

# PELATIHAN DAN SOSIALISASI PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK KERIPIK SINGKONG SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN UMKM DI DESA PETANANG KECAMATAN LEMBAK PROVINSI SUMATERA SELATAN

Putri Tsabita<sup>1</sup>, Fidy Nur Syabitha<sup>2</sup>, Nabila Hasanah<sup>3</sup>, Prima Darma Putra<sup>4</sup>, Meilin Veronika<sup>5</sup>, Juhaini Alie<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>) Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang

email: 2021520005@students.uigm.ac.id<sup>1</sup>, 2021520015@students.uigm.ac.id<sup>2</sup>,

2021510054@students.uigm.ac.id<sup>3</sup>, primadp@uigm.ac.id<sup>4</sup>, meilin.veronica@uigm.ac.id<sup>5</sup>, juhaini@uigm.ac.id<sup>6</sup>

## Abstrak

Desa Petanang, Kecamatan Lembak, Provinsi Sumatera Selatan, dikenal dengan potensi ekonominya, terutama dalam pengolahan singkong menjadi keripik singkong. Meskipun memiliki potensi besar, pelaku UMKM di Desa Petanang menghadapi tantangan seperti kurangnya inovasi produk dan keterbatasan akses pasar, yang mengakibatkan daya saing produk keripik singkong yang relatif rendah. Inovasi produk, yang mencakup perubahan dalam desain, fungsi, dan pemasaran, dianggap penting untuk meningkatkan daya saing produk. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM melalui pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Tematik MBKM. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), yang melibatkan partisipasi aktif dari pelaku UMKM dalam seluruh tahapan kegiatan. Langkah-langkah yang diambil mencakup identifikasi kebutuhan, perencanaan program pelatihan, implementasi pelatihan, evaluasi, dan pengembangan keberlanjutan. Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan produksi dan inovasi produk, seperti variasi rasa dan kemasan yang lebih menarik. Selain itu, sosialisasi pemasaran digital berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya branding dan pemasaran online, memperluas jangkauan pasar produk keripik singkong. Inovasi dalam produk dan strategi pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Petanang, serta memberikan model pemberdayaan yang dapat diterapkan di daerah lain.

**Kata kunci:** Pelatihan, Sosialisasi, Pengembangan Inovasi, Peningkatan UMKM

## Abstract

Petanang Village, Lembak District, South Sumatra Province, is known for its economic potential, especially in processing cassava into cassava chips. Even though they have great potential, MSMEs in Petanang Village face challenges such as a lack of product innovation and limited market access, which results in the relatively low competitiveness of cassava chips products. Product innovation, which includes changes in design, function, and marketing, is considered important for increasing product competitiveness. This research aims to improve the skills and knowledge of MSME actors through training and outreach carried out by MBKM Thematic KKN students. The method used is Participatory Action Research (PAR), which involves active participation from MSME actors in all stages of activities. The steps taken include identifying needs, planning training programs, implementing training, evaluating and developing sustainability. The results of the training showed significant improvements in production skills and product innovation, such as flavor variations and more attractive packaging. Apart from that, digital marketing outreach has succeeded in increasing MSME players' understanding of the importance of branding and online marketing, expanding the market reach of cassava chips products. Innovation in products and marketing strategies has proven effective in increasing the competitiveness of MSMEs in Petanang Village, as well as providing an empowerment model that can be applied in other areas.

**Keywords:** Training, Socialization, Innovation Development, MSME Improvement

## PENDAHULUAN

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60,3% dari total PDB dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya tulang punggung perekonomian nasional, tetapi juga berperan vital dalam penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan (Yolanda, 2024).

Desa Petanang adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Lembak, Provinsi Sumatera Selatan. Desa ini dikenal sebagai salah satu daerah dengan potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor pertanian dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Mayoritas penduduk Desa Petanang berprofesi sebagai petani, dengan komoditas utama berupa singkong, karet, dan kelapa sawit. Singkong menjadi salah satu produk unggulan desa, yang diolah menjadi berbagai produk turunan, termasuk keripik singkong yang semakin berkembang sebagai usaha lokal (Sari et al., 2022).

Singkong (*Manihot utilisima* atau *Manihot esculenta crantz*) adalah tanaman yang memiliki penyebaran luas di Indonesia dan telah dibudidayakan di berbagai negara di seluruh dunia (Monikasari, 2019). Di Desa Petanang, singkong diolah menjadi berbagai produk makanan, dengan keripik singkong sebagai salah satu produk unggulan. Produk ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak keluarga, tetapi juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut guna meningkatkan perekonomian lokal (Cristina et al., 2022).

Meskipun potensi ekonomi dari keripik singkong cukup besar, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Petanang menghadapi berbagai tantangan (Aryani et al., 2023). Tantangan tersebut meliputi kurangnya inovasi dalam pengembangan produk, keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, dan kurangnya pengetahuan mengenai manajemen usaha yang efektif. Hal ini menyebabkan daya saing produk keripik singkong dari Desa Petanang relatif rendah dibandingkan dengan produk serupa dari daerah lain.

Pengembangan inovasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan minat beli para konsumen, karena pengertian lain dari inovasi ini sendiri ialah merupakan proses penciptaan, pengembangan, dan peluncuran produk baru atau penyempurnaan produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih baik. Inovasi ini bisa melibatkan perubahan dalam desain, fungsi, bahan baku, teknologi, atau fitur-fitur lainnya yang membuat produk menjadi lebih unggul, efisien, atau menarik dibandingkan dengan produk yang telah ada di pasar. Tujuan dari inovasi produk adalah untuk meningkatkan daya saing, menarik perhatian konsumen, dan meningkatkan penjualan serta pangsa pasar (Hertati et al., 2022).

Menurut Ramadhan et al. (2023), banyak pelaku UMKM di Desa Petanang yang belum memanfaatkan potensi ini secara maksimal, sehingga produk yang dihasilkan kurang bervariasi dan tidak menarik bagi konsumen. Hal ini berkontribusi pada rendahnya daya saing produk keripik singkong di pasar yang lebih luas. Kurangnya pengetahuan tentang teknik produksi dan strategi pemasaran menjadi tantangan utama bagi pelaku UMKM. Berdasarkan penelitian sebelumnya, banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan metode tradisional dalam memproduksi keripik singkong, tanpa melakukan inovasi pada rasa dan kemasan (Terttiaavini & Saputra, 2020).

Berbagai penelitian telah menunjukkan pentingnya inovasi dalam meningkatkan kinerja UMKM. Menurut (Aidhi et al., 2023), inovasi produk dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing UMKM di pasar lokal dan internasional. Inovasi ini tidak hanya melibatkan pengembangan produk baru tetapi juga penyempurnaan produk yang sudah ada, serta penerapan teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk. Inovasi produk membantu UMKM untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan konsumen dan tren pasar, sehingga mereka dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasar mereka.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Tiara et al., 2024) menjelaskan bahwa pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan secara sistematis dapat meningkatkan kemampuan inovasi dan manajemen usaha kecil. Pelatihan yang terstruktur memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada para pelaku UMKM, membantu mereka memahami proses inovasi dan bagaimana menerapkannya dalam bisnis mereka. Selain itu, sosialisasi yang efektif membantu menyebarkan informasi penting tentang tren pasar, teknologi terbaru, dan praktik bisnis terbaik, yang semuanya dapat mendukung peningkatan kinerja UMKM. Dengan demikian, pelatihan dan sosialisasi tidak hanya meningkatkan kompetensi individu tetapi juga memperkuat kapasitas organisasi UMKM secara keseluruhan, menjadikan mereka lebih adaptif dan kompetitif di pasar yang dinamis.

Oleh karena itu, melihat kondisi ini penting untuk melakukan penelitian yang berfokus pada pelatihan dan sosialisasi pengembangan inovasi produk keripik singkong. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM di Desa Petanang melalui Program KKN Tematik MBKM. Program ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis dalam proses produksi, tetapi juga strategi pemasaran dan manajemen usaha yang lebih baik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan

UMKM di Desa Petanang, serta memberikan contoh model pemberdayaan UMKM yang dapat diterapkan di daerah lain.

Melalui program ini, mahasiswa yang terlibat dapat berkontribusi langsung dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Petanang, sekaligus mendapatkan pengalaman praktis dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah mereka peroleh selama perkuliahan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM, tetapi juga memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi lokal. Dengan pendekatan partisipatif, diharapkan pelaku UMKM dapat terlibat aktif dalam proses pembelajaran dan inovasi produk, sehingga mampu menghasilkan keripik singkong yang berkualitas dan memiliki nilai jual yang tinggi (Ramadhan et al., 2023).

Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat diadopsi oleh desa-desa lain yang menghadapi permasalahan serupa. Oleh karena itu, pelatihan dan sosialisasi pengembangan inovasi produk keripik singkong ini menjadi sangat penting sebagai upaya peningkatan UMKM di Desa Petanang melalui Program KKN Tematik MBKM.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Pendekatan PAR ini sudah ada sejak tahun 1940-an, yang merupakan sebuah metode penelitian yang melibatkan peneliti dan peserta untuk bekerja sama untuk mempelajari kondisi yang menantang dan memperbaikinya (Rahmat & Mirnawati, 2020). Dengan menggunakan metode PAR, pelaksanaan kegiatan ini melibatkan partisipasi aktif dari pelaku UMKM dan masyarakat setempat dalam seluruh tahapan program, mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan, implementasi, evaluasi hingga pengembangan yang berkelanjutan.

Pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi pengembangan inovasi produk keripik singkong di Desa Petanang, Kecamatan Lembak, Provinsi Sumatera Selatan, yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T UIGM, menerapkan metode Participatory Action Research (PAR) untuk memastikan keterlibatan aktif dari para pelaku UMKM dan masyarakat setempat. Langkah-langkah dalam pendekatan ini dimulai dengan identifikasi masalah dan kebutuhan UMKM setempat. Mahasiswa KKN-T UIGM melakukan survei awal melalui wawancara dan diskusi kelompok terarah untuk menggali tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha keripik singkong, seperti kendala dalam diversifikasi produk, teknik pengemasan, dan strategi pemasaran. Hasil identifikasi ini kemudian digunakan untuk merancang program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Selanjutnya, mahasiswa bersama pelaku UMKM merencanakan program pelatihan yang mencakup inovasi produk, teknik produksi, dan pemasaran digital. Tahap perencanaan ini dilakukan secara kolaboratif, dengan mahasiswa bertindak sebagai fasilitator dan pelaku UMKM sebagai mitra yang memberikan input langsung untuk memastikan relevansi program. Setelah rencana disepakati, masuk ke tahap implementasi pelatihan dan sosialisasi, di mana mahasiswa KKN-T UIGM memberikan materi dan bimbingan teknis yang aplikatif, serta memfasilitasi praktek langsung bagi para pelaku UMKM. Partisipasi aktif dari peserta dalam implementasi ini memastikan bahwa pengetahuan yang disampaikan dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka.

Tahap berikutnya adalah evaluasi, di mana mahasiswa dan pelaku UMKM bersama-sama menilai efektivitas program yang telah dijalankan. Evaluasi ini melibatkan penilaian terhadap kualitas produk yang dihasilkan, perubahan dalam strategi pemasaran, dan dampak terhadap peningkatan penjualan. Melalui proses refleksi, mahasiswa dan pelaku UMKM dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan menyesuaikan strategi untuk kegiatan selanjutnya. Terakhir, mahasiswa KKN-T UIGM juga menekankan pada pengembangan kapasitas dan keberlanjutan, di mana mereka tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membangun kemampuan pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk secara mandiri. Dengan demikian, dampak dari pelatihan ini tidak hanya dirasakan dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal dalam jangka panjang, memastikan bahwa keripik singkong Desa Petanang dapat bersaing di pasar yang lebih luas.



Gambar 1. Survey yang dilakukan Mahasiswa KKN-Tematik UIGM

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan adalah proses pendidikan jangka pendek yang dilakukan secara sistematis dan terorganisir untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta agar mampu melaksanakan tugas atau pekerjaan tertentu dengan lebih efektif. Pelatihan biasanya berfokus pada pengembangan kompetensi praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pekerjaan atau kehidupan sehari-hari. Pelatihan melibatkan pembelajaran aktif, di mana peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat dalam aktivitas praktis yang memungkinkan untuk menginternalisasi pengetahuan dan keterampilan baru (Wijaya, 2023).

Menurut Ilmiah et al. (2022), sosialisasi adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, nilai-nilai, dan norma-norma kepada individu atau kelompok dengan tujuan membentuk pemahaman dan sikap yang diinginkan. Sosialisasi dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti pendidikan, komunitas, atau lingkungan kerja, dan sering kali digunakan untuk memperkenalkan konsep-konsep baru atau mengubah perilaku individu atau kelompok. Proses sosialisasi melibatkan interaksi antara pihak yang menyampaikan informasi dan penerima informasi, di mana penerima tidak hanya diharapkan memahami, tetapi juga mengadopsi atau menerapkan informasi yang disosialisasikan. Dalam konteks program-program pemberdayaan, sosialisasi sangat penting untuk memastikan bahwa peserta atau komunitas sasaran memahami tujuan, manfaat, dan cara pelaksanaan program tersebut.

Pelatihan dan sosialisasi menjadi dua komponen kunci yang saling melengkapi untuk mencapai tujuan utama yaitu peningkatan UMKM di Desa Petanang. Pelatihan dalam konteks ini dirancang untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan praktis dan pengetahuan baru terkait inovasi produk keripik singkong. Pelaku UMKM diajarkan teknik-teknik baru dalam produksi, diversifikasi produk, pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang lebih efektif. Tujuannya adalah agar produk keripik singkong yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai tambah, tetapi juga mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Sementara itu, sosialisasi berperan dalam menyebarluaskan informasi dan pemahaman mengenai pentingnya inovasi dan pengembangan produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. Melalui sosialisasi, pelaku UMKM di Desa Petanang mendapatkan pemahaman tentang tren pasar, kebutuhan konsumen, dan bagaimana inovasi produk dapat menjadi kunci sukses dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Sosialisasi juga berfungsi untuk menggalang dukungan dan partisipasi aktif dari seluruh komunitas, sehingga inovasi yang dilakukan tidak hanya berdampak pada individu pelaku UMKM, tetapi juga pada penguatan ekonomi desa secara keseluruhan.



Gambar 2. Pelatihan Oleh Mahasiswa KKN-T UIGM Kepada Masyarakat Desa Petanang

Hasil dari pelatihan yang dilakukan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM di Desa Petanang. Para peserta, yang sebelumnya hanya terbiasa dengan metode produksi keripik singkong yang konvensional, kini mampu mengembangkan produk dengan variasi rasa yang lebih inovatif dan kemasan yang lebih menarik. Variasi rasa yang diperkenalkan mencakup rasa-rasa yang lebih modern dan sesuai dengan selera konsumen masa kini. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan pengetahuan mengenai pentingnya pengemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional, misalnya dengan menggunakan bahan yang lebih tahan lama atau ramah lingkungan. Pengemasan yang lebih baik ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, tetapi juga berkontribusi pada perpanjangan masa simpan produk, yang pada akhirnya meningkatkan nilai jual keripik singkong tersebut.



**Gambar 3.** Sosialisasi Oleh Mahasiswa KKN-T UIGM Kepada Masyarakat Desa Petanang

Tidak hanya berhenti pada aspek produksi, program sosialisasi pemasaran yang dijalankan juga memberikan dampak yang signifikan. Sosialisasi ini berhasil meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM akan pentingnya branding dan pemasaran digital dalam era ekonomi modern. Sebelum sosialisasi, banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas dalam jangkauan. Melalui sosialisasi, mereka diperkenalkan dengan konsep branding yang kuat dan bagaimana membangun citra produk yang dapat menarik perhatian konsumen. Lebih penting lagi, pelaku UMKM diajari cara memanfaatkan media digital, seperti media sosial dan e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar produk mereka. Hal ini membuka peluang bagi produk keripik singkong Desa Petanang untuk menjangkau konsumen di luar daerah, bahkan hingga ke tingkat nasional.



**Gambar 4.** Hasil Pengembangan Inovasi Produk Kripik Singkong

Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menegaskan bahwa inovasi produk yang tepat, disertai dengan strategi pemasaran yang efektif, dapat secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif (Hertati et al., 2021). Salah satu inovasi utama yang diperkenalkan dalam pelatihan ini adalah pengembangan rasa, bentuk, dan kemasan baru untuk produk keripik singkong. Misalnya, selain rasa yang variatif, pengenalan bentuk baru seperti keripik yang lebih tebal atau potongan yang lebih unik diharapkan dapat menarik perhatian konsumen yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian telah menunjukkan bahwa konsumen, khususnya

generasi muda, cenderung tertarik pada produk yang menawarkan pengalaman baru, baik dari segi rasa maupun visual (Berliana et al., 2022). Oleh karena itu, variasi rasa dan inovasi dalam pengemasan tidak hanya menambah nilai estetika produk tetapi juga meningkatkan minat beli konsumen, yang sangat penting dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.

Dengan demikian, pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan tidak hanya membantu pelaku UMKM di Desa Petanang untuk meningkatkan keterampilan teknis mereka, tetapi juga membekali mereka dengan strategi pemasaran yang relevan dan efektif di era digital. Ini menempatkan mereka dalam posisi yang lebih baik untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Hasil positif ini menunjukkan bahwa kombinasi antara inovasi produk dan pemasaran yang efektif merupakan kunci keberhasilan dalam upaya peningkatan UMKM, dan temuan ini dapat menjadi acuan bagi program pemberdayaan serupa di masa depan.

## SIMPULAN

Penelitian mengenai "Pelatihan dan Sosialisasi Pengembangan Inovasi Produk Keripik Singkong Sebagai Upaya Peningkatan UMKM di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan" telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM setempat. Melalui pelatihan dan sosialisasi yang terstruktur, para pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam teknik produksi keripik singkong, tetapi juga belajar mengenai strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan dengan perkembangan pasar saat ini.

Pelatihan yang dilakukan berhasil memfasilitasi pengembangan produk dengan variasi rasa dan inovasi kemasan yang lebih menarik, meningkatkan nilai estetika dan fungsional produk. Hal ini tidak hanya menjadikan produk keripik singkong lebih kompetitif di pasar lokal, tetapi juga mempersiapkan pelaku UMKM untuk bersaing di tingkat yang lebih luas. Penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan desain kemasan yang lebih menarik turut berkontribusi pada peningkatan daya tarik produk di mata konsumen, sementara inovasi rasa baru memperluas opsi yang tersedia dan menarik minat konsumen dari berbagai kalangan.

Sosialisasi pemasaran yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya branding dan pemasaran digital. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM di Desa Petanang yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dengan jangkauan terbatas. Melalui sosialisasi, mereka diperkenalkan dengan konsep branding yang efektif dan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Hal ini membuka peluang baru untuk memperluas pasar produk keripik singkong, memungkinkan produk tersebut untuk menjangkau konsumen di luar daerah setempat dan bahkan ke tingkat nasional.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa inovasi produk dan strategi pemasaran yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM (Hertati et al., 2021). Inovasi yang diperkenalkan dalam bentuk pengembangan rasa, bentuk, dan kemasan baru terbukti menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda yang lebih responsif terhadap produk yang menawarkan pengalaman baru (Berliana et al., 2022). Oleh karena itu, kombinasi antara pelatihan teknis, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Secara keseluruhan, pelatihan dan sosialisasi yang dilaksanakan memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Petanang, meningkatkan keterampilan teknis mereka serta memberikan alat dan strategi untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Temuan ini memberikan contoh model pemberdayaan yang dapat diterapkan di daerah lain dengan kondisi serupa, dan diharapkan dapat menjadi acuan bagi upaya peningkatan UMKM di masa depan.

## SARAN

Disarankan agar Pemerintah diharapkan dapat terus memperkuat dukungan terhadap UMKM dengan meningkatkan aksesibilitas dan ketersediaan program pelatihan serta sosialisasi yang berbasis pada kebutuhan spesifik pelaku usaha lokal. Penyediaan dana dan fasilitas untuk inovasi produk dan pengembangan teknologi harus menjadi prioritas, khususnya bagi UMKM di daerah terpencil seperti Desa Petanang. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk menciptakan kebijakan yang mempermudah UMKM dalam hal akses pasar melalui platform digital dan e-commerce, serta memfasilitasi kerjasama antara UMKM dengan pelaku usaha besar untuk memperluas jaringan distribusi produk. Kebijakan yang mendukung penerapan teknologi baru dalam proses produksi serta inovasi dalam kemasan juga sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar global. Pemerintah juga perlu

memperkuat koordinasi antara kementerian terkait, lembaga pelatihan, dan universitas untuk memastikan bahwa program-program pemberdayaan UMKM berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

Sedangkan bagi masyarakat, terutama pelaku UMKM di Desa Petanang, disarankan untuk aktif berpartisipasi dalam program pelatihan dan sosialisasi yang diselenggarakan oleh berbagai pihak. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mengenai inovasi produk dan strategi pemasaran digital akan sangat bermanfaat dalam memperkuat posisi produk lokal di pasar yang lebih luas. Pelaku UMKM diharapkan dapat lebih terbuka terhadap perubahan dan berani mengadopsi teknologi baru serta metode produksi yang lebih efisien. Kolaborasi antar pelaku usaha dan komunitas lokal juga sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan peluang yang ada dan terus berinovasi, masyarakat tidak hanya dapat meningkatkan daya saing produk mereka, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan dan penyusunan jurnal ini. Pertama-tama, kami sampaikan apresiasi yang mendalam kepada Kepala Desa dan Sekdes serta segenap unsur pemerintahan Desa Petanang, juga ucapan terima kasih kepada karang taruna serta seluruh Masyarakat Desa Petanang para khususnya para pelaku UMKM di Desa Petanang yang telah berpartisipasi aktif dalam program pelatihan dan sosialisasi, serta menunjukkan keterbukaan dan antusiasme dalam mengadopsi teknik dan strategi baru. Tanpa kerjasama dan partisipasinya, hasil dari penelitian ini tidak akan tercapai.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Permatasari, S., Palembang, & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134.
- Aryani, R., Hildayanti, S. K., Hartati, L., & Hendarmin, R. (2023). Penggunaan E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Produk Inovasi Emping Singkong Ukm Masyarakat Desa Petanang. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7101–7108.
- Berliana, R., Hendarmin, R., & Hertati, L. (2022). Potensi Singkong dalam Pengembangan UMKM di Desa Petanang. *Journal of Agricultural Innovation*, 5(2), 45–58.
- Cristina, N. N., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Manfaat Inovasi Pengolahan Singkong Desa Petanang Serta Fungsi Media Aplikasi Promosi Digital Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima)*, 1(4), 141–152.
- Hertati, L., Asmawati, A., Syahfitri, L., & Hendarmin, R. (2022). Pelatihan Peran Inovasi, E-Commerce, Ekosistem Mendorong Inovasi Produk Unggulan Desa. *Abdimasy: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 36–55.
- Hertati, L., Feri, I., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Pengembangan UMKM Unggulan Gambo Muba Produk Lokal Guna Menopang Perekonomian Rakyat Akibat COVID-19. *Journal Of Community Engagement*, 2(1), 55–68.
- Ilimiyah, F., W, S. N. A., N, I. A. Q., & Zunaidi, A. (2022). Sosialisasi Penanggulangan Tingginya Angka Pernikahan Dini di Desa Tambakrejo-Wonotirto-Blitar. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 29–33.
- Monikasari, S. M. (2019). Analisa Pengaruh Tekanan Terhadap Hasil Filtrat Dengan Alat Filtrasi Plate And Frame Filter Press Menggunakan Limbah Basah (Onggok) Dari Pabrik Tepung Tapioka. Diponegoro.
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 06(01), 62–71.
- Ramadhan, M. I., Yuniar, T., Hildayanti, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. (2023). Pelatihan dan Sosialisasi Inovasi Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Kelas Khas Desa Petanang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8134–8142.
- Sari, D. R., Shellamitha, D., Pratama, Y., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafitri, L., & Munandar, A. (2022). Pkm Pengembangan Produk Lokal Singkong Menjadi Keripik Singkong Rasa Balado Khas Desa Petanang Program Mbkm Kkn Tematik. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*

- (Prima), 2(1), 11–19.
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk Umkm Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (Kb) Layang-Layang Palembang. Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat AVoER.
- Tiara, M. I., Sutrisno, S., & Darmaputra, M. F. (2024). Pengaruh Kompetensi, Inovasi, Pelatihan, Terhadap Kinerja UMKM Center Kabupaten Semarang. Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis (JUPSIM), 3(1), 13–24.
- Wijaya, S. (2023). Pentingnya Pelatihan Dan Pengembangan Dalam Menciptakan Kinerja Karyawan Di Era Digital. Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Flores, 13(01), 106–118.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(3), 170–186.
- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Permatasari, S., Palembang, & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. Jurnal Multidisiplin West Science, 2(02), 118–134.
- Aryani, R., Hildayanti, S. K., Hartati, L., & Hendarmin, R. (2023). Penggunaan E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Produk Inovasi Emping Singkong Umkm Masyarakat Desa Petanang. Communnity Development Journal, 4(4), 7101–7108.
- Berliana, R., Hendarmin, R., & Hertati, L. (2022). Potensi Singkong dalam Pengembangan UMKM di Desa Petanang. Journal of Agricultural Innovation, 5(2), 45–58.
- Cristina, N. N., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Manfaat Inovasi Pengolahan Singkong Desa Petanang Serta Fungsi Media Aplikasi Promosi Digital Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima), 1(4), 141–152.
- Hertati, L., Asmawati, A., Syahfitri, L., & Hendarmin, R. (2022). Pelatihan Peran Inovasi, E-Commerce, Ekosistem Mendorong Inovasi Produk Unggulan Desa. Abdimasy: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 3(1), 36–55.
- Hertati, L., Feri, I., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Pengembangan UMKM Unggulan Gambo Muba Produk Lokal Guna Menopang Perekonomian Rakyat Akibat COVID-19. Journal Of Community Engagement, 2(1), 55–68.
- Ilimiyah, F., W, S. N. A., N, I. A. Q., & Zunaidi, A. (2022). Sosialisasi Penanggulangan Tingginya Angka Pernikahan Dini di Desa Tambakrejo-Wonotirto-Blitar. Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 29–33.
- Monikasari, S. M. (2019). Analisa Pengaruh Tekanan Terhadap Hasil Filtrat Dengan Alat Filtrasi Plate And Frame Filter Press Menggunakan Limbah Basah (Onggok) Dari Pabrik Tepung Tapioka. Diponegoro.
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 06(01), 62–71.
- Ramadhan, M. I., Yuniar, T., Hildayanti, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. (2023). Pelatihan dan Sosialisasi Inovasi Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Kelas Khas Desa Petanang. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(4), 8134–8142.
- Sari, D. R., Shellamitha, D., Pratama, Y., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafitri, L., & Munandar, A. (2022). Pkm Pengembangan Produk Lokal Singkong Menjadi Keripik Singkong Rasa Balado Khas Desa Petanang Program Mbkm Kkn Tematik. Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima), 2(1), 11–19.
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk Umkm Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (Kb) Layang-Layang Palembang. Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat AVoER.
- Tiara, M. I., Sutrisno, S., & Darmaputra, M. F. (2024). Pengaruh Kompetensi, Inovasi, Pelatihan, Terhadap Kinerja UMKM Center Kabupaten Semarang. Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis (JUPSIM), 3(1), 13–24.