



Pengembangan Kapasitas SDM UMKM Emping Jagung sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal di Desa Banyu Urip

Rangga

Universitas Bina Darma

Fitriasuri

Universitas Bina Darma

Heriyanto

Universitas Bina Darma

Mukran

Universitas Bina Darma

Korespondensi penulis: fitriasuri@binadarma.ac.id

Abstract. *Corn chip MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Banyu Urip Village have untapped economic potential due to limitations in technology, management, and marketing strategies. This study aims to develop the human resource capacity of corn chip MSMEs through community-based mentoring to enhance the competitiveness of local products. The method used is participatory qualitative, involving field observation, interviews, training, and direct mentoring integrated with courses on MSME Empowerment & Village Digitalization, Technology Application, as well as Leadership and Community Communication. The results indicate a significant improvement in the capacity of MSME actors in business management, product innovation (taste diversification), packaging design using digital applications (Canva), and basic understanding of digital marketing. The application of appropriate technology increased production efficiency, while the participatory approach and collaborative leadership strengthened institutional capacity and business sustainability. It is concluded that holistic and contextual human resource development can drive the transformation of traditional MSMEs into more competitive and digitally adaptive businesses.*

Keywords: *MSME Empowerment; Village Digitalization; Product Innovation; Human Resource Capacity; Appropriate Technology.*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) emping jagung di Desa Banyu Urip memiliki potensi ekonomi yang belum tergarap optimal karena keterbatasan teknologi, manajemen, dan strategi pemasaran. Kegiatan ini bertujuan mengembangkan kapasitas SDM UMKM emping jagung melalui pendampingan berbasis komunitas untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Metode yang digunakan adalah partisipatif kualitatif, meliputi observasi lapangan, wawancara, pelatihan, dan pendampingan langsung yang terintegrasi dengan mata kuliah Pemberdayaan UMKM & Digitalisasi Desa, Penerapan Teknologi, serta Kepemimpinan dan Komunikasi Masyarakat. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan pada kapasitas pelaku UMKM dalam manajemen usaha, inovasi produk (diversifikasi rasa), desain kemasan menggunakan aplikasi digital (Canva), serta pemahaman dasar pemasaran digital. Penerapan teknologi tepat guna meningkatkan efisiensi produksi, sementara pendekatan partisipatif dan kepemimpinan kolaboratif memperkuat kelembagaan dan keberlanjutan usaha. Disimpulkan bahwa pengembangan kapasitas SDM yang holistik dan kontekstual mampu mendorong transformasi UMKM tradisional menuju usaha yang lebih berdaya saing dan adaptif terhadap era digital.

Kata Kunci: *Pemberdayaan UMKM; Digitalisasi Desa; Inovasi Produk; Kapasitas SDM; Teknologi Tepat Guna*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang memegang peranan vital dalam pembangunan ekonomi nasional. Dalam konteks Indonesia, UMKM berkontribusi lebih dari 99% terhadap total unit usaha dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM, 2022). Peran UMKM juga sangat penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi pengangguran, serta memperkuat ketahanan ekonomi lokal, terutama di wilayah pedesaan. Namun, di tengah perkembangan teknologi dan transformasi digital, UMKM dituntut mampu beradaptasi terhadap perubahan agar tetap kompetitif.

Desa Banyu Urip merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi lokal di bidang agroindustri, khususnya pada produksi emping jagung. Produk ini telah lama menjadi bagian dari tradisi dan aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Meskipun memiliki potensi pasar yang cukup besar, proses produksi emping jagung masih dilakukan secara tradisional dan bertumpu pada tenaga manusia dalam setiap tahapan produksi. Minimnya inovasi alat, teknik pengolahan modern, serta standar kualitas produk menjadi faktor yang membatasi perkembangan UMKM emping jagung di desa ini. Selain itu, rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam manajemen usaha, pemasaran digital, branding produk, dan pengemasan modern menyebabkan emping jagung sulit bersaing dengan produk serupa dari daerah lain. Hal ini sejalan dengan temuan Rahmawati, et al (2022) yang menyatakan bahwa UMKM pangan desa cenderung stagnan akibat terbatasnya akses teknologi dan rendahnya kemampuan inovasi.

Dalam era digital, pengembangan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM menjadi kebutuhan yang sangat mendesak. Penelitian Putri, V., & Suryani (2021) menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna pada UMKM pangan dapat meningkatkan kapasitas produksi hingga 40% dan memperbaiki efisiensi kerja secara signifikan. Selain itu, digitalisasi usaha seperti pemasaran melalui media sosial, marketplace, dan branding digital berpotensi memperluas jangkauan pasar produk lokal. Dewi, A., & Kurniawati (2022) menyatakan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan penjualan UMKM kecil sebesar 30–50% dalam enam bulan pertama penerapannya.

Pengembangan UMKM juga dipengaruhi oleh kepemimpinan lokal, komunikasi yang efektif, kerja sama tim, dan etika sosial masyarakat. Pemimpin desa, ketua kelompok UMKM, serta tokoh masyarakat memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi, memberikan motivasi, dan mengoordinasikan kegiatan pemberdayaan. Yusuf (2021) menegaskan bahwa kepemimpinan partisipatif memiliki hubungan positif terhadap keberhasilan program pengembangan masyarakat berbasis UMKM. Selain itu, nilai gotong royong, kejujuran, solidaritas, dan tanggung jawab sosial turut menjadi modal sosial yang mendukung keberlanjutan program. Lestari (2020) menjelaskan bahwa modal sosial masyarakat desa menjadi faktor penentu keberhasilan program pemberdayaan UMKM berbasis komunitas.

Dalam pengembangan desa dan inovasi sosial, Pengembangan Program Inovatif Masyarakat menjadi relevan untuk mendorong kreativitas desa dalam mengolah potensi lokal. Mahasiswa dituntut mampu merancang program inovatif yang aplikatif, berkelanjutan, dan sesuai kebutuhan masyarakat.

Selanjutnya, Penerapan Teknologi dalam Pengabdian Masyarakat berperan dalam mendorong mahasiswa untuk mendampingi UMKM dalam penggunaan teknologi tepat guna. Hal ini sesuai dengan penelitian Handayani, et al (2023) yang menunjukkan bahwa transfer teknologi sederhana dapat meningkatkan produktivitas UMKM desa hingga 2–3 kali lipat bila dibarengi

pendampingan berkelanjutan.

Digitalisasi desa menjadi aspek penting lainnya yang perlu diperkuat, termasuk pemanfaatan media sosial, e-commerce, pencatatan keuangan digital, dan peningkatan literasi teknologi. Sari, M., & Pratama (2024) menegaskan bahwa digitalisasi pada UMKM desa mampu memperluas pasar hingga lintas regional dan meningkatkan nilai jual produk lokal. Selain itu, keberhasilan program pemberdayaan UMKM perlu melalui proses perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi secara menyeluruh. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan, peningkatan kompetensi, dampak sosial-ekonomi, serta keberlanjutan program.

Berdasarkan keseluruhan kondisi tersebut, diperlukan program pengembangan kapasitas SDM UMKM yang tidak hanya berfokus pada teknologi dan inovasi, tetapi juga memperkuat aspek manajerial, kepemimpinan, komunikasi, kerja sama tim, serta pemahaman tentang etika sosial dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, program pendampingan UMKM emping jagung di Desa Banyu Urip dirancang melalui pendekatan pendidikan masyarakat, inovasi teknologi, dan digitalisasi desa. Pelaksanaan program ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara modern, meningkatkan daya saing produk emping jagung, serta mendukung terwujudnya desa mandiri yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dengan demikian, kegiatan pengembangan kapasitas SDM UMKM emping jagung di Desa Banyu Urip menjadi sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya peningkatan daya saing produk lokal, penguatan ekonomi masyarakat, dan percepatan transformasi digital desa sesuai dengan arah pembangunan nasional.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Banyu Urip, Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan pada 20 Oktober – 26 November 2025. Adapun khalayak dan sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM emping jagung, masyarakat Desa Banyu Urip, pemerintah Desa Banyu Urip, pemuda Desa Banyu Urip, serta perguruan tinggi dan civitas akademika. Rangkaian kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama, yaitu observasi lapangan, pengumpulan data dan wawancara, pelatihan dan pendampingan SDM, pengenalan dan penerapan teknologi tepat guna, sosialisasi digitalisasi desa dan branding produk, serta monitoring, evaluasi, dan refleksi kegiatan. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif. Adapun metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara terstruktur, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengembangan Program Inovatif Masyarakat

Pengembangan Program Inovatif Masyarakat merupakan kegiatan yang membekali dan menganalisis kebutuhan masyarakat, memetakan potensi lokal, dan merancang model inovasi berbasis komunitas yang berkelanjutan. Dalam observasi terhadap UMKM emping jagung, kondisi teknis produksi yang ditemukan tidak hanya dipahami sebagai keterbatasan, tetapi dijadikan dasar dalam perancangan transformasi inovatif yang berbasis pada potensi desa.

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi emping jagung masih tradisional, belum memiliki standar mutu, sesuai serta belum menerapkan diversifikasi rasa maupun peningkatan kualitas kemasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi jagung sebagai komoditas lokal belum dimanfaatkan secara optimal untuk menciptakan nilai tambah yang berdaya saing.

Melalui konsep *community innovation development*, pengembangan UMKM emping

jagung diarahkan pada proses inovasi yang bersifat partisipatif dan berbasis potensi desa. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam merancang dan mengimplementasikan inovasi, dengan tetap mempertahankan kearifan lokal yang telah berkembang. Dalam kerangka tersebut, pengembangan dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu: a) menganalisis potensi jagung sebagai komoditas unggulan desa, bukan sekadar bahan baku yang diolah tanpa nilai tambah pasar; b) mengembangkan bentuk inovasi produk tanpa memutus kearifan lokal, seperti peningkatan cita rasa, tekstur, higienitas, dan kemasan agar tetap diterima budaya setempat namun memiliki daya saing modern; c) merancang tahapan pengembangan usaha berbasis kebutuhan aktual, bukan perkiraan semata, melainkan berdasar observasi empiris lapangan.

Dengan demikian, pendekatan *community innovation development* tidak hanya berfungsi sebagai strategi peningkatan kualitas produk, tetapi juga sebagai upaya pemberdayaan masyarakat yang mendorong kemandirian, keberlanjutan usaha, serta penguatan ekonomi desa berbasis potensi lokal.

Penelitian Praselanova & Ubaidillah (2024) menunjukkan bahwa UMKM desa membutuhkan inovasi produk dan penguatan identitas visual agar mampu beradaptasi dengan pasar modern dan sistem pemasaran digital. Oleh karena itu, hasil observasi lapangan tidak hanya dicatat sebagai temuan, tetapi dijadikan dasar logis dalam merancang pelatihan inovasi rasa, branding, pengemasan, hingga pemasaran digital.

Dengan demikian, observasi tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kondisi, tetapi merupakan tahapan ilmiah dalam menginisiasi *innovation-based empowerment*, yaitu pemberdayaan berbasis inovasi yang memungkinkan UMKM emping jagung berkembang dari produksi tradisional menuju unit usaha yang siap bersaing di pasar lokal, regional, hingga digital.



Gambar 1. Dokumentasi Observasi Proses Produksi Emping Jagung Secara Tradisional

Observasi lapangan dilakukan secara langsung pada beberapa rumah produksi emping jagung untuk memperoleh gambaran nyata mengenai alur produksi yang dijalankan masyarakat. Observasi mencakup seluruh tahapan, mulai dari pemilihan bahan baku jagung, perendaman, pemipilan, penjemuran, pengempingan, hingga pengemasan. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa sebagian besar proses produksi masih dilakukan secara manual dan belum

didukung oleh alat bantu teknologi sederhana yang dapat meningkatkan efisiensi kerja. Selain itu, belum terdapat standar mutu atau SOP produksi yang seragam, sehingga kualitas akhir produk cenderung bervariasi.

Temuan ini menjadi dasar penyusunan materi pelatihan inovasi rasa, kemasan, serta rekomendasi penerapan alat bantu teknologi tepat guna agar pelaku UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Selain itu, berbagai penelitian pemberdayaan UMKM seperti milik Praselanova & Ubaidillah (2024) menekankan bahwa inovasi produk dan visual kemasan merupakan elemen kritis peningkatan daya saing UMKM di era digital. Oleh karena itu, hasil observasi lapangan pada UMKM emping jagung tidak hanya menjadi bahan laporan, tetapi berperan sebagai fondasi akademik dalam merancang pengembangan usaha yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, baik pada aspek inovasi produk maupun strategi pemasaran.

Dengan demikian, hasil observasi lapangan pada UMKM emping jagung bukan sekadar dokumentasi kondisi awal, tetapi berfungsi sebagai fondasi akademik dan praktis dalam merancang intervensi peningkatan kapasitas, mulai dari pemanfaatan teknologi tepat guna, penyusunan SOP produksi, hingga penguatan strategi pemasaran. Dokumentasi observasi ini kemudian digunakan sebagai rujukan dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan agar pelaku UMKM mampu meningkatkan produktivitas, konsistensi mutu, dan daya saing emping jagung, baik di pasar lokal maupun digital.

Pelaksanaan pendampingan UMKM emping jagung pada tahap ini dikaitkan dengan materi mata kuliah Pemberdayaan UMKM & Digitalisasi Desa yang berfokus pada transformasi usaha tradisional menuju pemasaran digital berbasis potensi lokal. Temuan observasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih mengandalkan pola pemasaran konvensional (*offline*), belum memiliki identitas visual produk (*branding*), serta belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi maupun perluasan akses pasar. Kondisi ini menegaskan bahwa proses produksi emping jagung belum sepenuhnya terhubung dengan strategi pemasaran modern yang mampu meningkatkan daya saing di tingkat lokal maupun digital.

Sebagai bentuk implementasi teori, mahasiswa kemudian memberikan penguatan literasi digital melalui pelatihan penyusunan konten promosi, desain kemasan, serta perancangan strategi pemasaran berbasis media sosial dan marketplace desa. Integrasi program digitalisasi ini sejalan dengan hasil penelitian Hadinugroho dan Firdaus (2023) yang mengungkap bahwa digitalisasi UMKM merupakan faktor kunci dalam memperluas jaringan distribusi, meningkatkan efektivitas promosi, dan memperkuat posisi produk lokal dalam persaingan ekonomi kreatif.

Sebagai tindak lanjut dari hasil observasi dan penerapan pendekatan *community innovation development*, setiap kegiatan yang dirancang menunjukkan perkembangan bertahap sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Perkembangan ini menjadi indikator bahwa intervensi yang dilakukan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi pelaku UMKM emping jagung.

a. Perkembangan Program Peningkatan Kapasitas Produksi UMKM

Pelaksanaan program peningkatan kapasitas produksi menunjukkan perkembangan positif pada pola kerja pelaku UMKM. Setelah dilakukan pendampingan, pelaku UMKM mulai lebih memperhatikan kebersihan alat dan lingkungan produksi, serta melakukan pengaturan alur kerja yang lebih tertata. Penggunaan alat bantu sederhana yang diperkenalkan mahasiswa mulai diterapkan dalam proses pengempingan dan pengeringan, sehingga waktu produksi menjadi lebih efisien dan tenaga kerja manual dapat diminimalkan.

Selain itu, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya keseragaman ukuran dan tingkat kematangan emping jagung. Meskipun penerapan standar mutu masih bersifat sederhana,

kesadaran akan kualitas produk sebagai faktor daya saing mulai terbentuk, yang sebelumnya belum menjadi perhatian utama dalam proses produksi tradisional.

b. Perkembangan Program Inovasi Produk Berbasis Kearifan Lokal

Pada tahap inovasi produk, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan minat dan keberanian untuk mencoba variasi rasa emping jagung. Melalui pendampingan uji coba inovasi, beberapa pelaku UMKM mulai mengembangkan varian rasa sederhana dengan memanfaatkan bahan lokal yang mudah diperoleh. Inovasi ini tetap mempertahankan cita rasa khas emping jagung tradisional, sehingga dapat diterima oleh masyarakat setempat.

Perkembangan ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir pelaku UMKM, dari yang semula hanya berfokus pada produksi rutin menjadi lebih terbuka terhadap inovasi produk sebagai strategi peningkatan nilai jual. Meskipun skala inovasi masih terbatas, langkah awal ini menjadi fondasi penting bagi pengembangan produk di masa mendatang.

c. Perkembangan Program Pengembangan Kemasan dan Identitas Produk

Program pengembangan kemasan dan identitas produk menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Pelaku UMKM mulai beralih dari kemasan polos tanpa identitas menuju kemasan yang lebih rapi dan informatif. Beberapa UMKM telah menggunakan label sederhana yang memuat nama produk, nama produsen, dan informasi dasar lainnya.

Perubahan ini memberikan dampak langsung pada tampilan produk emping jagung yang terlihat lebih menarik dan profesional. Pelaku UMKM juga mulai menyadari bahwa kemasan dan identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga sebagai sarana komunikasi produk kepada konsumen dan pembeda dengan produk sejenis di pasaran.

d. Perkembangan Program Pemasaran dan Digitalisasi UMKM

Pada aspek pemasaran dan digitalisasi, pelaku UMKM menunjukkan perkembangan awal dalam pemanfaatan media digital. Setelah diberikan pendampingan, beberapa pelaku UMKM mulai mencoba memasarkan produk melalui media sosial sederhana seperti WhatsApp dan Instagram. Produk emping jagung mulai didokumentasikan dalam bentuk foto, disertai deskripsi singkat yang menjelaskan keunggulan produk.

Meskipun pemanfaatan media digital masih terbatas oleh kemampuan teknis dan akses internet, terjadi peningkatan kesadaran bahwa pemasaran digital memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan pasar. Perkembangan ini menjadi langkah awal dalam menghubungkan produksi emping jagung dengan strategi pemasaran modern berbasis digital.

e. Program Pendampingan dan Monitoring Berkelanjutan

Pelaksanaan pendampingan dan monitoring secara berkala menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menerapkan sebagian besar materi yang telah diberikan. Mahasiswa KKN mencatat adanya peningkatan konsistensi dalam proses produksi, penggunaan kemasan yang lebih baik, serta upaya awal dalam inovasi produk dan pemasaran.

Monitoring juga membantu mengidentifikasi kendala yang masih dihadapi pelaku UMKM, seperti keterbatasan modal, alat produksi, dan literasi digital. Dengan adanya pendampingan berkelanjutan, pelaku UMKM tidak hanya menerima materi, tetapi juga mendapatkan solusi praktis yang disesuaikan dengan kondisi lapangan.

f. Program Penguatan Kelembagaan dan Kerja Sama Lokal

Program penguatan kelembagaan menunjukkan perkembangan pada aspek komunikasi dan kerja sama antar pelaku UMKM serta dengan pemerintah desa. Pelaku UMKM mulai membangun komunikasi yang lebih intensif untuk saling berbagi pengalaman dan informasi terkait produksi maupun pemasaran.

Mahasiswa juga berhasil menjembatani komunikasi antara pelaku UMKM dan perangkat

desa, sehingga muncul dukungan awal terhadap pengembangan usaha emping jagung sebagai potensi ekonomi lokal. Perkembangan ini menjadi langkah awal dalam membangun kelembagaan UMKM yang lebih terstruktur dan berkelanjutan di tingkat desa.

2. Penerapan Teknologi dalam Pengabdian Masyarakat (Pelatihan Manajemen Usaha dan Pengembangan Produk)

Pelaksanaan pendampingan UMKM emping jagung pada tahap ini dikaitkan dengan Penerapan Teknologi dalam Pengabdian Masyarakat serta Pemberdayaan UMKM dan Digitalisasi Desa, yang menekankan transformasi usaha tradisional menjadi usaha yang mampu memanfaatkan teknologi produksi dan pemasaran digital berbasis potensi lokal. Temuan observasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih mengandalkan pola pemasaran konvensional (*offline*). Produk emping jagung belum memiliki identitas visual (*branding*), belum menggunakan kemasan standar pasar, dan belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, proses produksi masih mengandalkan teknik manual sehingga kualitas dan kecepatan produksi belum optimal. Temuan ini menegaskan bahwa UMKM belum terhubung dengan strategi pemasaran modern yang mampu meningkatkan daya saing di tingkat lokal maupun digital.

Untuk lebih memahami kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM secara langsung, dilakukan wawancara awal yang menggali pengalaman dan permasalahan mereka sehari-hari dalam mengelola usaha. Hasil wawancara ini menjadi dasar penting bagi penyusunan materi pelatihan manajemen usaha dan pengembangan produk. Hasil Wawancara UMKM Terkait Kendala Usaha:

Mahasiswa: “Selama ini emping jagungnya dijual ke mana aja?”

UMKM: “Paling cuma dijual di sekitar sini, dititip ke warung atau ada yang datang langsung beli.”

Mahasiswa: “Pernah coba jual lewat HP atau media sosial?”

UMKM: ““Belum pernah, soalnya dak terlalu paham caronyo, takut salah.”

Mahasiswa: “Kalau soal harga, nentuin harganya gimana?”

UMKM: ““Biaso ngikut harga pasaran bae, belum pernah ngitung modal secara rinci.”

Mahasiswa: “Pembukuan usaha sudah ada belum?”

UMKM: ““Belum, uang usaha sama uang rumah masih nyampur.”

Mahasiswa: “Bagian mana yang paling susah waktu produksi?”

UMKM: ““Kalau pesanan lagi banyak, prosesnyo lama karena semua masih manual.”

Dari hasil wawancara awal tersebut terlihat bahwa usaha masih dijalankan secara sederhana, baik dari sisi manajemen, produksi, maupun pemasaran. Kondisi ini menjadi dasar dilaksanakannya pelatihan manajemen usaha dan pengembangan produk.

Sebagai bentuk implementasi teori, mahasiswa kemudian memberikan penguatan literasi digital melalui pelatihan penyusunan konten promosi, desain kemasan, serta perancangan strategi pemasaran berbasis media sosial dan *marketplace* desa. Integrasi program digitalisasi ini sejalan dengan hasil penelitian Hadinugroho dan Firdaus (2023) yang mengungkapkan bahwa digitalisasi UMKM merupakan faktor kunci dalam memperluas jaringan distribusi, meningkatkan efektivitas

promosi, dan memperkuat posisi produk lokal dalam persaingan ekonomi kreatif.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Usaha dan Inovasi Produk bersama Pelaku UMKM

Pelaksanaan kegiatan pada Gambar 2 menunjukkan bahwa pelatihan ini juga memberikan penguatan kapasitas manajemen usaha melalui materi pembukuan sederhana, pengelolaan produksi, dan penentuan harga jual berbasis biaya serta nilai pasar. Selama dan setelah pelatihan, mahasiswa juga melakukan sesi diskusi dan tanya jawab dengan pelaku UMKM untuk mengetahui sejauh mana mereka memahami materi, serta hambatan apa saja yang masih dirasakan dalam praktik manajemen usaha. Hasil interaksi ini kemudian direkam sebagai cuplikan wawancara pasca pelatihan, yang menggambarkan perubahan sikap dan kesiapan pelaku UMKM dalam menerapkan konsep manajemen usaha modern. Wawancara Setelah Pelatihan

Mahasiswa: “Setelah ikut pelatihan, gimana soal ngatur usaha?”

UMKM: “ “Sekarang lebih ngerti, jadi dak asal jalan bae.”

Mahasiswa: “Nentuin harga masih kayak dulu?”

UMKM: “ “Dak lagi, sekarang dicoba hitung dulu modalnyo.”

Mahasiswa: “Menurut Ibu/Bapak, pembukuan itu penting dak?”

UMKM: “ “Penting jugo ternyata, walaupun cuma catatan sederhana.”

Mahasiswa: “Ada keinginan buat ningkatin kualitas produksi?”

UMKM: “ “Ado, pengen lebih rapi biar hasilnya samo semua.”

Mahasiswa: “Ke depannya usaha ini mau dibawa ke mana?”

UMKM: “ “Pengen pelan-pelan dikembangin, apalagi kalo biso jual lewat online.”

Hasil wawancara pasca-pelatihan menunjukkan adanya perubahan cara pandang terhadap pengelolaan usaha serta meningkatnya kesiapan untuk menerapkan manajemen usaha yang lebih terstruktur.

Peserta mendapatkan pemahaman terkait perencanaan kebutuhan bahan baku, manajemen stok, dan strategi pengembangan produk yang berorientasi pada peningkatan kualitas dan daya tarik bagi konsumen. Selain itu, pelatihan turut menekankan pentingnya inovasi produk, baik melalui diversifikasi rasa maupun peningkatan kemasan agar emping jagung memiliki nilai tambah serta lebih kompetitif.

Selama pelatihan berlangsung, pelaku UMKM menunjukkan antusiasme tinggi melalui diskusi aktif mengenai berbagai kendala usaha, seperti kesulitan menentukan harga jual yang proporsional, hambatan menjaga kualitas akibat keterbatasan alat produksi, serta tantangan dalam

mengelola stok ketika permintaan meningkat pada musim tertentu. Minimnya varian rasa emping jagung juga teridentifikasi sebagai faktor yang menghambat perluasan pasar.

Melalui pendekatan interaktif, peserta diberikan contoh penerapan teknologi tepat guna dalam proses pengempingan, teknik formulasi rasa baru tanpa menghilangkan karakteristik lokal, serta strategi promosi sederhana melalui media sosial desa. Pendampingan ini berlandaskan teori *Community Based Development*, yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam proses transformasi usaha. Selain itu, pelatihan turut berpedoman pada konsep *technology acceptance model* (TAM), di mana penerimaan teknologi sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan (Davis, 1989). Hal ini terlihat dari meningkatnya motivasi pelaku UMKM setelah mempraktikkan langsung alat dan aplikasi digital.

Dampak pelatihan menunjukkan adanya peningkatan motivasi dan kesiapan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan model pengembangan usaha yang lebih modern dan terstruktur. Keseluruhan rangkaian pendampingan ini diharapkan mampu mendorong keberlanjutan UMKM emping jagung di Desa Banyu Urip melalui integrasi inovasi produk, penguatan merek, serta optimalisasi pemasaran digital yang berkelanjutan.

3. Pemberdayaan UMKM & Digitalisasi Desa (Pelatihan Desain Kemasan dan Pemasaran Digital)

Pelatihan desain kemasan dan pemasaran digital merupakan salah satu bentuk pendampingan yang bertujuan meningkatkan kualitas visual produk emping jagung sekaligus memperkuat strategi pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai tindak lanjut temuan awal bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan kemasan polos tanpa label, belum memiliki merek yang konsisten, serta belum memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi. Untuk menggali lebih jauh persepsi pelaku UMKM terkait branding dan promosi digital, dilakukan wawancara awal yang menunjukkan tingkat pemahaman mereka mengenai pentingnya kemasan dan promosi digital. Wawancara Awal Branding:

Mahasiswa: “Emping jagung ini sudah ada mereknya belum?”

UMKM: “Belum ado, selama ini pake plastik polos bae.”

Mahasiswa: “Kalau orang beli, taunya ini produk siapa dari mana?”

UMKM: “Paling tau dari mulut ke mulut.”

Mahasiswa: “Pernah kepikiran bikin kemasan yang lebih menarik?”

UMKM: “Pernah sih, tapi dak tau mulai dari mano.”

Mahasiswa: “Kenapa belum coba promosi lewat media sosial?”

UMKM: “Dak biasa pake, takut dak biso.”

Mahasiswa: “Menurut Ibu/Bapak, kemasan penting dak?”

UMKM: “Dulu mikirnyo dak terlalu penting.”

Wawancara awal menunjukkan perlunya pendampingan terkait branding dan penggunaan media digital.

Pelatihan ini mengintegrasikan konsep digitalisasi UMKM dan komunikasi partisipatif, sehingga pelaku usaha tidak hanya memperoleh kemampuan teknis, tetapi juga didampingi dalam

proses penerimaan inovasi secara sosial dan budaya.

Melalui penggunaan aplikasi desain digital seperti Canva, pelaku UMKM diperkenalkan pada teknik dasar pembuatan label, termasuk pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak desain yang sesuai dengan identitas emping jagung sebagai produk lokal. Pendekatan ini dilakukan secara kolaboratif dengan metode demonstrasi langsung dan dialog interaktif. Dengan demikian, peserta memahami bahwa branding visual bukan sekadar estetika, melainkan bagian strategis dalam membangun citra usaha dan meningkatkan daya saing produk di pasar desa maupun digital.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemasan dan desain produk berperan penting dalam memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan intensi membeli. Penelitian (Sarasati, Wiharso, & Prasetyo, 2025) menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait desain produk dan branding, kemampuan memilih bahan baku yang berkualitas, penerapan standar produksi, serta pelaksanaan *quality control* secara lebih baik. Kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produk juga mengalami peningkatan. Keterlibatan aktif peserta yang mempresentasikan produk mereka sebagai studi kasus membuat sesi pelatihan menjadi lebih kontekstual dan praktis. Oleh karena itu, pelatihan desain kemasan dan branding pada UMKM emping jagung bukan sekadar estetika, tetapi merupakan strategi peningkatan nilai jual dan kepercayaan konsumen, yang menjadi aspek fundamental dalam pemasaran modern.

Pelaksanaan kegiatan juga terkait dengan penerapan teori pemasaran digital, yang menekankan bahwa pemanfaatan media sosial dan *marketplace* mampu memperluas jangkauan pasar UMKM, meningkatkan interaksi pelanggan, dan mempercepat penyebaran informasi produk (Kotler & Keller, 2016). UKM yang mengadopsi media digital (*media sosial, marketplace*) untuk promosi dan penjualan menunjukkan peningkatan jangkauan pasar dan potensi penjualan dibanding UKM yang hanya mengandalkan pasar lokal/offline. Karena itu, pelatihan pemasaran digital ditujukan tidak hanya agar pelaku usaha terlihat modern, tetapi juga untuk memperluas akses pasar emping jagung melewati batas geografis desa.



Gambar 3. Pelaku UMKM Mempraktikkan Pembuatan Label Produk Menggunakan Aplikasi Desain Digital

Selama sesi ini, peserta diberi kesempatan mencoba langsung, sehingga pengetahuan dan kepercayaan diri mereka dalam membuat kemasan dan promosi digital dapat terukur melalui cuplikan wawancara pasca pelatihan. Wawancara Setelah Pelatihan Digitalisasi :

Mahasiswa: “Setelah nyoba bikin desain, susah dak?”

UMKM “Dak jugo, ternyata gampang kalo pake Canva.”

Mahasiswa: “Sekarang pandangannya soal kemasan gimana?”

UMKM “Raso-rasonyo lebih penting dari yang dikiro.”

Mahasiswa: “Kalau disuruh bikin label sendiri, biso?”

UMKM “Biso, walaupun masih sederhana.”

Mahasiswa: “Ada niat jual lewat online?”

UMKM “Ado, minimal lewat WhatsApp dulu.”

Mahasiswa: “Apa yang paling keraso manfaatnyo dari pelatihan ini?”

UMKM “Produk jadi kelihatan lebih rapi dan pede buat jual.”

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan dan pemasaran digital mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya identitas visual, menumbuhkan kepercayaan diri untuk memanfaatkan media digital, dan membuka peluang pemasaran lebih luas bagi produk emping jagung.

Pelaksanaan kegiatan pada Gambar 3 menunjukkan keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam praktik pembuatan label produk secara langsung. Dalam sesi pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada teknik dasar pembuatan desain label produk dengan memanfaatkan aplikasi digital sederhana seperti Canva. Canva merupakan platform desain grafis berbasis digital yang menyediakan berbagai templat siap pakai, elemen visual, dan fitur pengeditan sederhana yang dirancang untuk memudahkan pengguna tanpa latar belakang desain profesional.

Penggunaan Canva dalam pemberdayaan UMKM sejalan dengan konsep digitalisasi UMKM, di mana teknologi digital dimanfaatkan sebagai alat untuk meningkatkan kualitas visual produk, efisiensi kerja, serta daya tarik pemasaran. Aplikasi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk secara mandiri merancang identitas visual produk, seperti label dan kemasan, sehingga dapat meningkatkan citra produk dan nilai jual di pasar.

Dalam kegiatan ini, pemanfaatan Canva dipilih karena sifatnya yang mudah diakses, praktis, dan sesuai dengan tingkat literasi digital masyarakat. Dengan penggunaan aplikasi ini, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh keterampilan teknis pembuatan label, tetapi juga pemahaman dasar mengenai pentingnya branding dan identitas visual sebagai bagian dari strategi pemasaran produk.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan identitas merek (*brand identity*) yang menarik, profesional, dan sesuai dengan karakteristik produk emping jagung yang mereka hasilkan. Penggunaan aplikasi Canva dipilih karena mudah dioperasikan, memiliki banyak template gratis, serta dapat diakses melalui ponsel ataupun laptop.

Peserta tidak hanya menerima penjelasan teori, tetapi juga diberi kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung proses pembuatan desain label. Mereka belajar menentukan komposisi warna yang harmonis, memilih tipografi yang mudah dibaca, menambahkan elemen visual seperti ikon dan ilustrasi, serta menyesuaikan tata letak agar label terlihat rapi dan estetis. Selain itu, peserta juga diajarkan cara memasukkan informasi penting pada label, seperti nama produk, komposisi, berat bersih, nomor kontak, serta logo usaha untuk memperkuat identitas produk.

Antusiasme peserta terlihat dari kesediaan mereka mencoba berbagai template hingga

menghasilkan desain kemasan awal yang memiliki konsistensi visual. Beberapa peserta bahkan berhasil membuat konsep label awal untuk produk emping jagung mereka, seperti desain katalog produk sederhana dan varian rasa. Melalui bimbingan ini, pelaku UMKM mulai memahami bahwa branding bukan sekadar pelengkap, tetapi penanda identitas, pembeda produk, dan daya tarik konsumen, terutama di era pemasaran digital. Pemahaman ini menegaskan bahwa inovasi kemasan harus tetap mempertahankan karakteristik produk lokal sekaligus memenuhi selera pasar modern.

Pelatihan ini juga membantu membuka wawasan pelaku UMKM mengenai pentingnya visual branding dalam meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk. Para peserta diberikan contoh perbandingan antara kemasan tradisional tanpa label dan kemasan dengan desain label modern yang informatif. Contoh tersebut menegaskan bahwa tampilan visual berpengaruh besar terhadap minat konsumen, terutama ketika produk dipasarkan secara digital melalui media sosial atau platform *e-commerce*.

Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan label awal yang informatif dan menarik, meskipun masih memerlukan penyempurnaan lanjutan. Pelatihan ini diharapkan memberikan dampak berkelanjutan melalui penerapan desain kemasan secara konsisten, peningkatan daya saing produk emping jagung, serta optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace desa. Secara keseluruhan, pelatihan desain label ini menumbuhkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya penguatan identitas merek sekaligus meningkatkan kualitas tampilan produk lokal agar dapat bersaing tidak hanya di tingkat desa, tetapi juga di pasar yang lebih luas.

4. Kepemimpinan dan Komunikasi Masyarakat (Pendampingan Produksi Emping Jagung dalam Perspektif Pemberdayaan UMKM, Kepemimpinan, dan Komunikasi Masyarakat)

Pendampingan langsung pada proses produksi emping jagung merupakan salah satu bentuk bimbingan aplikatif yang bertujuan agar pelaku UMKM mampu menerapkan keterampilan teknis yang diperoleh dari pelatihan secara nyata di lapangan. Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari temuan awal yang menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam efisiensi produksi, kualitas pengeringan, serta penyimpanan produk. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan langsung agar proses produksi dapat berjalan lebih efektif, higienis, dan berkelanjutan.

Pendampingan ini terkait dengan kegiatan Pemberdayaan UMKM dan Digitalisasi Desa serta kegiatan Kepemimpinan dan Komunikasi Masyarakat. Dari aspek pemberdayaan UMKM, kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas teknis dan manajerial pelaku usaha agar mampu menghasilkan produk emping jagung yang berkualitas dan memiliki daya saing. Sementara itu, dari aspek kepemimpinan dan komunikasi masyarakat, mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang menunjukkan kepemimpinan partisipatif melalui pengorganisasian kegiatan, pemberian arahan teknis, serta komunikasi persuasif yang menghargai pengalaman dan kearifan lokal pelaku UMKM.

Salah satu metode pendampingan yang diterapkan adalah demonstrasi penggunaan alat pemipil jagung sederhana yang dapat mempercepat proses pengempingan dan meningkatkan efisiensi kerja. Tim pendamping mendampingi pelaku UMKM pada setiap tahapan produksi, mulai dari proses pengempingan, pengeringan, hingga penyimpanan, guna memastikan emping jagung tetap renyah, higienis, dan tahan lama. Selama proses pendampingan, peserta dibimbing untuk menerapkan prinsip efisiensi kerja, kebersihan, dan konsistensi kualitas produk.

Pendampingan dilakukan secara kolaboratif melalui metode demonstrasi langsung dan

dialog interaktif. Pelaku UMKM tidak hanya mengamati, tetapi juga terlibat aktif dalam praktik penggunaan alat bantu produksi serta berdiskusi untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses produksi. Pendekatan ini mencerminkan komunikasi dua arah yang efektif, di mana mahasiswa tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga mendengarkan masukan serta kebutuhan pelaku usaha, sehingga terbangun hubungan yang harmonis dan saling percaya.



Gambar 4. Proses Produksi

Gambar 4 menunjukkan keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam proses pengempingan jagung dengan pendampingan langsung dari tim. Peserta tidak hanya mengamati, tetapi juga mempraktikkan penggunaan alat pemipil jagung sederhana, melakukan pengeringan secara tepat, dan menata penyimpanan produk agar emping jagung tetap renyah dan tahan lama. Pendampingan ini menekankan praktik langsung sebagai metode efektif dalam membangun kompetensi teknis yang berkelanjutan.

Selama pendampingan, peserta memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai alur produksi, mulai dari persiapan bahan baku hingga penyimpanan akhir. Mereka diberikan arahan mengenai pentingnya kebersihan, keamanan pangan, serta efisiensi proses produksi. Selain itu, kegiatan ini mendorong kemampuan analisis dan evaluasi diri pelaku UMKM, di mana mereka belajar mengidentifikasi kesalahan dalam proses produksi dan melakukan perbaikan secara mandiri dengan bimbingan tim. Hal ini sejalan dengan prinsip pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*).

Pendampingan juga menekankan pentingnya manajemen waktu dan sumber daya. Peserta belajar menyusun alur produksi yang efisien, mengatur jumlah tenaga kerja dan penggunaan alat produksi, sehingga proses produksi dapat dilakukan lebih cepat tanpa mengorbankan kualitas. Kegiatan ini mengintegrasikan aspek teknis dan manajerial, sehingga pelaku UMKM tidak hanya mampu memproduksi secara optimal, tetapi juga dapat mengelola usaha secara lebih profesional.

Pendampingan ini memperkuat pemahaman peserta terhadap keberlanjutan usaha dan pemasaran produk. Dengan kualitas emping jagung yang stabil, pelaku UMKM dapat lebih mudah membangun reputasi produk, menjaga loyalitas konsumen, serta meningkatkan nilai jual di pasar lokal maupun digital. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan langsung pada proses produksi tidak sekadar transfer keterampilan teknis, tetapi juga bagian dari strategi pemberdayaan UMKM yang menyeluruh, yang mencakup aspek produksi, manajemen, dan pemasaran.

Hasil dari kegiatan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis pelaku UMKM, ditandai dengan proses pengempingan yang lebih seragam, waktu produksi yang lebih efisien, serta kualitas emping jagung yang lebih konsisten. Pelaku UMKM mulai menerapkan standar kebersihan sederhana secara mandiri dan lebih teratur dalam mengatur alur kerja produksi. Selain itu, terjadi peningkatan kesadaran akan pentingnya pencatatan proses produksi sebagai dasar evaluasi dan perencanaan usaha ke depan.

5. Kerja Sama Tim dan Etika Sosial

Kerja sama tim merupakan kemampuan individu untuk bekerja secara kolektif dengan anggota kelompok lain guna mencapai tujuan bersama melalui koordinasi, pembagian peran, dan komunikasi yang efektif. Sementara itu, etika sosial merupakan seperangkat nilai dan norma yang mengatur perilaku individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial, seperti sikap saling menghargai, sopan santun, empati, tanggung jawab, serta kepedulian terhadap masyarakat. Kedua konsep ini menjadi landasan penting dalam pelaksanaan kegiatan kemasyarakatan agar tujuan kegiatan dapat tercapai sekaligus tetap menjunjung nilai-nilai sosial yang berlaku.

Penerapan kerja sama tim dan etika sosial tercermin dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa, salah satunya adalah pendampingan UMKM.



Gambar 5. Kegiatan Pendampingan UMKM

Pendampingan UMKM dalam pembuatan emping jagung merupakan kegiatan mahasiswa yang bertujuan untuk mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil di bidang pengolahan pangan lokal. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya membantu pelaku UMKM meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi emping jagung melalui pendampingan langsung pada proses pengolahan. Pendampingan ini mencerminkan kerja sama tim melalui kolaborasi antaranggota mahasiswa dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi usaha emping jagung yang dijalankan masyarakat.

Mahasiswa bekerja secara terkoordinasi dalam memberikan pendampingan pada setiap tahapan produksi emping jagung, mulai dari persiapan bahan baku, proses pengempingan, pengeringan, hingga penyimpanan produk. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memberikan arahan teknis terkait penerapan kebersihan, efisiensi kerja, serta konsistensi kualitas produk agar emping jagung yang dihasilkan tetap renyah, higienis, dan memiliki daya simpan yang baik.

Penerapan etika sosial tercermin dari sikap menghargai pelaku UMKM sebagai mitra kerja, keterbukaan dalam mendengarkan masukan dan kendala yang dihadapi, serta pendekatan yang persuasif dan tidak menggurui. Mahasiswa berupaya membangun komunikasi yang baik dan hubungan saling percaya dengan pelaku UMKM, sehingga proses pendampingan dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Kegiatan ini menunjukkan tanggung jawab sosial mahasiswa dalam mendukung peningkatan keterampilan, kemandirian, dan keberlanjutan usaha emping jagung sebagai salah satu potensi ekonomi masyarakat setempat.

Hasil dari kegiatan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis pelaku UMKM, ditandai dengan proses produksi yang lebih tertata, kebersihan yang lebih terjaga, serta kualitas emping jagung yang lebih konsisten. Pelaku UMKM mulai menerapkan teknik pengeringan dan penyimpanan yang lebih baik, sehingga produk menjadi lebih tahan lama dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu, pelaku usaha menunjukkan peningkatan

kepercayaan diri dalam mengelola proses produksi secara mandiri.

6. Evaluasi Kegiatan melalui Diskusi dan Umpan Balik Peserta

Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan sebagai upaya untuk menilai efektivitas pelaksanaan program, tingkat pencapaian tujuan, serta dampak kegiatan terhadap masyarakat sasaran. Proses evaluasi dilaksanakan melalui diskusi langsung, observasi lanjutan, dan pengumpulan umpan balik dari berbagai pihak yang terlibat, meliputi pelaku UMKM emping jagung, perangkat desa, Karang Taruna, guru sekolah dasar, serta masyarakat umum. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan UMKM emping jagung dinilai memberikan manfaat nyata bagi pengembangan usaha masyarakat. Melalui pendampingan produksi, pelatihan manajemen usaha, inovasi produk, dan desain kemasan, pelaku UMKM memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya kebersihan proses produksi, konsistensi kualitas produk, serta efisiensi kerja. Penggunaan alat bantu sederhana juga dinilai mampu mempercepat proses produksi dan mengurangi beban kerja manual. Selain itu, pelaku UMKM menyampaikan adanya peningkatan kepercayaan diri untuk mencoba menerapkan inovasi rasa, kemasan, dan identitas produk guna meningkatkan daya tarik emping jagung di pasar, meskipun pendampingan lanjutan masih sangat dibutuhkan untuk keberlanjutan usaha.

Evaluasi terhadap penerapan teknologi dan digitalisasi UMKM menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk desain label serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi diterima dengan baik oleh peserta. Pelaku UMKM menilai bahwa teknologi yang diperkenalkan relatif mudah digunakan dan sesuai dengan tingkat literasi digital masyarakat desa. Umpan balik peserta juga menunjukkan adanya peningkatan kesadaran bahwa teknologi digital merupakan bagian penting dari strategi pengembangan usaha, bukan sekadar pelengkap. Namun demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan kepemilikan perangkat dan akses jaringan internet yang belum stabil, sehingga diperlukan pendampingan berkelanjutan serta dukungan dari pemerintah desa dan pihak terkait agar proses digitalisasi UMKM dapat berjalan secara optimal dan berkesinambungan.

Evaluasi terhadap kegiatan sosial dan kemasyarakatan, seperti kegiatan mengajar di sekolah dasar, kerja bakti, pembuatan plang, dan sosialisasi kesehatan stunting, menunjukkan respons yang sangat positif dari masyarakat dan pihak terkait. Guru dan pihak sekolah menyampaikan bahwa kehadiran mahasiswa KKN membantu proses pembelajaran dan mampu meningkatkan motivasi belajar siswa. Masyarakat juga merasakan manfaat langsung dari kegiatan kerja bakti dan pembuatan plang, khususnya dalam meningkatkan kebersihan lingkungan serta memudahkan akses informasi publik. Dalam kegiatan sosialisasi kesehatan stunting, masyarakat menilai bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan mereka dan mudah dipahami. Pendekatan komunikasi yang santun dan empatik menciptakan suasana diskusi yang terbuka, sehingga masyarakat lebih aktif dalam bertanya dan berbagi pengalaman terkait kesehatan anak.

Berdasarkan hasil diskusi internal tim dan umpan balik dari masyarakat, pelaksanaan kegiatan KKN dinilai telah mencerminkan kerja sama tim yang baik serta penerapan etika sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Pembagian peran antaranggota tim berjalan efektif dan terkoordinasi, sehingga seluruh kegiatan dapat terlaksana sesuai dengan perencanaan. Masyarakat menilai mahasiswa mampu bersikap sopan, terbuka, dan menghargai nilai serta budaya lokal dalam setiap kegiatan yang dilakukan. Kegiatan kolaboratif bersama Karang Taruna dalam penyelenggaraan lomba juga mendapatkan tanggapan positif, karena dinilai mampu meningkatkan kebersamaan, partisipasi masyarakat, serta mempererat hubungan antara mahasiswa dan warga desa. Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi

masyarakat Desa Banyu Urip. Evaluasi ini juga menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa mengenai pentingnya pendekatan partisipatif, komunikasi yang efektif, serta keberlanjutan program, sehingga diharapkan dapat menjadi dasar perbaikan dan pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang agar memberikan dampak yang lebih berkelanjutan.

7. Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Pengembangan Kapasitas SDM UMKM Emping Jagung sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal di Desa Banyu Urip” menunjukkan bahwa pendekatan berbasis potensi lokal dan partisipasi masyarakat mampu menghasilkan perubahan yang signifikan dalam pengelolaan UMKM. Rangkaian kegiatan yang dimulai dari observasi, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi memberikan gambaran bahwa permasalahan UMKM emping jagung tidak hanya bersifat teknis produksi, tetapi juga mencakup aspek manajerial, inovasi produk, identitas visual, dan pemasaran. Oleh karena itu, pengembangan program inovatif masyarakat melalui pendekatan *community innovation development* menjadi relevan untuk mendorong transformasi usaha tradisional menuju usaha yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa proses produksi emping jagung masih dilakukan secara tradisional, belum memiliki standar mutu yang seragam, serta minim inovasi rasa dan kemasan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa potensi jagung sebagai komoditas unggulan desa belum dimanfaatkan secara optimal untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Namun demikian, temuan ini tidak dipandang sebagai hambatan semata, melainkan sebagai dasar perancangan intervensi pemberdayaan berbasis inovasi. Melalui pendekatan partisipatif, pelaku UMKM ditempatkan sebagai aktor utama dalam proses pengembangan usaha, sehingga inovasi yang dirancang tetap selaras dengan kearifan lokal dan kebutuhan nyata masyarakat.

Penerapan teknologi dalam pengabdian masyarakat melalui pelatihan manajemen usaha dan inovasi produk memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pengelolaan usaha secara lebih terstruktur. Pelatihan pembukuan sederhana, perencanaan produksi, dan penentuan harga jual berbasis biaya produksi membantu pelaku UMKM dalam memahami aspek dasar manajemen usaha yang sebelumnya belum diterapkan secara sistematis. Selain itu, pengenalan teknologi tepat guna dalam proses produksi mampu meningkatkan efisiensi kerja dan menjaga konsistensi kualitas produk. Temuan ini sejalan dengan teori *technology acceptance model*, di mana kemudahan penggunaan dan manfaat langsung yang dirasakan mendorong penerimaan teknologi oleh pelaku UMKM.

Pada aspek pemberdayaan UMKM dan digitalisasi desa, pelatihan desain kemasan dan pemasaran digital memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan kualitas visual produk emping jagung. Penggunaan aplikasi desain digital seperti Canva terbukti sesuai dengan tingkat literasi digital masyarakat desa dan mampu meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya branding dan identitas produk. Melalui praktik langsung, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam membuat label, tetapi juga memahami bahwa kemasan dan identitas visual merupakan strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen dan daya saing produk, khususnya dalam pemasaran digital.

Pendampingan produksi emping jagung dalam perspektif pemberdayaan UMKM, kepemimpinan, dan komunikasi masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan demonstratif dan dialog interaktif efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis pelaku usaha. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang menerapkan kepemimpinan partisipatif, bukan sebagai instruktur yang bersifat top-down. Pendekatan ini mendorong terciptanya komunikasi dua arah

yang membangun rasa saling percaya, sehingga pelaku UMKM lebih terbuka dalam menyampaikan kendala dan kebutuhan mereka. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mengenai efisiensi produksi, kebersihan, manajemen waktu, serta penyimpanan produk yang berdampak langsung pada kualitas emping jagung.

Selain fokus pada UMKM, penerapan kerja sama tim dan etika sosial dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan seperti mengajar di sekolah dasar, kerja bakti, pembuatan plang, sosialisasi kesehatan stunting, serta kolaborasi dengan Karang Taruna memperkuat hubungan sosial antara mahasiswa dan masyarakat. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran sosial bagi mahasiswa dalam menerapkan nilai gotong royong, empati, tanggung jawab, dan komunikasi yang santun. Respons positif dari masyarakat dan pihak desa menunjukkan bahwa keberhasilan program pengabdian tidak terlepas dari kemampuan mahasiswa dalam menghormati nilai, norma, dan budaya setempat.

Hasil evaluasi kegiatan melalui diskusi dan umpan balik peserta memperlihatkan bahwa seluruh rangkaian program pengabdian dinilai relevan dengan kebutuhan masyarakat Desa Banyu Urip. Pelaku UMKM merasakan manfaat nyata dari pendampingan produksi, pelatihan manajemen usaha, inovasi produk, dan digitalisasi pemasaran. Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan akses internet dan peralatan produksi, antusiasme serta motivasi peserta menunjukkan kesiapan masyarakat untuk terus berkembang. Evaluasi ini menegaskan bahwa pendekatan partisipatif, pendampingan berkelanjutan, dan integrasi inovasi lokal merupakan kunci dalam menciptakan dampak pengabdian masyarakat yang tidak hanya bersifat sementara, tetapi berkelanjutan dan berorientasi pada penguatan ekonomi desa.

KESIMPULAN

Pelaksanaan KKN di Desa Banyu Urip berjalan dengan baik dan mampu mengintegrasikan teori perkuliahan dengan praktik lapangan, khususnya pada mata kuliah Pemberdayaan UMKM dan Digitalisasi Desa, Penerapan Teknologi dalam Pengabdian Masyarakat, Kepemimpinan dan Komunikasi Masyarakat, serta Kerja Sama Tim dan Etika Sosial. Pendampingan UMKM emping jagung memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha, terutama pada aspek manajemen usaha sederhana, inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran digital. Penerapan teknologi tepat guna dan penggunaan aplikasi digital seperti Canva dapat diterima dengan baik karena mudah digunakan dan sesuai dengan kondisi masyarakat desa. Mahasiswa mampu menerapkan kepemimpinan partisipatif, komunikasi yang efektif, serta menjalin kerja sama yang baik dengan pelaku UMKM, perangkat desa, Karang Taruna, dan masyarakat. Seluruh kegiatan mencerminkan kerja sama tim yang solid dan penerapan etika sosial yang baik melalui sikap sopan, empati, tanggung jawab, serta penghargaan terhadap nilai dan budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(2), 319–340.
- Dewi, A., & Kurniawati, E. (2022). Digitalisasi UMKM di Era Transformasi Ekonomi. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 7(2), 134–145.
- Hadinugroho, B., & Firdaus, B. R. (2023). Pemberdayaan UMKM digital tingkat desa: Pengabdian KKN melalui pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Gaum, Tasikmadu,

- Karanganyar. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 45–56.
- Handayani, S., Putra, A., & Nurhaliza, M. (2023). Penerapan Teknologi Tepat Guna bagi UMKM Pangan di Desa: Dampak dan Tantangannya. *Jurnal Teknologi Dan Pemberdayaan*, 5(1), 33–45.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lestari, D. (2020). Pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembangan UMKM Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan*, 5(1), 22–31.
- Praselanova, R., & Ubaidillah. (2024). Pemberdayaan UMKM Desa Sawentar melalui implementasi konsep desa cerdas untuk meningkatkan daya saing di era digital. *Madanika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Putri, V., & Suryani, M. (2021). Penerapan Teknologi Tepat Guna pada UMKM Pangan. *Jurnal Inovasi Teknologi*, 9(1), 45–56.
- Rahmawati, N., Setyawan, A., & Hidayat, R. (2022). Analisis Hambatan Inovasi UMKM Pangan di Wilayah Pedesaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(3), 201–214.
- Sarasati, F., Wiharso, G., & Prasetyo, J. H. (2025). Pelatihan dan pendampingan branding modern dalam peningkatan kualitas produk UMKM: Program pengabdian kepada masyarakat. *Jurnal Abdimas: Sosial, Bisnis, Dan Lingkungan*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.46806/abdimas.v2i2.1544>
- Sari, M., & Pratama, Y. (2024). Digitalisasi UMKM Desa untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Transformasi Digital*, 2(1), 45–58.
- Yusuf, I. (2021). Kepemimpinan Partisipatif dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Sosial Dan Budaya*, 4(2), 89–101.