraan psikologis dan minat berwirausaha generasi muda.

Kegiatan ini juga menciptakan dampak sosial berupa meningkatnya kolaborasi antarorganisasi kepemudaan di Desa Lempuyang. Pemuda GP Ansor dan pemuda Fatayat yang sebelumnya lebih sering bergerak secara terpisah, kini mulai membangun komunikasi intensif untuk merencanakan produksi bersama. Hal ini memperkuat modal sosial desa yang sangat penting untuk keberlanjutan program. Menurut Hairunisa et al. (2023), pelatihan kewirausahaan berbasis partisipatif tidak hanya meningkatkan keterampilan individu, tetapi juga memperkuat ikatan sosial yang menjadi fondasi keberhasilan program masyarakat.

Dari perspektif keberlanjutan, peluang terbentuknya kelompok usaha bersama (KUB) cukup besar. Dukungan perangkat desa terhadap inisiatif pemuda juga menjadi modal awal yang penting. Jika program ini didorong lebih jauh dengan akses permodalan mikro, maka usaha kecil berbasis olahan pisang dapat berkembang menjadi unit ekonomi produktif yang memberikan lapangan kerja baru.

Selain itu, potensi pemasaran digital yang telah dikenalkan selama pelatihan membuka akses pasar yang lebih luas. Misalnya, peserta yang mulai menggunakan media sosial untuk

promosi produk, mendapat pesanan tidak hanya dari lingkungan sekitar, tetapi juga dari kecamatan tetangga. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun usaha baru berskala mikro, peluang ekspansi pasar terbuka lebar berkat teknologi digital. Studi Islachiyana et al., 2024 dan Suryani et al., 2024 menunjukkan bahwa digital marketing mampu meningkatkan daya saing UMKM desa. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Nurpauzi et al. (2025) yang menekankan pentingnya pelatihan kewirausahaan berbasis digital bagi pemuda desa sebagai strategi penguatan ekonomi kreatif.

Ke depan, kegiatan serupa dapat direplikasi di desa lain dengan penyesuaian pada potensi lokal masing-masing. Jika di Desa Lempuyang pisang menjadi bahan utama, maka di desa lain potensi lokal bisa berupa singkong, jagung, atau hasil perkebunan lain. Dengan kata lain, strategi pengayaan soft skill berbasis potensi lokal terbukti fleksibel dan dapat dijadikan model pemberdayaan masyarakat pedesaan secara lebih luas.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Lempuyang berhasil meningkatkan soft skill pemuda dan pemudi mitra GP Ansor dan Fatayat. Peningkatan signifikan terjadi pada keterampilan komunikasi pemasaran, kemampuan memanfaatkan media sosial, serta keterampilan mengolah pisang menjadi produk bernilai jual. Kegiatan ini juga menumbuhkan kepercayaan diri dan motivasi berwirausaha di kalangan peserta.

Secara praktis, program ini telah membuktikan bahwa pelatihan berbasis potensi lokal dapat menjadi solusi untuk mengurangi pengangguran di desa dan

meningkatkan ekonomi masyarakat. Untuk keberlanjutan, disarankan agar mitra didorong membentuk kelompok usaha bersama yang fokus pada produksi dan pemasaran olahan pisang. Selain itu, perlu dukungan berkelanjutan dari perguruan tinggi dan pemerintah daerah dalam bentuk pendampingan lanjutan, akses permodalan, serta pelatihan lanjutan di bidang digital marketing.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa atas dukungan pendanaan dan fasilitasi, serta kepada GP Ansor dan Fatayat Desa Lempuyang atas partisipasi aktif dan kerja samanya dalam kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). (2025, April 21). *Profil Desa Lempuyang*. Kampung KB. <https://kampungkbbkkbn.go.id/kampung/42696/lempuyang>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Serang (BPS). (2023, 26 September). *Kecamatan Tanara dalam angka 2023* (Publikasi No. 36040.2333). BPS Kabupaten Serang. <https://serangkab.bps.go.id/id/publication/2023/09/26/666ed808baf95c553b0e52f7/kecamatan-tanara-dalam-angka-2023.html>
- Ermawati, L., & Utami, Z. R. (2025). Empowering Community MSMEs: Enhancing Economic Potential Through Digital Marketing and Innovative

- Packaging Solutions in Lampung Province. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 10-26. <https://doi.org/10.29062/engagement.v9i1.1903>
- Hairunisa, N., Rindrayani, S. R., & Subiyantoro, H. (2023). Community development and social welfare through entrepreneurship management training. *Asian Management and Business Review*, 3(2), 107–120.
- Hasmawati, H., Winarti, W., Jumriani, J., Arfah, M. I. C., & Jafar, J. (2024). The Effect of Community-Based Entrepreneurship Development Programs on Improving the Economic Welfare of Communities in Rural Areas. *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 10–23.
- Iskamto, D., Kharisma, M., & Lesmana, R. (2024). The role of digital marketing for MSMEs in Indonesia. *Adpebi Science Series*, 2(1), 1–12. <https://adpebipublishing.com/index.php/icemat/article/view/265>
- Islachiyana, R., Fathoni, M., Asmawan, Y. F. A., Amala, K. W., Agil, M., Hamidudin, A. Y., & Putra, S. A. A. K. (2024). Meningkatkan value produk UMKM melalui digital marketing di Desa Pagerwojo, Kabupaten Jombang. *REMB: Research Economics Management and Business*, 2(1), 43–51. <https://doi.org/10.36232/remb.v2i1.1692>
- Merung, A. Y., Sofyan, I. R., Sudirman, N. A., & Isma, A. (2024). Do Entrepreneurial Competence and Psychological Well-Being Affect Entrepreneurial Interest among Young Entrepreneurs? *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship Research*, 2(1), 63–75.
- Nafisa, L. (2023). Empowering High School Graduates: Soft Skills and Financial Report Training for Entrepreneurship and Workforce Success. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 14(2).
- Nurpauzi, R., Hidayat, A., & Meilya, R. (2025). Pelatihan kewirausahaan berbasis digital untuk pemberdayaan pemuda di Karang Taruna Desa Margasari. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 8(1), 37–44. <https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/comm-edu/article/download/19936/712/0/64276>
- Strampe, S. A., & Rambe, P. (2024). Soft skills on entrepreneurial readiness behaviours: Evidence from university students. *Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 16(1), Article a778. <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v16i1.778>
- Sudarmanto, E. (2019). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal di Indonesia. Alfabeta.
- Suryani, E. I., Apriani, N., Mahfuz, S., Deswita, R. T., Sari, Y. M., Sururuzaman, S., ... & Firdaus, S. L. (2024). Sosialisasi strategi digital marketing pada UMKM di Desa Gisting Bawah: Studi kasus keripik pisang Anggun. *Mengabdi: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(5).

- <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i5.896>
- Tem, S., Kuroda, A., & Tang, K. N. (2020, July). *The importance of soft skills development to enhance entrepreneurial capacity*. International Educational Research, 3(3), Article p1. <https://doi.org/10.30560/ier.v3n3p1>
- Wirawan, H. (2020). Membangun Wirausaha Desa Berbasis Ekonomi Kreatif. Graha Ilmu.
- Yohana, A., & Dikara, W. S. J. (2024). Review Entrepreneurial Soft Skills: Identifikasi, Klasifikasi dan Manfaat. Youth Entrepreneurship & Opportunity Journal, 3(1).