Jurnal PKM Manajemen Bisnis
Vol. 5, No. 2, July 2025

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Edukasi Pengembangan Produk UMKM dengan Pendekatan Inovasi pada UMKM Kelurahan Curug Kecamatan Bojongsari Depok

Siti Aisyah Nurrizqi Rahmadania[1], Irenne Putren[2]
Universitas Pamulang, Indonesia
dosen02183@unpam.ac.id[1], dosen01820@unpam.ac.id[2]

Submitted: 13th April 2025 | **Edited**: 30th June 2025 | **Issued**: 01st July 2025

Cited on: Rahmadania, S. A. N., & Putren, I. (2025). Edukasi Pengembangan Produk UMKM dengan Pendekatan Inovasi pada UMKM Kelurahan Curug Kecamatan Bojongsari Depok. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis, 5*(2), 648-656.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in driving local economies, particularly in urban and semi-urban areas. However, many MSME actors face challenges in product development and innovation due to limited knowledge and resources. This community service activity aims to enhance the capacity of MSME entrepreneurs in Curug Subdistrict, Bojongsari District, Depok City through education on product development with an innovation approach. The program was conducted in April 2025 at the Curug Subdistrict Office and involved 12 lecturers from Pamulang University as facilitators. A total of 28 MSME entrepreneurs from Curug participated in the activity. The implementation method included presentations, practical sessions, discussions, and Q&A. The materials focused on product innovation strategies, value creation, packaging design, and marketing approaches tailored for MSMEs. The interactive format encouraged active participation and knowledge sharing among participants. As a result, participants gained new insights and skills in developing and differentiating their products to enhance market competitiveness. Feedback from attendees indicated increased motivation and readiness to implement innovations in their respective businesses. This PKM activity demonstrated the importance of academic involvement in empowering MSMEs and fostering local economic resilience through practical education and collaborative learning.

Keywords: MSMEs, Product Innovation, Competitiveness, Digital Marketing, Mentoring

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia, yang menyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Keberadaan UMKM tidak hanya penting dalam skala nasional, tetapi juga berperan dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengentasan kemiskinan (Putri & Wahyudi, 2022). Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, UMKM menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pengembangan produk yang inovatif dan berdaya saing. Hal ini menjadi kendala utama dalam menjaga keberlanjutan usaha mereka di pasar yang dinamis dan terdigitalisasi (Santoso &

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Wibowo, 2024). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas UMKM dalam hal inovasi produk menjadi kebutuhan strategis agar mereka mampu beradaptasi dan berkembang (Andrianata & Sudarmiatin, 2024; Sutrisman & Susyanti, 2022).

Dalam era digital dan globalisasi, inovasi produk menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, tetapi juga meliputi pengembangan desain, kualitas, kemasan, dan strategi pemasaran yang kreatif. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mampu menerapkan inovasi dengan baik dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas konsumen, serta menembus pasar yang lebih luas, termasuk pasar ekspor (Abdulloh, et al., 2024; Tustiati, 2022). Namun, keterbatasan pengetahuan, modal, dan sumber daya manusia menjadi hambatan besar bagi UMKM dalam mengimplementasikan inovasi. Kondisi ini menuntut adanya intervensi dari berbagai pihak, terutama perguruan tinggi dan lembaga terkait, untuk mendukung pengembangan inovasi pada UMKM (Hartono & Kusumawardhani, 2019).

Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Melalui PKM, perguruan tinggi dapat mentransfer pengetahuan dan teknologi serta memberikan pelatihan yang relevan bagi pelaku UMKM. Model pengabdian yang berfokus pada edukasi inovasi produk dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM dalam mengembangkan produknya. Beberapa studi menunjukkan bahwa keterlibatan akademisi dalam pemberdayaan UMKM mampu menciptakan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing produk UMKM (Saiful, 2025; Bina Nusantara University Team, 2024). Pendekatan ini juga mendorong terbentuknya jejaring kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan komunitas UMKM (Permata Sari & Kusumawati, 2022).

Pengembangan produk UMKM dengan pendekatan inovasi juga harus memperhatikan karakteristik lokal dan kebutuhan pasar di masing-masing wilayah. Pendekatan yang berorientasi pada komunitas atau Community-driven Development (CDD) memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk aktif berpartisipasi dalam proses inovasi produk sesuai dengan potensi dan kondisi lingkungan mereka. Metode ini memungkinkan pengembangan produk yang relevan, berkelanjutan, serta meningkatkan rasa kepemilikan dan motivasi pelaku usaha dalam mempertahankan dan

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

mengembangkan usahanya (Dunggio & Basri, 2023; Business Innovation for SMEs and Community Empowerment, 2024). Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan yang dilakukan harus menyesuaikan dengan karakteristik dan kondisi spesifik UMKM di daerah tersebut.

Penelitian di berbagai kota besar di Indonesia seperti Surabaya dan Yogyakarta menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi inovasi produk melalui peningkatan kualitas, pengemasan yang menarik, dan pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan daya saing secara signifikan. Inovasi tersebut tidak hanya meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga membantu UMKM memperluas jaringan pemasaran dan menjangkau konsumen yang lebih luas (Abdulloh, et al., 2024; Andrianata & Sudarmiatin, 2024). Namun, penerapan inovasi ini masih terbatas pada UMKM yang memiliki akses lebih baik terhadap sumber daya, sementara banyak UMKM di tingkat kelurahan atau desa masih mengalami kesulitan dalam mengakses pelatihan dan pendampingan yang memadai (Arief & Nugroho, 2023).

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM di tingkat kelurahan adalah kurangnya fasilitasi dan pendampingan yang sistematis dari berbagai pihak, termasuk perguruan tinggi dan pemerintah daerah. UMKM seringkali mengalami keterbatasan dalam hal pengetahuan teknis inovasi produk, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital (Cahyo & Sari, 2021). Kondisi ini menghambat pengembangan produk yang kompetitif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, intervensi yang terstruktur dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk menjembatani kesenjangan tersebut (Darmawan & Hidayat, 2020). Pendekatan edukasi dan pelatihan yang melibatkan dosen dan praktisi diharapkan mampu memberikan solusi nyata dan berdampak langsung bagi pengembangan UMKM di wilayah tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, program pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada edukasi pengembangan produk UMKM dengan pendekatan inovasi menjadi sangat relevan. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan produk yang kreatif, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui metode pembelajaran yang interaktif seperti pemaparan materi, praktik langsung, diskusi, dan tanya jawab, diharapkan pelaku UMKM dapat mengadopsi konsep inovasi secara efektif dalam usahanya. Pendekatan ini juga

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

diharapkan mampu meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menghadapi tantangan bisnis (Fitrani & Santoso, 2019).

Sejalan dengan uraian di atas, di Kelurahan Curug Kecamatan Bojongsari Kota Depok, pemberdayaan UMKM melalui edukasi inovasi produk sangat penting mengingat potensi dan jumlah pelaku usaha yang cukup besar namun masih menghadapi kendala dalam pengembangan usaha. Kolaborasi antara dosen Universitas Pamulang dan pelaku UMKM di Kelurahan Curug i dapat menjadi model pemberdayaan yang efektif dan berkelanjutan. Kegiatan PKM ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kualitas produk UMKM, tetapi juga memperkuat jejaring dan sinergi antara akademisi dan komunitas usaha daerah, sehingga dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi daerah secara lebih luas (Handayani & Prasetyo, 2018).

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Kelurahan Curug, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, pada bulan April 2025. Lokasi ini dipilih karena tingginya potensi pelaku UMKM yang membutuhkan edukasi dan pendampingan dalam pengembangan produk melalui pendekatan inovasi. Pelaksana PKM terdiri dari 12 dosen Universitas Pamulang yang memiliki keahlian di bidang pengembangan produk, inovasi, dan pemberdayaan masyarakat. Sedangkan peserta kegiatan adalah 28 pelaku UMKM yang merupakan warga Kelurahan Curug dengan berbagai jenis usaha, sehingga metode yang digunakan perlu disesuaikan dengan karakteristik peserta dan kondisi lokal.

Kegiatan PKM diawali dengan tahap persiapan yang meliputi koordinasi dengan pihak kelurahan dan pengumpulan data awal mengenai kondisi serta kebutuhan pelaku UMKM. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dilakukan secara interaktif melalui beberapa metode yaitu pemaparan materi oleh dosen mengenai konsep inovasi produk dan strategi pengembangan UMKM, praktik langsung yang mengajak peserta untuk menerapkan teknik inovasi pada produk mereka, serta diskusi dan sesi tanya jawab yang memungkinkan pelaku usaha mengemukakan kendala dan mendapatkan solusi dari narasumber dan sesama peserta. Pendekatan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu langsung mengaplikasikannya dalam usaha mereka.

Setelah proses pelaksanaan selesai, tahap terakhir adalah pelaporan yang mencakup dokumentasi seluruh rangkaian kegiatan serta evaluasi hasil pelatihan dan tanggapan dari

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

peserta. Pelaporan ini bertujuan untuk merefleksikan keberhasilan program serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang. Dengan tahapan persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan yang sistematis, kegiatan PKM diharapkan dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas inovasi produk UMKM di Kelurahan Curug dan mendorong keberlanjutan usaha para pelaku UMKM di wilayah tersebut.

PEMBAHASAN

Prodil Kelurahan Curug

Kelurahan Curug merupakan salah satu wilayah administratif yang berada di Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat. Wilayah ini termasuk kawasan yang berkembang pesat dengan perpaduan antara area permukiman dan pusat aktivitas ekonomi kecil. Curug memiliki populasi yang beragam, dengan mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta pekerja informal. Kondisi demografis tersebut mencerminkan potensi sosial dan ekonomi yang cukup besar untuk dikembangkan, khususnya dalam sektor kewirausahaan dan pengembangan produk lokal.

Secara geografis, Kelurahan Curug memiliki akses yang cukup baik terhadap fasilitas publik dan infrastruktur, seperti jalan utama, pasar tradisional, dan fasilitas pendidikan maupun kesehatan. Keberadaan pasar dan pusat perdagangan kecil menjadi daya tarik utama bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Namun, meskipun terdapat potensi yang besar, banyak pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi keterbatasan dalam hal pengetahuan inovasi produk, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital, sehingga perlu pendampingan dan edukasi yang berkelanjutan.

Dalam konteks pembangunan dan pemberdayaan masyarakat, Kelurahan Curug mendapat perhatian dari berbagai pihak, termasuk pemerintah kota dan perguruan tinggi, untuk meningkatkan kapasitas warganya. Berbagai program pelatihan, edukasi, dan pendampingan UMKM secara rutin dilaksanakan guna mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan dukungan tersebut, diharapkan Kelurahan Curug dapat menjadi contoh pengembangan UMKM yang mampu bersaing di tingkat kota bahkan nasional, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya secara keseluruhan.

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Masalah yang Dihadapi Mitra PKM

Peserta PKM, yang merupakan pelaku UMKM di Kelurahan Curug, menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan produknya. Salah satu masalah utamanya adalah kurangnya pemahaman dan pengetahuan mengenai konsep inovasi produk. Banyak pelaku usaha masih menggunakan metode dan desain produk yang konvensional tanpa ada pembaruan yang signifikan sehingga produk mereka sulit bersaing dengan produk dari wilayah lain atau dari pasar yang lebih luas. Kondisi ini membuat produk UMKM kurang menarik dan kurang diminati oleh konsumen yang semakin mengedepankan kualitas dan kreativitas dalam memilih produk.

Selain itu, keterbatasan sumber daya juga menjadi tantangan besar bagi peserta. Modal yang terbatas menyebabkan pelaku UMKM sulit untuk melakukan pengembangan produk secara maksimal, misalnya dalam hal pengadaan bahan baku berkualitas, penggunaan teknologi produksi yang efisien, serta inovasi kemasan yang menarik dan fungsional. Kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan membuat mereka belum mampu memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran maupun pengembangan produk. Hal ini berdampak pada rendahnya produktivitas dan daya saing produk UMKM di pasar lokal maupun nasional.

Masalah lain yang dihadapi adalah kurangnya strategi pemasaran yang efektif dan inovatif. Pelaku UMKM di Kelurahan Curug masih bergantung pada pasar tradisional dan jaringan pemasaran yang terbatas sehingga menjangkau konsumen masih sangat kecil. Mereka juga kurang memiliki pengetahuan tentang penggunaan platform digital sebagai sarana pemasaran yang saat ini sangat potensial. Keterbatasan ini membatasi pertumbuhan usaha dan pendapatan pelaku UMKM. Oleh karena itu, edukasi pengembangan produk dengan pendekatan inovasi sangat dibutuhkan untuk membantu peserta meningkatkan kualitas produk sekaligus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berdaya saing.

Pelaksanaan PKM

Kegiatan PKM diawali dengan acara pembukaan yang dilakukan secara formal di kantor Kelurahan Curug. Pembukaan ini dihadiri oleh perwakilan dari Kelurahan, dosen Universitas Pamulang sebagai pelaksana, serta seluruh peserta UMKM yang telah terdaftar. Pada sesi ini, dilakukan sambutan dari pihak kelurahan yang menyampaikan apresiasi atas kegiatan pengabdian ini serta harapan agar pelatihan dapat memberikan

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

dampak positif bagi pengembangan UMKM setempat. Selanjutnya, ketua pelaksana PKM memberikan gambaran umum mengenai tujuan dan rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan selama pelatihan.

Pada tahap pembahasan materi, dosen Universitas Pamulang memberikan paparan yang mendalam dan terstruktur mengenai konsep inovasi dalam pengembangan produk UMKM. Materi dimulai dengan pengenalan prinsip dasar inovasi produk, yang mencakup aspek pengembangan desain produk, perbaikan kualitas bahan baku, serta optimalisasi fungsi produk sesuai kebutuhan pasar. Peserta diajak memahami pentingnya diferensiasi produk untuk memenangkan persaingan, yang meliputi inovasi pada aspek visual, tekstur, aroma, atau fitur tambahan produk.

Selanjutnya, materi berfokus pada teknik inovasi yang aplikatif bagi UMKM, seperti pengembangan kemasan produk yang menarik dan fungsional. Peserta diberi pengetahuan tentang berbagai jenis kemasan, bahan kemasan ramah lingkungan, serta cara mendesain kemasan agar mampu menarik perhatian konsumen sekaligus melindungi produk dari kerusakan. Dosen juga menjelaskan metode sederhana yang bisa digunakan oleh UMKM dalam membuat prototipe kemasan dengan biaya rendah tetapi hasil profesional, termasuk pemanfaatan teknologi cetak digital dan stiker yang mudah diaplikasikan.

Selain itu, pembahasan materi juga menekankan pada penerapan teknologi digital dalam pengembangan produk dan pemasaran. Peserta diberikan pelatihan singkat mengenai penggunaan media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan produk baru hasil inovasi mereka. Topik seperti pengambilan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi produk yang efektif, serta strategi promosi online yang hemat biaya turut dibahas agar UMKM mampu menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Praktik langsung menjadi bagian penting dalam sesi pembahasan materi ini. Peserta diajak melakukan workshop pengembangan produk dengan bimbingan dosen, mulai dari brainstorming ide inovasi produk, eksperimen dengan bahan dan teknik produksi, hingga desain kemasan sederhana. Pendekatan praktik ini memungkinkan peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga merasakan langsung proses pengembangan inovasi yang dapat diterapkan pada usaha mereka sehari-hari.

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Manfaat yang dirasakan peserta selama dan setelah kegiatan PKM ini sangat signifikan. Mereka mengaku memperoleh wawasan baru tentang pentingnya inovasi dalam produk dan strategi pengembangan usaha. Pelatihan praktik dan diskusi interaktif membantu peserta meningkatkan keterampilan teknis yang sebelumnya belum mereka kuasai, seperti mendesain kemasan dan menggunakan media digital untuk pemasaran. Beberapa peserta bahkan mulai merancang produk baru yang lebih inovatif dan siap dipasarkan. Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga mempererat jaringan antar pelaku UMKM di Kelurahan Curug, membuka peluang kolaborasi dan saling berbagi pengalaman.

Secara keseluruhan, pelaksanaan PKM ini berjalan lancar dan memberikan dampak positif bagi pemberdayaan UMKM di Kelurahan Curug. Melalui materi yang komprehensif dan praktik yang aplikatif, peserta tidak hanya mendapatkan edukasi tetapi juga motivasi untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk mereka. Diharapkan kegiatan ini dapat menjadi model bagi pelatihan serupa di wilayah lain, sehingga semakin banyak UMKM yang mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif dengan produk-produk inovatif dan berkualitas.

KESIMPULAN

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Curug, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, menunjukkan bahwa edukasi pengembangan produk UMKM dengan pendekatan inovasi berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi pelaku UMKM dalam menciptakan produk yang lebih kreatif dan kompetitif. Melalui metode pemaparan materi, praktik langsung, diskusi, dan sesi tanya jawab, peserta mampu memahami konsep inovasi serta menerapkan teknik pengembangan produk dan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, pelatihan juga memberikan wawasan tentang pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pemasaran produk, sehingga membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara yang efisien. Kegiatan ini memberikan dampak positif nyata dalam pemberdayaan UMKM di Kelurahan Curug dengan meningkatkan kapasitas para pelaku usaha, sekaligus memperkuat potensi ekonomi lokal melalui pengembangan produk yang inovatif dan berdaya saing. Dengan demikian, program ini menjadi langkah penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi di tingkat komunitas.

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

DAFTAR PUSTAKA

Abdulloh, A., Sudarmiatin, S., & Wardana, L. W. (2024). Product Innovation and Marketing Management of UMKM Food and Beverages amid Global Competition: Surabaya City Case Study. *NECent*, 2(3).

Andrianata, M., & Sudarmiatin, S. (2024). MSME Product Innovation as a Competitiveness Strategy in Local and Global Markets. *Oikonomia*, 1(1).

Arief, M., & Nugroho, Y. (2023). The Role of Innovation in Enhancing Micro, Small, and Medium Enterprises' Performance in Indonesia. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 15(2), 102-117.

Bina Nusantara University Team. (2024). Enhancing MSME Empowerment Through Technology Adoption: A University-Industry Partnership. *SEEIJ*, 8(1).

Business Innovation for SMEs and Community Empowerment. (2024). Literature Review. ResearchGate.

Cahyo, M. T., & Sari, P. R. (2021). Digital Transformation and Innovation in MSMEs: A Case Study of Small Businesses in Java. *Indonesian Journal of Innovation Management*, 8(1), 45-59.

Darmawan, D., & Hidayat, R. (2020). Strengthening UMKM Competitiveness through Technology Adoption: Evidence from West Java. *International Journal of Small Business Studies*, 5(3), 33-48.

Dunggio, T., & Basri, A. (2023). MSME Empowerment Strategy: A Literature Review. *WSJ Economic and Entrepreneurship*, 1(11).

Fitrani, E., & Santoso, B. (2019). Enhancing Product Innovation Capacity of UMKM through University Partnership Programs. *Journal of Community Engagement and Higher Education*, 11(1), 23-38.

Handayani, S. D., & Prasetyo, D. (2018). Challenges and Opportunities for Digital Marketing in Indonesian MSMEs. *Asian Journal of Business Research*, 7(2), 77-91.

Hartono, A., & Kusumawardhani, R. (2019). Innovation Barriers and Their Impact on Innovation: Evidence from Indonesian Manufacturing Firms. *Global Business Review*, 20(5).

Permata Sari, N. T., & Kusumawati, A. (2022). Literature Review: The Efforts to Strengthening of MSME in Indonesia. *AJMESC*, 2(1).

Putri, N. M., & Wahyudi, S. (2022). Community-Based Innovation in MSME Development: A Study in Bandung City. *Journal of Regional Development*, 9(4), 150-166.

Saiful, S. (2025). Empowering MSMEs in Indonesia: The Strategic Role of Universities in Fostering Innovation and Sustainability. Preprint.

Santoso, R., & Wibowo, A. (2024). Collaborative Innovation and Capacity Building in UMKM: Role of Higher Education Institutions. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 88-103.

Sutrisman, D. Y., & Susyanti, J. (2022). Model Innovation dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *JRME*, 2(3).

Tustiati. (2022). Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jukoni*, 2(2).