



Pemberdayaan UMKM Pedesaan Melalui INSEG (*Innovative, Strategies for Local Economic Growth*)

Arti Hastuti^{1a}, Raden Siti Nurlela¹, Robby Firliandoko², Alsya Nursafa¹, Anisyah Arivianti¹, Nadia Amalia¹, Ibnu Fadilah¹

¹Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Djuanda, Indonesia

²Program Ilmu Komunikasi, Universitas Djuanda, Indonesia

ARTICLE INFO

Volume 11 Issue 3 (December 2025) e-ISSN 2550-1143 doi: 10.30997/gh.v11i3.21778	Corresponding Author: Arti Hastuti arti.hastuti@unida.ac.id	Article history: Received: 09-18-2025 Accepted: 11-05-2025 Available online: 11-15-2025
--	--	---

How to Cite:

Hastuti, A., Nurlela, R. S., Firliandoko, R., Nursafa, A., Arivianti, A., Amalia, N., & Fadilah, I. (2025). Pemberdayaan UMKM Pedesaan Melalui INSEG (Innovative, Strategies for Local Economic Growth). *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(3), 465-476. <https://doi.org/10.30997/gh.v11i3.21778>

ABSTRACT

Empowering MSMEs in rural areas is a long-term investment in building an independent and inclusive local economy. In Sukamahi Village, small business owners face three main challenges: lack of access to capital, simple products, and limited marketing strategies. To address these challenges, this community service program adopted the INSEG (Innovative Strategy for Local Economic Growth) approach, designed to build the concrete capacity of MSME owners in three areas: business governance, production processes, and marketing. The program was implemented interactively through training, direct mentoring on product processes and marketing, and the impact of the service program was measured using pre-test and post-test program evaluation instruments for 20 MSME participants. The results showed a significant increase in the understanding of MSME owners in Sukamahi Village, with an average increase of 50%. These findings indicate that the mentoring program has a positive impact on increasing business capacity, strengthening management competencies through INSEG, product innovation, and digital-based marketing, encouraging MSMEs in Sukamahi Village to become a competitive business community.

Keywords: INSEG, community empowerment, rural MSMEs, Sukamahi Village, local economic.

ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM di pedesaan merupakan investasi jangka panjang untuk membangun ekonomi lokal yang mandiri dan inklusif. Di Desa Sukamahi, pelaku usaha kecil menghadapi tiga tantangan utama: kurangnya akses modal, produk yang sederhana, serta strategi pemasaran yang masih terbatas. Untuk menjawab hal ini, program pengabdian masyarakat ini mengadopsi pendekatan INSEG (*Innovative Strategies for Local Economic Growth*), yang dirancang untuk membangun kapasitas nyata para pelaku UMKM dalam tiga bidang pengelolaan kapasitas aspek manajemen tata kelola usaha, proses produksi, dan pemasaran. Kegiatan dilaksanakan secara interaktif melalui pelatihan, pendampingan langsung proses produk dengan pemasaran, dan dilakukan pengukuran dampak kegiatan pengabdian ini dengan menggunakan instrumen evaluasi program sebelum (Pre-test) dan sesudah (Post-test) terhadap 20 peserta pelaku UMKM. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pemahaman pelaku UMKM di Desa Sukamahi, dengan rata-rata peningkatan sebesar 50%. Temuan ini menunjukkan bahwa program pendampingan yang dilaksanakan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha, penguatan kompetensi manajemen melalui INSEG, Inovasi produk, dan pemasaran berbasis digital untuk mendorong UMKM Desa Sukamahi sebagai usaha masyarakat yang mampu berdaya saing.

Kata kunci: INSEG, pemberdayaan masyarakat, UMKM pedesaan, Desa Sukamahi, ekonomi local.



Available online at <https://ojs.unida.ac.id/QH/>

Copyright (c) 2025 by Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat



1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi signifikan dalam membangun perekonomian nasional yang mandiri di berbagai wilayah. Hal ini sejalan dengan amanat UUD 1945 Pasal 33 ayat 4 yang menekankan bahwa pembangunan ekonomi harus bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tahun 2021, terdapat 64,19 juta unit UMKM di Indonesia dengan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,97% atau sekitar Rp8.573,89 triliun. UMKM juga menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional serta menyumbang 60,4% dari total investasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021).

Selain sebagai penggerak utama ekonomi, UMKM berkontribusi besar dalam menurunkan pengangguran melalui penciptaan lapangan kerja baru. Karenanya, pemberdayaan UMKM, khususnya di daerah pedesaan, menjadi strategi kunci untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan (Arifqi, 2019; Fatine, 2022; Hastuti et al., 2025). Pendekatan pemberdayaan berbasis UMKM merupakan bentuk pembangunan berbasis komunitas (*community-based development*) yang mengutamakan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan pembangunan (Santoso, 2022; Hastuti et al., 2024).

Namun, dalam implementasinya, UMKM pedesaan masih menghadapi sejumlah kendala, seperti akses modal yang terbatas, minimnya inovasi produk, lemahnya sistem manajemen, serta keterbatasan jangkauan pemasaran yang masih bersifat lokal. Tantangan-tantangan ini menghambat kemampuan UMKM untuk berkembang secara mandiri dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang inovatif dan responsif guna mendorong pertumbuhan UMKM pedesaan.

Pendekatan INSEG (*Innovative Strategies for Local Economic Growth*) hadir sebagai solusi atas permasalahan tersebut. INSEG menyoroti pentingnya inovasi produk, peningkatan tata kelola manajemen yang adaptif, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pasar. Melalui pendekatan ini, UMKM pedesaan dibina untuk memperkuat kapasitas produksi, membangun jaringan usaha, dan mengoptimalkan potensi lokal demi meningkatkan daya saing.

Contoh nyata penerapan strategi ini dapat ditemukan pada program pemberdayaan UMKM di sejumlah desa Kabupaten Bogor. Dengan menggabungkan pelatihan, pendampingan, dan penguatan kolaborasi, UMKM berhasil meningkatkan kualitas produk sekaligus membuka akses ke pasar digital (Sari et al., 2024; Wahyudin et al., 2024; Hastuti et al., 2022). Selain itu, penelitian Firliandoko et al. (2024) menunjukkan bahwa strategi inovatif berbasis komunitas terbukti efektif memperkuat daya saing lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Dengan demikian, penerapan INSEG pada UMKM pedesaan, seperti di Desa Sukamahi, diharapkan dapat menjadi contoh pemberdayaan yang tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat ekosistem ekonomi pedesaan yang mandiri, inklusif, dan berkelanjutan.



2. Metode

Pelatihan dan pendampingan dilaksanakan guna memperkuat kapasitas pelaku UMKM di Desa Sukamahi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, khususnya pada tiga aspek utama: manajemen, produksi, dan pemasaran. Program ini menerapkan strategi INSEG (Innovative Strategies for Local Economic Growth) yang mengutamakan pendekatan kreatif dalam pengembangan usaha lokal. Dalam implementasinya, pemberdayaan UMKM melibatkan multi-pihak strategis, yakni pemerintah sebagai perumus kebijakan dan penghubung jaringan ekonomi, masyarakat desa sebagai aktor inti usaha, serta pelaku sektor swasta yang memberikan akses modal dan bantuan teknis dalam pengelolaan bisnis (Apriliani et al., 2014; Mulya et al., 2023).

Metode pengabdian dilaksanakan secara bertahap. Pertama, tim melakukan observasi dan survei langsung di lapangan untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi UMKM di Desa Sukamahi. Selanjutnya, dilakukan pelatihan dan pendampingan terhadap 20 peserta guna meningkatkan pemahaman dan kompetensi dalam menjalankan usaha berbasis pendekatan INSEG.

Pendekatan pengabdian ini digunakan sebagai instrumen analisis pengembangan UMKM di Desa Sukamahi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, dengan landasan teori INSEG. Tahapan pertama dilakukan observasi dan survei awal untuk menggali informasi terkait pengembangan UMKM, kemudian dilakukan pelatihan dan pendampingan bagi 20 pelaku usaha untuk membangun kapasitas melalui prinsip INSEG. Tahap ketiga adalah evaluasi dengan pemberian pre-test dan post-test kepada 20 responden dengan identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin 17 perempuan dan 3 laki-laki dengan tingkat pendidikan responden 6 orang SD, 5 orang SMP, dan 9 orang SMA, yang berfungsi sekaligus sebagai alat pengumpulan data, dengan isi soal berdasarkan lima indikator pemahaman konsep INSEG. Data hasil pre-test dan post-test kemudian diolah dalam bentuk persentase untuk memudahkan identifikasi peningkatan tingkat pemahaman dan keterampilan para pelaku. Keberhasilan pengabdian dinilai apabila terjadi perkembangan nyata pada aspek manajemen, produksi, dan pemasaran UMKM. Hasil analisis disajikan dalam tabel dua kolom: kolom kiri menampilkan data pre-test dan kolom kanan menampilkan data post-test, sehingga perbandingan peningkatan dapat diamati secara visual. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif (Fitriah et al., 2022; Pratidina et al., 2022; Wahyudin et al., 2024).

3. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa berfokus pada peningkatan pengetahuan serta keterampilan melalui kegiatan pendidikan, pelatihan, dan pendampingan bagi para pelaku UMKM dalam mengembangkan produk yang mereka miliki. Pelatihan dengan pendekatan INSEG (Innovative Strategies for Local Economic Growth) pada pengembangan UMKM di Desa Sukamahi, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor dilaksanakan untuk menjawab



berbagai permasalahan yang dihadapi, seperti keterbatasan dalam manajemen SDM seperti tata kelola, produksi, maupun pemasaran.

Pelatihan ini dilakukan dengan memberikan edukasi mengenai strategi inovatif dalam pengembangan usaha. Evaluasi dilakukan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang berdasarkan enam indikator utama INSEG, yaitu: (1) manajemen usaha, (2) inovasi produk, (3) produksi dan kualitas, (4) strategi pemasaran, (5) pemanfaatan digital marketing. Kelima indikator ini menjadi acuan dalam mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan.

3.1. Indikator 1

Tabel 1 menunjukkan bahwa edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM mencakup pemahaman dasar mengenai definisi dan cakupan UMKM. Hasil analisis pre-test mengungkapkan bahwa sebelum program pengabdian berlangsung, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang memadai terhadap konsep UMKM secara utuh.

Sebelum program pengabdian, sebanyak 80% peserta belum memahami sepenuhnya pengertian UMKM, Namun, setelah pelaksanaan program, hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman UMKM: 100% peserta kini memiliki pemahaman yang baik. Artinya, tingkat pemahaman terhadap pengertian UMKM meningkat sebesar 80% yang menandakan keberhasilan nyata program.

Pada penelitian yang dilakukan (Sari & Hidayat, 2023) "Dampak Pelatihan Manajemen Terhadap Pertumbuhan UMKM di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Deli Serdang" hasilnya menunjukkan bahwa pendampingan dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Deli Serdang kini berjalan efektif, terlihat dari meningkatnya pemahaman pelaku UMKM setelah pelatihan. Memahami definisi UMKM menjadi dasar mutlak bagi setiap pelaku usaha, sebab hanya dengan kesadaran akan identitasnya sebagai UMKM, mereka mampu berkolaborasi lintas sektor demi pengembangan usaha melalui keterlibatan aktor-aktor strategis. Pengabdian dalam memperkuat pengetahuan dan kapasitas para pelaku UMKM menjadi pembinaan Dinas koperasi. Hal ini telah sesuai dimana pada mayoritas pengetahuan dan pemahaman peserta meningkat setelah dilakukannya pelatihan.

Tabel 1 Kemampuan memahami apa itu UMKM

No	Jawaban	Pre- Test		Post- Test	
		F	%	F	%
A	Usaha Masyarakat Kecil Menengah	9	45	0	0
B	Usaha Menengah Kecil Merdeka	3	15	0	0
C	Usaha Mikro Kecil dan Menengah	3	20	20	100
D	Usaha Mandiri Kecil Menengah	4	20	0	0
	Jumlah	20	100%	20	100%



3.2. Indikator 2

Data pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa salah satu materi edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM adalah pemahaman mengenai skala jumlah UMKM di Indonesia. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebelum program berjalan, sebagian besar peserta belum memiliki gambaran jelas tentang kemampuan memahami jumlah UMKM yang ada di Indonesia, dengan tingkat pemahaman hanya 35%, sementara 65% di antaranya sudah mampu menyebutkan angka yang relevan. Setelah pelatihan dan pendampingan, terjadi lonjakan signifikan: 80% peserta mampu menjawab dengan benar, meski masih ada 20% yang perlu dukungan tambahan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran peserta terhadap pengetahuan terkait UMKM secara nasional.

Penelitian oleh Wijaya & Sari (2023) berjudul “Kontribusi Kepadatan UMKM terhadap Stabilitas Pertumbuhan Ekonomi Nasional” mengungkapkan bahwa selain faktor defisit fiskal dan impor, densitas usaha mikro kecil menengah menunjukkan korelasi positif yang signifikan terhadap laju ekonomi. Semakin besar peran UMKM sebagai tulang punggung kemandirian ekonomi rakyat, semakin kokoh pula fondasi pertumbuhan yang berkelanjutan.

Pemahaman akan jumlah UMKM di Indonesia menjadi pondasi penting bagi pelaku usaha untuk membangun jejaring kerja sama dengan sesama pengusaha lokal. Kolaborasi ini memperkuat daya saing melalui saling mendukung dalam tata kelola, proses produksi, dan distribusi produk, sehingga masing-masing usaha dapat berkembang secara lebih efisien dan berkelanjutan.

Tabel 2 Kemampuan memahami jumlah UMKM yang ada di Indonesia

No	Jawaban	Pre- Test		Post- Test	
		F	%	F	%
A	54 juta	1	5	0	0
B	60 juta	9	45	4	20
C	64.19 juta	7	35	16	80
D	70 juta	3	15	0	0
	Jumlah	20	100%	20	100%

3.3. Indikator 3

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM mencakup pemahaman terhadap arti singkatan INSEG (*Innovative Strategies for Local Economic Growth*). Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebelum program pengabdian berjalan, sebagian besar peserta, yakni 60%, belum memahami sepenuhnya lima indikator inti yang mendasari pengembangan UMKM, sedangkan setelah pengabdian terjadi peningkatan pemahaman sebesar 85% responden telah mengenal peran dari masing-masing indikator tersebut.

Pelaksanaan program pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM mengenai enam indikator utama dalam strategi INSEG (*Innovative Strategies for Local Economic Growth*). Hasil post-test

memperlihatkan bahwa 85% peserta telah memahami unsur-unsur yang mendukung pengembangan UMKM, sementara 15% lainnya masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut. Dengan demikian, terjadi peningkatan rata-rata sebesar 25% dibandingkan sebelum program dilaksanakan. Hal ini menegaskan bahwa penerapan INSEG mampu memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, sehingga menjadi faktor pendukung bagi pengembangan usaha UMKM di Desa Sukamahi.

Penelitian oleh Pratama & Wijayanti (2022) berjudul “Kolaborasi Multisektor dalam Penguatan UMKM di Era Digital Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta” menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif antar pemangku kepentingan merupakan strategi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di tengah transformasi industri 4.0. Kolaborasi ini melibatkan Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perdagangan, asosiasi pengusaha lokal, serta platform digital seperti Tokopedia dan Shopee. Namun, implementasinya masih menghadapi hambatan yakni tumpang tindih program, belum ada mekanisme koordinasi rutin yang efektif. Sinergi antar stakeholder perlu diperkuat agar dampaknya mencapai tingkat optimal.

Pemahaman terhadap tiga indikator dasar kolaborasi multisektor menjadi langkah awal bagi pelaku UMKM untuk mengidentifikasi mitra strategis dalam pengembangan usaha, sehingga pengetahuan ini membuka peluang bagi UMKM untuk membangun kemitraan yang produktif.

Tabel 3 Kemampuan memahami kepanjangan dari INSEG

No	Jawaban	Pre- Test		Post- Test	
		F	%	F	%
A	Inovasi Ekonomi Strategis	5	25	1	5
B	Inisiatif Sosial dan Ekonomi Global	3	15	2	10
C	Innovative Strategies for Local Economic Growth	12	60	17	85
D	Platform Digital yang digunakan untuk pemasaran	0	0	0	0
	Jumlah	20	100%	20	100%

3.4 Indikator 4

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM mencakup pemahaman terhadap bentuk kerjasama yang mendukung pengembangan usaha. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebelum program berjalan, mayoritas pelaku usaha sebesar 60% belum memahami secara utuh bahwa kemitraan merupakan bentuk strategis pengembangan UMKM, sementara hanya 40% peserta yang telah mengenali peran pengembangan UMKM. Setelah pelaksanaan program, hasil post-test menunjukkan peningkatan sebesar 90% peserta kini memahami bahwa melakukan inovasi produk dan pengemasan sebagai model pengembangan usaha, hanya 10% yang masih memerlukan pendampingan lebih lanjut. Artinya, tingkat pemahaman peserta terhadap Kemampuan memahami bagaimana cara mengembangkan UMKM meningkat sebesar 60%, menandakan keberhasilan signifikan program dalam memperkuat pengetahuan dan kapasitas pelaku UMKM. Selain itu, dalam pengembangan UMKM perlu adanya kemitraan, sebab dengan memahami



konsep bermitra, pelaku usaha dapat memilih mitra strategis sesuai kebutuhan. baik dalam produksi untuk akses modal dan penyediaan bahan baku, dengan inovasi produk dan pengemasan untuk meningkatkan pengembangan UMKM baik dalam tata kelola dan pemasaran.

Tabel 4 Kemampuan memahami bagaimana cara mengembangkan UMKM

No	Jawaban	Pre- Test		Post- Test	
		F	%	F	%
A	Menurunkan kualitas produk agar cepat	7	35	1	5
B	Membatasi varian rasa agar lebih hemat	1	5	0	0
C	Melakukan inovasi produk dan pengemasan	8	40	18	90
D	Menjual produk tanpa merek dan kemasan	4	20	1	5
	Jumlah	20	100%	20	100%

3.5. Indikator 5

Berdasarkan Tabel 5, edukasi UMKM fokus pada pemahaman peran pemerintah dalam memperluas akses ke digital marketing. Sebelum program, hanya 45% peserta yang paham peran pemerintah dalam menghubungkan UMKM ke e-commerce dan media social, sisanya (55%) belum menyadarinya. Setelah pelatihan, terdapat peningkatan pemahaman menjadi 90%, dengan hanya 10% yang masih butuh pendampingan artinya, peningkatan mencapai 45%. Ini menunjukkan keberhasilan program dalam membangun kapasitas strategis pelaku usaha untuk memanfaatkan mitra teknologi, seperti platform digital, TikTok, Instagram, dan kanal promosi yang lainnya.

Tabel 5 Kemampuan memahami bentuk tata kelola pemasaran melalui digital marketing

No	Jawaban	Pre- Test		Post- Test	
		F	%	F	%
A	Mahal	1	5	0	0
B	Terbatas hanya di kota	7	35	0	0
C	Jangkauan luas	9	45	18	90
D	Sulit diakses	3	15	2	15
	Jumlah	20	100%	20	100%

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM melalui pemahaman pendekatan INSEG (*Innovative Strategies For Local Economics Growth*) dalam pengembangan usaha di Desa Sukamahi, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan, yaitu rata-rata sebesar 50%. Peningkatan tertinggi tercatat pada indikator unsur utama INSEG pada Kemampuan memahami apa itu UMKM dengan kenaikan 85%, sedangkan peningkatan terendah muncul pada indikator Kemampuan memahami kepanjangan dari INSEG, yaitu sebesar 25%. Namun secara keseluruhan, rata-rata hasil post-test mencapai 89%. Capaian ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan dibandingkan hasil pre-test, sekaligus menunjukkan



bahwa pelatihan yang diberikan mampu memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta secara menyeluruh.

Tabel 6 Rekapitulasi INSEG dalam Pengembangan UMKM

No	Jawaban	Pre-Test	Post-Test	Kenaikan
1	Kemampuan memahami apa itu UMKM	15%	100%	85%
2	Kemampuan memahami jumlah UMKM yang ada di Indonesia	35%	80%	45%
3	Kemampuan memahami kepanjangan dari INSEG	60%	85%	25%
4	Kemampuan memahami bagaimana cara mengembangkan UMKM	40%	90%	50%
5	Kemampuan memahami bentuk tata kelola pemasaran melalui digital marketing	45%	90%	45%
	Rata-Rata	39%	89%	50%

Penelitian yang dilakukan (Wijaya & Suryadi, 2023) “Local Economics Development through INSEG-Based Capacity Building: Evidence from Rural SMEs in West Java” menemukan bahwa pendekatan INSEG yang berbasis partisipatif, kolaboratif, dan berorientasi pada pemberdayaan lokal secara signifikan meningkatkan kapasitas manajerial dan literasi ekonomi pelaku UMKM. Temuan ini selaras dengan hasil yang kami lakukan, dimana peningkatan pengetahuan yang signifikan pasca pelatihan dan pendampingan membuktikan efektivitas model INSEG sebagai strategi pengembangan usaha mikro berbasis desa.

Sementara itu, kegiatan pendampingan fokus pada pengolahan keripik pisang dan pangsit dengan variasi rasa, termasuk perbaikan teknik pemotongan, pengeringan, dan penyajian. Pendampingan juga mencakup penerapan strategi pemasaran digital untuk mempromosikan produk keripik berbasis varian rasa tersebut. Pemasaran digital saat ini menjadi pilihan utama karena mampu menghilangkan hambatan geografis dan memperluas jangkauan pasar secara global melalui platform berbasis teknologi informasi, sehingga meningkatkan volume penjualan secara drastis (Wijaya & Suryadi, 2023)

Dalam konteks praktik, kegiatan pengabdian dilakukan melalui tahapan pemotongan bahan baku, pengolahan dengan standar keamanan pangan, dan penyajian produk yang menarik secara visual. Gambar 1 merupakan dokumentasi kegiatan pendampingan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan pemberdayaan UMKM melalui INSEG (*Innovative, Strategies for Local Economic Growth*).



Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang



Pengolahan Kripik Pangsit Varian Rasa



Pelatihan Digital Marketing



Pelatihan dan Pendampingan

Gambar 1 Penyuluhan, pelatihan dan pendampingan pemberdayaan UMKM melalui INSEG (*Innovative, Strategies for Local Economic Growth*)

Berdasarkan Gambar 1, dilakukan pendampingan pemotongan serta pengolahan pangsit dan pisang, dan dilakukan pelatihan pemasaran digital marketing dilakukan secara bersama-sama oleh tim pengabdian dan mitra pengabdian pelaku UMKM Desa Sukamahi. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan aspek produksi dengan diversifikasi inovasi produk varian rasa kripik pisang dan pangsit dapat dilihat pada Gambar 2.



Sebelum Pendampingan Keripik Pisang



Setelah Pendampingan Keripik Pisang



Sebelum Pendampingan Keripik Pangsit



Setelah Pendampingan Keripik Pangsit

Gambar 2 Peningkatan aspek produksi dengan diversifikasi inovasi produk varian rasa kripik pisang dan pangsit



Adapun varian rasa keripik pisang dan pangsit meliputi varian rasa:

- 1) Keripik pisang varian original, coklat, matcha, vanilla
- 2) Keripik pangsit varian original, bbq, pedas daun jeruk

Dampak sosial dan ekonomi, sebelum dilakukan pendampingan, kapasitas pemasaran hanya mencapai 30 jumlah produk per hari. Setelah adanya pendampingan, terjadi peningkatan pemasaran secara signifikan menjadi 70 jumlah produk per hari. Peningkatan ini berdampak langsung pada aspek sosial dan ekonomi masyarakat, antara lain: 1) pendapatan pelaku usaha akibat bertambahnya volume produksi dan penjual, 2) Perluasan kesempatan kerja, karena meningkatnya kebutuhan tenaga kerja dalam proses produksi, 3) Peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha dalam pengelolaan produksi, pemasaran, serta kualitas produk, 4) Dampak sosial positif, seperti tumbuhnya semangat kewirausahaan dan kolaborasi antar pelaku UMKM di Desa Sukamahi.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan melalui pelatihan dengan pendekatan INSEG (*Innovative Strategies for Local Economic Growth*) dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang diukur menggunakan lima indikator utama sebagai tolak ukur tingkat pengetahuan pelaku usaha, diperoleh hasil evaluasi yang menunjukkan peningkatan signifikan. Hasil pre-test dan post-test terhadap 20 peserta menunjukkan rata-rata peningkatan pengetahuan sebesar 50%. Sebelum program pengabdian berlangsung, tingkat pengetahuan pelaku UMKM baru mencapai rata-rata 39%, namun setelah pelatihan dan pendampingan, angka tersebut naik menjadi 89%. Hal ini membuktikan bahwa program pengabdian yang dilakukan di Desa Sukamahi, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas para pelaku UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada pihak yang terlibat dan mendukung dalam kegiatan pengabdian yang dilaksanakan, sehingga program pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar serta berhasil meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM di Desa Sukamahi. Adapun ucapan terimakasih khusus kami arahkan kepada Universitas Djuanda, Desa Sukamahi, mitra UMKM Desa Sukamahi, dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah mendanai Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat tahun 2025 melalui Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat dengan Ruang Lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat.

Daftar Pustaka

- Apriliani, A., Wahyudin, C., Hastuti, A., Ramdani, F. T., Andani, H., & Irli, S. S. (2024). Collaborative Governance dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Pelatihan dan Pendampingan. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(3).



- Arifqi, M. M. (2019). Konsep empowerment sebagai instrumen pembangunan ekonomi Islam (Telaah kritis pemikiran Ibnu Khaldun dan Umer Chapra). *Al-Tijary*, 4(2), 125–138. <https://doi.org/10.21093/at.v4i2.1356>
- Fatine, S. (2022). Pemberdayaan masyarakat kota di bidang ekonomi melalui UMKM Ladu Arai Pinang di Lubuk Buaya Kota Padang. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 1(2), 78–83. <https://doi.org/10.34312/ljpm.v1i2.15346>
- Firliandoko, A., Suryani, L., & Prasetyo, B. (2024). Community-driven innovation in rural MSMEs: Evidence from West Java. *Indonesian Journal of Rural Development*, 12(1), 88–103. <https://doi.org/10.21009/ijrd.2024.1201.07>
- Fitriah, M., Pratidina, G., Encep, M., Hasbiyah, D., Ruhimat, Apriliyani, N. V., Wahyudin, C., Agustini, Khaira, M., Ramadhan, D. A., Sakinah, S., Fadilah, A., Agustiani, T., & Ramadhan, R. N. (2022). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemanfaatan media sosial untuk branding desa wisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 1–7.
- Hastuti, A., Fadilah, I., & Aprialdi, M. A. (2024). Innovation in processing moringa leaf marrow porridge with the addition of soybean extract in efforts to prevent stunting. *Jurnal Pertanian*, 15(1), 63-72.
- Hastuti, A., Fadilah, I., & Aprialdi, M. A. (2024). Innovation in processing moringa leaf marrow porridge with the addition of soybean extract in efforts to prevent stunting. *Jurnal Pertanian*, 15(1), 63-72.
- Hastuti, A., Firdaus, A. M. F., Rahayu, M. P., Eriani, G. N., & Putri, A. N. (2025). Pendugaan Masa Simpan Bartoz Spicy Wing dan Sosis Ayam dalam Kemasan dengan Metode ASLT Model Arrhenius. *Karimah Tauhid*, 4(8), 5733-5745.
- Hastuti, A., Kurniawan, M. F., Nurhalimah, S., Iznillillah, W., & Ramadanti, F. I. (2024). Sensory Profile And Quality Analysis Of Tamarillo Jam (*Solanum Betaceum Cav.*) With Albedo Substitution Of Pomelo Orange (*Citrus Maxima L. Merr*). In *Djuanda International Conference* (Vol. 8, No. 1).
- Hastuti, A., Lestari, T. A., & Fulazzaky, M. A. (2022). Pendampingan Pengawasan Mutu Proses Produksi Yoghurt. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3).
- Hastuti, A., Rizki, A. M., Ananda, D. D., Putri, D. R., Rachmalia, D., Adnandhika, M. F. T., ... & Putri, S. D. (2024). Pencegahan Stunting melalui Edukasi MP-ASI Kepada Masyarakat Desa Banjarsari dalam Bentuk Qr Code Gemass (Gerakan Mama Sadar Stunting). *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1), 102-108.
- Hastuti, A., Sabtaji, F., Hasanah, F. N., Yanti, S. A. M., & Fadila, Z. N. (2025). Pendugaan Umur Simpan Produk Frozen Food Menggunakan Metode ASLT Model Arrhenius terhadap Variasi Suhu Penyimpanan. *Karimah Tauhid*, 4(8), 5699-5709.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. [website resmi :<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-%20dalam-perekonomian-indonesia>, diakses 18 September 2025].



- Mulya, S., Hastuti, A., Adnandhika, M. F. T., Irlu, S. S., Putri, D. R., Rizki, A. M., ... & Putri, S. D. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha Dan Sertifikasi Halal Aneka Keripik Di Desa Banjarsari. *Karimah Tauhid*, 2(5), 1274-88.
- Pratama, A., & Wijayanti, R. (2022). Kolaborasi multisektor dalam penguatan UMKM di era digital: Studi kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 67-82. <https://doi.org/10.21009/jpm.2022.0801.06>
- Pratidina, A., Hidayat, T., & Nugroho, E. (2022). Penerapan metode evaluasi berbasis tes dalam peningkatan kapasitas UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 14(1), 89-102. <https://doi.org/10.21009/jish.2022.1401.06>
- Santoso, A. A. P. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui program desa wisata di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 7(2), 33-48. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v7i2.2930>
- Sari, D., & Hidayat, T. (2023). Dampak pelatihan manajemen terhadap pertumbuhan UMKM di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 77-90. <https://doi.org/10.21009/jpm.2023.0801.07>
- Sari, N., Sari, D., & Wijaya, R. (2022). Evaluasi program pemberdayaan UMKM melalui pre-test dan post-test: Studi di wilayah pedesaan Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 112-125. <https://doi.org/10.21009/jpm.2022.0702.08>
- Wahyudin, C., Firliandoko, R., Amalia, N., Zulfa, A. A., Studi, P., Publik, A., Djuanda, U., Tol, J., No, C., Barat, J., Cecep, K., & Email, W. (2024). Collaborative-based tourism governance model in sustainable tourism development. *Jurnal Ilmu Sosial*, 10, 147-164.
- Wijaya, A., & Suryadi, D. (2023). Local Economics Development through INSEG-Based Capacity Building: Evidence from Rural SMEs in West Java. *Journal of Rural Studies*, 97, 102876.
- Wijaya, R., & Sari, D. (2023). Kontribusi kepadatan UMKM terhadap stabilitas pertumbuhan ekonomi nasional. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Daerah*, 11(2), 145-160. <https://doi.org/10.21009/jepd.2023.1102.09>