



Transformasi Ekonomi Desa melalui Pemberdayaan UMKM Kripik Pisang dan Gadung di Dusun Wates dalam Mendorong Kewirausahaan dan Pengembangan Industri Kreatif sebagai Implementasi Asta Cita 3

Village Economic Transformation through Empowering Banana and Gadung Chip MSMEs in Wates Hamlet to Promote Entrepreneurship and Develop Creative Industries as Implementation of Asta Cita 3

Novandi Dwi Putra^{1*}, Rangga Fajar Ardiansyah², Muhammad Rama Sabillah Fitri Andani³, Dhimas Yoga Pratama⁴, Muhammad Rizky Idris⁵, Aden Alvies Adika Satia Anur Rajaya⁶, Miftaqul Fanesya⁷, Oktavia Ramadhanti⁸, Bintang Aditya Nurhakim⁹, Denis Bayu Saputri¹⁰, Puput Dyah Purwanti¹¹, Erykhah Dwi Cahyani¹², Anita Rah Ayu Utaminings¹³, Vindi Ratna Sary¹⁴, Amanda Shafa Anindya Putri¹⁵, Halisa Fauziah¹⁶, Rizki Nur Prasetya¹⁷, Maulana Fathur Roziq¹⁸, Regyna Twinanda Aswin Putri¹⁹, Muhammad Hafidz Prayoga²⁰, Yuda²¹, Fina Andita²², Ayu Wulandari²³, Atik Damayanti²⁴, Christian Daniel Roger Lamia²⁵, Lanang Abdillah Azka Rokhim Anas²⁶, Elva Nabilah Rif'ah²⁷

¹⁻²⁷ Universitas Mayjen Sungkono, Indonesia

*Penulis Korespondensi: novandidwiputra@gmail.com¹

Riwayat artikel:

Naskah Masuk: 23 Februari 2026;

Revisi: 25 Maret 2026;

Diterima: 22 April 2026;

Terbit: 24 April 2026

Keywords: Entrepreneurial Capacity; Empowerment; Rebranding; Social Change; UMKM.

Abstract: The community service activity conducted in Dusun Wates, focusing on the empowerment of Ibu Siti's UMKM (Small and Medium Enterprises) producing Banana and Gadung Chips, has shown significant results in improving entrepreneurial capacity and social transformation within Ibu Siti's family. This research aims to explore the outcomes of the community service program, linking the findings to theories of entrepreneurship, community empowerment, and social change. The activities involved managerial assistance, product rebranding, and online marketing, which led to better management practices, an improved product identity, and increased market reach. The application of digital marketing proved effective in expanding market access for local products, contributing to the economic growth of the family. This study also highlights the importance of family-based entrepreneurship in achieving sustainable social and economic change. The results are aligned with the findings of previous studies, such as those by Wahyuni (2022) and Raharjo (2021), and suggest that the integration of technology and local leadership can significantly drive social transformation at the community level.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Wates dengan fokus pada pemberdayaan UMKM Kripik Pisang dan Kripik Gadung milik Ibu Siti telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan perubahan sosial dalam keluarga Ibu Siti. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, serta mengaitkannya dengan teori kewirausahaan, pemberdayaan masyarakat, dan perubahan sosial. Aktivitas yang dilakukan meliputi pendampingan manajerial, perombakan merek produk, dan pemasaran online, yang menghasilkan praktik manajerial yang lebih baik, identitas produk yang lebih kuat, dan jangkauan pasar yang lebih luas. Penerapan pemasaran digital terbukti efektif dalam memperluas akses pasar produk lokal, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi keluarga. Studi ini juga menyoroti pentingnya kewirausahaan berbasis keluarga dalam mendorong perubahan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Wahyuni (2022) dan Raharjo (2021), yang menunjukkan bahwa penerapan teknologi dan kepemimpinan lokal dapat mendorong transformasi sosial di tingkat komunitas.

Kata Kunci: Kapasitas Kewirausahaan; Pemberdayaan; Perubahan Sosial; Rebranding; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Pendekatan pemberdayaan ekonomi di desa melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi salah satu cara yang signifikan dalam mendorong perubahan ekonomi di skala lokal maupun nasional. UMKM di Indonesia berfungsi sebagai fondasi utama dalam perekonomian, memberikan kontribusi sekitar 60% hingga 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% dari total tenaga kerja di seluruh negara. Dengan kontribusi yang sangat besar ini, sektor UMKM tidak hanya krusial untuk pendirian kesempatan kerja, tetapi juga berperan dalam meningkatkan daya beli masyarakat dan memperkuat daya saing produk lokal (BPS, 2021; KADIN, 2021).

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), sektor UMKM merupakan penggerak utama dalam pembangunan ekonomi, dengan kontribusinya terhadap PDB yang terus meningkat dari tahun ke tahun (KEMENKOP UKM, 2021). Penelitian oleh Suryani dan Andriani (2019) juga menunjukkan bahwa UMKM memainkan peran kunci dalam mengurangi tingkat pengangguran dan memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan sektor industri kreatif, yang berfokus pada produk lokal dan kewirausahaan yang berkelanjutan (Suryani & Andriani, 2019b). Lebih lanjut, penelitian oleh Halim (2021) menekankan bahwa UMKM dapat menjadi kunci untuk mempercepat perbaikan ekonomi melalui pemberdayaan ekonomi berbasis produk lokal yang kuat (Halim, 2021a).

Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam ekonomi, dengan 99% dari unit usaha berasal dari sektor ini, memberikan sumbangsih yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Selain itu, sektor UMKM juga memberikan kontribusi antara 14%-15.7% untuk ekspor nasional, menunjukkan potensi UMKM dalam membawa produk lokal ke pasar internasional (BPS, 2021). Dalam hal pemberdayaan ekonomi desa, pengembangan UMKM memiliki pengaruh langsung terhadap pertumbuhan industri kreatif yang berfokus pada produk lokal dan kewirausahaan yang berkelanjutan.

UMKM kripik pisang dan kripik gadung milik Ibu Siti yang berlokasi di Dusun Wates merupakan contoh pemberdayaan UMKM dengan potensi yang signifikan. Dengan ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah, hal ini sangat mendukung UMKM yang dimilikinya. Akan tetapi disisi lain masih terdapat beberapa hambatan yakni pada bidang pemasaran, branding, dan daya saing produk. Pemberdayaan UMKM sangat diprioritaskan pada perubahan ekonomi dan sosial di desa ini, karena produk tersebut belum didistribusikan secara maksimal, yakni penjualan dengan harga yang masih rendah, dengan keuntungan sebesar 24% dan tidak adanya brand pada produk yakni dengan adanya kegiatan jual beli atau

maklon produk oleh distributor lain.



Gambar 1. Kondisi awal produk keripik pisang dan gadung tanpa label (brand) dan kemasan yang belum standar industri.

Berdasarkan program perekonomian pemberdayaan UMKM di desa sekitarnya, seperti Dusun Kepuhkarang yang masih belum adanya pemberdayaan UMKM dan Dusun Kleco yang masih menghadapi hambatan dalam hal pemasaran suatu produk, meskipun Dusun Kleco telah menghasilkan produk potensial seperti tape hitam dan pentol, komoditas lain seperti keset masih terkendala lemahnya branding dan keterbatasan akses pasar yang memicu rendahnya harga jual di tingkat produsen. Penelitian oleh Mulyadi (2020) mengungkapkan bahwa UMKM yang dikelola dengan pendekatan yang tepat, seperti pelatihan manajerial dan pemasaran berbasis digital, berpotensi untuk tumbuh dan bersaing secara global (Mulyadi, 2020b). Oleh karena itu, program pemberdayaan UMKM di Dusun Wates menjadi produk industri kreatif yang kompetitif meningkatkan keuntungan serta membawa produk UMKM Ibu Siti ke pasar yang lebih luas dan menjadi sangat relevan. Tidak hanya memberikan dampak langsung terhadap kesejahteraan perekonomian keluarga dan seluruh masyarakat desa, keberhasilan program di Dusun Wates nantinya diharapkan mampu memberikan dampak ekonomi langsung sekaligus menjadi model percontohan yang dapat direplikasi oleh komunitas desa lainnya.

Pada Dusun Wates ini, upaya peningkatan kapasitas UMKM mempunyai tujuan menumbuhkan jiwa kewirausahaan, industri kreatif, dan membuka peluang pekerjaan yang berkualitas. Melalui program ini, ditujukan pada penguatan branding pada produk, peningkatan keuntungan atau margin, serta perluasan distribusi produk UMKM yang dikelola oleh Bu Siti dengan melalui penerapan Asta Cita 3, yang dititikberatkan pada perluasan lapangan kerja yang lebih berkualitas, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan pada ranah pengembangan di bidang ekonomi kreatif, dengan harapan UMKM pada Dusun Wates menjadi pemicu sebuah perubahan ekonomi dan sosial.

Asta Cita 3 menekankan pada pembangunan yang berkelanjutan, peningkatan kapasitas masyarakat, dan kemajuan dalam industri kreatif, yang sejalan dengan tujuan memperkuat

UMKM dalam hal ini. Dengan memberdayakan UMKM di Dusun Wates diharapkan dapat menciptakan peluang usaha baru, meningkatkan keterampilan wirausaha masyarakat, dan meningkatkan kapasitas pasar dan jangkauan produk. Melalui proses pendampingan yang dilakukan, produk keripik pisang dan keripik gadung milik Ibu Siti akan diarahkan untuk melakukan rebranding, memperbaiki manajemen usaha, dan memperkenalkan produk ke pasar lebih luas, termasuk peluang ekspor.

Menurut penelitian Rappaport (1987), pemberdayaan ini mengonfirmasi Teori Pemberdayaan Masyarakat yang menyatakan bahwa keterlibatan aktif individu dalam proses pengambilan keputusan terkait pengelolaan usaha sangat penting untuk menciptakan perubahan sosial yang lebih besar (Rappaport, 1987a). Pendekatan ini juga sejalan dengan Teori Kewirausahaan oleh Zimmerer & Scarborough (2005), yang menggarisbawahi pentingnya peningkatan kapasitas kewirausahaan dalam mendorong perkembangan ekonomi di tingkat desa (Zimmerer & Scarborough, 2005). Program ini telah memperlihatkan bahwa melalui pendampingan dan kolaborasi keluarga, UMKM tidak hanya dapat berkembang secara ekonomi, tetapi juga membawa dampak sosial yang lebih luas, dengan terciptanya solidaritas dan penguatan hubungan sosial di tingkat keluarga.

Dalam hal ini, penguatan UMKM bukan hanya sebatas aktivitas ekonomi, melainkan sebuah strategi untuk menciptakan perubahan sosial yang lebih besar dan mendorong perubahan ekonomi baik di tingkat lokal maupun nasional. Dukungan terhadap Ibu Siti dan usaha keripik pisangnya diharapkan mampu memberikan hasil yang baik dalam menanggulangi kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, yang selanjutnya akan memperkuat ekonomi desa secara keseluruhan. Upaya pemberdayaan ini sesuai dengan data yang menunjukkan bahwa sekitar 64% UMKM di Indonesia dikelola oleh wanita, yang mencerminkan pentingnya sektor ini dalam meningkatkan pemberdayaan sosial dan ekonomi perempuan di daerah pedesaan (KEMENKOP UMKM, 2021).

2. METODE

Pengabdian di masyarakat ini sangat penting dan bertujuan untuk meningkatkan dan memberdayakan UMKM dalam usaha Keripik Pisang dan Keripik Gadung yang di miliki oleh Ibu Siti di Dusun Wates, dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai tantangan, potensi, dan dinamika sosial ekonomi yang ada dalam komunitas tersebut. Ibu Siti, sebagai subjek utama untuk pengabdian, mengelola UMKM yang memproduksi keripik pisang dan keripik gadung menggunakan bahan baklokal, namun dalam usaha ini masih menghadapi berbagai kendala dalam hal pemasaran yaitu soal

branding, dan pengelolaan usaha yang lebih sistematis. Dusun Wates, sebagai lokasi pengabdian, terletak di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, yang memiliki potensi alam melimpah, namun masih minim dalam pengelolaan UMKM yang profesional. Untuk itu, pendekatan kualitatif dipilih karena dapat memungkinkan tim pengabdian untuk mengakses data kualitatif yang lebih kaya, serta dapat memungkinkan partisipasi aktif dari Ibu Siti dan komunitas dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan pengabdian (Creswell, 2014).

Proses perencanaan dilakukan dengan melibatkan semua pihak, yang berarti Ibu Siti dan perwakilan komunitas ikut serta dalam mengenali masalah yang ada dan merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Langkah awal adalah mengidentifikasi masalah melalui wawancara mendalam dengan Ibu Siti dan anggota komunitas. Tujuannya adalah untuk menemukan masalah utama yang dihadapi, seperti keuntungan yang rendah, tantangan dalam mempromosikan produk, dan kesulitan dalam mendapatkan bahan baku yang musiman. Setelah itu, diadakan diskusi kelompok terfokus dengan orang-orang yang terlibat langsung dalam usaha tersebut untuk mencari solusi bersama serta mendiskusikan ide-ide baru yang dapat diterapkan untuk meningkatkan situasi. Metode ini memungkinkan komunikasi terbuka yang menjadi dasar perencanaan yang melibatkan semua pihak dan berfokus pada kebutuhan nyata komunitas, serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk menemukan peluang baru dalam pengembangan usaha (Fetterman, 2010).

Selama kegiatan pengabdian, juga dilakukan observasi partisipatif, yang memberi tim kesempatan untuk melihat secara langsung bagaimana dinamika sosial dan ekonomi di Dusun Wates berkontribusi pada pengelolaan UMKM, serta bagaimana anggota komunitas berinteraksi dengan produk dan pasar. Observasi ini sangat penting untuk memahami elemen-elemen yang tidak dapat diungkapkan hanya dengan wawancara atau diskusi, seperti pola perilaku konsumen dan produksi dalam skala kecil. Ulasan dokumentasi, yang mencakup laporan keuangan dan informasi penjualan UMKM, juga digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai keadaan ekonomi UMKM tersebut (Bowen, 2009). Berdasarkan wawancara, FGD, dan observasi ini, dilakukan pemetaan sumber daya lokal yang mencakup potensi bahan baku seperti pisang dan gadung untuk merancang strategi produksi yang lebih efisien dan meningkatkan daya saing produk secara keseluruhan.



Gambar 2. Proses observasi partisipatif dan wawancara mendalam bersama Ibu Siti untuk identifikasi kendala usaha.

Strategi yang diterapkan meliputi pendampingan manajerial kepada Ibu Siti dan anggota komunitas dalam pengelolaan usaha secara efisien, termasuk perhitungan harga pokok produksi (HPP), pengelolaan keuangan, dan dasar-dasar manajemen usaha. Pada aspek pemasaran, dilakukan rebranding melalui perancangan ulang logo, label, dan kemasan untuk memperkuat identitas produk, serta pendampingan dalam memperluas pemasaran keripik pisang dan keripik gadung ke pasar yang lebih luas. Proses ini melibatkan komunitas dalam kegiatan promosi guna menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap produk, sekaligus memanfaatkan pemasaran digital sesuai tren saat ini (Krueger & Casey, 2015). Pendampingan ini bertujuan meningkatkan nilai jual produk UMKM, memperbaiki saluran distribusi, serta meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pemasaran dan branding.

Tahap terakhir pada strategi ini yakni penilaian dan pemantauan. penilaian dilaksanakan setelah pelatihan dan diskusi kelompok melalui wawancara guna mengetahui pengaruh dari program, analisa keberhasilan, serta hambatan yang dihadapi selama proses, serta memberikan tanggapan secara real time dari Ibu Siti dan anggota komunitas tentang dampak yang mereka dapatkan pasca pelatihan. Pemantauan dilaksanakan secara berkesinambungan guna memastikan strategi yang diberikan dapat diimplementasikan dengan maksimal dan jangka panjang. selain itu dapat menghasilkan pengaruh yang positif dalam pertumbuhan kompetensi kewirausahaan dan kokohnya perekonomian di Dusun Wates (Yin, 2018).

Dengan menerapkan metode kualitatif yang fokus pada pemahaman yang mendalam mengenai latar belakang sosial dan ekonomi, serta melibatkan masyarakat dalam setiap fase kegiatan, diharapkan program ini bisa memberikan solusi yang lebih efisien dan berkelanjutan. Selain itu, dengan memberikan kesempatan kepada Ibu Siti dan penduduk untuk berpartisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan program, program ini diharapkan akan mendorong terciptanya lapangan kerja yang berkualitas, kewirausahaan, dan mengembangkan industri kreatif yang berfokus pada produk lokal yang berkelanjutan.

3. HASIL

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Dusun Wates yang berfokus pada penguatan UMKM keripik pisang dan keripik gadung milik Ibu Siti menunjukkan adanya peningkatan kapasitas kewirausahaan serta perubahan sosial dalam lingkup keluarga. Kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada pelatihan teknis pengelolaan usaha, tetapi juga menumbuhkan kesadaran dan perubahan sikap keluarga sebagai pondasi penting dalam mendorong perubahan sosial di tingkat rumah tangga. Hasil ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan UMKM melalui keterlibatan aktif keluarga berperan signifikan dalam memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga dan mendorong keberlanjutan perubahan sosial (Halim, 2021b; Mulyadi, 2020b).

Selama kegiatan pendampingan, berbagai aktivitas dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi Ibu Siti. Salah satu kegiatan utama berupa pendampingan manajemen, di mana Ibu Siti dan beberapa anggota keluarganya memperoleh pelatihan dalam pengelolaan usaha. Materi pelatihan mencakup perhitungan harga pokok produksi, perencanaan keuangan, serta pengelolaan operasional yang lebih sistematis dan profesional. Pendampingan ini tidak hanya membekali keluarga dengan keterampilan dasar pengelolaan usaha, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka terhadap aspek keberlanjutan usaha (Wahyuni, 2022b).



Gambar 3. Pendampingan manajerial terkait perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan pengelolaan keuangan usaha.

Salah satu upaya utama yang dilakukan adalah rebranding produk melalui perancangan logo, label, dan kemasan yang lebih menarik serta mudah dikenali konsumen. Langkah ini bertujuan memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing keripik pisang dan gadung, yang sebelumnya kurang memiliki identitas dan cenderung dijual dengan harga rendah tanpa strategi pemasaran yang jelas. Selain itu, pemasaran digital menjadi fokus pendampingan dengan memberikan pemahaman kepada Ibu Siti dan keluarganya mengenai pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk promosi produk secara daring. Hal ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa pemasaran digital mampu memperluas jangkauan pasar UMKM dan meningkatkan penjualan secara signifikan (Raharjo, 2021a).



Gambar 4. Hasil rebranding: Transformasi identitas visual melalui desain logo baru yang kompetitif.

Melalui Program ini dapat memberikan kesempatan bagi keluarga Ibu Siti untuk mengembangkan produk pemasaran berbasis keluarga, yang melibatkan anggota keluarga dalam proses distribusi dan promosi produk. Inisiatif ini juga menekankan pentingnya kolaborasi dalam pengembangan UMKM, di mana keluarga setempat memiliki peran kunci dalam memperkenalkan produk-produk lokal ke pasar lebih luas, baik melalui jaringan sosial mereka maupun usaha bersama dalam distribusi.

Bentuk aksi yang dilaksanakan dalam pengabdian ini mencakup langkah-langkah teknis yang langsung berhubungan dengan perbaikan kualitas produk dan pengelolaan usaha. Salah satunya adalah pelatihan pembuatan kemasan yang lebih menarik dan ramah di pasar, yang sebelumnya menjadi kendala besar bagi produk kripik pisang dan gadung yang dipasarkan dengan identitas yang sangat minim. Dalam pendampingan ini juga melibatkan keluarga dari Ibu Siti untuk promosi dan distribusi produk. Keluarga diharapkan dapat berpartisipasi dalam pemasaran berbasis keluarga, dengan memanfaatkan jaringan sosial mereka untuk meningkatkan jangkauan produk secara lebih luas. Hal ini dapat mencerminkan prinsip kolaborasi sosial yang penting untuk memajukan usaha UMKM di tingkat keluarga dan meningkatkan solidaritas di antara anggota keluarga (Suryani & Andriani, 2019a). Keterlibatan keluarga dalam pemasaran dan distribusi produk menjadi kunci keberhasilan dalam membentuk jaringan kolaborasi.

Pengabdian ini menghasilkan perubahan sosial yang signifikan dalam keluarga Ibu Siti, terutama meningkatnya kesadaran akan pentingnya branding dan pemasaran produk. Sebelumnya, keripik pisang dan gadung dijual dengan harga rendah tanpa identitas dan strategi pemasaran yang jelas. Melalui rebranding dan pendampingan pemasaran digital, produk tersebut kini memiliki identitas yang kuat, kemasan yang lebih menarik, serta pemasaran yang lebih terarah. Perubahan ini sejalan dengan temuan Wahyuni (2022) yang menyatakan bahwa strategi branding yang efektif mampu meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang

kompetitif (Wahyuni, 2022b).

Proses ini mendorong perubahan sikap kewirausahaan dalam keluarga yang sebelumnya kurang berfokus pada aspek manajemen usaha. Melalui pendampingan manajerial, anggota keluarga mulai menyadari pentingnya pengelolaan usaha yang terencana, mulai dari perhitungan biaya produksi hingga pengelolaan keuangan yang transparan. Pelatihan ini meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM serta membekali mereka dengan pengetahuan yang memadai untuk mengelola usaha secara profesional. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Mulyadi (2020) yang menyatakan bahwa penguatan kapasitas manajerial merupakan faktor kunci dalam pengembangan UMKM (Mulyadi, 2020a).

Selain itu, program ini berperan dalam mendorong terbentuknya institusi baru dalam lingkungan keluarga. Kehadiran pendamping yang memberikan pelatihan dan bimbingan serta melibatkan anggota keluarga dalam setiap tahapan kegiatan membangun jaringan kerja sama yang mendukung keberlangsungan UMKM. Kondisi ini memperkuat rasa kepemilikan terhadap produk dan usaha yang dikelola, sekaligus meningkatkan solidaritas antaranggota keluarga. Hal tersebut mendukung konsep pemberdayaan sosial yang tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada penguatan hubungan sosial di tingkat keluarga (Halim, 2021a).

Salah satu hasil yang diharapkan dari pengabdian ini adalah lahirnya pemimpin lokal yang mampu memberi inspirasi kepada keluarga dan memimpin perubahan. Dalam konteks ini, Ibu Siti, yang sebelumnya hanya seorang pebisnis kecil, kini mulai dikenali sebagai pemimpin lokal yang tidak hanya mengatur UMKM dengan lebih profesional, tetapi juga lebih proaktif mengajak anggota keluarganya untuk turut serta dalam memperbaiki ekonomi keluarga. Perubahan ini berkontribusi pada penguatan peran perempuan dalam bidang kewirausahaan, yang juga mendukung pemberdayaan sosial di tingkat keluarga. Saat ini, Ibu Siti telah lebih percaya diri dalam mengambil keputusan mengenai usaha dan pemasaran, serta berkomitmen untuk membagikan pengetahuan dan keterampilan kepada anggota keluarganya. Pemimpin lokal seperti Ibu Siti menjadi teladan bagi anggota keluarga yang lain untuk lebih aktif dalam mengelola bisnis mereka dan berpartisipasi dalam perubahan sosial yang positif dalam keluarga (Raharjo, 2021a).

Proses pendampingan ini meningkatkan kesadaran keluarga terhadap peran industri kreatif dan pemasaran digital dalam pengembangan UMKM. Sebelumnya, sebagian anggota keluarga belum memahami potensi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar produk. Melalui pendampingan pemasaran, mereka mulai menyadari bahwa produk lokal seperti keripik pisang dan gadung dapat dipasarkan secara daring serta memiliki daya saing

dengan produk yang telah mapan. Temuan ini menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam pengembangan UMKM keluarga, sejalan dengan penelitian Suryani dan Andriani (2019) yang menyatakan bahwa industri kreatif dan pemasaran berbasis teknologi mampu memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM (Suryani & Andriani, 2019a).

Secara menyeluruh, kegiatan ini memberikan pengaruh positif pada pengembangan kondisi sosial terhadap keluarga Ibu Siti dalam segi ekonomi dan sosial. pengembangan serta pengoptimalan UMKM pada kegiatan ini tidak hanya berfokus pada kemajuan kesejahteraan ekonomi keluarga, melainkan juga memberikan dukungan anggota keluarga untuk melakukan sinergi dalam pencapaian tujuan bersama dan mengoptimalkan kondisi hidup.

4. DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada Dusun Wates yang berfokus pada pengembangan UMKM Keripik Pisang dan Gadung Ibu Siti memberikan output yang menonjol dalam bidang peningkatan kemampuan usahadan perubahan kondisi sosial keluarga Ibu Siti. Diskusi ini akan mengkaji temuan dari hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, serta mengaitkannya dengan teori kewirausahaan, pemberdayaan masyarakat, dan perubahan sosial. Pendekatan teoretik ini akan menguatkan pemahaman tentang bagaimana proses pendampingan yang dilakukan berperan dalam mendorong perubahan dalam keluarga, serta bagaimana pemberdayaan UMKM berbasis keluarga dapat berkontribusi pada transformasi sosial di tingkat lokal.

Selama program pengabdian masyarakat, berbagai aktivitas dilaksanakan untuk membantu Ibu Siti dan keluarganya dalam menjalankan UMKM mereka dengan lebih baik. Aktivitas yang dilakukan termasuk pendampingan dalam manajemen, perombakan merek produk, serta pemasaran secara online. Hasil dari pendampingan manajemen menunjukkan bahwa Ibu Siti dan anggota keluarganya semakin memahami pentingnya mengelola usaha dengan lebih terencana, yang mencakup perhitungan biaya produksi dan pengelolaan keuangan yang lebih jelas. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Wahyuni (2022) yang mengungkapkan bahwa pelatihan kewirausahaan dengan fokus pada kemampuan manajerial sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di tingkat lokal (Wahyuni, 2022a).

Selain itu, rebranding produk yang dapat meliputi pembuatan kemasan, logo, dan label produk berfungsi untuk memperkenalkan produk lebih efektif kepada pasar yang lebih luas. Sebelumnya, produk keripik Pisang dan keripik Gadung (tanaman rambat) yang dihasilkan oleh Ibu Siti tidak memiliki identitas yang jelas dan hanya dijual dengan harga murah, tanpa strategi pemasaran tepat dan terarah. Melalui proses rebranding, produk tersebut kini memiliki

identitas yang kuat, sebagai pendukung penjualannya. Pemasaran digital yang dapat melibatkan penggunaan media sosial dan platform e-commerce juga dapat memberikan dampak yang positif dalam memperluas jangkauan penjualan produk. Hasil ini sejalan dengan temuan Raharjo (2021), yang menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat mempercepat akses pasar bagi UMKM dan membuka peluang baru bagi produk lokal untuk bersaing di pasar yang lebih luas (Raharjo, 2021b).



Gambar 5. Implementasi pemasaran digital melalui media sosial untuk perluasan akses pasar produk lokal.

Proses pengabdian ini sejalan dengan teori-teori pemberdayaan masyarakat dan kewirausahaan yang menekankan pentingnya kolaborasi dalam meningkatkan kapasitas individu dan komunitas. Salah satu perspektif teoretik yang relevan dengan temuan ini adalah Teori Pemberdayaan Masyarakat oleh Rappaport (1987), yang menekankan bahwa pemberdayaan terjadi ketika individu atau kelompok diberikan kesempatan untuk meningkatkan kontrol mereka atas faktor-faktor yang mempengaruhi kehidupan mereka. Dalam konteks ini, pemberdayaan Ibu Siti dan keluarga untuk mengelola usaha mereka lebih efisien dan memasarkan produk secara lebih profesional adalah contoh konkret dari pemberdayaan yang sukses. Pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas manajerial mereka, tetapi juga memperkenalkan mereka pada cara-cara baru dalam mengelola usaha, seperti menggunakan teknologi dan pemasaran berbasis digital (Rappaport, 1987b).

Selain itu, perspektif Teori Kewirausahaan juga memberikan pemahaman penting tentang bagaimana pendekatan kewirausahaan yang berbasis pada keluarga dapat menciptakan perubahan dalam kehidupan ekonomi keluarga. Zimmerer dan Scarborough (2005) menyatakan bahwa kewirausahaan yang berbasis keluarga memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing usaha kecil dan mikro karena adanya keterlibatan langsung anggota keluarga dalam pengelolaan usaha, sehingga usaha tersebut lebih tahan terhadap perubahan

pasar. Dalam hal ini, partisipasi aktif anggota keluarga dalam pengelolaan dan pemasaran produk menunjukkan bahwa kewirausahaan berbasis keluarga dapat memberikan dampak positif yang lebih luas dalam jangka panjang (Zimmerer & Scarborough, 2005).

Dari proses pengabdian ini, terdapat beberapa temuan teoretis dapat diidentifikasi. Pertama, pemberdayaan UMKM berbasis keluarga mengarah pada perubahan perilaku kewirausahaan yang lebih positif. Sebelumnya, anggota keluarga tidak terlalu memperhatikan pentingnya pengelolaan usaha yang sistematis. Namun, setelah pelatihan dan pendampingan, mereka mulai menyadari bahwa manajerial yang baik adalah kunci untuk keberlanjutan usaha. Suryani dan Andriani (2019) juga mencatat bahwa perubahan perilaku kewirausahaan yang terjadi dalam keluarga sering kali berfokus pada peningkatan kemampuan mengelola keuangan dan operasional, serta mengenali pentingnya strategi pemasaran yang efektif (Suryani & Andriani, 2019b).

Kedua, perubahan sosial dalam keluarga Ibu Siti dapat dijelaskan melalui Teori Perubahan Sosial yang dikemukakan oleh Giddens (2009). Menurut Giddens, perubahan sosial dapat terjadi melalui pengaruh faktor-faktor ekonomi, budaya, dan teknologi, yang kemudian mengarah pada transformasi dalam struktur sosial dan hubungan sosial. Dalam hal ini, penggunaan teknologi dalam pemasaran produk dan pengelolaan usaha mencerminkan perubahan sosial yang terjadi dalam keluarga, dari cara-cara tradisional menuju cara-cara yang lebih modern dan berbasis teknologi informasi (Giddens, 2009).

Selain itu, proses pengabdian ini juga menunjukkan adanya peran pemimpin lokal dalam menginspirasi perubahan dalam keluarga. Ibu Siti, sebagai seorang pengusaha, mulai mengembangkan kepemimpinan lokal yang mengajak anggota keluarga untuk lebih berperan aktif dalam pengelolaan dan pemasaran usaha. Hal ini sejalan dengan konsep pemimpin lokal yang dijelaskan oleh Putnam (2000), yang menyatakan bahwa pemimpin lokal memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi sosial dan kolaborasi komunitas, termasuk dalam konteks pengelolaan usaha di tingkat keluarga (Putnam, 2000).

5. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Wates dengan fokus pada pemberdayaan UMKM Keripik Pisang dan Keripik Gadung Ibu Siti telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan keluarga Ibu Siti dan mendorong perubahan sosial di tingkat rumah tangga. Proses pendampingan yang melibatkan pelatihan manajerial, rebranding produk, dan pemasaran digital memberikan dampak yang positif dalam pengelolaan usaha, sehingga keluarga Ibu Siti berhasil meningkatkan kualitas

produk dan memperluas akses di pasar. Melalui pendampingan ini, keluarga Ibu Siti tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam pengelolaan usaha, tetapi juga mendapatkan pemahaman baru tentang pentingnya branding, pemasaran berbasis teknologi, dan strategi pemasaran yang efektif.

Dari perspektif teori pemberdayaan dan kewirausahaan, temuan ini mengonfirmasi pentingnya pelatihan manajerial dan pengelolaan keuangan dalam pengembangan UMKM yang berbasis keluarga. Proses pengabdian ini juga memberikan bukti kuat bahwa perubahan sosial dalam keluarga, seperti munculnya pemimpin lokal dan kesadaran baru tentang kewirausahaan, dapat tercapai melalui partisipasi aktif dalam pengelolaan usaha dan penerapan teknologi.

Berdasarkan hasil pengabdian ini, disarankan agar program-program pemberdayaan serupa dilakukan secara lebih luas di desa lain untuk mendorong transformasi sosial dan pengembangan ekonomi berbasis keluarga. Selain itu, perlu adanya peningkatan akses terhadap pelatihan dan teknologi yang dapat memperluas jaringan pasar bagi UMKM, sehingga mereka dapat bersaing di pasar yang lebih besar dan lebih luas lagi. Pemasaran digital yang melibatkan media sosial dan e-commerce terbukti efektif dalam memperkenalkan produk lokal ke pasar lebih luas dan memberikan peluang bagi produk UMKM untuk berkembang. Oleh karena itu, penguatan akses terhadap pelatihan teknologi dan pemasaran berbasis digital harus menjadi prioritas dalam program-program pemberdayaan UMKM ke depan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Ibu Siti beserta keluarga yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk mendampingi dan membantu pengembangan produk UMKM mereka. Tanpa kerjasama dan partisipasi aktif mereka, program ini tidak akan berjalan dengan baik.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait di Dusun Wates, yang telah memberikan dukungan serta fasilitas yang sangat memadai selama proses pengabdian ini. Terima kasih pula kepada tim pengabdian masyarakat yang telah bekerja dengan penuh dedikasi dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi setiap tahapan program.

Kami tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah desa yang telah mendukung pelaksanaan program ini, serta kepada lembaga pendidikan dan peneliti yang berkontribusi dalam menyediakan referensi serta teori yang relevan dalam membantu proses pengabdian ini.

Terakhir, terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, baik individu maupun Institusi, yang telah memberikan dukungan moral maupun material, sehingga pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang besar bagi keluarga Ibu Siti dan masyarakat sekitar.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, A., Mulyadi, A., Saputra, R. A., Yustianingsih, R. D., Pradana, M. A., Widodo, M. S., & Ningrum, D. A. (2020). Pemberdayaan masyarakat dalam program penghijauan guna meminimalisir polusi udara di Dusun Bareng. *Among Pengabdian Masyarakat*.
- Dobiki, J. (2020). Analisis ketersediaan prasarana persampahan di Pulau Kumo dan Pulau Kakara di Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Spasial*, 5(2).
- Ertiana, E. D. (2022). Dampak pencemaran udara terhadap kesehatan masyarakat: Kajian literatur. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (2020). Sistem pengelolaan sampah berbasis masyarakat.
- Lestari, E., & Handayani, S. (2019). Pengabdian masyarakat berbasis lingkungan berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- Narastuti, M., & Fitriani. (2023). Penyuluhan pembuatan bokashi dan pestisida nabati pada kelompok tani di Desa Ancolmekar Kecamatan Arjasari. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 3(1).
- P, T. B. (2002). Pengelolaan dan pemanfaatan sampah menggunakan teknologi incenerator.
- Pradibta, T. B. (2011). Dampak emisi pembakaran sampah terhadap kesehatan lingkungan. *Jurnal Teknologi Lingkungan BPPT*.
- Pujiastuti, E., et al. (2022). Penyuluhan dan pelatihan pembuatan eko enzim di lingkungan masyarakat pinggir kota (periurban). *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.37303/peduli.v6i1.415>
- Slamet, J. S. (2010). Kesehatan lingkungan. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sudrajat, H. R. (2006). Mengelola sampah kota. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Suherlan, et al. (2023). Pemberdayaan masyarakat Dusun Liang Buaya Selatan dalam pemanfaatan dan pengelolaan sampah sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 3(8).
- Sumodiningrat, G. (2009). Pemberdayaan masyarakat dan jaring pengaman sosial. Jakarta: Gramedia.
- Suryani, A. S. (2014). Peran bank sampah dalam pengelolaan sampah perkotaan. *Jurnal Aspirasi*, 5(1), 71-84.
- Widiyanto, A., et al. (2017). Peran edukasi lingkungan dalam perubahan perilaku masyarakat. *Jurnal Pendidikan Lingkungan*, 9(2)