

Pemberdayaan Karangtaruna melalui Pelatihan Pembuatan Merchandise Berbasis Budaya Lokal

Empowering Youth Organization through Training on the Production of Local Culture-Based Merchandise

Eta Yuni Lestari^{1*}, Slamet Sumarto², Puji Lestari³, Nugraheni Arumsari⁴

^{1,2}Prodi PPKn, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

³Prodi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

⁴Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Penulis korespondensi: etayuni@mail.unnes.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 30 September 2025;

Revisi: 20 Oktober 2025;

Diterima: 05 November 2025;

Tersedia: 21 November 2025

Keywords: Creative Economy;

Cultural Conservation;

Karangtaruna Village; Local

Products; Youth Empowerment

Abstract: This community service activity aims to empower the youth organization (Karangtaruna) in Lau Village, Kudus Regency, through training on the production of local culture-based merchandise as an effort to preserve socio-cultural values and strengthen the local creative economy. The program adopted a community-based empowerment approach that emphasized the active participation of community members from the planning stage to evaluation. Sixteen youth members participated in various activities, including cultural conservation awareness sessions, participatory design and production training, digital marketing mentoring, and reflective discussions on sustainability. The results indicate significant improvement in participants' awareness of cultural preservation, creative and entrepreneurial skills, and the emergence of local leaders who initiated collective business activities. The program successfully transformed the youth group from a passive community into an active, innovative, and self-reliant organization. At the national level, the activity supports the development of conservation-oriented character in line with the vision of Universitas Negeri Semarang as a conservation-minded university. At the global level, this initiative contributes to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 4 (Quality Education), SDG 8 (Decent Work and Economic Growth), and SDG 11 (Sustainable Cities and Communities), by promoting youth participation as agents of change and reinforcing cultural sustainability within global development frameworks.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan Karangtaruna Desa Lau, Kabupaten Kudus, melalui pelatihan pembuatan merchandise berbasis budaya lokal sebagai upaya konservasi sosial budaya dan penguatan ekonomi kreatif. Program ini menggunakan pendekatan *community-based empowerment* yang menekankan partisipasi aktif peserta sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Sebanyak 16 anggota Karangtaruna terlibat dalam serangkaian kegiatan meliputi sosialisasi konservasi budaya, pelatihan desain dan produksi merchandise, pendampingan pemasaran digital, serta refleksi keberlanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya pelestarian budaya lokal, peningkatan keterampilan kreatif dan kewirausahaan, serta munculnya pemimpin lokal yang menggerakkan usaha bersama berbasis budaya. Kegiatan ini menghasilkan perubahan sosial yang nyata dari komunitas pemuda yang semula pasif menjadi lebih produktif, inovatif, dan berdaya. Secara nasional, program ini mendukung pembangunan karakter konservasi sesuai dengan visi Universitas Negeri Semarang sebagai kampus berwawasan konservasi. Secara global, kegiatan ini berkontribusi terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), dan SDG 11 (Kota dan Komunitas Berkelanjutan), melalui penguatan peran pemuda sebagai agen perubahan sosial dan pelestarian budaya dunia.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif; Karangtaruna Desa; Konservasi Budaya; Pemberdayaan Pemuda; Produk Lokal

1. PENDAHULUAN

Budaya lokal memiliki nilai, makna, filosofi yang patut untuk di jaga dan dilestarikan ditengah gempuran budaya asing yang dengan mudah masuk ke Indonesia dan dapat menggeser budaya nasional maupun lokal. Budaya lokal mengandung nilai dari masa lalu (*intangible heritage*) yang merupakan warisan dari pendahulu yang ada di Nusantara, meliputi: tradisi, cerita rakyat dan legenda, bahasa ibu sejarah lisan, kreativitas (tari, lagu, drama pertunjukan), kemampuan beradaptasi dan keunikan masyarakat setempat (Permadani & Mistriani, 2021). Perwujudan budaya lokal terdapat pada tradisi, religi, sosial, teknologi dan juga seni (Suradi, 2019). Kabupaten Kudus salah satu kota yang kaya budaya lokal, mulai dari batik, kuliner, adat istiadat, bordil, rumah adat, kesenian, dll. Budaya lokal Kudus jika dikelola dengan baik, dapat dijadikan sebagai *branding*, hal ini didukung dengan wisata yang ada di Kabupaten Kudus. Wisata di Kabupaten Kudus terdiri dari wisata alam, wisata budaya dan wisata religi. Wisata Budaya misalnya tarian, rumah adat, kuliner yang beragam diantaranya soto kerbau, sate kerbau, lentog tanjung, getuk nyimut, pecel pakis, batik Kapal Kandas. Kota Kudus selain terkenal dengan industri rokok juga banyak usaha kecil dan menengah yang jika dikelola dengan baik akan berpotensi meningkatkan taraf hidup masyarakat (Fithri et al., 2017).

Potensi budaya lokal yang dikelola dan dijaga dengan baik akan membawa dampak positif bagi masyarakat setempat, akan tetapi permasalahan budaya lokal saat ini juga memiliki ancaman serius, mengingat budaya asing sangat dengan mudah masuk ke Indonesia (Setiadi & Zubaidi, 2023). Masuknya nilai-nilai Barat yang menumpang arus globalisasi merupakan ancaman bagi budaya asli yang mencitrakan lokalitas khas daerah di negeri ini (Meidiana et al., 2023). Kesenian-kesenian daerah seperti ludruk, ketoprak, wayang, gamelan, dan tari menghadapi ancaman serius dari berkembangnya budaya pop khas barat yang semakin diminati masyarakat karena dianggap lebih modern, selain itu tradisi lokal, nilai sopan santun, Bahasa daerah juga mulai terlupakan (Mubah, 2011). Oleh karena itu kajian permasalahan kesadaran kolektif lokal dan identitas nasional dalam era globalisasi saat ini sangat relevan diwacanakan (Brata Ida Bagus, 2016).

Upaya pelestarian budaya lokal bisa dilakukan melalui kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (Lestari et al., 2025). Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan di Karangtaruna Desa Lau Dawe Kabupaten Kudus, pemilihan karangtaruna karena potensial dalam membangun desa bahkan daerah (Budihartanti et al., 2021). Permasalahan yang dialami mitra dari hasil observasi terdapat permasalahan, yaitu sebagian besar anggota karangtaruna belum bisa mengelola potensi budaya lokal yang ada di sekitar mereka, karangtaruna sebagai generasi muda belum memiliki program unggulan yang dapat membuka peluang usaha untuk

ikut serta mempercepat pembangunan desa, karangtaruna masih membutuhkan pendampingan untuk menghasilkan produk unggulan yang bisa digunakan untuk membranding desa sekaligus Kota Kudus secara umum. Karangtaruna yang desa Lau sebagian besar berpendidikan Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas. Jumlah Anggota Karangtaruna diantara 35 orang, akan tetapi tidak semuanya aktif dalam kegiatan karangtaruna. Seringkali karangtaruna desa Lau berkegiatan sebagai *sinoman* (pramusaji) ketika ada warga yang menggelar pesta pernikahan, selain itu mereka berkumpul pada kegiatan remaja masjid akan tetapi cenderung pasif.

Berdasarkan kondisi mitra yang telah disampaikan tersebut di atas, tim pengabdian bertujuan untuk menyelenggarakan kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan memanfaatkan potensi yang ada dan membuka peluang usaha. Kegiatan pendampingan pelatihan yang berfokus pada keterampilan mendesain merchandise dan memasarkan baik secara langsung maupun secara online melalui *e commerce* seperti shopee, toko pedia. Penggunaan *e commerce* merupakan strategi digital marketing di jaman modern yang lebih menghemat biaya pemasaran dan lebih efektif karena memanfaatkan teknologi dan internet (Pranoto et al., 2019). Dengan kegiatan tersebut di atas diharapkan dapat membuka peluang usaha bagi karangtaruna, sekaligus memasarkan budaya lokal khas kota Kudus dan sinergis dengan program pemerintah khususnya prioritas nasional ke 4 yaitu revolusi mental dan pembangunan kebudayaan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan Community-Based Empowerment yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan. Pengabdian dilaksanakan melalui proses perencanaan aksi bersama komunitas (community organizing) yang melibatkan mitra sejak tahap identifikasi masalah, perumusan tujuan, hingga pelaksanaan dan evaluasi program. Subjek pengabdian adalah anggota Karangtaruna Desa Lau, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus, sebanyak 16 orang dengan rentang usia 18–30 tahun. Mitra ini dipilih karena memiliki potensi sosial dan ekonomi yang besar namun belum memiliki program unggulan yang dapat memberdayakan generasi muda secara produktif. Lokasi pengabdian berada di lingkungan Desa Lau Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Lokasi dipilih secara purposif karena kedekatannya dengan kawasan wisata religi Gunung Muria, sehingga strategis untuk pengembangan produk budaya berbasis ekonomi kreatif. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 24 Mei 2025.

Tahap perencanaan dimulai dengan observasi awal oleh tim pengabdian untuk mengidentifikasi potensi lokal, kebutuhan mitra, serta hambatan yang dihadapi oleh

Karangtaruna. Hasil observasi menunjukkan rendahnya pengetahuan tentang konservasi budaya dan keterampilan produksi kreatif. Berdasarkan temuan tersebut, dilakukan diskusi partisipatif (*focus group discussion*) antara tim pengabdian dan pengurus Karangtaruna untuk menentukan bentuk kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan komunitas. Melalui proses ini, disepakati bahwa kegiatan yang paling relevan adalah pelatihan pembuatan merchandise berbasis budaya lokal yang memadukan nilai-nilai konservasi sosial budaya dengan peluang ekonomi kreatif. Karangtaruna berperan aktif dalam menyiapkan peserta, menentukan jadwal, serta menyediakan tempat kegiatan.

Strategi yang digunakan adalah pelatihan partisipatif (*participatory training*) dan pendampingan berbasis praktik langsung (*hands-on mentoring*). Metode ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis dalam desain dan produksi merchandise. Kegiatan difokuskan pada desain dan pembuatan produk yang ramah lingkungan seperti *tote bag*, *tumbler*, *mug*, dan *pin* yang menampilkan simbol-simbol budaya khas Kudus.

Tahapan Kegiatan terdiri dari persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan tindak lanjut. Pada tahapan persiapan yang dilakukan adalah observasi lapangan dan koordinasi dengan kepala desa dan pengurus Karangtaruna, penyusunan jadwal kegiatan, modul pelatihan, dan alat praktik, sosialisasi kegiatan kepada masyarakat desa. Pada tahap pelaksanaan yang dilakukan adalah pemberian materi tentang konservasi sosial budaya dan potensi budaya lokal Kudus, pelatihan desain dan produksi merchandise berbasis budaya lokal dengan pendampingan langsung, diskusi dan refleksi bersama peserta untuk mengembangkan ide kreatif serta peluang pemasaran produk.

Tahap Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipatif dan wawancara singkat dengan peserta untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan. Hasil kegiatan dievaluasi bersama pengurus Karangtaruna untuk menentukan langkah keberlanjutan program, termasuk rencana pemasaran melalui *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Luaran kegiatan berupa peningkatan kapasitas anggota Karangtaruna dalam memahami konservasi budaya, kemampuan membuat desain produk, serta rencana pengembangan usaha kecil berbasis budaya lokal. Program ini diharapkan berkelanjutan melalui pembentukan kelompok wirausaha muda Karangtaruna yang fokus pada pengembangan *local cultural merchandise* sebagai bagian dari kaderisasi nilai konservasi sosial budaya di Desa Lau Kudus.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Lau, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus, dilaksanakan melalui serangkaian proses pendampingan yang melibatkan Karangtaruna Desa Lau sebagai mitra utama. Pendampingan dilakukan secara partisipatif dengan menempatkan anggota Karangtaruna sebagai subjek utama perubahan, bukan sekadar penerima manfaat.

Selama proses pelaksanaan, kegiatan berjalan dalam suasana kolaboratif dan komunikatif, di mana setiap tahapan disepakati bersama antara tim pengabdian dan mitra. Hal ini menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap program yang dijalankan. Rangkaian kegiatan pengabdian terdiri atas beberapa bentuk aksi teknis, yaitu:

- a. Sosialisasi dan penyadaran konservasi sosial budaya. Tahap awal difokuskan pada peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya menjaga budaya lokal Kudus di tengah arus globalisasi. Peserta diajak mendiskusikan potensi budaya lokal seperti *Menara Kudus*, *Batik Kapal Kandas*, *Gethuk Nyimut*, dan *Buah Parijoto* sebagai sumber identitas komunitas. Proses ini menumbuhkan kesadaran bahwa budaya lokal tidak hanya bernilai historis, tetapi juga dapat diolah menjadi aset ekonomi kreatif.
- b. Pelatihan desain dan produksi merchandise berbasis budaya lokal. Pada tahap ini peserta memperoleh pelatihan langsung mengenai teknik desain, pemilihan bahan ramah lingkungan, serta proses sablon sederhana. Produk yang dihasilkan berupa *tote bag*, *tumbler*, *mug*, dan *pin* dengan motif khas budaya Kudus. Pelatihan dilakukan dengan metode *hands-on training* di mana setiap peserta berkesempatan merancang dan memproduksi merchandise secara mandiri. Antusiasme peserta tinggi, terutama karena kegiatan ini memberikan pengalaman baru dalam mengubah ide budaya menjadi produk kreatif bernilai ekonomi.
- c. Pendampingan pemasaran dan branding digital. Setelah tahap produksi, peserta mendapatkan pendampingan terkait strategi pemasaran, baik secara langsung di sekitar lokasi wisata maupun secara daring melalui platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Pendampingan ini mendorong anggota Karangtaruna untuk memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana promosi, menandai pergeseran dari pola konsumtif ke arah produktif-inovatif.
- d. Refleksi dan evaluasi bersama. Tahap akhir dilakukan melalui diskusi reflektif antara tim pengabdian dan peserta untuk menilai manfaat kegiatan dan menentukan arah keberlanjutan. Peserta mengusulkan pembentukan kelompok wirausaha muda berbasis budaya lokal yang

berfungsi sebagai wadah produksi dan pemasaran produk hasil pelatihan.

Hasil kegiatan menunjukkan terjadinya perubahan sosial yang signifikan dalam komunitas Karangtaruna Desa Lau. Beberapa perubahan tersebut antara lain pertama, munculnya kesadaran baru terhadap pentingnya pelestarian budaya lokal. Sebelum pendampingan, sebagian besar anggota Karangtaruna menganggap budaya lokal hanya sebatas tradisi yang perlu dijaga secara simbolik. Setelah kegiatan, mereka memahami bahwa budaya lokal dapat diintegrasikan dalam aktivitas ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Kesadaran baru ini mendorong lahirnya semangat kolektif untuk menjaga identitas budaya melalui produk nyata. Kedua, Transformasi perilaku dan etos kerja generasi muda. Anggota Karangtaruna yang sebelumnya pasif dan hanya terlibat dalam kegiatan seremonial kini mulai aktif menciptakan karya dan mencari peluang ekonomi baru. Mereka menunjukkan inisiatif memasarkan produk ke pengunjung wisata religi Sunan Muria dan merancang logo komunitas yang merepresentasikan kearifan lokal Desa Lau. Ketiga, hasil kegiatan, muncul figur pemuda yang secara sukarela menjadi koordinator produksi dan pemasaran. Keempat, peningkatan kapasitas kewirausahaan sosial. Melalui pelatihan dan pendampingan, anggota Karangtaruna tidak hanya memperoleh keterampilan teknis tetapi juga kemampuan manajerial dasar seperti pembukuan sederhana dan strategi promosi.

Hal ini memperkuat peran Karangtaruna sebagai agen perubahan (change agent) dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya. Hasil desain merchandise dari kegiatan pelatihan diantaranya sebagai berikut



Gambar 1. Desain merchandise berbasis budaya local.



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi.

Pembahasan

Secara teoretis, hasil kegiatan ini selaras dengan konsep pemberdayaan komunitas (*community empowerment*) yang menekankan kemandirian, partisipasi, dan penguatan kapasitas sosial-ekonomi Masyarakat (Londa, n.d.). Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan ini membuktikan bahwa transformasi sosial tidak harus dimulai dari intervensi struktural, melainkan dapat tumbuh dari inisiatif komunitas yang didukung oleh proses pendampingan berkelanjutan (Andini, 2013). Selain itu, kegiatan ini sejalan dengan nilai-nilai konservasi sosial budaya yang dikembangkan oleh Universitas Negeri Semarang, yaitu peduli, kreatif, dan humanis (Rachman & Semarang, 2012). Melalui produksi merchandise berbasis budaya, nilai-nilai tersebut diwujudkan dalam bentuk nyata yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan kebanggaan identitas lokal (Syarifuddin, 2022). Transformasi yang terjadi dalam komunitas Karangtaruna Desa Lau menunjukkan bahwa pendekatan pengabdian berbasis budaya dapat menjadi strategi efektif dalam membangun kesadaran kolektif, memperkuat solidaritas sosial, serta menciptakan peluang ekonomi kreatif yang berkelanjutan di tingkat desa.

Budaya lokal Kudus yang beragam dapat dijadikan sebagai upaya konservasi/pelestarian budaya lokal Kota Kudus. Karena setiap budaya memiliki nilai dan makna yang dapat dijadikan sebagai sumber nilai moral khususnya untuk generasi muda (Denis Irwandi et al., 2023). Kegiatan pelestarian budaya dapat dilakukan salah satunya melalui kegiatan pendidikan, pertunjukan kesenian, pelatihan serta produksi *merchandise* yang berbasis budaya lokal. *Merchandise* selain dapat dijadikan sebagai media sosialisasi budaya lokal juga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan masyarakat khususnya ditingkat lokal, serta sebagai sarana marketing untuk Branding produk lokal (Djonaedi et al., 2020).

Budaya lokal Kudus yang memiliki potensi tidak terlepas dari ancaman, hal ini dikarenakan masyarakat Kudus identik dengan buruh pabrik rokok sehingga pendapatan masyarakat mereka cenderung stabil (Purbasari, 2018). Menjadi pekerja pabrik atau buruh pabrik ini menjadikan masyarakat kurang melihat potensi lain yang bisa dikembangkan karena mereka menganggap menjadi buruh pabrik adalah pekerjaan yang paling tepat khususnya bagi masyarakat yang tidak melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi. Hal ini dapat menjadikan ancaman bagi budaya lokal Kudus sendiri, masyarakat cenderung acuh terhadap budaya lokal yang ada.

Potensi budaya lokal yang dimiliki kota Kudus dapat dijadikan sebagai media konservasi sosial budaya, dengan mengangkat budaya lokal. Beberapa kegiatan yang harus diperhatikan antara lain : hak budaya lokal, partisipasi masyarakat, konservasi sumber daya, pendidikan,

pelatihan, promosi, akuntabilitas serta pemantauan dan evaluasi (Djonaedi et al., 2020). Di satu sisi budaya lokal memiliki hak untuk dilindungi. Melestarikan budaya lokal dibutuhkan peran serta dari berbagai pihak salah satunya dari masyarakat. Karangtaruna memiliki potensi untuk ikut berperan serta dalam kegiatan pelestarian budaya. Karangtaruna sebagai organisasi di tingkat desa yang terdiri dari generasi muda yang bergerak dibidang kesejahteraan sosial, karangtaruna sebagai wadah pembinaan dan pengembangan dan pemberdayaan potensi yang dimiliki oleh desa setempat (Pranoto et al., 2019).

Keterlibatan pemuda dalam masyarakat akan lebih efektif dalam pembangunan desa dan masyarakat sebagai bentuk mempersiapkan pembangunan sumber daya manusia Indonesia (Wadu et al., 2019). Partisipasi dan keterlibatan masyarakat merupakan kunci keberlanjutan pariwisata (Masni et al., 2025). Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal diyakini mampu mendorong pembangunan dan pertumbuhan khususnya bagi masyarakat sekitar, sisi positif lainnya adalah kawasan wisata, budaya lokal akan terjaga dan akan memberikan berbagai peluang terhadap kesempatan kerja, pelaku usaha, dan promosi daerah dan budaya (Zebua & Angelina, 2023). Keunikan budaya lokal sebagai elemen pembentuk identitas suatu wilayah (Fahmi & Inayah, 2025). Dalam konteks kegiatan pengabdian ini, melalui eksplorasi potensi budaya khas Kudus seperti Menara Kudus, Batik Kapal Kandas, Gethuk Nyimut, dan Buah Parijoto sebagai simbol visual yang diangkat dalam desain merchandise. Penerapan unsur keunikan tersebut menjadikan produk yang dihasilkan tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga menjadi representasi identitas lokal yang mampu memperkuat kebanggaan masyarakat terhadap budayanya sendiri.

Pelatihan tidak hanya berhenti pada pembuatan desain *merchandise* tetapi juga sampai tahapan pemanfaatan teknologi digital melalui platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Kegiatan pendampingan Karangtaruna Desa Lau menunjukkan pergeseran paradigma ekonomi masyarakat desa dari konvensional menuju ekonomi digital. Strategi ini sejalan dengan konsep *digital marketing* modern yang menekankan efisiensi biaya, jangkauan pasar yang luas, dan kemudahan promosi berbasis teknologi (Budihartanti et al., 2021). Pelatihan pemasaran digital memberikan pemahaman baru kepada anggota Karangtaruna bahwa keberhasilan produk tidak hanya bergantung pada kualitas fisik, tetapi juga pada kemampuan memanfaatkan ruang digital sebagai media komunikasi dan promosi yang efektif (Hanun et al., 2021).

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas dan kesadaran anggota Karangtaruna Desa Lau terhadap pentingnya pelestarian budaya lokal melalui pengembangan produk kreatif berbasis kearifan lokal. Proses pendampingan yang bersifat partisipatif mampu menumbuhkan rasa kepemilikan, solidaritas, dan tanggung jawab sosial di antara anggota Karangtaruna. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan sosial berupa meningkatnya partisipasi pemuda dalam kegiatan produktif, munculnya figur pemimpin lokal yang berperan dalam mengelola usaha bersama, serta lahirnya inovasi ekonomi kreatif melalui pembuatan merchandise budaya. Program ini juga membentuk kesadaran baru bahwa pelestarian budaya tidak hanya dilakukan melalui kegiatan seremonial, tetapi dapat diwujudkan melalui aktivitas ekonomi yang berkelanjutan. Ke depan, keberlanjutan kegiatan dapat dikembangkan melalui pendampingan lanjutan dalam aspek pemasaran digital, pengurusan hak kekayaan intelektual (HKI) desain produk, dan pembentukan kelompok usaha Karangtaruna sebagai model kewirausahaan sosial berbasis budaya di tingkat desa.

DAFTAR REFERENSI

- Andini, N. (2013). Pengorganisasian komunitas dalam pengembangan agrowisata di desa wisata: Studi kasus Desa Wisata Kembangarum, Kabupaten Sleman. *Journal of Regional and City Planning*, 24(3), 173. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2013.24.3.2>
- Brata, I. B. (2016). Kearifan budaya lokal perekat identitas bangsa. *Jurnal Bakti Saraswati*, 5(1), 9–16. <https://doi.org/10.1007/s11104-008-9614-4>
- Budihartanti, C., Septiana, L., Purnamasari, I., Dewi, Y. N., & Mandiri, U. N. (2021). Pelatihan digital marketing upaya peningkatan perekonomian pada karang taruna. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 102–108.
- Denis Irwandi, M., Akbar, R., & Santa, R. (2023). Analisis kesadaran generasi muda Indonesia dalam dunia politik. *Jurnal Sosio dan Humaniora (SOMA)*, 2(1), 107–116. <https://doi.org/10.59820/soma.v2i1.82>
- Djonaedi, E., Kusumantoro, H. R., Yuniarti, E., Handayani, D., & Gunawan, M. B. (2020). Pengembangan produksi merchandise dengan sablon manual Desa Wisata Adat Kampung Urug Kabupaten Bogor – Jawa Barat. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 3–6. <https://doi.org/10.32722/mapnj.v2i1.2445>
- Fahmi, T., & Inayah, A. (2025). Community-based tourism in Indonesia: A bibliometric analysis using Scopus database. *Jurnal Kepariwisataaan*, 9(1), 14–26. <https://doi.org/10.34013/jk.v9i1.1665>
- Fithri, D. L., Utomo, A. P., & Nugraha, F. (2017). Pemanfaatan e-commerce populer untuk optimalisasi. *Jurnal Simetris*, 8(2), 819–824.
- Hanun, N. R., Fitriyah, H., Fitrani, A. S., Hidayat, A. P. H., & Henna. (2021). Optimalisasi branding produk dan digital marketing pada Karang Taruna Desa Keboan Anom. *Community Empowerment*, 6(2), 285–290.

- Lestari, P., Kisworo, B., Rahmawati, N., & Lestari, E. Y. (2025). Eco-print batik training to promote independence of persons with disabilities at inclusive Islamic boarding. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4, 678–686. <https://doi.org/10.46843/jpm.v4i3.530>
- Londa, V. Y. (n.d.). Alden Laloma: Pembukaan UUD 1945 telah mengamanatkan bahwa tujuan pembangunan adalah mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 61–73.
- Masni, I., Sianipar, J., Lee, C., Kim, D., & Koko, I. W. (2025). Adaptive strategies and community engagement for sustainable conservation and tourism in Komodo National Park, Indonesia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 13(3), 335–349. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2024.09.004>
- Meidiana, C., Ashari, M., & Irfan, A. (2023). Ancaman budaya asing terhadap identitas nasional bangsa Indonesia. *Ganesha Civic Education Journal*, 5(1), 49–54. <https://doi.org/10.23887/gancej.v5i1.4895>
- Mubah, A. S. (2011). Strategi meningkatkan daya tahan budaya lokal dalam menghadapi arus globalisasi. *Jurnal Unair*, 24(4), 302–308. <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/03> Safril Strategi Meningkatkan Daya Tahan Budaya Lokal Safril mda.pdf
- Permadani, S. R., & Mistriani, N. (2021). Pemanfaatan potensi wisata alam dan budaya lokal dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan Bendungan Logung Kudus Jawa Tengah. *Prosiding Pengabdian Masyarakat*, 389–394.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan digital marketing untuk peningkatan perekonomian anggota Karang Taruna Al Barkah di Kampung Cicayur–Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>
- Purbasari, I. (2018). Dinamika pembangunan masyarakat Kudus berkonteks sejarah industri dan budaya lokal. *Khazanah Pendidikan*, 11(1), 68–79. <https://doi.org/10.30595/jkp.v11i1.2311>
- Rachman, M., & Universitas Negeri Semarang. (2012). Konservasi nilai dan warisan budaya. *Indonesian Journal of Conservation*, 1(1), 30–39.
- Setiadi, D., & Zubaidi, M. (2023). Literasi digital pemuda dalam konteks pemberdayaan masyarakat. *Society*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.33019/society.v11i1.491>
- Suradi. (2019). Karang taruna, agen perubahan dan pengembangan masyarakat di Pandeglang. *Sosio Konsepsi*, 8, 241–254.
- Syarifuddin, D. (2022). Model pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat di Desa Ciburial. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6(1), 494–512.
- Wadu, L. B., Ladamay, I., & Jama, S. R. (2019). Keterlibatan warga negara dalam pembangunan berkelanjutan melalui kegiatan karang taruna. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 9(2), 1. <https://doi.org/10.20527/kewarganegaraan.v9i2.7546>
- Zebua, E. K., & Angelina, C. (2023). Pengaruh positif media sosial terhadap perkembangan spiritualitas generasi Zillennial. *Illuminate*, 6(2).