



BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2025 Page 345-367

DOI: <https://doi.org/10.70437/benefit.v3i1.1172>

Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Wirausaha Kuliner Makanan

Raissa Meidiva Yashinta

Universitas Riau

Corresponding author

raissa.meidiva@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the national economy, yet they still face various structural challenges such as limited capital, market access, and low managerial capacity. One strategy considered effective in supporting MSME development is entrepreneurship training, particularly in the culinary sector, which holds high growth potential. This study aims to analyze the influence of culinary entrepreneurship training on the income and sustainability of MSMEs. The research method used is qualitative with a literature review approach, examining various scholarly sources such as journals, books, and official reports. The results show that entrepreneurship training significantly contributes to strengthening the technical, managerial, and product innovation capabilities of MSME actors, ultimately impacting income growth and business resilience. In conclusion, culinary entrepreneurship training is a key factor in fostering independent, competitive, and sustainable MSMEs and should be strategically integrated into empowerment programs at both local and national levels.

Keyword: MSMEs, entrepreneurship training, culinary, literature review,

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah terbukti menjadi fondasi penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam mendukung ketahanan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional dan menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Peran ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM bukan hanya berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga merupakan sarana utama dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan pengurangan kesenjangan sosial-ekonomi.

Lebih dari sekadar entitas ekonomi, UMKM berperan sebagai motor penggerak kewirausahaan dan inovasi, terutama di sektor informal dan daerah-daerah yang belum banyak dijangkau industri besar. Dalam konteks ini, pelatihan wirausaha kuliner menjadi salah satu strategi penting untuk mendukung pengembangan UMKM di wilayah seperti Kabupaten Kampar, yang memiliki potensi sumber daya alam dan budaya lokal yang kaya. Pelatihan wirausaha tidak hanya menumbuhkan kapasitas individu dalam mengelola usaha, tetapi juga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM itu sendiri (Fidela, Pratama, & Nursyamsiah, 2020).

Menurut Suryanti et al. (2024), UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama sektor informal, tetapi juga memiliki fleksibilitas tinggi dalam beradaptasi terhadap perubahan ekonomi dan sosial, terutama dalam masa krisis. Hal ini membuat strategi pengembangan UMKM, seperti pelatihan kewirausahaan, menjadi instrumen vital untuk memperkuat daya tahan ekonomi lokal. Selain itu, pelatihan yang terstruktur dapat mendorong inovasi produk, pengelolaan usaha yang lebih efisien, serta akses terhadap pasar dan permodalan yang lebih luas.

Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM melalui pelatihan wirausaha kuliner bukan hanya bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha, melainkan juga berkontribusi langsung terhadap pencapaian pembangunan berkelanjutan di daerah. UMKM yang berkembang akan memperkuat struktur ekonomi lokal, mengurangi ketergantungan pada sektor formal, serta menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan mandiri, sesuai dengan agenda pembangunan nasional (Junaidi & Rohman, 2024; Normansyah et al., 2024).

Idealnya Pengembangan UMKM mampu menciptakan ekosistem usaha yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan, berdaya saing, dan inklusif, sehingga UMKM mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi, sosial, dan pemberdayaan masyarakat. Menurut Tambunan (2019), pengembangan UMKM yang ideal mencakup peningkatan kapasitas produksi, akses terhadap pembiayaan yang mudah dan terjangkau, peningkatan keterampilan manajerial dan teknis, serta integrasi UMKM ke dalam rantai pasok nasional maupun global. Dalam pandangannya, UMKM harus diposisikan sebagai mitra strategis dalam pembangunan, bukan sekadar pelengkap sektor formal. Hal ini penting agar UMKM mampu naik kelas dan tidak terjebak dalam kondisi stagnan.

Senada dengan itu, menurut Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM, 2021), pengembangan UMKM yang optimal harus ditopang oleh lima pilar utama, yaitu: peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kemudahan akses pembiayaan, kemudahan perizinan usaha,

penguatan akses pasar (termasuk digitalisasi), dan sinergi antar-stakeholder. Dalam kondisi ideal, kelima pilar ini berjalan secara terpadu sehingga UMKM tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara mandiri dan kompetitif. Dukungan regulasi yang responsif, pelatihan yang berorientasi pada praktik usaha, serta pemanfaatan teknologi informasi menjadi elemen kunci dalam penciptaan iklim usaha yang kondusif.

Menurut Junaidi dan Rohman (2024), UMKM ideal adalah UMKM yang mampu bertransformasi secara digital, berorientasi pada inovasi produk, serta memiliki jejaring pasar yang luas, baik domestik maupun internasional. Transformasi ini hanya dapat dicapai apabila pelaku UMKM didukung oleh sistem pelatihan kewirausahaan yang aplikatif dan berbasis kebutuhan lokal. Dalam pandangan mereka, penguatan UMKM di tingkat daerah harus dimulai dari pemetaan potensi, pengembangan kapasitas wirausaha, dan integrasi program pendampingan yang terstruktur.

Dalam konteks lokal, Sriyana (2020) menekankan bahwa UMKM yang ideal merupakan entitas usaha yang berbasis pada potensi lokal (*local-based enterprises*), memiliki daya saing produk, serta didukung oleh pelatihan yang berkelanjutan dan berbasis kebutuhan pasar. Ia juga menambahkan bahwa kolaborasi antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta sangat penting dalam mempercepat penguatan UMKM secara menyeluruh.

Di Indonesia, kegagalan produk atau layanan dalam bisnis UMKM sering kali disebabkan oleh ketidakcocokan dengan kebutuhan konsumen. Kualitas pelaku UMKM juga dinilai belum memadai, baik dari sisi kemampuan manajerial, strategi pemasaran, hingga pemahaman terhadap perilaku pasar. Boyke Rudy Purnomo (2024) dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM menjelaskan bahwa kegagalan produk atau layanan UMKM sering kali disebabkan oleh ketidakmampuan produk dalam mencapai target pasar, yang pada dasarnya disebabkan oleh minimnya riset, keterbatasan modal, inovasi yang tidak tepat sasaran, serta tekanan dari tingkat persaingan yang tinggi di sektor informal.

Selain itu, data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023) menunjukkan bahwa sekitar 90% UMKM di Indonesia masih berada pada level usaha mikro, dengan kapasitas produksi dan jangkauan pasar yang sangat terbatas. Hanya sekitar 3,47% UMKM yang telah terhubung dengan pasar ekspor, dan sebagian besar masih menghadapi hambatan serius dalam hal akses terhadap pembiayaan formal, teknologi, dan legalitas usaha. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional (BPS, 2022), mayoritas pelaku UMKM masih berada pada kondisi usaha yang rawan dan belum memiliki daya tahan tinggi terhadap guncangan ekonomi.

Fakta lain yang memperkuat kondisi ini adalah rendahnya tingkat digitalisasi UMKM. Berdasarkan laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (2023), baru sekitar 21 juta UMKM yang telah masuk ke ekosistem digital dari total lebih dari 65 juta UMKM yang tercatat di Indonesia. Padahal, digitalisasi terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mendorong inovasi produk. Ketertinggalan dalam aspek ini juga memperlemah posisi tawar UMKM di tengah transformasi ekonomi yang semakin berbasis teknologi.

Dengan berbagai permasalahan tersebut, pengembangan UMKM di Indonesia secara umum masih menghadapi tantangan struktural yang signifikan. Minimnya pelatihan berbasis kebutuhan riil,

keterbatasan akses terhadap sumber daya, serta lemahnya sinergi antar pemangku kepentingan menyebabkan proses pemberdayaan UMKM berjalan tidak optimal. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan pengembangan yang lebih kontekstual, berbasis potensi lokal, serta didukung oleh kebijakan yang adaptif dan kolaboratif agar UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan dan memainkan peran strategis dalam pembangunan nasional.

Terdapat kesenjangan yang cukup signifikan antara kondisi ideal pengembangan UMKM dan kenyataan yang dihadapi di lapangan. Secara ideal, pengembangan UMKM seharusnya mencerminkan terciptanya ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan, kompetitif, dan inklusif. Hal ini ditandai oleh kemudahan akses terhadap pembiayaan, pelatihan yang relevan, dukungan infrastruktur digital, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan (Tambunan, 2019; Kemenkop UKM, 2021). UMKM juga diharapkan mampu masuk ke dalam rantai pasok global, memanfaatkan teknologi, dan mengembangkan inovasi berbasis potensi lokal (Junaidi & Rohman, 2024; Sriyana, 2020).

Namun dalam praktiknya, mayoritas UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural yang menghambat pertumbuhan mereka. Masalah utama yang dihadapi antara lain adalah keterbatasan kapasitas pelaku usaha, minimnya akses terhadap modal dan pasar, serta rendahnya kualitas produk yang ditawarkan. Boyke Rudy Purnomo (2024) mengungkapkan bahwa sebagian besar kegagalan UMKM berasal dari ketidaksesuaian produk dengan kebutuhan pasar akibat kurangnya riset, inovasi yang lemah, serta keterbatasan dalam strategi manajerial dan pemasaran.

Disparitas lainnya terlihat pada tingkat digitalisasi dan keterhubungan dengan pasar global. Idealnya, UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Namun, menurut laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (2023), hanya sekitar 32% UMKM yang telah terintegrasi dalam ekosistem digital dari total lebih dari 65 juta pelaku UMKM. Angka tersebut mencerminkan masih rendahnya pemanfaatan teknologi di kalangan UMKM, padahal digitalisasi merupakan salah satu komponen utama dalam pengembangan usaha di era modern.

Kesenjangan ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan UMKM masih belum sepenuhnya menyentuh akar persoalan yang dihadapi di tingkat lokal. Sementara idealnya UMKM dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi dan sosial, realitas di lapangan memperlihatkan bahwa sebagian besar UMKM masih berada dalam kondisi bertahan hidup, belum berkembang. Oleh karena itu, intervensi pengembangan yang lebih terarah, partisipatif, dan sesuai dengan karakteristik lokal sangat dibutuhkan agar potensi UMKM dapat dioptimalkan secara nyata dan berkelanjutan dalam mendukung agenda pembangunan nasional.

Mengatasi kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi nyata pengembangan UMKM merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting agar UMKM dapat berperan optimal dalam pembangunan ekonomi nasional. Kondisi ideal menuntut adanya ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan, dengan akses yang mudah terhadap pembiayaan, pelatihan yang relevan, serta integrasi teknologi dan pasar yang luas. Namun, kenyataannya sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai hambatan yang menghalangi mereka untuk mencapai potensi

maksimal, seperti keterbatasan modal, rendahnya kapasitas manajerial, dan kurangnya inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Oleh karena itu, intervensi yang sistematis dan terfokus sangat dibutuhkan untuk memperkecil kesenjangan tersebut. Upaya pengembangan UMKM harus diarahkan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan kewirausahaan yang aplikatif dan berbasis kebutuhan riil. Selain itu, kemudahan akses pembiayaan formal dan penguatan jejaring pasar, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital, harus menjadi prioritas agar UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan daya saingnya. Peran serta pemerintah, lembaga pendidikan, serta sektor swasta dalam menciptakan sinergi dan kolaborasi yang berkelanjutan sangat krusial dalam membangun ekosistem usaha yang inklusif dan berdaya saing.

Lebih jauh lagi, pendekatan pengembangan UMKM perlu disesuaikan dengan karakteristik lokal dan potensi daerah sehingga mampu mendorong transformasi usaha yang tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkontribusi secara nyata terhadap pembangunan sosial dan ekonomi. Dengan demikian, strategi pengembangan yang komprehensif dan adaptif dapat mendorong UMKM untuk naik kelas, memperluas pasar, dan meningkatkan inovasi produk. Upaya ini pada akhirnya akan memperkuat ketahanan ekonomi lokal serta mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan di tingkat nasional.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu "Bagaimana dampak pelatihan wirausaha kuliner terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM di Kabupaten Kampar?"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh pelatihan wirausaha kuliner terhadap pengembangan UMKM. Data diperoleh dari berbagai sumber sekunder seperti jurnal ilmiah, buku, dan laporan relevan. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan menelaah, membandingkan, dan menyintesis informasi dari berbagai literatur guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai keterkaitan antara pelatihan dan keberlanjutan usaha UMKM. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Variabel Y

A) Pengertian Variabel Y

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan proses strategis yang bertujuan meningkatkan kapasitas usaha, daya saing, serta keberlanjutan dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Sari (2021) menjelaskan bahwa pengembangan UMKM dimulai dari peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha melalui pelatihan kewirausahaan yang mencakup perencanaan bisnis, laporan keuangan, dan strategi pemasaran. Wahyuni (2022) menambahkan bahwa penggunaan teknologi informasi, seperti aplikasi akuntansi dan media sosial, mendorong efisiensi operasional dan ekspansi pasar, yang merupakan bagian penting dari proses pengembangan. Di sisi lain, Prasetyo (2023) menekankan bahwa dukungan pemerintah melalui pelatihan, bantuan alat produksi, dan pendampingan turut mendorong profesionalisme dan keberlanjutan UMKM.

Handayani (2022) memaparkan bahwa pelatihan daring dapat secara signifikan meningkatkan kapasitas UMKM, terutama dalam kondisi keterbatasan akses pelatihan tatap muka. Nasution (2021) menyoroti pentingnya manajemen operasional dalam pengembangan UMKM, yaitu melalui perencanaan produksi dan pengendalian biaya guna mencapai efisiensi usaha. Selain itu, Azizah (2021) menunjukkan bahwa keterampilan manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan memberikan dampak nyata terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha kecil. Dengan manajemen internal yang kuat, UMKM memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi risiko bisnis.

Pengembangan UMKM juga mencakup aspek inovasi produk yang disesuaikan dengan tren konsumen. Damayanti (2022) menunjukkan bahwa pelatihan kuliner mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi melalui teknik pengolahan baru dan peningkatan nilai gizi produk makanan tradisional. Lestari (2023) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa pelatihan interaktif dan praktik langsung mampu meningkatkan daya tarik produk dari aspek kemasan, penamaan, dan cita rasa. Sementara itu, Surya (2022) menyampaikan bahwa penerapan prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) dalam UMKM tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha, tetapi juga meningkatkan nilai sosial dan ekologi usaha kecil.

yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini.

Selain itu, menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017), pengembangan UMKM perlu dilandaskan pada inovasi, kemampuan adaptasi, dan keberanian mengambil risiko yang dibentuk melalui pelatihan dan pengalaman kewirausahaan. Sementara itu, Suryana (2013) menekankan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada modal, tetapi juga pada kualitas sumber daya manusia yang terus ditingkatkan melalui proses edukasi, pelatihan teknis, dan pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM perlu dirancang secara menyeluruh, meliputi aspek internal dan eksternal, guna menciptakan UMKM yang tangguh, berdaya saing, dan berkontribusi optimal terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

B) Pokok-pokok Isi Variabel Y

Pertama, Sari (2021) menitikberatkan pengembangan UMKM pada peningkatan kemampuan manajerial dan teknis pelaku usaha melalui pelatihan kewirausahaan. Hal ini mencakup penyusunan rencana bisnis, perhitungan harga pokok produksi, dan pelaporan keuangan sebagai fondasi pengelolaan usaha yang profesional. Selanjutnya, Wahyuni (2022) memfokuskan pada transformasi digital, yaitu penggunaan teknologi informasi untuk mendorong efisiensi, pencatatan transaksi yang akurat, serta perluasan jangkauan pasar melalui media sosial dan marketplace daring.

Dalam pendekatan struktural, Prasetyo (2023) menekankan pentingnya intervensi pemerintah sebagai faktor pendukung pengembangan UMKM, seperti pelatihan, penyediaan alat produksi, dan pendampingan usaha. Sebaliknya, Handayani (2022) menyoroti dimensi aksesibilitas dan menyatakan bahwa pelatihan daring menjadi solusi strategis untuk meningkatkan kapasitas UMKM di daerah terpencil, dengan hasil berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi berwirausaha.

Nasution (2021) memandang pengembangan UMKM dari sisi efisiensi operasional, di mana manajemen produksi, pengendalian biaya, dan sistem distribusi menjadi kunci peningkatan produktivitas dan penurunan biaya usaha. Sementara itu, Azizah (2021) menyatakan bahwa keterampilan manajerial—terutama perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan—memiliki pengaruh langsung terhadap keberlangsungan dan pengembangan usaha kecil dalam jangka panjang.

Dalam konteks inovasi produk, Damayanti (2022) dan Lestari (2023) sepakat bahwa pengembangan UMKM dapat dicapai melalui diversifikasi produk, peningkatan nilai gizi, desain kemasan, dan penamaan produk yang menarik. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperkuat posisi pasar UMKM. Selanjutnya, Surya (2022) memperluas cakupan pengembangan UMKM ke dalam konsep keberlanjutan berbasis Environmental, Social, and Governance (ESG), yang menjadikan usaha kecil lebih bertanggung jawab secara sosial dan ramah lingkungan, sekaligus kompetitif dalam pasar yang semakin peduli terhadap nilai-nilai keberlanjutan.

Dari sisi literatur buku, Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menjelaskan bahwa pengembangan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan inovatif dan keberanian mengambil risiko, yang harus ditumbuhkan melalui pelatihan kewirausahaan dan pengalaman langsung. Sementara itu, Suryana (2013) menegaskan bahwa pemberdayaan sumber daya manusia dalam UMKM melalui pelatihan dan pembinaan merupakan faktor utama yang mendorong kemandirian dan keberhasilan usaha kecil di tengah dinamika ekonomi yang terus berubah.

Secara keseluruhan, pokok-pokok pengertian dari seluruh sumber menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya terbatas pada peningkatan produksi atau pendapatan, melainkan mencakup aspek yang lebih luas seperti penguatan manajerial, transformasi digital, inovasi produk, keberlanjutan sosial dan lingkungan, serta dukungan kelembagaan. Hal ini menegaskan bahwa pengembangan UMKM merupakan proses berkelanjutan yang menuntut pendekatan holistik dan kolaboratif antara pelaku usaha, pemerintah, serta institusi pendidikan.

C) Perbedaan dan Persamaan Isi Pokok Variabel Y

Persamaan Pokok Isi:

Secara umum, terdapat kesamaan mendasar dalam pengertian variabel pengembangan UMKM di seluruh sumber yang dianalisis, yaitu bahwa pengembangan UMKM dipahami sebagai proses sistematis untuk meningkatkan kapasitas usaha kecil agar mampu bertahan dan berkembang dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompetitif. Hampir seluruh sumber, baik jurnal maupun buku sepakat bahwa pengembangan UMKM meliputi peningkatan aspek manajerial, operasional, pemasaran, inovasi produk, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha. Dalam hal ini, pelatihan, pendampingan, dan pemanfaatan teknologi disebut sebagai sarana utama yang mendorong perubahan positif pada kapasitas pelaku UMKM. Seluruh sumber juga menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak bersifat instan, melainkan merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan pembinaan secara sistematis dan kontekstual. Misalnya, baik Sari (2021) maupun Handayani (2022) menyatakan bahwa pelatihan, baik konvensional maupun daring, memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kemampuan usaha. Kesamaan lainnya adalah penekanan pada transformasi pelaku usaha, baik dari segi mentalitas wirausaha (entrepreneurial mindset), penguasaan keterampilan teknis, maupun kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar modern.

Perbedaan Pokok Isi:

Meski memiliki kesamaan arah tujuan, terdapat beberapa perbedaan makna atau fokus isi pokok dalam pengertian pengembangan UMKM di tiap sumber. Perbedaan pertama terletak pada orientasi pendekatan. Misalnya, Wahyuni (2022) dan Handayani (2022) lebih menekankan pengembangan UMKM dari aspek teknologi digital, seperti penggunaan aplikasi akuntansi atau pelatihan daring, sedangkan Azizah (2021) dan Nasution (2021) lebih menekankan pada penguatan internal usaha, seperti manajemen operasional dan keterampilan manajerial. Ini menunjukkan bahwa sebagian sumber memfokuskan pengembangan pada instrumen teknis (tools-based development), sementara lainnya pada struktur organisasi dan SDM (human-

centered development).

Perbedaan kedua terdapat dalam ruang lingkup keberlanjutan usaha. Surya (2022) mengaitkan pengembangan UMKM dengan penerapan prinsip ESG (Environmental, Social, and Governance), yang memperluas makna pengembangan menjadi tidak hanya profit-oriented, tetapi juga berbasis nilai sosial dan lingkungan. Sebaliknya, sebagian sumber lain seperti Sari (2021) dan Mulyani (2022) lebih fokus pada hasil-hasil praktis seperti peningkatan omzet, kualitas produk, dan pelayanan. Di sini terlihat perbedaan antara pendekatan keberlanjutan makro (berorientasi lingkungan dan sosial) dan keberlanjutan mikro (berorientasi profit dan efisiensi).

Perbedaan ketiga terletak pada sumber penggerak pengembangan. Prasetyo (2023) menggarisbawahi pentingnya peran pemerintah sebagai aktor utama dalam pengembangan UMKM melalui kebijakan, pelatihan, dan fasilitas. Sebaliknya, buku oleh Hisrich et al. (2017) dan Suryana (2013) lebih menekankan inisiatif pelaku usaha itu sendiri, seperti inovasi, keberanian mengambil risiko, dan motivasi internal. Ini menunjukkan kontras antara pengembangan berbasis intervensi eksternal dan pengembangan berbasis inisiatif internal (self-development).

Dapat disimpulkan bahwa pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan kualitas usaha secara menyeluruh agar dapat tumbuh secara mandiri dan berkelanjutan. Proses ini mencakup perbaikan dalam pengelolaan usaha, peningkatan keterampilan pelaku usaha, pemanfaatan teknologi, serta penyesuaian terhadap kebutuhan pasar dan lingkungan usaha yang terus berubah. Pengembangan tidak hanya difokuskan pada peningkatan keuntungan atau efisiensi produksi, tetapi juga mencakup inovasi produk, penguatan manajemen, dan penerapan nilai-nilai keberlanjutan. Keberhasilan pengembangan UMKM bergantung pada kombinasi antara semangat dan inisiatif dari pelaku usaha itu sendiri dengan dukungan dari pihak luar, seperti pelatihan, pendampingan, serta kebijakan dari pemerintah atau lembaga terkait. Dengan demikian, pengembangan UMKM adalah proses bersama yang melibatkan perbaikan dari dalam dan bantuan dari luar untuk mendorong kemajuan usaha secara lebih luas dan berkelanjutan.

B. Analisis Variabel X

A) Pengertian Variabel X

Pelatihan wirausaha merupakan proses pembelajaran yang dirancang untuk membekali pelaku usaha, khususnya UMKM, dengan keterampilan dan pengetahuan praktis dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya secara efektif. Sari (2021) menjelaskan bahwa pelatihan wirausaha mencakup aspek penyusunan rencana bisnis, penghitungan harga pokok penjualan (HPP), laporan laba/rugi, hingga strategi pemasaran dan perlindungan hak merek. Handayani (2022) menambahkan bahwa pelatihan daring juga terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta yang tersebar secara geografis, karena memberikan fleksibilitas dalam mengakses materi dan interaksi pembelajaran. Pelatihan semacam ini dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan teknis, serta sikap positif terhadap kewirausahaan.

Di sisi lain, pelatihan tidak hanya berfungsi sebagai transfer ilmu, tetapi juga menjadi media pemberdayaan pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar modern. Surya (2022) menunjukkan bahwa pelatihan wirausaha dapat memperluas pemahaman peserta terhadap prinsip keberlanjutan bisnis melalui penerapan konsep ESG (Environmental, Social, and Governance), yang mendorong pelaku usaha untuk mengelola dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas usahanya. Lestari (2023) dan Damayanti (2022) menekankan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung, seperti pelatihan kuliner, mampu meningkatkan kreativitas pelaku usaha dalam inovasi produk dan desain kemasan, sehingga lebih menarik minat konsumen. Dengan demikian, pelatihan wirausaha juga menjadi sarana penguatan daya saing produk UMKM.

Selain peningkatan teknis dan inovasi, pelatihan wirausaha juga berkontribusi terhadap kemampuan manajerial peserta. Azizah (2021) dan Nasution (2021) menunjukkan bahwa pelatihan yang berfokus pada pengelolaan operasional dan perencanaan strategis dapat meningkatkan efisiensi usaha serta keberlanjutan dalam jangka panjang. Prasetyo (2023) menyoroti pentingnya intervensi pemerintah melalui program pelatihan dan pendampingan dalam mendorong pertumbuhan kapasitas pelaku UMKM. Sementara itu, Mulyani (2022) dan Wahyuni (2022) menegaskan bahwa pelatihan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik usaha, agar lebih kontekstual dan berdampak langsung terhadap praktik usaha.

Secara teoritis, Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) mengungkapkan bahwa pelatihan kewirausahaan adalah elemen penting dalam proses membentuk wirausahawan yang tangguh, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan pasar. Pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun pola pikir kewirausahaan yang diperlukan dalam mengelola risiko dan merancang strategi pertumbuhan. Selaras dengan itu, Suryana (2013) menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan harus dilakukan secara sistematis, berkelanjutan, dan berorientasi pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia, karena kualitas SDM merupakan fondasi utama dalam pengembangan usaha kecil. Oleh karena itu, pelatihan wirausaha dapat disimpulkan sebagai upaya terarah dan berkelanjutan dalam mempersiapkan pelaku usaha agar mampu tumbuh secara mandiri, kompetitif, dan adaptif di tengah dinamika ekonomi.

B) Pokok-pokok Isi Variabel X

Berdasarkan hasil telaah terhadap sepuluh jurnal dan dua buku rujukan utama, pelatihan wirausaha secara umum dipahami sebagai suatu bentuk kegiatan edukatif dan strategis yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara lebih terarah, terencana, dan berkelanjutan. Setiap sumber memberikan pendekatan yang berbeda terhadap konsep pelatihan wirausaha, namun seluruhnya bermuara pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang kewirausahaan.

Menurut Sari (2021), pelatihan wirausaha merupakan suatu proses sistematis yang mencakup praktik langsung seperti penyusunan rencana bisnis, perhitungan harga pokok

penjualan (HPP), dan penyusunan laporan laba/rugi. Pelatihan ini ditujukan untuk membentuk pola pikir bisnis yang terstruktur dan berbasis data. Handayani (2022) menambahkan bahwa pelatihan berbasis daring juga efektif dalam memperluas akses pembelajaran bagi pelaku usaha di wilayah terpencil, dengan hasil peningkatan signifikan dalam hal pengetahuan kewirausahaan, keterampilan teknis, dan sikap berwirausaha. Sementara itu, Surya (2022) memperluas makna pelatihan wirausaha ke dalam aspek keberlanjutan melalui integrasi prinsip ESG (Environmental, Social, and Governance), yang menanamkan nilai tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam praktik bisnis skala kecil.

Di sisi lain, Lestari (2023) dan Damayanti (2022) menggarisbawahi bahwa pelatihan yang bersifat praktis dan berbasis produk, seperti pelatihan kuliner, mampu mendorong inovasi dalam hal cita rasa, kemasan, dan diversifikasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan wirausaha juga mencakup pembentukan kreativitas dan kemampuan adaptif terhadap tren pasar. Prasetyo (2023) memperlihatkan dimensi kebijakan dalam pelatihan, di mana dukungan pemerintah melalui pelatihan dan pendampingan memiliki peran strategis dalam meningkatkan profesionalisme pelaku usaha. Sementara itu, Nasution (2021) dan Azizah (2021) memfokuskan pada kontribusi pelatihan terhadap aspek manajerial dan operasional, seperti pengendalian biaya, efisiensi produksi, dan pengorganisasian usaha.

Secara teoritis, Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menjelaskan bahwa pelatihan kewirausahaan merupakan elemen penting dalam membentuk perilaku wirausaha yang inovatif, berani mengambil risiko, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pelatihan tidak hanya berperan dalam aspek teknis, tetapi juga dalam pembentukan pola pikir strategis. Hal ini sejalan dengan pendapat Suryana (2013), yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan merupakan bagian integral dari proses pemberdayaan sumber daya manusia yang berfokus pada peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan sikap kerja. Kedua literatur buku ini menekankan pentingnya pelatihan sebagai upaya jangka panjang yang berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan usaha kecil yang mandiri dan kompetitif.

C) Perbedaan dan Persamaan Isi Pokok Variabel Y

Persamaan Pokok Isi:

Secara umum, seluruh sumber yang dianalisis memiliki kesamaan dalam memaknai pelatihan wirausaha sebagai proses pendidikan atau pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan bisnis secara lebih terencana dan berkelanjutan. Hampir semua sumber menekankan bahwa pelatihan wirausaha bukan sekadar transfer pengetahuan, tetapi juga mencakup peningkatan keterampilan teknis dan manajerial, pembentukan sikap kewirausahaan, serta pembekalan dalam menyusun strategi bisnis. Baik Sari (2021), Handayani (2022), maupun Nasution (2021), sepakat bahwa pelatihan harus menyentuh aspek praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Kesamaan lain terlihat pada orientasi pelatihan yang diarahkan untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM agar mampu menghadapi tantangan pasar, meningkatkan efisiensi, serta mendorong inovasi dan keberlanjutan usaha. Dalam hal ini, pelatihan tidak dipandang

sebagai aktivitas sesaat, melainkan sebagai proses pembelajaran yang berkesinambungan dan kontekstual. Literatur buku dari Hisrich et al. (2017) dan Suryana (2013) juga menguatkan pandangan ini, dengan menekankan pentingnya pembentukan mentalitas wirausaha serta pemberdayaan sumber daya manusia sebagai inti dari pelatihan.

Perbedaan Pokok Isi:

Meskipun memiliki kesamaan dasar, terdapat perbedaan dalam penekanan isi pokok pelatihan wirausaha antar sumber. Pertama, dari segi pendekatan isi pelatihan, terdapat sumber yang menitikberatkan pada aspek teknis dan manajerial, seperti penyusunan rencana bisnis dan pengelolaan keuangan (Sari, 2021; Azizah, 2021), sementara sumber lain lebih menyoroti aspek kreativitas produk dan inovasi pasar, seperti yang ditunjukkan oleh Damayanti (2022) dan Lestari (2023) dalam pelatihan kuliner. Hal ini mencerminkan bahwa pelatihan wirausaha dapat dirancang berdasarkan kebutuhan spesifik peserta, baik untuk aspek produksi, pemasaran, maupun pengembangan produk.

Kedua, terdapat perbedaan dalam media dan metode pelatihan. Handayani (2022) menggarisbawahi efektivitas pelatihan daring sebagai solusi modern untuk menjangkau peserta yang tersebar secara geografis, sementara Sari (2021) lebih menekankan pelatihan konvensional yang berbasis praktik langsung. Ini menunjukkan perbedaan antara pelatihan berbasis teknologi (digital) dan pelatihan berbasis pengalaman (*experiential learning*).

Ketiga, perbedaan juga tampak dalam fokus nilai pelatihan. Surya (2022) memperluas konsep pelatihan wirausaha dengan mengintegrasikan nilai keberlanjutan melalui prinsip ESG (*Environmental, Social, and Governance*), yang belum dijadikan fokus oleh sumber-sumber lain. Ini menciptakan dimensi baru dalam pelatihan wirausaha, yaitu nilai etika, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan, yang menyesuaikan dengan tuntutan bisnis modern yang lebih bertanggung jawab.

Dapat disimpulkan bahwa pelatihan wirausaha adalah proses pembelajaran yang dirancang secara sistematis untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis dan manajerial, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang mampu beradaptasi dengan perubahan, menyusun strategi usaha, serta menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar. Dalam pelaksanaannya, pelatihan dapat dilakukan secara langsung, daring, berbasis praktik, atau dengan pendekatan yang menanamkan nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, pelatihan wirausaha berfungsi sebagai sarana penguatan kompetensi usaha sekaligus pembentukan karakter pelaku usaha yang tangguh, kreatif, dan siap menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan.

C. Indikator Variabel Y

Pengembangan UMKM merupakan proses peningkatan kapasitas usaha yang diukur melalui beberapa indikator kunci. Berdasarkan Wahyuni (2022), indikator pengembangan UMKM mencakup efisiensi operasional, peningkatan produktivitas, serta adopsi teknologi digital untuk mendukung proses bisnis. Prasetyo (2023) menambahkan bahwa pengembangan dapat dilihat dari meningkatnya

kualitas produk, perbaikan manajemen usaha, serta perluasan akses pasar yang diperoleh melalui pelatihan dan pendampingan. Sementara itu, Handayani (2022) menekankan indikator peningkatan kapasitas berupa keterampilan manajerial, kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar, dan peningkatan kompetensi kewirausahaan melalui pelatihan daring.

Nasution (2021) menyebut bahwa indikator pengembangan UMKM dapat dilihat dari keberhasilan pelaku usaha dalam melakukan efisiensi biaya, perencanaan produksi yang matang, dan distribusi produk yang efisien. Azizah (2021) menambahkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam merencanakan, mengorganisasi, dan mengawasi jalannya usaha merupakan indikator penting yang mencerminkan adanya penguatan kapasitas internal. Mulyani (2022) dan Surya (2022) juga menunjukkan bahwa indikator pengembangan tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga menyangkut keberlanjutan, seperti penerapan prinsip ESG (lingkungan, sosial, tata kelola), yang diukur melalui kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan isu keberlanjutan dan meningkatkan nilai sosial usahanya.

Lestari (2023) dan Damayanti (2022) memperluas cakupan indikator dengan menekankan pentingnya inovasi produk dalam pengembangan UMKM. Hal ini ditunjukkan melalui diversifikasi produk, tampilan kemasan yang menarik, dan peningkatan daya tarik rasa yang berdampak pada penerimaan pasar. Sari (2021) menunjukkan bahwa pengembangan UMKM juga dapat dilihat dari peningkatan omzet, kemampuan menyusun strategi bisnis, serta keberhasilan dalam mencatat dan mengelola laporan keuangan. Selain itu, Surya (2022) menyebut penggunaan teknologi berkelanjutan seperti sistem manajemen limbah dan efisiensi energi sebagai indikator keberhasilan dalam pengembangan usaha berwawasan lingkungan.

Buku Entrepreneurship karya Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menyatakan bahwa indikator pengembangan UMKM meliputi kemampuan inovatif, pertumbuhan usaha secara bertahap, dan kemampuan adaptif terhadap perubahan pasar. Mereka menekankan pentingnya membentuk pola pikir yang berorientasi pertumbuhan dan ketangguhan dalam menghadapi risiko. Sementara itu, Suryana (2013) mengemukakan bahwa indikator utama pengembangan UMKM meliputi peningkatan keterampilan, peningkatan nilai tambah produk, serta perluasan jaringan pemasaran. Dengan demikian, indikator pengembangan UMKM dapat disimpulkan meliputi efisiensi internal, keberlanjutan eksternal, inovasi produk, pertumbuhan pendapatan, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha.

A) Pokok-pokok Isi dari Indikator Variabel Y

Berdasarkan hasil telaah terhadap sepuluh sumber jurnal yang relevan, variabel pengembangan UMKM secara umum dipahami sebagai proses peningkatan kualitas usaha yang mencakup berbagai aspek internal dan eksternal yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha kecil. Masing-masing sumber memberikan penekanan pada dimensi pengembangan yang berbeda, sesuai dengan pendekatan dan fokus kajian masing-masing.

Wahyuni (2022) menekankan bahwa pengembangan UMKM tidak dapat dilepaskan dari efisiensi operasional dan adopsi teknologi digital, terutama dalam proses produksi dan pemasaran. Teknologi menjadi indikator penting yang membantu pelaku usaha meningkatkan

daya saing. Prasetyo (2023) mengidentifikasi pengembangan UMKM melalui pendekatan institusional, di mana peran pelatihan, pendampingan, dan kebijakan pemerintah menjadi pendorong utama dalam meningkatkan kualitas produk dan akses pasar.

Sementara itu, Handayani (2022) melihat pengembangan dari sisi kompetensi pelaku usaha, khususnya kemampuan manajerial dan adaptasi terhadap pasar melalui pelatihan berbasis daring. Nasution (2021) menyoroti pentingnya efisiensi usaha sebagai indikator utama, yang ditunjukkan melalui perencanaan produksi dan distribusi barang yang efektif. Dalam konteks serupa, Azizah (2021) memaparkan bahwa pengembangan UMKM sangat bergantung pada kapasitas manajerial pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara optimal.

Lestari (2023) dan Damayanti (2022) menyoroti dimensi kreativitas dan inovasi produk sebagai bagian penting dari pengembangan. Keduanya menyebut bahwa peningkatan daya tarik produk—baik dari segi kemasan, cita rasa, maupun variasi—merupakan indikator penting dari kemajuan usaha. Mulyani (2022) dan Surya (2022) menambahkan bahwa pengembangan UMKM juga menyangkut nilai keberlanjutan, baik secara sosial maupun lingkungan, melalui penerapan prinsip ESG (Environmental, Social, and Governance). Terakhir, Sari (2021) mengemukakan bahwa indikator pengembangan juga mencakup peningkatan omzet, kemampuan dalam menyusun strategi bisnis, serta ketertiban administrasi keuangan, yang mencerminkan kematangan pelaku usaha dalam mengelola unit usahanya.

B) Perbedaan dan Persamaan Isi Pokok

Persamaan dalam Indikator Keberhasilan Proyek:

Secara umum, semua sumber jurnal yang dianalisis sepakat bahwa pengembangan UMKM merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha agar lebih kompetitif, efisien, dan berkelanjutan. Persamaan utama terletak pada pemahaman bahwa pengembangan tidak hanya terbatas pada aspek produksi, tetapi mencakup peningkatan dalam pengelolaan usaha, inovasi produk, akses pasar, dan kemampuan adaptasi pelaku usaha. Hampir seluruh sumber menempatkan pelatihan, manajemen usaha, dan pemanfaatan teknologi sebagai pilar penting dalam mendorong transformasi UMKM ke arah yang lebih produktif dan profesional. Baik pendekatan yang bersifat internal (manajerial, inovatif) maupun eksternal (dukungan pemerintah dan teknologi) dianggap sama-sama berperan dalam memperkuat eksistensi UMKM.

Semua penulis juga mengakui pentingnya indikator yang dapat diukur secara objektif, seperti peningkatan omzet, efisiensi biaya, peningkatan kualitas produk, dan kemampuan inovasi. Misalnya, Sari (2021) dan Nasution (2021) menekankan aspek finansial dan efisiensi, sementara Lestari (2023) dan Damayanti (2022) memusatkan perhatian pada inovasi produk. Dengan demikian, pengembangan UMKM dipahami sebagai proses yang bersifat multidimensional dan membutuhkan integrasi berbagai faktor.

Perbedaan dalam Indikator Keberhasilan Proyek:

Meski memiliki tujuan yang sama, masing-masing sumber menunjukkan perbedaan dalam penekanan dan cakupan makna pengembangan UMKM. Pertama, perbedaan terlihat dalam

fokus pendekatan. Wahyuni (2022) dan Handayani (2022) lebih menitikberatkan pada penggunaan teknologi dan pelatihan daring sebagai strategi pengembangan, yang mencerminkan pendekatan berbasis digital. Di sisi lain, Nasution (2021) dan Azizah (2021) lebih menekankan pada penguatan kapasitas manajerial dan efisiensi operasional sebagai inti dari pengembangan usaha.

Kedua, terdapat perbedaan dalam sudut pandang keberlanjutan. Mulyani (2022) dan Surya (2022) memperluas definisi pengembangan UMKM dengan memasukkan dimensi keberlanjutan sosial dan lingkungan melalui prinsip ESG. Pendekatan ini belum banyak diangkat oleh sumber lain, yang lebih fokus pada aspek manajerial atau inovasi. Artinya, sebagian besar sumber memaknai pengembangan secara fungsional, sedangkan sebagian lainnya sudah mengarah pada konsep pengembangan usaha berkelanjutan yang berwawasan ekologi dan sosial.

Ketiga, perbedaan lain muncul dari orientasi hasil. Beberapa penulis seperti Prasetyo (2023) lebih menekankan hasil berupa dampak kebijakan dan intervensi pemerintah terhadap peningkatan akses pasar dan kualitas produk, sementara yang lain seperti Lestari (2023) lebih menekankan hasil dalam bentuk penerimaan pasar melalui peningkatan estetika dan kreativitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa makna pengembangan UMKM dapat dilihat dari sudut pandang struktural maupun kreatif.

Maka dari itu Pengembangan UMKM dapat dipahami melalui sejumlah indikator yang menunjukkan kemajuan usaha secara menyeluruh, baik dari aspek internal maupun eksternal. Berdasarkan sintesis dari berbagai sudut pandang literatur, indikator pengembangan UMKM dapat dirumuskan sebagai seperangkat ukuran yang mencerminkan perubahan kualitas usaha secara menyeluruh dan berkelanjutan. Salah satu indikator utama adalah kemampuan pelaku usaha dalam mengelola kegiatan bisnisnya secara mandiri, yang tercermin dari keterampilan menyusun rencana kerja, mengatur alur operasional, serta melakukan evaluasi atas kinerja usahanya. Penguatan manajerial ini menjadi fondasi dalam membangun usaha yang terstruktur dan bertahan dalam jangka panjang.

Selain itu, pengembangan UMKM juga ditandai oleh peningkatan efisiensi dalam kegiatan produksi dan distribusi. Pelaku usaha yang mampu mengelola biaya, waktu, dan sumber daya dengan cermat menunjukkan adanya pertumbuhan dari sisi efisiensi operasional. Inovasi produk menjadi indikator berikutnya, yang mencakup kreativitas dalam menciptakan atau menyempurnakan barang dan jasa sesuai dengan selera konsumen. Keberanian untuk melakukan inovasi menunjukkan kesiapan usaha untuk bersaing dan menjawab kebutuhan pasar yang terus berubah.

Kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi juga menjadi tanda penting dari pengembangan UMKM. Penggunaan platform digital untuk promosi, pencatatan transaksi, serta pengelolaan konsumen menunjukkan bahwa UMKM telah beradaptasi dengan era digital. Terakhir, indikator lain yang mulai menjadi perhatian adalah kesadaran pelaku usaha terhadap keberlanjutan, baik dalam aspek sosial maupun lingkungan. Usaha yang mempertimbangkan dampak sosial dan ekologi dalam praktiknya menunjukkan perkembangan ke arah usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada nilai kebermanfaatannya jangka panjang.

D. Indikator Variabel X

Pelatihan wirausaha merupakan bagian penting dalam proses pemberdayaan UMKM, dan dapat dianalisis melalui berbagai indikator yang mencerminkan peningkatan kompetensi peserta. Sari (2021) menyebut indikator pelatihan sebagai keterampilan teknis seperti penyusunan rencana usaha, perhitungan HPP, serta pembuatan laporan keuangan yang sistematis. Handayani (2022) menambahkan bahwa efektivitas pelatihan daring mencakup peningkatan pemahaman kewirausahaan, partisipasi aktif peserta, dan kemampuan mengakses materi secara fleksibel. Lestari (2023) menekankan pentingnya indikator keterlibatan peserta dalam praktik langsung, terutama dalam pelatihan kuliner, yang meningkatkan daya saing produk melalui kemasan, rasa, dan inovasi penyajian.

Selain aspek teknis, pelatihan juga diukur dari penguatan nilai-nilai keberlanjutan dan pengelolaan usaha yang bertanggung jawab. Surya (2022) mengungkapkan bahwa pelatihan berbasis ESG mendorong indikator seperti kesadaran terhadap dampak lingkungan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola usaha yang etis. Prasetyo (2023) menyebut keberhasilan pelatihan pemerintah terwujud dalam indikator peningkatan akses terhadap informasi usaha, jaringan kemitraan, serta kemampuan manajerial pascapelatihan. Wahyuni (2022) mengaitkan indikator keberhasilan pelatihan dengan integrasi teknologi dalam kegiatan operasional UMKM, seperti penggunaan aplikasi keuangan dan platform digital pemasaran.

Damayanti (2022) menunjukkan bahwa indikator pelatihan juga mencakup kemampuan inovatif peserta dalam menciptakan nilai tambah produk yang sesuai dengan selera pasar. Mulyani (2022) menegaskan bahwa keberhasilan pelatihan ditunjukkan melalui perubahan sikap peserta yang lebih terbuka terhadap pembaruan usaha dan strategi pemasaran. Nasution (2021) dan Azizah (2021) melengkapi dengan fokus pada indikator manajerial: kemampuan peserta dalam merencanakan produksi, mengatur alur kerja, serta membuat keputusan yang efektif dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Dalam konteks teoritis, Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menjelaskan bahwa pelatihan kewirausahaan yang efektif membentuk indikator seperti pola pikir inovatif, keberanian mengambil risiko, dan peningkatan kapasitas pengambilan keputusan. Pelatihan tidak hanya membekali peserta dengan teknik berbisnis, tetapi juga dengan cara berpikir strategis dan jangka panjang. Sementara itu, Suryana (2013) menyebut bahwa indikator keberhasilan pelatihan terletak pada terbentuknya motivasi kewirausahaan, kemandirian pelaku usaha, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan usaha yang dinamis. Dengan demikian, pelatihan wirausaha dapat diukur secara komprehensif melalui indikator teknis, manajerial, inovatif, dan sikap kewirausahaan peserta.

A) Pokok-pokok Isi dari Indikator Variabel Y

Pelatihan wirausaha pada dasarnya dipahami sebagai suatu proses sistematis untuk membekali pelaku usaha dengan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola dan mengembangkan bisnis secara mandiri, adaptif, dan berkelanjutan. Setiap sumber yang dianalisis mengemukakan dimensi yang berbeda dalam menjelaskan ruang lingkup pelatihan kewirausahaan. Sari (2021) menekankan bahwa pelatihan bertujuan

meningkatkan kompetensi teknis peserta, khususnya dalam menyusun rencana usaha, menghitung harga pokok penjualan, dan menyusun laporan keuangan. Dalam konteks digital, Handayani (2022) menyampaikan bahwa pelatihan daring memberikan kemudahan akses, peningkatan literasi kewirausahaan, serta fleksibilitas dalam belajar secara mandiri.

Beberapa sumber menjadikan inovasi dan keberlanjutan sebagai unsur penting dalam pelatihan. Damayanti (2022) dan Lestari (2023) memfokuskan pelatihan pada peningkatan kreativitas peserta dalam menciptakan produk yang menarik dan memiliki nilai jual, terutama pada pelatihan berbasis kuliner. Di sisi lain, Surya (2022) memperluas pengertian pelatihan dengan memasukkan nilai-nilai keberlanjutan melalui pendekatan ESG (Environmental, Social, and Governance), sehingga pelatihan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Prasetyo (2023) dan Wahyuni (2022) menambahkan bahwa pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga eksternal sebaiknya juga mencakup pembentukan jejaring usaha, pemanfaatan teknologi digital, dan keterampilan manajerial.

Dari sudut pandang efisiensi usaha, Nasution (2021) dan Azizah (2021) menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan juga mencakup pembekalan dalam merancang proses produksi, mengatur distribusi barang dan jasa, serta membuat keputusan manajerial yang efektif. Dalam konteks ini, pelatihan menjadi instrumen penting dalam membangun kemampuan dasar pengelolaan usaha secara menyeluruh. Mulyani (2022) memperkuat hal ini dengan menyoroti peran pelatihan dalam membentuk pola pikir yang terbuka terhadap perubahan serta meningkatkan motivasi untuk berinovasi dan melakukan ekspansi usaha.

Secara teoritis, Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menjelaskan bahwa pelatihan kewirausahaan merupakan langkah strategis dalam membentuk individu yang mampu berpikir inovatif, mengenali peluang usaha, dan mengambil keputusan berdasarkan analisis pasar dan risiko. Sementara itu, Suryana (2013) menekankan bahwa pelatihan harus diarahkan pada pembentukan sikap mandiri, keterampilan kewirausahaan yang praktis, serta penguatan karakter pelaku usaha. Dari keseluruhan sumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan wirausaha mencakup dimensi kognitif, afektif, dan psikomotorik, serta berfungsi sebagai sarana pembelajaran terstruktur yang mendukung pertumbuhan usaha dan penguatan daya saing pelaku UMKM.

B) Perbedaan dan Persamaan Isi Pokok

Secara umum, seluruh sumber yang dianalisis menunjukkan adanya kesamaan bahwa pelatihan wirausaha merupakan suatu proses terstruktur yang bertujuan meningkatkan kompetensi pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis secara mandiri dan berkelanjutan. Sebagian besar referensi menekankan bahwa pelatihan mencakup kombinasi antara pembelajaran teoritis dan pengalaman praktis, yang tidak hanya mentransfer pengetahuan teknis, tetapi juga mendorong sikap kewirausahaan seperti kemandirian, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko. Pelatihan dipahami sebagai alat pemberdayaan yang mampu mendorong transformasi pola pikir pelaku UMKM, dari sekadar menjalankan

usaha menjadi lebih adaptif dan visioner.

Selain itu, seluruh sumber juga menyepakati bahwa pelatihan wirausaha harus diarahkan pada hasil yang dapat diukur, seperti peningkatan kapasitas manajerial, keterampilan produksi, penguasaan strategi pemasaran, serta kemampuan menyusun dan mengevaluasi rencana usaha. Dengan demikian, pelatihan tidak hanya dilihat sebagai proses formal, melainkan juga sebagai instrumen penguatan kualitas sumber daya manusia UMKM yang berdampak langsung terhadap keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Meskipun terdapat kesamaan dalam orientasi umum, perbedaan muncul dari fokus pendekatan masing-masing sumber. Beberapa penulis, seperti Sari (2021), Nasution (2021), dan Azizah (2021), lebih menekankan aspek teknis dan manajerial, yang mencakup kemampuan menyusun laporan keuangan, mengatur alur produksi, dan membuat keputusan bisnis yang efektif. Sementara itu, Damayanti (2022), Lestari (2023), dan Mulyani (2022) lebih menyoroti dimensi kreatif dan inovatif, terutama dalam konteks pelatihan berbasis produk yang berorientasi pada peningkatan nilai jual dan daya tarik produk UMKM di pasar.

Selain itu, terdapat perbedaan dalam metode pelatihan yang dianggap efektif. Handayani (2022) menggarisbawahi pelatihan daring sebagai solusi strategis untuk menjangkau peserta secara luas, sedangkan sumber lain lebih banyak menyoroti pendekatan berbasis praktik langsung. Ini menunjukkan adanya perbedaan antara pelatihan berbasis digital dan pelatihan berbasis pengalaman. Perbedaan lain juga tampak dalam nilai yang dibawa oleh pelatihan. Surya (2022), misalnya, menekankan pentingnya integrasi prinsip keberlanjutan (ESG), yang menjadikan pelatihan sebagai sarana untuk menanamkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha. Pendekatan ini belum banyak diangkat dalam sumber lain yang masih berfokus pada aspek teknis dan pemasaran.

Maka dari itu Pelatihan wirausaha dapat diidentifikasi melalui sejumlah indikator yang mencerminkan sejauh mana kegiatan pelatihan mampu membentuk pelaku usaha yang berpikir strategis, bertindak adaptif, dan berkembang secara mandiri. Indikator pertama terletak pada penguasaan keterampilan manajerial, yang mencakup kemampuan peserta dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi aktivitas bisnis secara terstruktur. Hal ini mencerminkan pergeseran dari sekadar menjalankan usaha secara intuitif menuju pola pengelolaan berbasis rencana dan analisis.

Indikator kedua tampak dari kemampuan inovatif, yaitu keberanian peserta dalam menciptakan pembaruan baik dari sisi produk, proses produksi, maupun pendekatan pasar. Pelatihan yang berhasil akan mendorong peserta untuk tidak hanya mempertahankan model usaha lama, tetapi juga mengembangkan ide-ide segar yang relevan dengan tren dan kebutuhan konsumen. Inovasi ini menjadi wujud kreativitas yang dapat diukur dari pengembangan produk baru, variasi layanan, atau bentuk kemasan yang lebih menarik.

Indikator berikutnya muncul dari penerapan teknologi dan digitalisasi usaha. Di era transformasi digital, pelatihan dikatakan berhasil jika peserta mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam operasional usahanya, mulai dari pencatatan keuangan, pemasaran digital, hingga pengelolaan data konsumen. Kemampuan ini menandakan kesiapan pelaku usaha untuk bergerak dalam ekosistem

digital yang semakin kompetitif dan dinamis.

Indikator terakhir dapat dilihat dari sikap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang mencerminkan sejauh mana pelatihan menanamkan nilai etis dalam praktik bisnis. Peserta yang berkembang dari pelatihan tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan dampak usaha terhadap lingkungan, masyarakat sekitar, dan kesejahteraan karyawan. Dengan demikian, pelatihan wirausaha yang komprehensif bukan hanya membentuk keterampilan, tetapi juga menumbuhkan cara pandang wirausaha yang bertanggung jawab dan berwawasan jangka panjang.

E. Pengaruh Variabel X dengan Variabel Y

Pelatihan wirausaha merupakan bentuk intervensi terarah yang berfungsi membangun kompetensi pelaku UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara strategis. Melalui pelatihan, peserta dibekali dengan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis yang meliputi manajemen usaha, perencanaan keuangan, inovasi produk, hingga pemanfaatan teknologi digital. Pembekalan ini membentuk dasar berpikir yang lebih sistematis dan mendorong perubahan perilaku usaha ke arah yang lebih adaptif, terukur, dan kompetitif. Oleh karena itu, pelatihan yang terstruktur dan relevan menjadi prasyarat penting bagi peningkatan kapasitas individu dalam konteks kewirausahaan.

Secara logis, peningkatan kapasitas yang diperoleh dari pelatihan akan berdampak langsung pada proses pengembangan UMKM. Pelaku usaha yang telah mengikuti pelatihan cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam merespons tantangan usaha, menciptakan inovasi, serta memperluas pasar. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan bukan hanya memperkuat sisi internal pelaku UMKM, tetapi juga mendorong pertumbuhan usaha secara keseluruhan. Dengan demikian, pelatihan wirausaha dan pengembangan UMKM terhubung secara kausal, di mana pelatihan berperan sebagai landasan bagi terwujudnya usaha kecil dan menengah yang tumbuh secara berkelanjutan.

Hubungan antara pelatihan wirausaha dan pengembangan UMKM bersifat positif, dalam arti bahwa semakin baik kualitas dan pelaksanaan pelatihan yang diterima oleh pelaku usaha, maka semakin besar pula peluang terjadinya peningkatan dalam pengelolaan dan pertumbuhan usahanya. Sifat positif ini mencerminkan adanya dorongan langsung dari hasil pelatihan terhadap perubahan kapasitas pelaku usaha, baik dari sisi pengetahuan, keterampilan teknis, maupun cara pandang dalam menjalankan bisnis. Pelatihan yang efektif memberi dampak konstruktif dalam menciptakan pelaku usaha yang lebih kompeten, terorganisir, dan terbuka terhadap inovasi.

Makna dari hubungan positif ini terletak pada fungsinya sebagai penguat struktur internal UMKM yang sebelumnya mungkin masih bersifat tradisional atau tidak terarah. Ketika pelatihan mampu meningkatkan kualitas keputusan, efisiensi operasional, dan keberanian berinovasi, maka pengembangan usaha tidak lagi bersifat spekulatif, melainkan berjalan atas dasar kemampuan yang diperoleh secara sistematis. Dengan demikian, semakin intensif dan tepat sasaran pelatihan diselenggarakan, maka semakin besar pula kontribusinya terhadap tercapainya usaha yang berkembang, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2021) menunjukkan bahwa pelatihan wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kualitas pengelolaan usaha kecil di Bandung. Dalam penelitiannya, peserta pelatihan yang mendapat pembekalan dalam penyusunan rencana bisnis dan

perhitungan harga pokok penjualan mengalami peningkatan pemahaman terhadap struktur keuangan usaha dan perencanaan produksi. Hasil kuantitatif penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan memberikan pengaruh sebesar 57,8% terhadap keberhasilan aspek manajerial pelaku UMKM. Hal ini memperkuat bahwa pelatihan berkontribusi positif terhadap pengembangan usaha dari sisi pengelolaan internal.

Selanjutnya, Handayani (2022) melalui studi eksperimental terhadap pelatihan berbasis daring menunjukkan bahwa pelatihan digital juga mampu mendorong pengembangan UMKM secara signifikan. Penelitian tersebut mencatat bahwa peserta yang mengikuti pelatihan daring mengalami peningkatan dalam pemanfaatan media sosial dan aplikasi pencatatan keuangan. Dari hasil analisis regresi, diperoleh bahwa pelatihan daring memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan UMKM dengan kontribusi sebesar 63,2%, yang mencakup peningkatan kemampuan adaptasi terhadap teknologi serta perluasan jangkauan pasar.

Dalam penelitian Lestari (2023), ditemukan bahwa pelatihan berbasis produk, khususnya pelatihan kuliner, mampu mendorong inovasi dan daya tarik produk secara langsung. Hasil pengolahan data menyatakan bahwa pelatihan tersebut berkontribusi sebesar 60,5% terhadap perubahan dalam aspek desain kemasan, variasi rasa, serta strategi penamaan produk yang mempengaruhi peningkatan penjualan. Penelitian ini mendukung bahwa pelatihan yang dirancang secara praktis dan kontekstual sangat relevan dalam mempercepat proses pengembangan UMKM, terutama dalam sektor kreatif.

Sementara itu, Surya (2022) melalui pendekatan ESG (Environmental, Social, and Governance), menunjukkan bahwa pelatihan yang memuat nilai keberlanjutan mampu memperkuat dimensi sosial dan etis dalam pengembangan UMKM. Hasil penelitiannya mencatat pengaruh sebesar 55,4% dari pelatihan terhadap peningkatan kepedulian pelaku usaha terhadap lingkungan dan sosial, yang menjadi indikator penting dalam pengembangan usaha jangka panjang. Temuan ini menguatkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk membangun unit usaha yang bertanggung jawab dan berorientasi masa depan.

Perbedaan besar pengaruh pelatihan wirausaha terhadap pengembangan UMKM yang ditemukan dalam beberapa penelitian dapat dijelaskan melalui variasi dalam rancangan dan pendekatan penelitian masing-masing. Misalnya, penelitian oleh Handayani (2022) yang menunjukkan pengaruh sebesar 63,2%, menggunakan pendekatan kuantitatif eksperimental dengan pelatihan daring sebagai variabel utama. Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM yang sudah memiliki perangkat digital dan terbiasa menggunakan media sosial. Jumlah sampel yang cukup besar serta fokus indikator pada adaptasi teknologi dan literasi digital menjadi faktor yang memperkuat nilai pengaruh tersebut. Selain itu, penggunaan teknik analisis regresi linear sederhana pada data yang homogen memungkinkan hasil yang lebih terfokus.

Sebaliknya, Sari (2021) mencatat pengaruh sebesar 57,8%, meskipun menggunakan pendekatan serupa dalam konteks pelatihan tatap muka. Namun, fokus indikator penelitian Sari lebih terbatas pada aspek teknis keuangan dan manajerial seperti penyusunan HPP dan laporan keuangan, tanpa melibatkan dimensi inovasi atau teknologi. Di samping itu, teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner manual dan wawancara semi-terstruktur, yang dapat menghasilkan variasi subjektif dalam

persepsi responden terhadap pelatihan. Populasi dalam penelitian ini juga lebih kecil dan bersifat lokal (UMKM kuliner di wilayah tertentu), sehingga cakupan pengaruh menjadi lebih sempit.

Penelitian Lestari (2023), yang mencatat pengaruh sebesar 60,5%, menggunakan pendekatan kuasi-eksperimental dengan pelatihan berbasis produk. Meskipun cakupan indikatornya lebih kreatif, seperti inovasi kemasan dan penamaan produk, pendekatan ini cenderung bersifat praktis dan jangka pendek, sehingga hasil pengaruhnya tidak menyentuh aspek manajerial secara menyeluruh. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung dan dokumentasi, yang dapat meningkatkan akurasi visual atas perubahan, namun mungkin tidak sepenuhnya merepresentasikan dimensi yang lebih luas dari pengembangan usaha.

Sementara itu, Surya (2022) dengan pengaruh sebesar 55,4%, mengkaji pelatihan dari perspektif keberlanjutan (ESG), yang relatif baru dalam konteks pelatihan UMKM di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan studi dokumen. Metode ini menghasilkan pemahaman yang dalam, namun nilai pengaruh yang dihasilkan cenderung lebih moderat karena indikatornya lebih kompleks dan tidak langsung berdampak terhadap aspek finansial atau pertumbuhan usaha dalam waktu singkat. Oleh karena itu, perbedaan besar pengaruh antarsumber dapat dijelaskan oleh keragaman pendekatan penelitian, fokus indikator, karakteristik sampel, dan teknik analisis data yang digunakan.

Tidak ditemukan hasil penelitian yang secara eksplisit bertentangan atau tidak mendukung hubungan positif antara variabel Y dan variabel X.

Semua sumber yang dianalisis, baik yang berfokus pada pelatihan berbasis teknis, inovatif, digital, maupun berbasis nilai keberlanjutan, menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM, baik dari sisi manajerial, kreativitas produk, adaptasi teknologi, maupun efisiensi usaha. Masing-masing penelitian menyatakan adanya pengaruh signifikan, meskipun dengan variasi tingkat kekuatan pengaruh, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya.

Perbedaan hanya tampak pada penekanan aspek dan kedalaman dampak dari pelatihan yang dilakukan. Misalnya, penelitian Surya (2022) yang mengangkat aspek ESG menunjukkan pengaruh yang lebih rendah dibandingkan pelatihan berbasis teknologi atau manajerial, namun hal ini bukan menunjukkan hubungan negatif, melainkan pengaruh yang lebih moderat akibat indikator keberlanjutan yang cenderung berjangka panjang dan tidak langsung berdampak pada pertumbuhan usaha dalam waktu singkat.

Oleh karena itu pelatihan wirausaha kuliner berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM di Kabupaten Kampar.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian teoritis dan analisis hubungan antarvariabel yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan wirausaha kuliner merupakan salah satu faktor krusial dalam mendorong peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM, khususnya di wilayah Kabupaten Kampar. Pelatihan yang dirancang secara aplikatif, relevan dengan kebutuhan peserta, dan berorientasi pada praktik bisnis nyata terbukti tidak hanya memperkuat keterampilan teknis pelaku usaha, tetapi juga

membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif dan inovatif. Pelatihan semacam ini mampu memperluas wawasan pelaku UMKM, memperbaiki sistem pengelolaan usaha, serta menciptakan produk yang lebih bernilai di pasar. Oleh karena itu, keberadaan pelatihan bukan sekadar pelengkap, melainkan bagian integral dari strategi pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, L. (2021). Pengaruh keterampilan manajerial terhadap keberlanjutan usaha kecil. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 7(2), 45–56.
- Boyke, R. P. (2024). Kegagalan Produk UMKM dan Tantangan Kewirausahaan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Indonesia 2022. BPS RI.
- Damayanti, R. (2022). Pelatihan kuliner dan inovasi produk pada UMKM makanan tradisional. *Jurnal Agrokreatif*, 6(1), 22–30.
- Fidela, A., Pratama, R. Y., & Nursyamsiah. (2020). Pelatihan kewirausahaan kuliner sebagai strategi pengembangan UMKM berbasis lokalitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 123–134.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). e-Conomy SEA 2023: Reaching New Heights.
- Hanna Dana Musdalifah, Amelia, & Rachmawati, Susan. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengelolaan Keuangan UMKM. *Artikel Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 2(2), 195–200.
- Handayani, D. (2022). Efektivitas pelatihan kewirausahaan berbasis daring untuk UMKM. *Jurnal Pendidikan Usaha Digital*, 4(3), 55–68.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Junaidi, R., & Rohman, A. (2024). "Penguatan Ekosistem UMKM Melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk." *Jurnal Ekonomi Daerah dan Pembangunan*, 16(1), 23–35.
- Junaidi, R., & Rohman, M. T. (2024). UMKM dan pembangunan ekonomi inklusif: Pendekatan dari perspektif lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 12(1), 45–58.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2021). Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM 2020–2024.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM 2020–2024.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM 2023.
- Lestari, N. (2023). Inovasi dalam pelatihan kuliner untuk meningkatkan daya tarik produk UMKM.

Prosiding PKM CSR, 5(1), 40–49.

- Mulyani, S. (2022). Peran pelatihan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Riau. *Jurnal Ekonomi dan Usaha*, 3(2), 60–70.
- Nasution, H. (2021). Manajemen operasional UMKM dalam meningkatkan efisiensi usaha. *Jurnal Musytari Neraca*, 2(4), 33–42.
- Noer, Lissa Rosdiana, Ninglasari, Sri Yuyu, Kunaefi, Aang, & Bramanti, Geodita Woro. (2024). *Pelatihan Penerapan ESG pada UMKM di Surabaya: Meningkatkan Kesadaran dan Kapasitas Bisnis Berkelanjutan*. 5(4), 1441–1452.
- Normansyah, R., Andini, S., & Maulana, H. (2024). Inovasi dan keberlanjutan dalam pengembangan UMKM di daerah. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 8(1), 33–47.
- Nuraelah, Almira, Anwar, Khoirul, Hamidatun, Hamidatun, Suhaila, Syafiq, & Zahraningrum, Winda. (2023). The Pelatihan Inovasi Produk Pempek dengan Penambahan Sayuran pada Pelaku UMKM Kelurahan Cipadak Jakarta Selatan. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 65–72.
- Prasetyo, A. (2023). Peran pemerintah dalam pengembangan UMKM melalui pelatihan. *Jurnal Kebijakan Publik*, 5(2), 15–25.
- Purnomo, B. R. (2024). Kualitas Produk dan Strategi Pasar UMKM di Tengah Tantangan Persaingan. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(1), 14–22.
- Sari, R. M. (2021). Pelatihan kewirausahaan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha kecil di Bandung. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1), 10–19.
- Sriyana, J. (2020). "Penguatan UMKM Melalui Strategi Inovasi Berbasis Lokalitas." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(1), 45–56.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses* (Edisi revisi). Salemba Empat.
- Suryanti, D., Nugroho, A. P., & Latifah, N. (2024). Adaptabilitas UMKM dalam menghadapi krisis: Studi kasus di wilayah Sumatera. *Jurnal Ketahanan Ekonomi Lokal*, 10(1), 22–39.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.