



PELATIHAN UMKM RUMAHAN INDUSTRI PANGAN SEBAGAI UPAYA MEMINIMALKAN KENDALA BERWIRAUSAHA DI DESA CIPEUNDEUY

Angga Pramadista Sudrajat¹, Engkus², Ruli Anggara³

¹²³ Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi

e-mail: pramadistaa@gmail.com

Corresponding author: pramadistaa@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 06-10-2025

Revisi: 05-11-2025

Disetujui: 11-11-2025

Pelatihan UMKM Rumah Industri Pangan di Desa Cipeundeuy merupakan program pengembangan kapasitas yang bertujuan untuk meminimalkan berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan. Pelatihan ini difokuskan pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam manajemen usaha, inovasi produk pangan, teknik pengemasan, serta pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah kombinasi antara penyampaian materi teoritis dan praktik langsung. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap aspek dasar kewirausahaan serta kemampuan dalam memproduksi dan memasarkan produk pangan secara lebih profesional. Program ini juga mendorong pembentukan kelompok usaha dan rencana tindak lanjut untuk pendampingan berkelanjutan. Dengan demikian, pelatihan ini terbukti menjadi strategi efektif dalam memperkuat sektor UMKM pangan di wilayah perdesaan

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran Digital, UMKM

ABSTRACT

The UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) training on Home-Based Food Industry in Cipeundeuy Village is a capacity-building program aimed at minimizing various challenges faced by small business actors in pursuing entrepreneurship. The training focused on enhancing participants' knowledge and skills in business management, food product innovation, packaging techniques, and digital marketing. The methods applied combined theoretical sessions and hands-on practice. The results indicated a significant improvement in participants' understanding of basic entrepreneurial concepts and their ability to produce and market food products more professionally. The program also encouraged the formation of business groups and follow-up plans for continuous mentoring. Therefore, this training has proven to be an effective strategy in strengthening the rural food MSME sector

Keywords: Training, Digital Marketing, MSMEs

PENDAHULUAN

Pelatihan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) rumahan dalam industri pangan merupakan salah satu langkah strategi untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat di desa (Yustini et al., 2022)(Werdani et al., 2020), termasuk di Desa Cipeundeuy Dengan potensi sumber daya alam yang berlimpah, desa ini memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri pangan lokal Namun, banyak pelaku usaha yang menghadapi



berbagai kendala, seperti kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha dan pemasaran produk (Hidayah et al., 2024)(Wiediawati, 2019)(Maulana, 2021; Maulana & Sujana, 2020). Oleh karena itu, pelatihan yang terarah dan sistematis sangat diperlukan untuk memfasilitasi pengembangan keterampilan dan pengetahuan wirausaha. Kendala yang diwakili oleh pelaku UKM di Desa Cipeundeuy sering kali berkaitan dengan akses terhadap informasi dan teknologi yang memadai. Menurut studi yang dilakukan, pelatihan yang efektif dapat meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri wirausaha, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan (Kapriani et al., 2024; Wahyudi et al., 2023). Dengan memberikan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan lokal, diharapkan para pelaku usaha dapat mengatasi masalah yang ada dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Selain itu, pelatihan yang fokus pada aspek praktis, seperti teknik pengolahan pangan dan pemasaran, dapat memberikan dampak positif terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa implementasi pelatihan yang menasar aspek praktis dan teoritis memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan UKM pangan (Fahdia et al., 2022; Kurniawati, 2021)(Setiadi & Maulana, 2023). Dengan demikian, pelatihan tidak hanya berfungsi sebagai sarana peningkatan keterampilan, tetapi juga sebagai langkah-langkah strategis untuk mengatasi masalah yang sering dihadapi oleh pelaku usaha (Wulandari & Nurhadi, 2023). Oleh karena itu, penting untuk menyusun program pelatihan yang menasar UKM rumahan di Desa Cipeundeuy agar para pelaku usaha dapat memaksimalkan potensi yang ada. Dengan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait, pelatihan ini diharapkan dapat menjadi salah satu upaya untuk mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat desa, serta meminimalkan hambatan yang ada dalam berwirausaha. Seperti yang dinyatakan oleh (Nasution et al., 2024), pelatihan yang tepat dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan menginginkan usaha mikro kecil dan menengah.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM rumahan industri pangan di Desa Cipeundeuy dalam mengatasi kendala berwirausaha. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Desa Cipeundeuy selama satu bulan, pada bulan Mei 2025, dimulai dengan penyusunan proposal, persiapan, dan perencanaan, serta pelaksanaan penyuluhan hingga laporan melalui beberapa tahapan. **tahap persiapan**, dilakukan dengan melakukan koordinasi awal bersama pemerintah desa dan perwakilan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi. Pada tahap ini juga dilakukan pendataan UMKM rumahan industri pangan yang menjadi sasaran kegiatan. Selain itu, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang meliputi manajemen usaha, pengolahan pangan yang higienis, pengemasan produk, serta strategi pemasaran. Persiapan sarana dan prasarana pendukung pelatihan juga dilakukan agar kegiatan dapat berjalan secara optimal. Pada **tahap pelaksanaan pelatihan**, dilakukan melalui metode pelatihan dan pendampingan. Materi disampaikan dengan pendekatan ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung.



Pelatihan manajemen usaha difokuskan pada perencanaan usaha sederhana, pencatatan keuangan, dan penentuan harga jual. Selanjutnya, pelatihan pengolahan pangan menekankan pada penerapan standar kebersihan, keamanan pangan, serta peningkatan kualitas produk. Pada aspek pemasaran, peserta diberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran konvensional dan digital untuk memperluas jangkauan pasar. Pada **tahap pendampingan** setelah pelatihan, dilakukan pendampingan kepada pelaku UMKM secara berkala. Pendampingan bertujuan untuk membantu peserta menerapkan materi yang telah diperoleh dalam kegiatan usahanya masing-masing. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan bimbingan terkait pengembangan produk, perbaikan kemasan, serta strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal. Terakhir, pada **Tahap Evaluasi** dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan dan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, dan penyebaran kuesioner kepada peserta. Indikator evaluasi meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, perubahan pola pengelolaan usaha, serta kemampuan peserta dalam mengatasi kendala berwirausaha. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian pada periode selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan produksi pangan menunjukkan hasil yang signifikan, terutama dalam hal peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya sanitasi dan standardisasi produk. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum menyadari bahwa kebersihan lingkungan produksi dan perlakuan terhadap bahan pangan sangat memengaruhi kualitas serta keamanan produk akhir. Pelatihan yang diberikan mencakup edukasi mengenai prosedur sanitasi dasar seperti mencuci tangan dengan benar, penggunaan sarung tangan saat memproduksi makanan, serta pembersihan alat dan area kerja secara rutin. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai menerapkan kebiasaan sanitasi yang lebih baik dalam aktivitas produksi sehari-hari. Mereka memahami bahwa sanitasi tidak hanya berkaitan dengan kebersihan, tetapi juga merupakan bagian penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka hasilkan. Dalam praktiknya, peserta memperlihatkan peningkatan disiplin dalam menjaga higienitas, seperti pemisahan bahan mentah dan matang, penyimpanan bahan baku di tempat tertutup, serta penggunaan kemasan yang bersih dan aman.

Selain itu, pelatihan juga menekankan pentingnya standardisasi produk dalam upaya meningkatkan daya saing di pasar. Peserta diajarkan untuk membuat produk dengan ukuran, rasa, dan tampilan yang konsisten, sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen. Mereka juga mulai memahami pentingnya informasi pada label, seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, dan logo usaha, sebagai bentuk transparansi dan tanggung jawab produsen terhadap konsumen. Langkah-langkah ini merupakan bagian dari penerapan prinsip Good Manufacturing Practices (GMP) yang relevan bagi pelaku usaha pangan skala kecil.



Secara umum, penguatan aspek produksi melalui pelatihan ini menjadi titik awal penting dalam membangun industri rumah tangga pangan yang higienis, profesional, dan kompetitif. Dengan membekali pelaku UMKM dengan pemahaman dan keterampilan dasar mengenai sanitasi dan standardisasi, kegiatan ini turut mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis pangan yang berkelanjutan. Namun, keberlanjutan dari hasil ini masih memerlukan dukungan berupa pendampingan lanjutan serta fasilitasi legalitas usaha dan sertifikasi keamanan pangan. Salah satu hasil signifikan dari kegiatan pengabdian masyarakat dalam pelatihan UMKM di sektor industri pangan adalah peningkatan kemampuan peserta dalam aspek pengelolaan keuangan usaha. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Mereka cenderung mencampuradukkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga kesulitan dalam menilai keuntungan sebenarnya atau mengidentifikasi pengeluaran yang tidak efisien. Hal ini merupakan permasalahan umum yang sering dihadapi pelaku UMKM, khususnya usaha rumahan.

Setelah mengikuti sesi pelatihan manajemen keuangan sederhana, lebih dari 70% peserta mulai menerapkan pencatatan keuangan harian, mencatat pemasukan dan pengeluaran secara manual menggunakan buku tulis atau format sederhana di Excel. Langkah ini tampak sederhana, tetapi sangat penting sebagai dasar dalam membangun kebiasaan pencatatan dan pengambilan keputusan usaha yang lebih rasional. Peserta juga belajar membedakan antara modal usaha, keuntungan, dan dana pribadi, serta memahami pentingnya mencatat seluruh transaksi, sekecil apa pun nilainya.

Pencatatan keuangan yang sederhana ini memberikan dampak langsung terhadap cara peserta mengelola usahanya. Mereka mulai menyadari pengeluaran-pengeluaran yang sebenarnya tidak perlu, serta lebih bijak dalam penggunaan modal. Beberapa peserta juga mulai menargetkan keuntungan mingguan dan menyisihkan sebagian hasil penjualan untuk tabungan usaha atau investasi alat produksi. Dengan adanya pencatatan, peserta merasa lebih percaya diri untuk mengakses pembiayaan, karena mereka memiliki data keuangan dasar yang dapat ditunjukkan kepada lembaga keuangan atau koperasi. Pelatihan ini menunjukkan bahwa intervensi sederhana dalam aspek keuangan dapat membawa perubahan besar terhadap keberlanjutan usaha mikro. Walaupun pencatatan masih dilakukan secara manual, praktik ini membangun dasar literasi keuangan yang penting bagi pelaku usaha. Namun, untuk menjaga keberlanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan agar peserta dapat berkembang ke tahap pencatatan digital dan pengelolaan keuangan yang lebih sistematis, termasuk membuat laporan laba rugi dan arus kas sederhana.

Salah satu aspek penting yang mengalami peningkatan signifikan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah dalam hal pemasaran produk, khususnya melalui pemanfaatan platform digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku usaha mikro di Desa sasaran masih memasarkan produknya secara konvensional, terbatas pada lingkungan sekitar atau melalui penjualan langsung dari rumah ke rumah. Akses terhadap pasar yang lebih luas menjadi terbatas karena kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi dan penjualan. Setelah diberikan



materi pelatihan tentang pemasaran digital, sebagian peserta mulai menggunakan media sosial seperti WhatsApp Business dan Instagram untuk mempromosikan produk mereka. Mereka diajarkan cara membuat akun bisnis, mengunggah konten promosi yang menarik, serta merespons pelanggan secara profesional. Beberapa peserta bahkan sudah mampu membuat desain sederhana menggunakan aplikasi gratis seperti Canva untuk membuat flyer digital dan katalog produk.



Gambar : Foto Bersama dengan Pelaku UMKM

Pemanfaatan media sosial ini berdampak langsung pada perluasan jangkauan pasar. Produk yang sebelumnya hanya dikenal di lingkungan sekitar kini mulai dikenali oleh pelanggan dari luar desa, termasuk dari kota-kota terdekat. Peserta juga mulai menyadari pentingnya membangun citra produk melalui tampilan visual yang menarik, serta pentingnya interaksi cepat dan ramah dengan calon pembeli secara daring. Hal ini mendorong peningkatan penjualan dan mempercepat proses adaptasi pelaku usaha terhadap tren pemasaran modern. Peningkatan dalam aspek pemasaran digital ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang jika diberikan akses pengetahuan dan keterampilan yang sesuai. Meskipun masih dalam tahap awal, perubahan ini menjadi landasan penting bagi transformasi digital UMKM di pedesaan. Untuk memastikan keberlanjutan, pendampingan lanjutan sangat dibutuhkan, termasuk pelatihan konten kreatif lanjutan, manajemen media sosial, hingga integrasi dengan platform marketplace seperti Tokopedia dan Shopee.

SIMPULAN

Pelatihan UMKM Rumah Industri Pangan di Desa Cipeundeuy terbukti menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro di bidang kewirausahaan, khususnya sektor pangan rumahan. Kegiatan ini berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan baru bagi peserta, mulai dari manajemen usaha,



pengembangan produk, pengemasan, hingga pemasaran digital.

Melalui pendekatan berbasis teori dan praktik, pelatihan mampu meminimalkan berbagai kendala yang selama ini dihadapi pelaku UMKM, seperti kurangnya pengetahuan kewirausahaan, keterbatasan inovasi, serta rendahnya akses pasar. Selain itu, pelatihan mendorong kolaborasi antar pelaku usaha melalui pembentukan kelompok usaha serta rencana tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan.

Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk pangan lokal tetapi juga memperkuat ekosistem wirausaha desa secara keseluruhan. Untuk menjamin keberlanjutan hasil pelatihan, diperlukan dukungan lanjutan dari pemerintah desa, instansi terkait, serta kolaborasi multipihak dalam hal pendampingan, akses modal, dan pemasaran yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, H., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.147>
- Hidayah, S., Arbarini, M., & Siswanto, Y. (2024). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Digital Marketing Terhadap Wirausaha Perempuan Desa Mangunharjo. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(2), 618–636. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1338>
- Kapriani, K., Basar, N. F., Asmawiyah, A., Alam, A. R. P., Syamsinar, S., & Aisyah, N. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Masyarakat Pasca Pandemi Covid 19 Di Desa Jenetallasa Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 7(3), 1083–1092. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13140>
- Kurniawati, L. (2021). Strategi Digital Marketing Dan Komunikasi Bisnis Untuk Enterpreneur Pemula Di Indonesia. *Sang Pencerah Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 7(3), 371–391. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i3.1291>
- Maulana, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 142–150.
- Maulana, R., & Sujana, H. (2020). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PD. Kebab Jempol Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 6(3), 81–91.
- Nasution, M. A., Dirbawanto, N. D., & -Rossevelt, F. A. (2024). Penerapan Manajemen Strategi Dalam Upaya Optimalisasi Pendapatan Kelompok Binaan Dinas Koperasi UKM, Perindustrian & Perdagangan Kota Medan. *Journal of Human and Education (Jahe)*, 4(4), 863–869. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1282>
- Setiadi, S., & Maulana, R. (2023). Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Abig Berkah Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 9(3), 13–21.
- Wahyudi, S., Widiana, M. E., Adityo, R. D., Surjanto, S. D., & Hanafi, L. (2023). Dendeng Olahan Ikan Laut Dan Tawar Bernilai Ekonomis Dan Bergizi Tinggi Potensi Daerah Kapas Krampung Surabaya. *Sewagati*, 8(1), 1145–1155. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i1.800>
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>



-
- Wiediawati, A. M. (2019). Pelatihan Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2676>
- Wulandari, W. T., & Nurhadi, Z. F. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Dan Branding Produk Bagi Pelaku UMKM Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Integritas Jurnal Pengabdian*, 7(2), 425. <https://doi.org/10.36841/integritas.v7i2.3487>
- Yustini, R. S., Mujanah, S., M, C. M., Desi, D., & Susilo, R. H. (2022). Peningkatan Kuantitas Dan Kualitas Produk Umkm Pupuk Cair Organik Di Desa Banyurip Kabupaten Gresik. *Sasambo Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 4(4), 708–717. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i4.929>