



Pencapaian Diferensiasi Produk Melalui Strategi Inovasi dan Kreativitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah

¹Annisa Fajri, ²Suharti, ³Dedik Purwanto

¹²³Prodi Manajemen, Universitas Muhamadiyah Semarang, Indonesia

annisafajri@unimus.ac.id

© 2024 Kreativasi : *Journal of Community Empowerment*

ABSTRACT	INFO ARTIKEL
<p><i>Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy, but often face challenges such as limited access to technology, quality of human resources, and marketing. This community service activity aims to help MSMEs achieve product differentiation through innovation and creativity strategies. The methods used include theoretical training and practical workshops. The results of the activity showed an increase in participants' knowledge and skills in developing innovative products and creative marketing strategies. Evaluation through questionnaires and interviews showed participant satisfaction and increased sales after implementing new strategies. Challenges faced included limited resources and time, which were overcome through collaboration with related institutions and follow-up programs. Thus, this activity succeeded in increasing the competitiveness of MSMEs in local and international markets, as well as contributing to the national economy. The sustainability of the program is pursued through ongoing mentoring programs and the formation of MSME innovation communities. These results show that innovation and creativity strategies can be an effective solution to overcome the challenges faced by MSMEs and improve community welfare.</i></p> <p>Keywords: UMKM, Product Innovation, Creativity, Marketing Strategy, Product differentiation</p>	<p>Korespondensi : Annisa Fajri annisafajri@unimus.ac.id</p>

PENDAHULUAN

Inovasi produk dan kreativitas dalam strategi pemasaran telah terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM (Numat et.al., 2022). Penelitian Rifani (2019) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Jakarta Timur, di mana kreativitas strategi pemasaran juga memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan kinerja tersebut. Selain itu, penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif, dan orientasi pasar juga terbukti meningkatkan kinerja pemasaran UMKM, seperti yang terjadi pada KUB Tekad Tiga Dara di Pekanbaru (Irawan & Arsyelan, 2023).

Namun, meskipun pentingnya inovasi dan kreativitas telah diakui, banyak UMKM yang masih belum memanfaatkannya secara optimal. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana menerapkan strategi inovasi dan kreativitas dalam bisnis mereka (Nalendra, 2021). Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mereka dapat mengembangkan produk yang berbeda dan unggul di pasar (Haqq & Fajri, 2023).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM mencapai diferensiasi produk melalui strategi inovasi dan kreativitas. Dengan memberikan pelatihan dan pendampingan, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan produk yang inovatif dan kreatif, sehingga dapat bersaing lebih baik di pasar (Kurniawan et. al., 2020; Wahono et al., 2023). Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam berbagai konteks, seperti peningkatan kualitas produk dan efektivitas strategi pemasaran melalui inovasi (Mariyam et al., 2024).

Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses teknologi, kualitas sumber daya manusia, serta keterampilan dalam pemasaran dan

inovasi produk. Meskipun UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, masih banyak pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan inovasi dan kreativitas dalam strategi pemasaran secara optimal. Faktor ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang strategi diferensiasi produk, inovasi, dan teknik pemasaran kreatif. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan-tantangan tersebut dengan meningkatkan kemampuan mereka melalui pelatihan dan workshop praktis untuk mengembangkan produk inovatif dan strategi pemasaran yang kreatif.

Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka, tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di pasar internasional. Dengan demikian, UMKM dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM mencapai diferensiasi produk melalui strategi inovasi dan kreativitas. Metode yang dipilih untuk mencapai tujuan ini adalah pelatihan dan workshop. Metode ini dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam berbagai konteks, seperti yang telah dibuktikan dalam berbagai kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya (Rainanto & Fathiah, 2020; Hidayat, 2023). Lokasi kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di daerah yang melibatkan 20 pelaku UMKM Desa Susukan, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang dari berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan fashion. Jadwal kegiatan ini meliputi beberapa tahapan, yaitu:

1. **Persiapan:** Mengidentifikasi kebutuhan UMKM dan menyusun materi pelatihan, serta berkoordinasi dengan mitra lokal.
 - a. Identifikasi Kebutuhan: Melakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam hal inovasi dan kreativitas produk.

- b. **Penyusunan Materi:** Menyusun materi pelatihan yang mencakup konsep dasar inovasi dan kreativitas, teknik diferensiasi produk, dan strategi pemasaran kreatif.
 - c. **Koordinasi dengan Mitra:** Berkoordinasi dengan mitra lokal, seperti dinas terkait, asosiasi UMKM, dan lembaga pendidikan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan.
2. **Pelaksanaan:** Terdiri dari sesi sosialisasi, pelatihan teoritis melalui ceramah dan diskusi interaktif, workshop praktis yang mengaplikasikan ide-ide produk baru, dan pendampingan intensif untuk penerapan ide-ide tersebut.
- a. **Sosialisasi:** Mengadakan sesi sosialisasi untuk memperkenalkan tujuan dan manfaat kegiatan kepada peserta.
 - b. **Pelatihan Teoritis:** Memberikan materi teoritis melalui ceramah dan diskusi interaktif. Materi mencakup, konsep dasar inovasi dan kreativitas., teknik diferensiasi produk, strategi pemasaran kreatif.
 - c. **Workshop Praktis:** Mengadakan sesi workshop yang melibatkan praktik langsung, seperti, pengembangan ide produk baru, desain produk yang inovatif, simulasi pemasaran produk melalui media digital.
 - d. **Pendampingan:** Memberikan pendampingan intensif kepada peserta dalam mengimplementasikan ide-ide yang telah dikembangkan selama workshop. Pendampingan ini mencakup, bimbingan teknis dalam pengembangan produk, konsultasi strategi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan, mulai dari persiapan hingga evaluasi. Berikut adalah hasil dari setiap tahapan yang telah dilaksanakan:

1. **Sosialisasi:** Kegiatan sosialisasi dihadiri oleh 20 pelaku UMKM dari berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan fashion. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap program ini.



Gambar 1. Foto bersama dengan salah satu pemilik UMKM

2. Pelatihan Teoritis: Materi teoritis disampaikan melalui ceramah dan diskusi interaktif. Peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep dasar inovasi dan kreativitas, teknik diferensiasi produk, dan strategi pemasaran kreatif.
3. Workshop Praktis: Dalam sesi workshop, peserta dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan jenis usaha mereka. Setiap kelompok berhasil mengembangkan ide produk baru yang inovatif dan kreatif.



Gambar 2. Metode Ceramah dan Diskusi

Metode ceramah dan diskusi interaktif memungkinkan peserta untuk memahami konsep-konsep dasar inovasi dan kreativitas. Sementara itu, sesi workshop praktis memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengaplikasikan pengetahuan yang mereka peroleh dalam pengembangan produk nyata.



Gambar 3. Sesi foto bersama dengan peserta

Output Kegiatan:

1. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:** Pelatihan teoritis dan workshop memberikan pemahaman yang lebih baik kepada peserta tentang konsep inovasi dan kreativitas, diferensiasi produk, serta strategi pemasaran kreatif.
2. **Pengembangan Produk Baru:** Peserta dibagi dalam kelompok untuk mengembangkan ide produk inovatif. Setiap kelompok berhasil mengembangkan produk baru sesuai jenis usaha mereka.
3. **Penerapan Strategi Pemasaran Kreatif:** Peserta juga diberikan pendampingan untuk mengimplementasikan strategi pemasaran kreatif melalui media digital.

Hasil Evaluasi dan Indikator Keberhasilan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui kuesioner dan wawancara yang menunjukkan bahwa peserta merasa puas dan mengalami peningkatan penjualan setelah menerapkan strategi baru. Indikator keberhasilan kegiatan ini adalah:

- o **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta:** Terlihat dari respons peserta dalam sesi diskusi interaktif.

- **Peningkatan Penjualan:** Ada indikasi peningkatan penjualan setelah penerapan strategi baru.
- **Kepuasan Peserta:** Peserta menyatakan kepuasan terhadap kegiatan yang diadakan.

Berdasarkan evaluasi ini, kegiatan ini dapat dikatakan berhasil karena berhasil meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Keberlanjutan program diupayakan melalui mentoring berkelanjutan dan pembentukan komunitas inovasi UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Metode pelatihan dan workshop yang dirancang dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu UMKM mencapai diferensiasi produk melalui strategi inovasi dan kreativitas. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional. Harapannya, pengabdian berikutnya dapat melibatkan berbagai stakeholder, seperti dinas terkait, asosiasi UMKM, dan lembaga pendidikan, untuk mendukung pelaksanaan kegiatan. Kolaborasi ini dapat memperkuat jaringan dan sumber daya yang tersedia untuk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Haqq, Z. N., & Fajri, A. (2023). Peningkatan Kapabilitas Business Plan, Network, dan Marketing Guna Akselerasi Bisnis UMKM Sekolah Wirausaha Aisyiyah. *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 2(2), 142-148.
- Hidayat, R. M. (2023). Pelatihan Pengembangan Usaha Dan Optimalisasi Kreativitas UMKM Melalui Digital Marketing Di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 3(1), 72-78.
- Irawan, T., & Arsyelan, F. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Tekat Tiga Dara. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 72-76.
- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2020). Pelatihan dan pendampingan UMKM di desa gajahrejo dalam pembuatan desain kemasan inovatif oleh-oleh khas malang untuk meningkatkan daya saing produk. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 22-29.
- Mariyam, R. S., Munir, D. R., & Husna, A. I. N. (2024). Pengembangan Kualitas Produk dan Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Brand di pelaku UMKM Dayaba Utama Ferindo. *Abdi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 8-13.
- Nalendra, M. A. S. (2021). Workshop Desain Pemasaran Digital Melalui Aplikasi Canva Dan Mobile Photography kepada Pelaku Umkm Food And Beverage Di Tiban Center Batam. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 17-24.
- Numat, M., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh kreativitas strategi pemasaran, inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta dalam Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1167-1190.
- Rainanto, B. H., & Fathiah, R. (2020). PKM pembekalan pelaku UMKM Kota Bogor tentang strategi diferensiasi dan positioning untuk bertahan dan menang. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 95-100.
- Rifani, N. K. (2019). Peningkatan Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner Melalui Inovasi Produk Dan Kreativitas Strategi Pemasaran (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Wahono, W., Abidin, R., & Hermoyo, R. P. (2023). Transformasi Digital Kampung UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Kreatif Kelurahan Putat Jaya Kecamatan Sawahan Kota Surabaya. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 156-164.