



## **INOVASI PRODUK UNGGULAN DAERAH: PROGRAM PENDAMPINGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PASAR**

**Fatma Yuniarti<sup>1</sup>, Arum Rovita<sup>2</sup>, Herawati Wulandari<sup>3</sup>, Hesty Wulandari<sup>4</sup>, Salwalani Novita Putri<sup>5</sup>, Lintang Nurul Janah<sup>6</sup>, Niken Dwi Oktalia<sup>7</sup>.**

<sup>12345678</sup>Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung (FKIP UMPRI)

Email : <sup>1234567</sup>[fatmayuniarti5@umpri.ac.id](mailto:fatmayuniarti5@umpri.ac.id)

---

### **Abstrak: Inovasi Produk Unggulan Daerah: Program Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar**

Perekonomian sudah memasuki babak baru dimana sumber keunggulan bersaing sudah berubah. Keunggulan suatu perekonomian bukan hanya bersumber dari teknologi, apalagi sumber daya alam. Sumber keunggulan daya saing terkini adalah inovasi dan kreativitas. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi terutama daya saing pasar. Salah satu permasalahan yang harus dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan juga sebagai salah satu peluang untuk mengembangkan usahanya adalah memperluas akses pasar, baik dalam maupun luar negeri. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi kelembagaan dalam mendorong inovasi dan kreativitas pelaku UMKM Program Pendampingan UMKM bertujuan untuk meningkatkan inovasi produk, dan strategi terutama di Daerah Gunung Rejo, Kec. Way Lima, Kab. Pesawaran. Maka dengan adanya program Pendampingan UMKM yang didalamnya berlandaskan Program pengabdian masyarakat dalam meningkatkan daya saing pasar munculah program ini berhasil mendorong semangat gotong royong dan kerjasama di komunitas lokal serta memperkuat hubungan antara UMKM dan masyarakat sekitar. Dengan pencapaian ini, UMKM Bintang Emas diharapkan mampu terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar, memberikan manfaat berkelanjutan bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat setempat.

**Kata Kunci: Inovasi Produk, Pendampingan UMKM, Pengabdian Masyarakat, Daya Saing Masyarakat**

---

### **Pendahuluan**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia (Harsanto, 2022). Dengan adanya UMKM maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi para penganggura. Selain itu UMKM juga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan seperti Gunung Rejo, Kec. Way Lima, Kab. Pesawaran dan rumah tangga yang berpendapatan rendah (Balitbang Kabupaten Buleleng, 2021). Definisi UMKM diatur dalam UU Nomor 20 tahun 2008, dimana UMKM dibagi menjadi beberapa kriteria berdasarkan aset dan omset, yaitu: Usaha

mikro merupakan usaha yang memiliki kekayaan bersih (aset) paling tinggi 50 juta dan omset paling banyak 300 juta. Aset yang diperhitungkan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. (Azzahra & Wibawa, 2021).

Meningkatnya jumlah pelaku UMKM tentu saja mengakibatkan adanya persaingan pasar yang semakin ketat. Bahkan, persaingan antara pelaku UMKM satu dengan yang lain pada saat ini sudah meningkat. Maka dari itu perlu adanya pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar dengan diiringi inovasi produk unggul di daerah seperti daerah pedesaan Gunung Rejo, Kec. Way Lima, Kab. Pesawaran, pendampingan UMKM berupa setiap UMKM khususnya pada UMKM berbasis kreativitas memiliki keunggulan masing-masing dalam bentuk inovasi dan kreativitas, namun kurangnya perlindungan terhadap kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh para pelaku UMKM masih terbatas. (Darwanto, 2013)

Keberadaan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbang pendapatan daerah dalam bentuk pajak. Bahwa UMKM di Indonesia memiliki beberapa masalah yang antara lain : (a) kurangnya permodalan, (b) kesulitan dalam pemasaran, (c) struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, (d) kualitas manajemen rendah, (e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah, (f) mayoritas tidak memiliki laporan keuangan, (g) aspek legalitas lemah, dan (h) rendahnya kualitas teknologi (Situmorang, 2008)

Hal ini mengakibatkan masih sering terjadinya penjiplakan pada produk-produk UMKM sehingga membuat pelaku UMKM enggan untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas. Kondisi ini pada akhirnya akan mengurangi produktivitas UMKM di Gunung Rejo, Kec. Way Lima, Kab. Pesawaran. Oleh karena itu perlu ada langkah strategis dalam mendorong UMKM berbasis inovasi tetap berkembang dengan inovasi dan kreativitas masing-masing. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi kelembagaan dalam mendorong inovasi dan kreativitas pelaku UMKM tetap mampu bersaing dengan berbasis kreativitas yang mereka miliki tanpa merugikan UMKM lainnya. (Bakhshi dan Hasan, 2013)

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk Inovasi Produk Unggulan Daerah: Program Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. Masalah yang sering dihadapi oleh usaha kecil atau industri sebagian besar adalah sumber daya modal, tenaga kerja, bahan baku dan pemasaran. Modal sebagai dana yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan produksi sangat penting dalam strategi pengembangan perusahaan bisnis. Kekuatan yang dimiliki sebuah bisnis bisa berasal dari modal yang dimilikinya. (Umarudin, dkk, 2022)

Pemasaran atau Pemasaran adalah kegiatan penting dari sebuah perusahaan yang memproduksi produk untuk dijual, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan berharap untuk mendapatkan keuntungan ini bersangkutan tidak hanya dapat menjaga kelangsungan usahanya, tetapi juga dapat berkembang lebih besar. Namun, sayangnya produk UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal pemasaran, terutama di era pemasaran digital saat ini. (Pramesti, Anggarini, DK, Bangun, Susilawati, & Andriyanto,

2022). Salah satu UMKM di Desa Gunung Rejo ialah UMKM Klanting Ndeso Bu NEM dengan memproduksi Klanting yang terletak di Desa Gunung Rejo. UMKM ini merupakan UMKM yang lumayan sudah di kenali masyarakat karena dinilai mempunyai cita rasa tersendiri bahkan pengiriman produknya sudah sampai ke luar kota Pesawaran. Selain memproduksi Klanting UMKM.

Hipotesis yang dikembangkan dalam program ini adalah adanya Inovasi Produk Unggulan Daerah Gunung Rejo yang mana akan menerapkan Program Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar, yakni Salah satu aspek yang sangat penting yaitu penggunaan digital marketing dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Demikian pula, inovasi produk berperan secara signifikan dalam mempengaruhi entrepreneurial marketing dalam daya saing UMKM. Dukungan pemerintah memiliki peran yang sangat penting seperti kebijakan pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM. Mentoring dan pelatihan juga berperan penting dalam pembangunan UMKM dan termasuk kedalam metode Pendampingan UMKM.

Berikut adalah contoh metode pengabdian masyarakat untuk laporan dengan judul “Inovasi Produk Unggulan Daerah: Program Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar”

## Metode

Dalam menjalankan Inovasi Produk Unggulan Daerah: Program Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar ini, kami telah menyusun beberapa program kerja yang berfokus pada tujuan utama yaitu untuk meningkatkan penjualan produk sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan. Sebelum melakukan kegiatan, kami melakukan survey terlebih dahulu serta telah diberi izin oleh pemilik UMKM di Desa Gunung Rejo ialah UMKM Klanting Ndeso Bu NEM.

Dari hasil survey diketahui bahwa produk UMKM Klanting Ndeso Bu NEM mengalami penurunan omset penjualan masalah tersebut kami segera menjalankan program kerja yang telah kami susun dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Metode yang kami gunakan dalam sosialisasi ini adalah pendampingan. Adapun beberapa pokok permasalahan yang dibahas dalam sosialisasi dan pendampingan yang kami lakukan yaitu:

1. Pentingnya mempertahankan dan mengembangkan bisnis pada pasca pandemi Covid19;
2. Edukasi dan implementasi inovasi produk UMKM Klanting Ndeso Bu NEM guna mengembangkan perekonomian UMKM;
3. Branding produk untuk meningkatkan penjualan dan ciri khas produk’
4. Peningkatan Pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Kami melakukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan di UMKM Klanting Ndeso Bu NEM dengan melakukan pertemuan secara langsung. Sosialisai mengenai produk inovasi UMKM Klanting Ndeso Bu NEM bertujuan untuk memberikan inovasi dan pendamping UMKM untuk mengembangkan produk tersebut agar bisa bersaing dengan daya saing pasar.

## Hasil dan Pembahasan

Dalam rangka memulihkan dan meningkatkan UMKM masyarakat UMKM di Desa Gunung Rejo, kami terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan pendampingan UMKM UMKM Klanting Ndeso Bu NEM. Gambir tersebut memiliki tujuan utama, yaitu pengembangan produk melalui strategi pemasaran, branding dan inovasi produk. Klanting Ndeso Bu NEM gambir merupakan salah satu produk UMKM yang ada Klanting Ndeso Bu NEM . Kami membantu masyarakat dalam melakukan pengembangan produk lokal sebagai upaya peningkatan daya tarik konsumen dan dapat membantu masyarakat dalam pemberdayaan ekonomi yang ada di Desa Gunung Rejo. Untuk eksistensi dan daya tarik konsumen maka kami melakukan strategi yaitu :

### 1. Sosialisasi Inovasi Produk, dan Pemasaran

UMKM saat ini di tuntut menjadi lebih kreativitas agar produk yang dimiliki bisa dipasarkan ke seluruh Indonesia maupun dunia. Sosialisasi UMKM Klanting Ndeso Bu NEM desa Gunung Rejo dilakukan di tempatnya langsung yaitu di kediaman Klanting Ndeso Bu NEM oleh Ibu-Ibu yang memiliki UMKM. Sosialisasi ini berkaitan tentang peningkatan keterampilan dalam melakukan inovasi produk melalui benner yang dijadikan alat promosi atau pemasaran untuk produk tersebut agar di kenal di masyarakat.



### 2. Mengetahui Produk Lokal Pendorong Perkembangan UMKM Klanting Ndeso Bu NEM

Setelah melakukan sosialisasi kami langsung mengadakan pelatihan terkait inovasi produk. Inovasi produk merupakan upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha untuk menciptakan, meningkatkan, mengembangkan, dan menyempurnakan produk tersebut. Berdasarkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002, inovasi produk ini

merupakan rangkaian pengembangan dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam satu produk.



### 3. Pemasaran Produk Opak Gambir

Untuk media promosi produk selain mengikuti pameran, bazar even, Promosi produk juga melalui media cetak, atau sosmed bisa menjadi salah satu bentuk pengembangan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dengan cara mengikuti pameran tentang UMKM bisa menjadi salah satu hal yang dapat dilakukan dalam promosi produknya, media online juga bisa, semakin banyak yang mengenali produk tersebut maka semakin banyak peminatnya yang ingin membeli produk tersebut. Karena produk yang ditawarkan menarik dan mengikuti trend zaman sekarang maka semakin laku produk tersebut. Media promosi juga sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha mereka agar tetap berjalan dengan lancar dan baik.

## **Simpulan Dan Saran**

### **Kesimpulan**

Dari kegiatan sosialisasi inovasi, dan pendampingan produk di simpulkan bahwa masyarakat desa Gunung Rejo masih kurang mengetahui tentang pentingnya strategi pengembangan UMKM melalui inovasi produk. Inovasi produk sangat dibutuhkan oleh produsen opak untuk mengatasi kejenuhan konsumen, sehingga dengan inovasi, maka pengembangan UMKM juga akan stabil. Selain itu branding pada produk sangat penting yaitu untuk membantu produk yang tawarkan menjadi lebih sering dikenali. Dengan adanya pembuatan



benner penjualan yang kuat, orang akan lebih memperhatikannya secara alami. Benner penjualan dapat menjadi ciri khas yang dikenali pelanggan sehingga bertahan lama di benak seseorang. Untuk pemasaran produk Klanting Gambir itu sendiri bisa melalui pameran UMKM maupun media online (digital marketing). Dengan adanya sosialisasi dan pendampingan untuk peningkatan kualitas produk UMKM Klanting Ndeso Bu NEM desa Gunung Rejo ini diharapkan penjualan akan meningkat sehingga kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat juga meningkat. Dan juga dengan peningkatan penjualan, maka akan meningkatkan produksi sehingga mampu mengurangi pengangguran.

### **Saran**

UMKM Klanting Ndeso Bu NEM desa Gunung Rejo ini diharapkan mempromosikan produk juga melalui media cetak, atau sosmed bisa menjadi salah satu bentuk pengembangan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, agar dapat dikenal oleh masyarakat luas dan daya tarik persaingan pasar semakin meningkat. Dengan cara mengikuti pameran tentang UMKM bisa menjadi salah satu hal yang dapat dilakukan dalam promosi produknya, media online juga bisa, semakin banyak yang mengenali produk tersebut maka semakin banyak peminatnya yang ingin membeli produk tersebut

### **Daftar Rujukan**

Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja UMKM sebagai Katalis Perekonomian Indonesia dalam Menghadapi Middle Income TRAP 2045. *INSPIRE Journal Economic and Development Analysis*, 1(1), 75–86. <https://ejournal.uksw.edu/inspire/article/view/485>



- Balitbang Kabupaten Buleleng. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap UMKM di Buleleng. <https://balitbang.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/76-dampakpandemi-covid-19-terhadap-umkm-di-buleleng>
- Bakhshi, Hasan, Alan freeman and Peter Higgs. 2013. A Dynamic Mapping of The UK'S Creative Industries. [www.nesta.org.uk](http://www.nesta.org.uk)
- Darwanto, Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi, Jurnal "Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)", September 2013, Hal. 142 – 149.
- Harsanto, B., Mulyana, A., Faisal, Y. A., & Shandy, V. M. (2022). Inovasi lingkungan dan dampak pandemi: Studi kasus pada UMKM makanan dan minuman. Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS), 5(2), 268–279. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i2.14147>
- Pramesti, R., Anggarini, A., DK, M., Bangun, D., Susilawati, & Andriyanto. (2022). Pendampingan Pembuatan Media Promosi Produk Umkm untuk Mendukung Daya Saing Digital Marketing Di Era Global Pada Komunitas Sahabat UMKM . Jurnal Abadimas Adi Buana, 2622-5700 .
- Situmorang, Johnny W dan Janes Situmorang. 2008. Iklim Usaha UKM Di Era Otonomi Daerah. INFOKOP Volume 16 September 2008 : 18-36.
- Umarudin, M., Jalaludin, J., & ... (2022). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Tanaman Hias Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19. ... : Jurnal Pengabdian