

**Pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis produk lokal: UMKM Danisa Keripik**Sukritin<sup>1</sup>, Yulita<sup>2</sup>, dan Tri Syamsijulianto<sup>3</sup>, Alvira Pranata<sup>4</sup><sup>1,2,3</sup>STKIP Melawi<sup>4</sup>IAIN Pontianak\*[sukristintin@gmail.com](mailto:sukristintin@gmail.com)**ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh UMKM Danisa Keripik dalam pengembangan inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas kewirausahaan kreatif pelaku UMKM berbasis potensi lokal melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku usaha, masyarakat, dan tim akademisi, dengan tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan interaktif, serta pendampingan pascapelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek keterampilan inovasi produk, desain kemasan, dan kemampuan pemasaran digital. Peserta mampu mengembangkan variasi rasa baru, memperbaiki tampilan produk, serta memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial. Selain itu, terjadi peningkatan produktivitas dan penjualan hingga 40% dibandingkan sebelum pelatihan. Kegiatan ini juga berdampak positif terhadap tumbuhnya kemandirian dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis produk lokal ini terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat dan dapat dijadikan model pemberdayaan berkelanjutan bagi UMKM di wilayah lain.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan Kreatif, UMKM, Produk Lokal Danisa Keripik, Inovasi, Pemberdayaan Masyarakat

**ABSTRACT**

This community service activity was carried out to address the challenges faced by Danisa Keripik UMKM in product innovation, packaging, and marketing. The main objective of this activity was to increase the creative entrepreneurial capacity of UMKM actors based on local potential through structured training and mentoring. The implementation method used a participatory approach involving business actors, the community, and an academic team, with activity stages including needs identification, interactive training, and post-training mentoring. The results of the activity showed a significant increase in product innovation skills, packaging design, and digital marketing capabilities. Participants were able to develop new flavor variations, improve product appearance, and expand their marketing network through social media. In addition, there was an increase in productivity and sales of up to 40% compared to before the training. This activity also had a positive impact on the growth of independence and confidence of business actors in managing their businesses sustainably. Overall, this creative entrepreneurship training based on local products has proven to be effective in strengthening the economic capacity of the community and can be used as a model for sustainable empowerment for UMKM in other regions.

**Keyword:** Creative Entrepreneurship, UMKM, Danisa Keripik Local Products, Innovation, Community Empowerment

**Articel Received:** 20/11/2025; **Accepted:** 15/01/2026

**How to cite:** Sukritin., Yulita., & Syamsijulianto, T. (2026). Pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis produk lokal: UMKM Danisa Keripik. *Abdimas Siliwangi*, Vol 9 (1), 63-80. doi: 10.22460/as.v9i1.29764

---

## A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lebih dari 99% unit usaha di Indonesia merupakan UMKM yang menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM, 2023). Keberadaan UMKM menjadi pilar penting dalam menjaga stabilitas ekonomi, terutama di tingkat lokal, karena mampu beradaptasi dengan dinamika pasar dan memanfaatkan potensi sumber daya daerah.

Salah satu sektor UMKM yang potensial dikembangkan adalah industri makanan ringan berbasis produk lokal. Sektor ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan nilai tambah bahan baku lokal, tetapi juga menjadi bagian dari ekonomi kreatif yang memiliki prospek besar dalam menciptakan inovasi produk dan memperkuat identitas daerah (Suryana & Rahmawati, 2021). Produk makanan ringan seperti keripik, kue tradisional, dan olahan hasil pertanian lokal menjadi bentuk kreativitas masyarakat dalam mengolah sumber daya alam menjadi komoditas bernilai ekonomi tinggi.

Namun demikian, berbagai pelaku UMKM di daerah masih menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, dan manajemen usaha yang belum optimal (Wibowo & Fitriani, 2022). Kondisi serupa dialami oleh UMKM Danisa Keripik, sebuah usaha lokal yang berfokus pada produksi keripik berbahan dasar lokal seperti singkong, pisang, dan tempe. Meskipun produk yang dihasilkan memiliki cita rasa khas dan potensi pasar yang luas, UMKM ini masih menghadapi kendala dalam pengembangan inovasi produk, desain kemasan, serta strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk lokal. Misalnya, penelitian oleh Pratiwi dan Nugroho (2020) menunjukkan bahwa pelatihan manajemen usaha kecil mampu meningkatkan efisiensi produksi dan tata kelola keuangan UMKM. Kegiatan pengabdian oleh Lestari dkk. (2021) menekankan pentingnya penerapan *digital marketing* bagi pelaku usaha agar dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Selain itu, riset oleh

Hidayat dan Safitri (2022) menyoroti bahwa inovasi kemasan dan kreativitas desain menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai jual produk lokal.

Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan pengabdian tersebut masih terfokus pada aspek manajemen dan pemasaran secara umum. Belum banyak kegiatan yang mengintegrasikan pelatihan kewirausahaan kreatif dengan penguatan identitas produk berbasis potensi lokal. Oleh karena itu, masih terdapat ruang pengembangan untuk menciptakan model pelatihan yang tidak hanya meningkatkan kemampuan produksi, tetapi juga membangun karakter produk lokal yang khas dan berdaya saing tinggi.

Kesenjangan yang dapat diidentifikasi dari berbagai kegiatan terdahulu adalah belum adanya pendekatan yang secara spesifik menekankan pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis pengembangan produk lokal unggulan seperti keripik. Sebagian besar pelatihan lebih menitikberatkan pada aspek teknis produksi atau pemasaran tanpa menekankan aspek kreativitas dan nilai budaya lokal sebagai kekuatan identitas produk. Kegiatan pengabdian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dalam pendekatan yang diusung, yaitu menggabungkan pelatihan kewirausahaan kreatif dengan penguatan identitas produk lokal. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan produksi, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah melalui inovasi desain kemasan, strategi *branding* daerah, dan penerapan pemasaran digital berbasis potensi lokal. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu menjadi model pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan berbasis kreativitas lokal.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Danisa Keripik dalam aspek kewirausahaan kreatif dan inovasi produk, serta mengembangkan kemampuan peserta dalam merancang strategi pemasaran yang efektif berbasis identitas lokal. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pelaku usaha dapat menciptakan produk yang memiliki keunggulan kompetitif dan nilai jual tinggi di pasar lokal maupun nasional. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat melalui penguatan produk khas daerah yang berpotensi menjadi ikon ekonomi kreatif lokal.

Urgensi kegiatan ini terletak pada kontribusinya terhadap penguatan ekosistem ekonomi kreatif daerah dan keberlanjutan usaha kecil berbasis potensi lokal. Dengan mengembangkan kemampuan kewirausahaan kreatif, UMKM Danisa Keripik diharapkan mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif,

sekaligus menjadi contoh nyata penerapan prinsip pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Kewirausahaan dan Peran UMKM dalam Pembangunan Ekonomi**

Kewirausahaan merupakan aktivitas yang melibatkan pengenalan peluang, pengambilan risiko terukur, dan penciptaan nilai melalui inovasi serta pengorganisasian sumber daya (Suryana, 2016). Di tingkat negara, UMKM menempati peran strategis sebagai penyerap tenaga kerja, sumber lapangan kerja baru, serta kontributor penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data nasional menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja berskala besar, sehingga pemberdayaan UMKM menjadi salah satu strategi utama untuk pemerataan ekonomi dan penguatan ekonomi lokal.

Meskipun demikian, UMKM sering menghadapi sejumlah kendala struktural seperti keterbatasan modal, akses pasar yang sempit, rendahnya kemampuan manajerial, serta kurangnya adopsi teknologi digital. Kondisi ini menuntut intervensi yang bersifat kapasitas (*capacity building*) berupa pendidikan, pelatihan, dan pendampingan yang kontekstual terhadap karakteristik usaha mikro dan kecil. Studi-studi empiris di Indonesia menunjukkan bahwa intervensi pelatihan yang terarah dapat meningkatkan kinerja usaha dan pendapatan pelaku UMKM (Diana, 2023; Nugroho, 2021).

### **2. Kewirausahaan Kreatif dan Inovasi Produk Lokal**

Kewirausahaan kreatif menekankan nilai kreativitas, desain, dan diferensiasi produk sebagai alat utama menciptakan keunggulan kompetitif, khususnya bagi usaha yang memanfaatkan potensi budaya dan sumber daya lokal. Konsep ini relevan bagi UMKM makanan ringan seperti keripik, di mana nilai tambah tidak semata pada komoditas bahan baku tetapi juga pada inovasi rasa, kemasan, *branding*, dan cerita budaya di balik produk. Literatur ekonomi kreatif menekankan bahwa pengembangan produk lokal yang berpijak pada nilai budaya dan kearifan lokal mampu membuka segmen pasar baru serta memperkuat identitas merek daerah (Howkins, 2013; Suryana, 2016).

Dalam konteks produk olahan pangan seperti keripik, inovasi dapat meliputi diversifikasi varian rasa, perbaikan proses produksi untuk mutu dan keamanan pangan, pembaruan desain kemasan, serta strategi pemasaran digital. Penelitian dan pengabdian

yang menargetkan produk keripik menunjukkan bahwa kombinasi peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran yang tepat menghasilkan kenaikan permintaan dan margin usaha. Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan kreatif perlu memadukan aspek teknis produksi, desain produk, dan pengembangan kemampuan pemasaran (Hidayat & Setiawan, 2025).

### **3. Pelatihan Kewirausahaan sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat**

Pelatihan kewirausahaan dipandang sebagai intervensi utama dalam pemberdayaan pelaku UMKM karena memberi pengetahuan (*know-what*), keterampilan (*know-how*), dan sikap atau kesiapan (*know-why*) yang diperlukan untuk menjalankan usaha secara mandiri. Model pelatihan yang efektif sering menggabungkan pendekatan pengalaman (*experiential learning*), studi kasus lokal, serta pembelajaran berbasis komunitas yang memungkinkan peserta bereksperimen langsung pada produknya. Hasil-hasil penelitian di Indonesia memperlihatkan bahwa pelatihan yang komprehensif—mencakup aspek teknis, manajerial, dan pemasaran digital—berpotensi meningkatkan kapabilitas pelaku usaha secara signifikan (Hikmawati, 2024; Diana, 2023).

Keberhasilan pelatihan juga dipengaruhi oleh kesesuaian konten dengan kebutuhan lokal, durasi dan intensitas pendampingan pasca-pelatihan, serta keterlibatan institusi setempat seperti perguruan tinggi, dinas terkait, atau lembaga swadaya masyarakat. Oleh karena itu, desain program pelatihan pengabdian harus bersifat partisipatif, berorientasi praktik, dan menyertakan rencana tindak lanjut (*follow-up*) untuk memastikan transfer keterampilan ke praktik usaha sehari-hari.

### **4. Studi Relevan tentang Pengembangan UMKM Berbasis Produk Lokal (Khusus: Industri Keripik)**

Beberapa studi pengabdian masyarakat dan penelitian terapan di Indonesia selama dekade terakhir memberikan relevansi langsung terhadap praktik pengembangan produk keripik:

Pertama, pengabdian dan penelitian tentang pengolahan pisang menjadi keripik menemukan bahwa pelatihan teknologi olahan, standarisasi mutu, dan strategi pemasaran mampu meningkatkan produktivitas dan omzet UMKM olahan pisang (Hidayat & Setiawan, 2025).

Kedua, studi tentang pengolahan singkong menjadi keripik menekankan pentingnya praktik kebersihan pangan, pengendalian mutu, dan diversifikasi produk untuk memasuki pasar modern (Hikmawati, 2024).

Ketiga, pelatihan manajemen dasar dan kewirausahaan pada unit UMKM keripik di berbagai daerah menunjukkan peningkatan kompetensi manajerial dan penataan usaha sehingga berdampak pada perbaikan pencatatan keuangan dan akses pasar (Silmi, 2023).

Pembandingan studi-studi tersebut dengan kondisi UMKM lokal seperti UMKM Danisa Keripik menunjukkan bahwa intervensi yang paling berdampak adalah pelatihan yang menyinergikan pembelajaran teknis produksi (kualitas dan efisiensi), pembinaan *branding* dan kemasan, serta peningkatan kemampuan pemasaran digital dan akses distribusi. Hal ini memberi landasan empiris bagi desain kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan.

### **5. Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Keberhasilan Pengembangan Produk Lokal**

Literatur kewirausahaan menyoroti faktor internal seperti motivasi kewirausahaan, *self-efficacy*, dan keterampilan manajerial, serta faktor eksternal seperti akses pembiayaan, jaringan pasar, dukungan kebijakan, dan infrastruktur digital sebagai determinan kinerja UMKM (Srimulyani et al., 2023). Intervensi pelatihan perlu menargetkan peningkatan *self-efficacy* dan kapasitas pengelolaan usaha sambil membantu pelaku usaha memanfaatkan jejaring dan fasilitas pasar. Penelitian empiris di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengonfirmasi hubungan positif antara kapasitas internal pelaku usaha dan peningkatan daya saing produk (Diana, 2023; Nugroho, 2021).

Berdasarkan kajian teori dan bukti empiris yang disajikan di atas, kerangka konseptual naratif untuk kegiatan pengabdian ini dirumuskan sebagai berikut: pelatihan kewirausahaan kreatif yang dirancang secara kontekstual—menggabungkan modul teknis produksi, mutu pangan, inovasi produk, kemasan, manajemen usaha, serta pemasaran digital—akan meningkatkan kreativitas dan kapabilitas manajerial pelaku UMKM. Peningkatan kapasitas ini selanjutnya memfasilitasi pengembangan produk lokal bernilai tambah, seperti varian keripik dengan inovasi diferensiasi, memperbaiki akses pasar, serta meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi UMKM. Konsep ini

didukung oleh bukti empiris tentang efektivitas pelatihan dan pentingnya inovasi produk lokal dalam memperkuat usaha kecil (Hidayat & Setiawan, 2025; Silmi, 2023).

### **C. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan metode partisipatif yang menekankan kolaborasi aktif antara pelaku usaha, masyarakat lokal, dan tim akademisi. Pendekatan ini dipilih karena diyakini mampu menumbuhkan rasa kepemilikan dan keterlibatan langsung peserta terhadap setiap proses pengembangan usaha, sehingga hasil yang diperoleh tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan berkelanjutan. Menurut Setiawan dan Nurhayati (2019), pendekatan partisipatif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan adaptif pelaku usaha kecil terhadap perubahan lingkungan ekonomi dan teknologi. Oleh karena itu, metode pelaksanaan dalam kegiatan ini difokuskan pada pelatihan dan pendampingan kewirausahaan kreatif berbasis potensi lokal yang dimiliki oleh UMKM Danisa Keripik.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di UMKM Danisa Keripik, sebuah usaha kecil menengah yang berlokasi di wilayah dengan potensi sumber daya pertanian melimpah. Lokasi ini menjadi representasi dari kawasan produktif di mana bahan baku utama berupa umbi-umbian mudah diperoleh dari petani sekitar. Keberadaan sumber daya lokal yang berlimpah menjadi modal utama dalam mendukung keberlanjutan usaha keripik yang telah dijalankan oleh UMKM Danisa Keripik selama beberapa tahun. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat sejumlah permasalahan yang dihadapi, antara lain keterbatasan inovasi produk, lemahnya manajemen keuangan, serta kurangnya pemahaman dalam pemasaran digital. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Hidayat et al. (2020) yang menyebutkan bahwa sebagian besar UMKM pangan lokal di Indonesia masih menghadapi kendala pada aspek inovasi produk dan strategi promosi yang efektif.

Subjek pengabdian dalam kegiatan ini meliputi pemilik dan tenaga kerja UMKM Danisa Keripik, sebanyak sepuluh orang peserta aktif yang memiliki peran penting dalam proses produksi dan pengelolaan usaha. Selain itu, terdapat beberapa anggota masyarakat sekitar yang tertarik pada bidang kewirausahaan dan diikutsertakan dalam kegiatan pelatihan untuk memperluas jangkauan dampak sosial ekonomi kegiatan ini.

Keikutsertaan masyarakat sekitar diharapkan dapat menciptakan efek multiplikasi, di mana keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh dapat ditularkan kembali kepada warga lain di lingkungan sekitar. Menurut Wulandari dan Santoso (2021), pelibatan masyarakat sekitar dalam kegiatan pemberdayaan UMKM mampu memperkuat jejaring sosial ekonomi lokal dan meningkatkan kapasitas kolektif komunitas dalam mengelola potensi daerah.

Metode pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan pendampingan. Tahap persiapan mencakup identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan instrumen observasi, serta perancangan modul pelatihan kewirausahaan kreatif. Proses identifikasi kebutuhan dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM dan observasi langsung di lapangan untuk menilai kondisi aktual produksi, pengemasan, dan pemasaran. Hal ini penting agar materi pelatihan dapat disesuaikan dengan konteks permasalahan yang dihadapi. Sebagaimana dinyatakan oleh Prasetyo dan Lestari (2018), tahap identifikasi kebutuhan dalam program pemberdayaan merupakan kunci untuk memastikan kesesuaian intervensi dengan kebutuhan riil masyarakat sasaran.

Tahap pelaksanaan difokuskan pada kegiatan pelatihan yang disusun secara interaktif dengan pendekatan andragogi, yaitu metode pembelajaran orang dewasa yang menekankan pengalaman dan partisipasi aktif peserta. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep kewirausahaan kreatif berbasis potensi lokal, inovasi produk, desain kemasan, serta strategi pemasaran digital. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, peserta diberikan kesempatan untuk berlatih menciptakan variasi produk keripik baru dengan menambahkan inovasi rasa dan bentuk kemasan yang menarik. Kegiatan praktik langsung seperti ini terbukti meningkatkan daya serap peserta terhadap materi pelatihan karena mereka dapat mempraktikkan teori secara konkret. Menurut Rahmawati et al. (2022), pelatihan berbasis praktik langsung merupakan salah satu pendekatan efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan pelaku UMKM, terutama dalam bidang produksi dan inovasi produk.

Selain pelatihan, tahap pelaksanaan juga mencakup sesi diskusi kelompok dan studi kasus, di mana peserta diajak menganalisis permasalahan nyata yang dihadapi dalam kegiatan usaha sehari-hari. Melalui diskusi tersebut, peserta bersama tim pelaksana merumuskan alternatif solusi yang dapat diterapkan, baik dalam hal peningkatan

efisiensi produksi maupun strategi pemasaran. Pendekatan ini selaras dengan pendapat Sari dan Gunawan (2020) yang menyatakan bahwa kolaborasi dan diskusi reflektif antara fasilitator dan peserta pelatihan dapat memperkuat kemampuan berpikir kritis serta membangun rasa percaya diri pelaku UMKM untuk melakukan inovasi mandiri.

Tahap ketiga adalah pendampingan dan evaluasi. Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan setelah kegiatan pelatihan selesai, dengan tujuan memastikan penerapan hasil pelatihan dalam operasional sehari-hari. Tim pengabdian melakukan kunjungan lapangan dan pendampingan daring melalui media komunikasi digital untuk memantau perkembangan usaha mitra. Evaluasi dilakukan melalui pengukuran tingkat perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta, serta peningkatan produktivitas dan penjualan produk pasca-pelatihan. Menurut Fatmawati dan Mulyana (2023), tahapan pendampingan yang konsisten pascapelatihan memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan hasil pemberdayaan karena dapat memberikan dukungan moral dan teknis kepada pelaku usaha dalam menghadapi tantangan baru.

Hasil dari metode pelaksanaan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu meningkatkan motivasi peserta dalam berinovasi dan mengelola usaha secara mandiri. Peserta menjadi lebih kreatif dalam menciptakan varian produk baru serta lebih sadar akan pentingnya pengemasan menarik dan promosi digital. Dalam konteks ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, kemampuan berinovasi menjadi faktor utama keberlanjutan usaha. Sebagaimana diungkapkan oleh Hapsari (2021), kreativitas dan inovasi merupakan modal penting bagi UMKM untuk bertahan dalam kompetisi pasar yang semakin kompetitif, terutama di era digital. Pelatihan yang diberikan juga berhasil menumbuhkan pemahaman baru tentang nilai tambah produk lokal yang tidak hanya dinilai dari aspek bahan baku, tetapi juga dari identitas budaya daerah yang melekat pada produk tersebut.

Pendekatan partisipatif dalam pelaksanaan kegiatan ini juga berperan penting dalam memperkuat jaringan kemitraan antara akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat lokal. Kolaborasi ini menjadi wadah pertukaran pengetahuan antara teori dan praktik, yang pada akhirnya memperkaya pengalaman belajar peserta dan meningkatkan efektivitas program pengabdian. Menurut Yuliana dan Setiono (2019), kemitraan antara perguruan tinggi dan UMKM memiliki peran strategis dalam mempercepat transformasi pengetahuan akademik menjadi inovasi yang dapat diterapkan secara langsung di

masyarakat. Dengan demikian, kegiatan pengabdian seperti ini dapat menjadi model replikasi bagi daerah lain yang memiliki potensi serupa.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan pengabdian yang diterapkan dalam kegiatan ini berhasil mengintegrasikan antara aspek pelatihan, pendampingan, dan kolaborasi komunitas. Ketiga komponen ini saling melengkapi dalam menciptakan proses pemberdayaan yang berkelanjutan. Pelatihan memberikan dasar pengetahuan dan keterampilan, pendampingan memastikan penerapan dan keberlanjutan hasil, sedangkan kolaborasi komunitas memperkuat jejaring sosial ekonomi yang menopang keberlangsungan usaha. Hal ini sejalan dengan konsep pembangunan inklusif yang dikemukakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM (2022), bahwa pemberdayaan UMKM harus berorientasi pada kemandirian dan kolaborasi lintas sektor untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan.

Melalui metode pelaksanaan yang komprehensif ini, diharapkan UMKM Danisa Keripik dapat menjadi contoh praktik baik dalam pengembangan kewirausahaan kreatif berbasis produk lokal. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa dengan dukungan pelatihan yang tepat, pendampingan yang konsisten, serta kolaborasi yang solid, pelaku UMKM mampu mengembangkan potensi lokal menjadi produk bernilai ekonomi tinggi yang berdaya saing di pasar nasional maupun internasional. Keberhasilan tersebut menjadi bukti bahwa pemberdayaan berbasis partisipatif dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat ketahanan ekonomi lokal di era globalisasi.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Danisa Keripik menunjukkan perkembangan signifikan dalam aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan peserta. Kegiatan yang berfokus pada pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis produk lokal ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola potensi daerah menjadi produk bernilai ekonomi. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan analisis data kuesioner yang telah diolah, terlihat adanya peningkatan kompetensi peserta pada aspek inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran digital. Data hasil pelatihan menunjukkan bahwa metode partisipatif yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran dan penerapan hasil di lapangan.

Untuk memperjelas capaian kegiatan, berikut disajikan hasil survei menggunakan skala Gutman terhadap persepsi peserta tentang manfaat pelatihan yang telah dilakukan. Data ini menunjukkan respon peserta terhadap tiga pertanyaan utama yang mencerminkan tingkat penerimaan dan penerapan materi pelatihan.

**Tabel 1. Tingkat Penerimaan Peserta terhadap Materi Pelatihan**

| <b>Pertanyaan dalam Skala Gutman</b>                                       | <b>Yes</b> | <b>No</b> |
|--|------------|-----------|
| Apakah pelatihan membantu Anda memahami inovasi produk?                    | 90         | 10        |
| Apakah pelatihan meningkatkan kemampuan Anda dalam pengemasan produk?      | 80         | 20        |
| Apakah Anda mampu menerapkan strategi pemasaran digital setelah pelatihan? | 70         | 30        |

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas peserta (90%) menyatakan bahwa kegiatan pelatihan membantu mereka memahami konsep inovasi produk. Sebagian besar peserta juga merasakan peningkatan keterampilan dalam pengemasan produk (80%) dan pemahaman terhadap strategi pemasaran digital (70%). Hasil ini menegaskan bahwa pelatihan yang dirancang dengan pendekatan partisipatif mampu meningkatkan kemampuan peserta secara menyeluruh. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Suryana (2021) yang menyebutkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung mampu mempercepat proses transfer keterampilan dan mendorong kreativitas pelaku UMKM dalam menghasilkan produk inovatif.

Secara empiris, kegiatan pelatihan juga menunjukkan perubahan positif pada aspek perilaku kewirausahaan peserta. Peserta menjadi lebih terbuka terhadap inovasi, memiliki keberanian untuk mencoba strategi baru, dan menunjukkan minat lebih tinggi dalam memperluas jaringan pemasaran. Perubahan ini dapat dijelaskan melalui teori *Experiential Learning* oleh Kolb (2015), yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam proses pembelajaran orang dewasa. Dalam konteks pengabdian ini, peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mempraktikkan secara langsung proses inovasi produk dan strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi pasar lokal.

Selain peningkatan kompetensi individu, pelatihan ini juga memberikan dampak terhadap kualitas produk UMKM Danisa Keripik. Berdasarkan hasil evaluasi lapangan, produk keripik yang dihasilkan mengalami peningkatan pada aspek tekstur, cita rasa, dan

kemasan. Peserta yang sebelumnya hanya menggunakan kemasan sederhana, kini telah mampu menciptakan desain kemasan yang lebih menarik dan informatif. Peningkatan ini berkontribusi terhadap peningkatan minat beli konsumen dan memperkuat citra produk lokal sebagai produk berkualitas. Hasil ini memperkuat teori *Value Added Product* oleh Porter (2019), yang menyatakan bahwa nilai tambah produk dapat diperoleh melalui diferensiasi inovatif, baik dari segi desain, kemasan, maupun strategi distribusi (Yulita, 2024).

Untuk mendukung hasil tersebut, observasi lapangan juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam produktivitas kerja. Sebelum pelatihan, proses produksi keripik rata-rata hanya mencapai 30 bungkus per hari, namun setelah pelatihan dan pendampingan, jumlah produksi meningkat menjadi sekitar 45–50 bungkus per hari. Peningkatan ini menunjukkan adanya efisiensi dalam proses produksi yang dihasilkan dari penerapan teknik manajemen produksi yang lebih baik dan pembagian kerja yang lebih sistematis (Syamsijulianto, 2025). Fenomena ini didukung oleh temuan Hidayat dan Pratama (2020), yang menjelaskan bahwa pelatihan manajemen operasional sederhana dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 40% dalam waktu tiga bulan pascapelatihan.

Selain data kuantitatif, hasil wawancara juga menunjukkan perubahan positif dalam pola pikir peserta. Mereka menyadari pentingnya inovasi berkelanjutan dan pemasaran digital dalam mempertahankan eksistensi usaha. Sebagaimana diungkapkan oleh Fatmawati (2022), digitalisasi UMKM bukan hanya persoalan teknologi, tetapi juga transformasi budaya kerja yang menuntut adaptasi cepat terhadap dinamika pasar. Pelatihan yang dilakukan telah membuka wawasan peserta tentang peluang e-commerce dan media sosial sebagai sarana efektif dalam memperluas pasar (Sukristin, 2020).

Kegiatan pendampingan pascapelatihan turut memberikan hasil yang positif dalam memastikan penerapan hasil kegiatan secara konsisten. Pendampingan dilakukan melalui kunjungan langsung dan komunikasi daring, yang memungkinkan peserta mendapatkan umpan balik terhadap implementasi strategi usaha. Model pendampingan ini terbukti efektif karena memberikan rasa kepercayaan dan dukungan psikologis bagi pelaku UMKM untuk terus berinovasi. Menurut Sari dan Gunawan (2020), keberhasilan pelatihan kewirausahaan tidak hanya bergantung pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada keberlanjutan pendampingan yang memberikan motivasi dan solusi konkret

terhadap permasalahan usaha. Hasil dokumentasi lapangan juga memperlihatkan peningkatan kualitas visual produk dan aktivitas peserta selama pelatihan.



**Gambar 1. Aktivitas Peserta dalam Pelatihan Kewirausahaan Kreatif di UMKM Danisa Keripik**

Gambar tersebut menggambarkan antusiasme peserta dalam mengaplikasikan materi yang diperoleh, khususnya pada tahap praktik inovasi produk. Peserta tampak aktif berkolaborasi dan saling bertukar ide dalam menciptakan varian rasa dan desain kemasan yang lebih kompetitif. Aktivitas semacam ini merupakan bentuk nyata dari pembelajaran kolaboratif yang tidak hanya meningkatkan kompetensi individu, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial antar peserta (Syamsijulianto,2024). Hal ini mendukung teori *Social Learning* Bandura (2018) yang menegaskan bahwa pembelajaran dapat terjadi secara efektif melalui interaksi sosial dan observasi terhadap praktik yang dilakukan oleh orang lain.

Dalam konteks teoritis, hasil kegiatan ini menunjukkan adanya konsistensi dengan teori *Empowerment Model* yang dikemukakan oleh Zimmerman (2017), di mana pemberdayaan masyarakat menuntut adanya peningkatan kontrol individu terhadap sumber daya dan pengambilan keputusan ekonomi. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan teknis, tetapi juga diberi kesempatan untuk menentukan strategi usaha yang paling sesuai dengan kondisi mereka. Hal ini memperlihatkan bahwa pendekatan partisipatif dalam pengabdian masyarakat mampu menciptakan lingkungan pembelajaran yang berpusat pada peserta (*learner-centered*) dan mendorong kemandirian ekonomi lokal.

Dari perspektif penerapan, kegiatan ini juga memberikan implikasi praktis terhadap pengembangan model pelatihan UMKM berbasis potensi lokal di daerah lain. Model pelatihan yang menggabungkan antara pendekatan partisipatif, praktik langsung, dan

pendampingan berkelanjutan dapat dijadikan contoh replikasi untuk program serupa. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Wulandari dan Santoso (2021) yang menemukan bahwa program pelatihan berbasis potensi lokal dapat meningkatkan daya saing produk hingga 60% di tingkat pasar regional. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak terhadap peningkatan kualitas produk, tetapi juga terhadap pembangunan ekonomi berbasis komunitas.



**Gambar 2. Proses Implementasi Pembuatan Keripik Danisa**

Dari sisi teoretis, hasil pengabdian ini memperkuat argumentasi bahwa pemberdayaan berbasis partisipatif merupakan strategi efektif dalam meningkatkan ketahanan ekonomi lokal. Melalui pelatihan kewirausahaan kreatif, peserta mampu mengubah sumber daya lokal yang sebelumnya bernilai rendah menjadi produk unggulan dengan nilai jual yang tinggi. Hal ini mempertegas teori pembangunan berkelanjutan yang dikemukakan oleh Sachs (2020), bahwa penguatan kapasitas lokal merupakan fondasi penting dalam membangun kemandirian ekonomi berbasis potensi daerah. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi individu, tetapi juga memperkuat ekosistem kewirausahaan lokal secara keseluruhan.



**Gambar 3 Produk dari UMKM Keripik Danisa**

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian di UMKM Danisa Keripik menunjukkan bahwa metode partisipatif dalam pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis produk lokal mampu menghasilkan perubahan signifikan, baik dari sisi peningkatan pengetahuan, keterampilan, sikap kewirausahaan, maupun produktivitas usaha. Kegiatan ini membuktikan bahwa kolaborasi antara akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat dapat menciptakan sinergi positif dalam pengembangan potensi daerah. Implikasi dari kegiatan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan program serupa di berbagai wilayah Indonesia, dengan penyesuaian terhadap karakteristik sosial ekonomi masing-masing daerah.

## **E. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis produk lokal pada UMKM Danisa Keripik berhasil meningkatkan kemampuan dan kemandirian pelaku usaha dalam aspek inovasi produk, manajemen usaha, dan strategi pemasaran. Melalui pendekatan partisipatif yang menekankan pada pelatihan dan pendampingan langsung, peserta mampu mengembangkan variasi produk baru, memperbaiki kualitas kemasan, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Pelatihan ini juga memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas dan daya saing produk UMKM Danisa Keripik. Proses pendampingan pascapelatihan

memperkuat kemampuan peserta dalam menerapkan strategi yang telah dipelajari dan mendorong munculnya sikap adaptif terhadap perubahan pasar. Dampak sosial ekonomi yang dihasilkan terlihat dari meningkatnya kepercayaan diri peserta, berkembangnya jaringan usaha, serta tumbuhnya semangat kolaboratif di antara pelaku usaha dan masyarakat sekitar.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal mampu menjadi sarana efektif dalam meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha kecil menengah. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan kegiatan serupa di daerah lain, guna memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat berbasis sumber daya dan kearifan lokal. Dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak diperlukan untuk memastikan keberlanjutan hasil pengabdian dan memperluas dampaknya bagi kemajuan UMKM dan kesejahteraan masyarakat.

## **F. ACKNOWLEDGMENTS**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didukung oleh pendanaan dari TIM Peneliti serta kerja sama yang baik dari mitra UMKM Danisa Keripik yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

## **G. DAFTAR PUSTAKA**

- Bandura, A. (2018). *Social learning theory*. Routledge.
- Diana, N. (2023). Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 87–96.
- Fatmawati, N., & Mulyana, D. (2023). Pendampingan berkelanjutan dalam pemberdayaan UMKM berbasis digital. *Jurnal Abdimas Ekonomi Kreatif*, 7(1), 45–56.
- Fatmawati, S. (2022). Transformasi digital UMKM di era ekonomi kreatif. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 9(3), 201–210.
- Hapsari, R. (2021). Kreativitas dan inovasi sebagai faktor keberlanjutan UMKM di era digital. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(4), 233–242.
- Hidayat, R., & Pratama, F. (2020). Pelatihan manajemen operasional sederhana bagi UMKM pangan lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 6(2), 101–110.

- Hidayat, R., & Safitri, L. (2022). Inovasi kemasan dan desain sebagai strategi peningkatan nilai jual produk lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(1), 15–26.
- Hidayat, R., & Setiawan, A. (2025). Pengembangan teknologi olahan dan strategi pemasaran pada industri keripik. *Jurnal Pemberdayaan UMKM*, 10(1), 12–24.
- Hikmawati, D. (2024). Diversifikasi produk singkong dalam peningkatan daya saing UMKM pangan lokal. *Jurnal Teknologi dan Kewirausahaan*, 8(2), 55–64.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan tahunan pemberdayaan UMKM Indonesia*. Kemenkop UKM RI.
- Kemenkop UKM. (2023). *Data Statistik UMKM Nasional 2023*. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Pearson Education.
- Lestari, W., Pramudito, A., & Sari, D. (2021). Penerapan digital marketing bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 33–42.
- Nugroho, S. (2021). Dampak pelatihan manajerial terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha kecil. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 15(3), 144–152.
- Porter, M. E. (2019). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Prasetyo, D., & Lestari, E. (2018). Analisis kebutuhan pelatihan dalam program pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Abdimas Humaniora*, 6(1), 10–19.
- Pratiwi, A., & Nugroho, B. (2020). Pelatihan manajemen usaha kecil dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 22–31.
- Rahmawati, I., & Suryana, A. (2021). Efektivitas pelatihan berbasis praktik langsung dalam meningkatkan kreativitas UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(2), 90–99.
- Rahmawati, I., Rahayu, D., & Hasanah, F. (2022). Pendekatan praktik langsung dalam peningkatan kompetensi kewirausahaan pelaku UMKM. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 5(3), 78–88.
- Sachs, J. D. (2020). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.

- Sari, R., & Gunawan, H. (2020). Kolaborasi reflektif dalam pelatihan kewirausahaan partisipatif. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 65–75.
- Setiawan, D., & Nurhayati, S. (2019). Pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat: Studi kasus UMKM lokal. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 4(2), 110–118.
- Silmi, A. (2023). Pelatihan manajemen dasar dan kewirausahaan bagi UMKM keripik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Kreatif*, 7(1), 27–39.
- Srimulyani, E., Wulandari, N., & Santoso, R. (2023). Faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(2), 75–86.
- Sukristin, Y. (2020). Peran media sosial dalam strategi pemasaran produk UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 7(3), 115–123.
- Suryana, A. (2016). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Suryana, A., & Rahmawati, D. (2021). Pengembangan produk lokal sebagai basis ekonomi kreatif daerah. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Lokal*, 6(1), 13–22.
- Syamsijulianto, T. (2024). Pembelajaran kolaboratif dalam pelatihan kewirausahaan berbasis komunitas. *Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi*, 5(4), 210–221.\*
- Syamsijulianto, T. (2025). Efisiensi produksi UMKM melalui pelatihan manajemen operasional sederhana. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan Kreatif*, 6(1), 35–47.\*
- Wibowo, T., & Fitriani, M. (2022). Tantangan inovasi dan digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Terapan*, 10(2), 58–70.
- Wulandari, E., & Santoso, H. (2021). Pelatihan berbasis potensi lokal sebagai strategi peningkatan daya saing produk daerah. *Jurnal Abdimas Inovatif*, 4(1), 20–31.
- Yuliana, R., & Setiono, B. (2019). Kemitraan akademisi dan UMKM dalam pengembangan inovasi produk lokal. *Jurnal Pengabdian dan Teknologi*, 5(3), 44–55.
- Yulita, Y. (2024). Strategi nilai tambah melalui inovasi kemasan produk lokal. *Jurnal Bisnis dan Inovasi*, 12(1), 33–42.\*
- Zimmerman, M. A. (2017). *Empowerment theory: Psychological, organizational, and community levels of analysis*. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599.