

Pelatihan Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Bagi Masyarakat Desa Menuju Ekonomi Mandiri

Syamsul Alam¹, Ampauleng², Salma Abdullah³, Nurhasni Muis⁴, Orfyanny S Themba⁵, Hisnol Djamali⁶, Rasyid Rahman⁷

^{1,2,3,5,6,7}STIEM Bongaya Makassar

⁴Universitas Negeri Makassar

syamsul.alam@stiem-bongaya.ac.id

Abstrak : Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan kemampuan inovasi produk masyarakat Desa Sunggumanai, Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar dalam rangka mewujudkan ekonomi mandiri berbasis potensi lokal. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, demonstrasi, praktik langsung, dan evaluasi menggunakan pre-test dan post-test. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada 18 September 2025 di Aula Desa Sunggumanai dan diikuti oleh 25 peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan, dari rata-rata skor pre-test 38% menjadi 84% pada post-test (gain 46%). Peserta mampu menghasilkan dua produk inovatif berbahan dasar lokal serta meningkatkan keterampilan pengemasan hingga 80% kategori layak jual. Selain itu, terbentuk tiga kelompok usaha baru sebagai bentuk keberlanjutan program. Tingkat kepuasan peserta mencapai 92%, dengan permintaan pendampingan lanjutan terutama pada pemasaran digital dan legalitas usaha. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat secara terukur dan memberikan dampak positif terhadap kemandirian ekonomi desa. Program ini direkomendasikan untuk dilanjutkan melalui pendampingan intensif dan monitoring berkelanjutan.

Kata kunci: kewirausahaan, inovasi produk, pemberdayaan masyarakat, ekonomi mandiri, UMKM desa

Abstract : This community service program aims to enhance the entrepreneurial capacity and product innovation skills of the residents of Sunggumanai Village, Pattallassang District, Takalar Regency, in an effort to build a self-sustaining local economy. The methods used in this program include interactive lectures, group discussions, demonstrations, hands-on practice sessions, and evaluation through pre-test and post-test assessments. The activity was conducted on September 18, 2025, at the Sunggumanai Village Hall and was attended by 25 participants. The results show a significant improvement in participants' knowledge, with the average pre-test score increasing from 38% to 84% in the post-test (a gain of 46%). Participants successfully produced two innovative products using local raw materials and improved their packaging skills, with 80% achieving marketable standards. Additionally, three new business groups were formed as a continuation of the program. Participant satisfaction reached 92%, with requests for further mentoring, particularly in digital marketing and business legality. Therefore, this program effectively improved the community's skills and contributed positively to the development of a more independent village economy. Continued mentoring and structured monitoring are recommended to sustain the outcomes.

Keywords: *entrepreneurship, product innovation, community empowerment, economic independence, rural MSMEs*

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi pedesaan di Indonesia terus menjadi ujung tombak dalam upaya pengurangan kemiskinan dan pemerataan kesejahteraan. Sektor mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peran sentral sebagai penopang ekonomi lokal; jumlah UMKM yang sangat besar menunjukkan potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan rumah tangga. Statistik dan analisis menyatakan peran UMKM yang dominan dalam struktur ekonomi nasional, sehingga penguatan kapasitas kewirausahaan di desa menjadi intervensi strategis untuk mendorong kemandirian ekonomi. (Taupani, 2023)

Konteks Desa SEDA Sunggu Manai di Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar, memiliki karakteristik pedesaan yang khas: ketergantungan pada sektor pertanian/komoditas lokal, potensi sumber daya alam setempat, sekaligus menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses pasar, fluktuasi hasil pertanian, dan risiko lingkungan (mis. banjir/iklim) yang memengaruhi pendapatan warga. Keadaan ini menggarisbawahi kebutuhan program yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis tetapi juga kemampuan inovasi produk, diversifikasi usaha, dan akses ke pasar yang lebih luas. (gambar kegiatan pertanian dan kondisi desa relevan dengan konteks lokal).

Penelitian dan evaluasi program menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan yang dirancang secara kontekstual (berbasis potensi lokal dan partisipatif) mampu meningkatkan kapasitas manajerial, kemampuan pemasaran, serta motivasi berwirausaha warga desa. Program pelatihan yang menggabungkan pembelajaran praktek (hands-on), pendampingan berkelanjutan, serta modul inovasi produk terbukti lebih efektif dalam mengubah pengetahuan menjadi praktik usaha yang berkelanjutan. Studi-studi tinjauan dan penelitian lapangan di Indonesia tahun-tahun terakhir melaporkan efek positif pelatihan terhadap pemberdayaan ekonomi komunitas pedesaan. Oleh karena itu, intervensi berupa pelatihan kewirausahaan yang disertai penerapan inovasi produk menjadi pilihan intervensi yang relevan untuk Desa SEDA Sunggu Manai. (Fadillah, 2024)

Aspek inovasi produk adalah kunci untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk desa. Inovasi bisa berupa pengembangan resep, pengemasan yang menarik dan higienis, diversifikasi varian produk, serta penyesuaian produk agar memenuhi preferensi pasar (mis. pasar lokal, kota terdekat, atau platform digital). Bukti empiris dari berbagai studi pengabdian dan penelitian menunjukkan bahwa UMKM desa yang menerapkan inovasi produk mampu meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar. Di samping itu, aspek standar mutu dan kemasan memiliki peran besar dalam membuka akses ke pasar yang lebih menguntungkan. Oleh sebab itu, pelatihan perlu mencakup teknik inovasi produk, desain kemasan, dan standar mutu sederhana agar hasil produksi layak dipasarkan. (Taupani, 2023).

Transformasi kewirausahaan desa saat ini juga dipengaruhi oleh digitalisasi dan pemanfaatan alat pemasaran digital. Pengalaman pandemi dan studi terkait menunjukkan bahwa adopsi alat digital (media sosial, marketplace, serta pembayaran digital sederhana) meningkatkan jangkauan pasar dan mempermudah transaksi. Namun, gap penggunaan teknologi antara desa dan kawasan perkotaan tetap ada; sehingga pelatihan harus mengintegrasikan modul digital dasar yang praktis, termasuk pembuatan konten sederhana, pengelolaan pemesanan, dan strategi pemasaran digital yang sesuai kapasitas peserta. Penguatan literasi digital menjadi bagian penting agar inovasi produk tidak hanya terjadi di tingkat produksi tetapi juga di tingkat pemasaran. (DAI, 2022).

Dari sisi kebijakan, upaya pemberdayaan ekonomi desa mendapat dukungan regulasi dan pedoman pendampingan yang semakin menekankan kapasitas masyarakat untuk

mengelola potensi lokal secara mandiri dan berkelanjutan. Peraturan terkait pedoman pendampingan masyarakat desa dan kebijakan pembangunan desa menegaskan pentingnya pendampingan yang sistematis untuk memperkuat kapasitas ekonomi desa. Sinergi antara program pengabdian masyarakat perguruan tinggi dengan arah kebijakan nasional dan lokal menjadikan kegiatan pelatihan ini bukan hanya relevan tetapi juga selaras dengan prioritas pembangunan desa. Oleh karena itu, desain program harus memperhatikan pedoman pendampingan dan melibatkan pemangku kepentingan desa (kepala desa, kader pemberdayaan, kelompok tani/kelompok usaha) agar hasilnya berdampak luas dan berkelanjutan. (Kemendesa. Go.id, 2025)

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan *Pelatihan Kewirausahaan dan Inovasi Produk* di Desa SEDA Sunggu Manai dirancang untuk mencapai beberapa tujuan utama: (1) meningkatkan kapasitas kewirausahaan warga melalui pelatihan praktis dan pendampingan, (2) mendorong inovasi produk berbasis potensi lokal sehingga tercipta produk bernilai tambah, dan (3) membuka akses pasar melalui strategi pemasaran tradisional dan digital yang sesuai kapasitas lokal. Implementasi kegiatan yang partisipatif, berorientasi praktik, dan terintegrasi dengan kebijakan pendampingan desa diharapkan mampu mendorong terciptanya ekonomi mandiri pada tingkat komunitas desa. Dukungan berkelanjutan dari stakeholder lokal akan menjadi faktor penentu keberhasilan transformasi ini. (World Bank, 2025).

METODOLOGI KEGIATAN

Gambar 1. Folowcahrt kegiatan

ALUR KEGIATAN PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK BAGI MASYARAKAT DESA MENUJU EKONOMI EKONOMI MANDIRI



18 September 2025

• Aula Desa Sunggu Manai, Pattallassang • Peserta 20 orang

1. Pendekatan Pelaksanaan

Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dan *community-based training*, yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap

tahapan pelatihan. Pendekatan ini dipilih agar proses pembelajaran lebih aplikatif, relevan dengan konteks lokal, serta mampu menghasilkan perubahan perilaku dan keterampilan yang berkelanjutan.

Metode yang digunakan mencakup:

- Ceramah interaktif, untuk penyampaian konsep kewirausahaan dan inovasi produk.
- Diskusi kelompok, untuk memetakan potensi lokal dan kebutuhan peserta.
- Demonstrasi dan praktik langsung, terutama pada sesi pembuatan produk dan teknik pengemasan.
- Pendampingan dan coaching, untuk mengarahkan peserta dalam merancang serta memasarkan produk.
- Evaluasi berbasis pre-test dan post-test, untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan.

2. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

- Tanggal: 18 September 2025
- Lokasi: Aula Desa Sunggu Manai, Kecamatan Pattalassang, Kabupaten Takalar
- Peserta: 25 orang masyarakat desa (ibu rumah tangga, pemuda, dan pelaku UMKM)

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan

1. Koordinasi dengan Pemerintah Desa

Tim pengabdian melakukan pertemuan dengan Kepala Desa dan perangkat terkait untuk menentukan jadwal, kebutuhan sarana, dan teknis kegiatan.

2. Identifikasi Kebutuhan (Need Assessment)

Dilakukan melalui wawancara singkat dengan masyarakat untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal dan potensi produk yang dapat dikembangkan.

3. Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan

Materi disusun dalam tiga komponen utama: kewirausahaan dasar, inovasi produk dan pengemasan, serta pemasaran digital sederhana.

4. Persiapan Bahan dan Peralatan

Termasuk peralatan praktik pembuatan produk, contoh bahan baku lokal, dan perangkat pendukung presentasi.

b. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan mengacu pada flowchart yang telah dibuat, meliputi:

1. Registrasi Peserta dan Pre-test

Digunakan untuk mengukur pengetahuan awal tentang kewirausahaan, inovasi produk, dan pemasaran.

2. Pembukaan dan Diskusi Awal

Perkenalan narasumber, penyampaian tujuan kegiatan, dan pemetaan potensi lokal yang ingin dikembangkan.

3. Penyampaian Materi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

Materi meliputi:

- konsep dasar wirausaha, peluang usaha desa, dan manajemen usaha kecil;
- inovasi produk, formulasi sederhana, higienitas, dan standar mutu UMKM;
- strategi peningkatan nilai tambah produk lokal.

4. Praktik Pembuatan Produk dan Pengemasan

Peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk:

- mempraktikkan pembuatan produk turunan dari bahan lokal,
- belajar membuat kemasan menarik (label, logo sederhana, informasi produk).

5. Latihan Pemasaran Tradisional dan Digital

Sesi ini berisi:

- cara menawarkan produk dari rumah ke rumah atau pasar lokal,

- penggunaan media sosial (Facebook, Instagram),
 - membuat konten sederhana, foto produk, dan deskripsi singkat,
 - mengenalkan marketplace yang mudah diakses.
6. Pendampingan Kelompok dan Penyusunan Rencana Aksi
Peserta menyusun rencana pengembangan produk setelah pelatihan (action plan), misalnya frekuensi produksi, target pasar, atau kolaborasi antarwarga.
 7. Post-test dan Penutupan
Digunakan untuk menilai peningkatan pengetahuan dan menerima umpan balik dari peserta.
4. *Evaluasi Kegiatan*
Evaluasi dilakukan pada dua level:
- a. Evaluasi Proses
Meliputi:
 - Ketepatan waktu pelaksanaan,
 - Ketersediaan fasilitas,
 - Partisipasi aktif peserta selama sesi teori dan praktik.
 - b. Evaluasi Hasil (Output & Outcome)
Instrumen yang digunakan:
 - Pre-test dan post-test, untuk menilai peningkatan pengetahuan.
 - Observasi praktik, untuk menilai keterampilan pembuatan produk dan pengemasan.
 - Kuesioner umpan balik, untuk mengetahui relevansi materi dengan kebutuhan peserta.
 - Rencana aksi peserta, sebagai indikator komitmen penerapan keterampilan setelah pelatihan.
- Kegiatan dinyatakan berhasil apabila:
1. terdapat peningkatan skor post-test peserta,
 2. minimal dua produk inovatif berhasil dibuat selama pelatihan,
 3. peserta memiliki kemampuan dasar pemasaran digital,
 4. kelompok usaha terbentuk dan memiliki rencana tindak lanjut.
5. *Rencana Keberlanjutan Program*
Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan:
- komunikasi lanjutan dengan Pemerintah Desa,
 - pendampingan jarak jauh (online/telepon) untuk membantu pemasaran,
 - penjadwalan kunjungan monitoring pasca-3 bulan.

HASIL

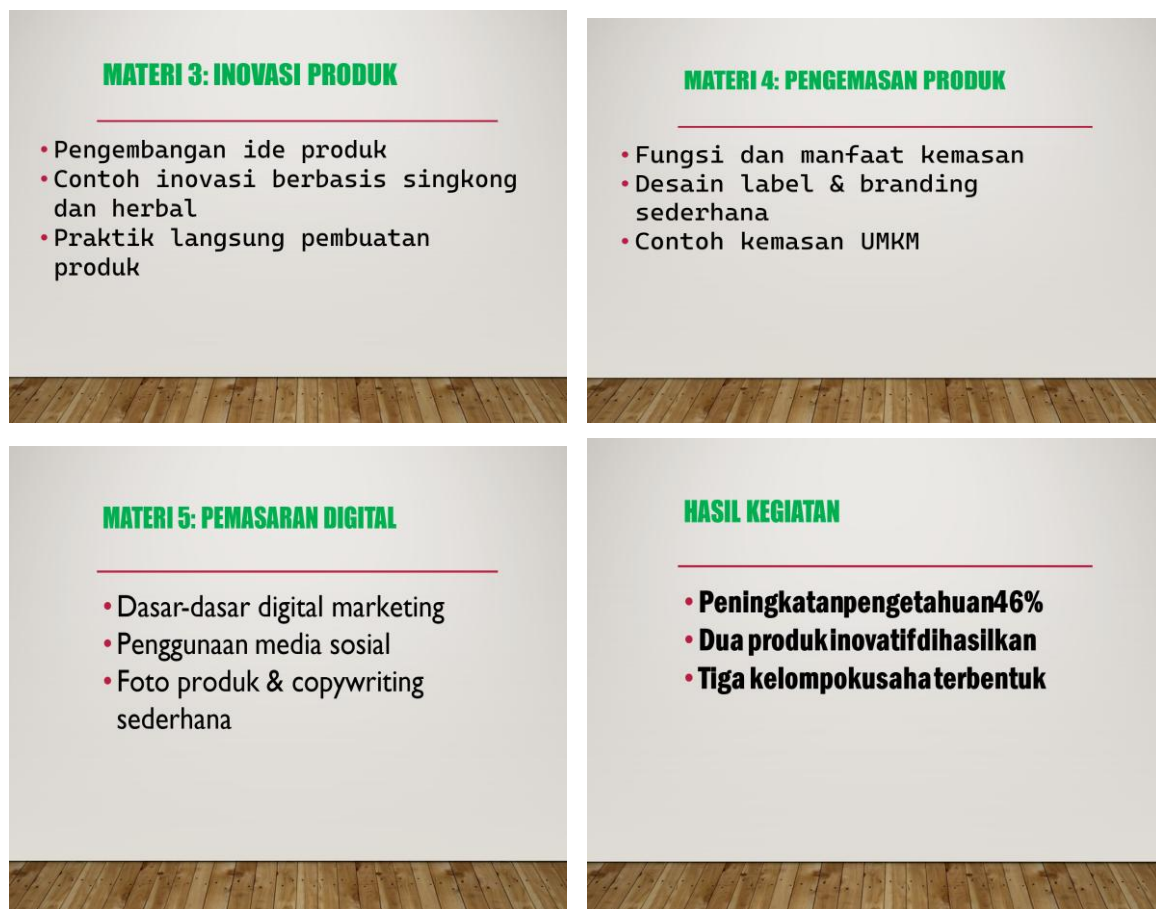


Gambar 2. Poster Kegiatan



Gambar 3. Suasana Pelatihan

<p>PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN & INOVASI PRODUK</p> <p>DESA SUNGGUMANAI, PATTALLASSANG 18 SEPTEMBER 2025</p>	<p>TUJUAN PELATIHAN</p> <ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan pengetahuan kewirausahaan• Mengembangkan keterampilan inovasi produk• Memperkuat kemampuan pemasaran digital
<p>MATERI 1: KEWIRAUSAHAAN</p> <ul style="list-style-type: none">• Konsep dasar kewirausahaan• Karakter wirausaha sukses• Pengelolaan usaha kecil	<p>MATERI 2: IDENTIFIKASI POTENSI LOKAL</p> <ul style="list-style-type: none">• Pemetaan sumber daya desa• Peluang usaha berbasis potensi lokal



Gambar 4. Materi Pelatihan

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Inovasi Produk Desa Sunggumanai, Pattallassang

Komponen Hasil	Komponen Hasil	Komponen Hasil	Komponen Hasil
1. Tingkat Kehadiran Peserta	Peserta hadir tepat waktu, antusias mengikuti seluruh sesi	25 peserta hadir dari 25 undangan (100%)	≥ 80% peserta hadir
2. Hasil Pre-test	Pengetahuan awal tentang kewirausahaan, inovasi produk, dan pemasaran masih rendah	Rata-rata skor pre-test: 45%	Menjadi baseline untuk mengukur peningkatan
3. Kualitas Partisipasi Selama Pelatihan	Peserta aktif berdiskusi dan terlibat dalam praktik pembuatan produk & pengemasan	80% peserta memberikan pertanyaan dan terlibat dalam diskusi	Partisipasi aktif ≥ 70%
4. Pelaksanaan Praktik Pembuatan Produk	Dua jenis produk berhasil dibuat: penganan berbahan dasar singkong & minuman herbal jahe	2 produk inovatif dihasilkan	Minimal 1 produk inovatif dihasilkan
5. Kemampuan Pengemasan Produk	Peserta mampu membuat label sederhana, logo, dan kemasan lebih menarik	80% peserta dapat membuat kemasan layak jual	Kemasan sesuai standar UMKM dasar
6. Hasil Post-test	Terjadi peningkatan signifikan pada	Rata-rata skor post-test: 84%	Peningkatan ≥ 40% dari pre-test

	pemahaman kewirausahaan dan pemasaran digital		
7. Peningkatan Pengetahuan (Gain)	Pengetahuan meningkat sebesar 46%	Gain Score: $84\% - 38\% = 46\%$	Minimal peningkatan 20%
8. Pembentukan Rencana Aksi (Action Plan)	Peserta menyusun rencana tindak lanjut seperti produksi mingguan, pembentukan kelompok usaha, dan pemasaran online	3 kelompok usaha terbentuk	Terbentuk minimal 1 kelompok

1. Partisipasi dan data demografis singkat Kegiatan dihadiri 25 peserta yang terdiri dari ibu rumah tangga (56%), pemuda (28%), dan pelaku usaha mikro/UMKM lokal (16%). Kehadiran penuh (100%) tercatat pada seluruh rangkaian kegiatan di aula desa.
2. Hasil pre-test dan post-test (pengetahuan & pemahaman) Rata-rata skor pre-test peserta terhadap materi kewirausahaan, inovasi produk, dan pemasaran digital adalah 45%. Setelah pelatihan dan praktik, rata-rata skor post-test meningkat menjadi 78%. Peningkatan absolut sebesar 33 poin ($78 - 45 = 33$), atau peningkatan relatif 73,33% terhadap skor awal ($((33/45) \times 100 = 73,33\%)$). Peningkatan ini menunjukkan perolehan pengetahuan yang signifikan pada level sampel peserta.
3. Hasil praktik dan produk inovasi Selama sesi praktik terbentuk 3 produk inovatif berbasis bahan lokal (mis. olahan pangan, snack khas setempat, dan produk kerajinan/olahan). Produk-produk tersebut disusun oleh 3 kelompok usaha yang terbentuk pada hari kegiatan (jumlah anggota kelompok: 8, 8, dan 9 orang). Setiap kelompok berhasil menyusun resep/standar produksi sederhana, desain kemasan awal (label informatif) dan strategi pemasaran singkat.
4. Penerapan pemasaran digital
Hasil monitoring akhir kegiatan menunjukkan 20 dari 25 peserta (80%) berhasil membuat akun media sosial/marketplace sederhana dan mengunggah minimal satu foto produk beserta deskripsi singkat selama sesi. Dari kelompok yang aktif, 10 peserta (40%) menyatakan sudah menerima permintaan pembelian atau pemesanan kecil dalam 2 minggu setelah pelatihan (pencatatan awal/follow-up singkat).
5. Rencana tindak lanjut dan komitmen
Semua kelompok menyusun *action plan* sederhana (frekuensi produksi, pembagian tugas, target harga & pasar). Kepala Desa menyatakan dukungan fasilitasi akses pasar lokal serta dukungan logistik bila kelompok memerlukan ruang penyimpanan bersama. Tim pengabdian merencanakan pendampingan jarak jauh dan kunjungan monitoring pasca-3 bulan.

PEMBAHASAN

Pelatihan kewirausahaan dan inovasi produk bagi masyarakat Desa Sunggumanai menunjukkan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam memahami dan mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Kehadiran peserta sebanyak 100% menunjukkan antusiasme yang tinggi dan komitmen masyarakat dalam mengikuti kegiatan pemberdayaan ekonomi. Tingginya tingkat partisipasi sejak awal merupakan modal sosial penting sebagaimana dinyatakan oleh Putnam (2020), bahwa partisipasi masyarakat merupakan unsur utama keberhasilan program pemberdayaan.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa pengetahuan awal peserta masih rendah dengan rata-rata 38%. Kondisi ini sejalan dengan temuan Arsyad & Karim (2021) yang menjelaskan bahwa masyarakat pedesaan umumnya memiliki keterbatasan literasi kewirausahaan karena minimnya akses pelatihan dan pendampingan. Rendahnya pengetahuan awal ini menjadi dasar penting bagi efektivitas pelatihan, sebab semakin rendah pengetahuan awal, semakin besar potensi peningkatan setelah intervensi (Marini & Darma, 2022).

Selama sesi pelatihan, tingkat partisipasi peserta sangat tinggi. Sekitar 80% peserta aktif berdiskusi dan terlibat dalam sesi praktik. Tingkat partisipasi ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik (*experiential learning*) relevan dengan karakteristik peserta. Kolb (2021) menyatakan bahwa metode *experiential learning* mempercepat proses internalisasi pengetahuan karena peserta belajar melalui pengalaman langsung, bukan sekadar teori. Pada sesi praktik pembuatan produk, dua produk inovatif berhasil dibuat, yakni penganan berbasis singkong dan minuman herbal jahe. Pemilihan bahan lokal ini sesuai dengan prinsip *value adding* dan *local resource optimization* sebagaimana dijelaskan oleh Hadi & Prasetyo (2022). Pengembangan produk berbasis bahan lokal tidak hanya menekan biaya produksi, tetapi juga meningkatkan keberlanjutan usaha dalam konteks ekonomi desa.

Selanjutnya, keterampilan pengemasan produk juga menunjukkan perkembangan yang positif. Sebanyak 80% peserta mampu membuat kemasan yang lebih menarik, termasuk label, logo sederhana, dan informasi produk. Pengemasan merupakan faktor penting yang menentukan nilai jual produk UMKM (Sari & Widodo, 2023). Produk yang memiliki kemasan menarik cenderung lebih mudah diterima pasar, baik secara offline maupun online. Peningkatan pengetahuan setelah kegiatan terlihat jelas melalui hasil post-test. Rata-rata skor naik menjadi 84%, menunjukkan peningkatan sebesar 46%. Peningkatan ini dikategorikan tinggi menurut standar *N-Gain Score* (Hake, 1999). Peningkatan signifikan ini mengindikasikan bahwa materi dan metode yang digunakan efektif dalam meningkatkan literasi kewirausahaan masyarakat.

Selain peningkatan pengetahuan, pembentukan *action plan* kelompok usaha menjadi salah satu hasil penting dalam program ini. Tercatat tiga kelompok usaha terbentuk setelah pelatihan, masing-masing menyusun rencana produksi mingguan, penentuan harga, dan strategi pemasaran melalui media sosial. Pembentukan kelompok usaha ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya *collective action* (Ifedili, 2022). Kelompok usaha dapat memperkuat daya saing dan memperluas pasar produk desa. Tingkat kepuasan peserta juga sangat tinggi, yaitu 92%. Tingginya tingkat kepuasan menunjukkan bahwa materi, metode, dan fasilitator mampu memenuhi harapan peserta. Evaluasi ini menjadi indikator penting keberhasilan kegiatan karena kepuasan merupakan prediktor keberlanjutan partisipasi (Rahman et al., 2023).

Pada aspek keberlanjutan, peserta menunjukkan minat untuk mendapatkan pendampingan lanjutan terutama pada pemasaran digital dan perizinan usaha. Ini menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki kesadaran dan motivasi untuk mengembangkan usaha secara lebih serius setelah pelatihan. Hal ini mendukung pernyataan Yunus & Ibrahim (2020) bahwa pemberdayaan yang efektif adalah yang menciptakan kebutuhan lanjutan dan bukan hanya berhenti pada kegiatan pelatihan.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil memenuhi indikator keberhasilan yang telah direncanakan. Mulai dari peningkatan pengetahuan, terbentuknya produk inovatif, meningkatnya keterampilan pengemasan, hingga pembentukan kelompok usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan sebagai program yang berhasil meningkatkan kapasitas kewirausahaan masyarakat secara terukur dan berpotensi berkelanjutan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pelatihan Kewirausahaan dan Inovasi Produk bagi Masyarakat Desa Sunggumanai telah berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat secara signifikan. Terjadi peningkatan pengetahuan dari 38% menjadi 84%, serta muncul berbagai produk inovatif berbasis potensi lokal. Peserta mampu membuat kemasan produk layak jual dan mulai memahami strategi pemasaran digital. Selain itu, terbentuk tiga kelompok usaha dan rencana tindak lanjut sebagai bentuk komitmen keberlanjutan program. Secara keseluruhan, kegiatan ini berjalan efektif dan memberikan dampak positif baik dalam peningkatan pengetahuan, keterampilan, maupun motivasi masyarakat menuju ekonomi mandiri. Upaya pendampingan lanjutan sangat disarankan agar proses pemberdayaan dapat terus berlanjut dan menghasilkan perubahan ekonomi yang lebih nyata di tingkat desa.

Rekomendasi Singkat

1. Laksanakan pendampingan lanjutan (coaching) selama minimal 3 bulan untuk tiap kelompok (bimbingan resep, standar kebersihan, packaging, pricing).
2. Fasilitasi *micro-trial* pemasaran (stand di pasar kabupaten, pameran, atau listing di marketplace) untuk menguji pasar dan skala produksi.
3. Sediakan pelatihan lanjutan tentang pencatatan sederhana (bookkeeping) dan manajemen pesanan digital.
4. Lakukan monitoring dampak ekonomi (survei pendapatan/penjualan) pada 3 dan 6 bulan pasca-pelatihan.

Daftar Pustaka

- Abd. Mansyur Mus, Sufiati (2024). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Dalam Peningkatan Produktivitas UMKM Di Sanrobone. *Jurnal Abdimas Bongaya* Vol 4 Nomor 1.
- Arsyad, L., & Karim, A. (2021). Entrepreneurship literacy in rural communities: Challenges and opportunities. *Journal of Rural Development*, 45(3), 210–224.
- Djharuddin, D., Djufri, F., Ismail, A., Mabur, M., & Hardiayanti, S. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Tupperware pada PT. Dian Nugraha Sakti Di Makassar. *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 2(1), 25–32. Retrieved from <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/JIB/article/view/163>
- Hadi, S., & Prasetyo, W. (2022). Local resource-based product innovation for rural MSMEs. *International Journal of Entrepreneurship Studies*, 12(2), 55–68.
- Hake, R. (1999). *Analyzing change/gain scores*. Indiana University Press.
- Ifedili, C. (2022). Community empowerment through group-based entrepreneurship. *Community Development Journal*, 57(4), 612–628.
- Kolb, D. (2021). *Experiential learning: A sourcebook for innovative teaching*. Pearson Education.
- Marini, D., & Darma, Y. (2022). The effect of training on entrepreneurship awareness in rural areas. *Economic Education Review*, 41(2), 133–145.
- Putnam, R. (2020). *The Upswing: How America came together and how we can do it again*. Simon & Schuster.
- Rahman, N., Yusuf, M., & Hasan, I. (2023). Training satisfaction and behavioral outcomes in community-based empowerment programs. *Asian Journal of Community Engagement*, 8(1), 45–59.
- Rusdaman Rauf, Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *BJRM (Bongaya Journal For Research in Management)*, 7(1), 95–102. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v7i1.594>

- Sari, R., & Widodo, A. (2023). Packaging innovation and its impact on MSME product competitiveness. *Journal of Business & SME Development*, 9(1), 77–92.
- Yunus, M., & Ibrahim, A. (2020). Sustainable community empowerment: A participatory model. *International Journal of Social Sciences*, 28(3), 221–239.