

# **Sosialisasi Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Pengembangan Desain Produk yang Inovatif di Desa Kebon Cau, Kecamatan Teluknaga, Kabupaten Tangerang**

**Anthon Rudy Wardiyanto<sup>1</sup>, Andry Septianto<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

Email: <sup>1</sup>[dosen00919@unpam.ac.id](mailto:dosen00919@unpam.ac.id), <sup>2</sup>[dosen01303@unpam.ac.id](mailto:dosen01303@unpam.ac.id)

## **ABSTRAK**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian nasional, namun menghadapi tantangan rendahnya daya saing, khususnya dalam aspek inovasi desain produk. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas pelaku UMKM di Desa Kebon Cau mengenai pentingnya pengembangan desain produk yang inovatif. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, diskusi interaktif, dan evaluasi berbasis kuesioner. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep desain produk, tren pasar, serta pentingnya inovasi berkelanjutan. Rekomendasi lanjutan mencakup pendampingan intensif dan pembentukan ekosistem kolaboratif antara akademisi, pelaku UMKM, dan pemerintah.

**Kata kunci:** UMKM, Desain produk, Inovasi, Daya saing.

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, baik dari sisi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) maupun penyerapan tenaga kerja. Namun demikian, masih banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing produknya, terutama dalam hal inovasi desain, branding, dan pengemasan. Salah satu penyebab utamanya adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM terkait pengembangan desain produk yang sesuai dengan tren pasar dan selera konsumen saat ini. Desa Kebon Cau di Kecamatan Teluknaga, Kabupaten Tangerang, merupakan salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup tinggi. Namun berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku usaha di desa ini masih memproduksi barang secara tradisional tanpa memperhatikan aspek visual dan ergonomi produk. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya desain yang inovatif dan menarik menyebabkan produk UMKM sulit bersaing, baik di pasar lokal maupun nasional. Berangkat dari permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM di Desa Kebon Cau mengenai pentingnya desain produk yang inovatif. Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan, diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami konsep desain, tren pasar, serta mampu menerapkannya dalam proses produksi. Kegiatan ini juga menjadi bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam

mendukung peningkatan kualitas UMKM melalui pendekatan edukatif dan aplikatif yang berkelanjutan.

## 2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara luring di Desa Kebon Cau, Kecamatan Teluknaga, Kabupaten Tangerang, pada tanggal 25 April 2025. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Pada tahap persiapan, dilakukan observasi lapangan untuk mengidentifikasi profil UMKM di wilayah sasaran serta menentukan kebutuhan pelatihan yang sesuai. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan aparatur desa dan tokoh masyarakat setempat untuk memastikan dukungan logistik dan partisipasi peserta. Materi pelatihan disusun oleh tim dosen berdasarkan hasil kajian literatur dan pengalaman lapangan terkait pengembangan desain produk untuk UMKM.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sosialisasi mengenai pentingnya desain produk dalam meningkatkan daya saing UMKM.



Gambar 3.1 Pemaparan Materi oleh Bapak Anthon Rudy, ST., MT

(Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM)

Kegiatan ini dilanjutkan dengan pelatihan yang mencakup pengenalan konsep dasar desain produk, prinsip estetika dan fungsionalitas, serta pentingnya kemasan dan branding. Tim pelaksana menyampaikan materi menggunakan metode presentasi interaktif, diskusi kelompok, dan studi kasus.



Gambar 3.2 Pemaparan Materi oleh Bapak Anthon Rudy, ST., MT

(Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM)

Peserta juga diajak untuk menganalisis produk masing-masing dan merancang perbaikan desain sederhana. Pada tahap evaluasi, dilakukan pengukuran terhadap pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert. Kuesioner ini mencakup aspek pengetahuan dasar desain, pemahaman terhadap tren pasar, serta kesadaran akan pentingnya kemasan dan branding. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas kegiatan serta mengidentifikasi kebutuhan lanjutan yang dapat dijadikan dasar untuk program berikutnya. Kegiatan ini melibatkan 40 peserta pelaku UMKM yang terdiri dari pengusaha makanan ringan, kerajinan tangan, dan produk rumah tangga. Keterlibatan aktif peserta selama pelatihan menjadi indikator utama keberhasilan pelaksanaan kegiatan.



Gambar 3.3 penandatanganan MOA Prodi Teknik Industri dengan Lurah Kebon Cau

(Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM)

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilaksanakan berhasil memberikan pemahaman baru kepada pelaku UMKM di Desa Kebon Cau mengenai pentingnya pengembangan desain produk yang inovatif. Dari hasil evaluasi awal, mayoritas peserta mengaku belum pernah mengikuti pelatihan serupa dan memiliki pengetahuan yang terbatas tentang prinsip desain produk. Setelah mengikuti kegiatan, terdapat peningkatan signifikan dalam hal pemahaman terhadap pentingnya estetika, fungsionalitas, dan kemasan yang menarik. Materi pelatihan yang mencakup pengenalan desain produk, tren pasar, strategi branding, dan penggunaan media digital disampaikan dengan pendekatan partisipatif. Peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan kendala yang mereka alami serta mengevaluasi produk mereka secara langsung. Dalam sesi studi kasus, beberapa peserta mampu mengidentifikasi kelemahan kemasan produk mereka dan merancang solusi sederhana berbasis prinsip desain yang telah dipelajari. Dari hasil pengisian kuesioner, sebanyak 85% peserta menyatakan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dan menambah wawasan mereka. Sekitar 78% peserta merasa lebih percaya diri untuk mengembangkan desain produk mereka secara mandiri. Beberapa peserta bahkan menyampaikan rencana untuk mengganti kemasan produknya agar lebih menarik di pasaran. Temuan penting dari kegiatan ini adalah perlunya dukungan berkelanjutan dalam bentuk pendampingan intensif dan akses terhadap tenaga ahli desain. Selain itu, terbentuknya jaringan komunikasi antar pelaku UMKM pasca-kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat jejaring kolaboratif yang penting untuk keberlanjutan usaha kecil.

#### 4. Evaluasi dan Hasil

Evaluasi Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Salah satu proses evaluasi yang dilakukan team PKM adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui google form untuk mengetahui tingkat pemahaman terkait materi PKM yang sudah disampaikan. Ada tiga instrument kuesioner yang disertakan dalam form survei, yaitu:

1. Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik
2. Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami
3. Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan

Peserta PKM bisa menanggapi instrumen kuesioner tersebut dengan memilih menggunakan skala likert 1 s/d 5 (Tidak Setuju s/d Sangat Setuju). Berikut merupakan hasil evaluasi terkait pelaksanaan PKM yang sudah dilaksanakan

No	Instrumen Penilaian	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Materi yang disampaikan mudah dipahami dengan baik	0	0	0	3	27
2	Pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat	0	0	0	2	28
3	Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan	0	0	0	0	30

#### 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM di Desa Kebon Cau tentang pentingnya desain produk yang inovatif dalam meningkatkan daya saing. Pelatihan yang diberikan mampu memperkenalkan konsep desain yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan peserta. Melalui pendekatan partisipatif, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga mampu mengidentifikasi kelemahan produknya dan merancang perbaikan. Namun demikian, peningkatan pemahaman ini perlu ditindaklanjuti dengan pendampingan lanjutan agar transformasi pengetahuan menjadi praktik nyata dapat terwujud secara optimal. Dukungan dari perguruan tinggi, pemerintah daerah, serta desainer profesional sangat dibutuhkan untuk membangun ekosistem inovatif yang berkelanjutan. Dengan sinergi yang baik, UMKM lokal dapat tumbuh menjadi pelaku usaha yang tangguh dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

#### 6. SARAN

1. Pemerintah desa dan Dinas UMKM perlu mendukung keberlanjutan program pendampingan desain.
2. Perguruan tinggi dapat berperan sebagai inkubator inovasi UMKM berbasis desain.
3. Dibentuknya forum UMKM lokal untuk berbagi pengalaman dan kolaborasi lintas sektor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, April 29). Retrieved from  
<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/04/29/nilai-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-meningkat-usai-pandemi>.
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Welfare: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 64-72.
- Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.0*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dr. Adnan, S. M. (2023). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dr. Taufiq Immawan, S. M. (2024). *Metode Desain Produk*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Sarjana, S. (2022). *Manajemen UMKM: Konsep dan Strategi di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Tambunan, T. T. (2021). *UMKM Di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- Tontowi, A. E. (2020). *Desain Produk Inovatif dan Inkubasi Bisnis Kompetitif*. Yogyakarta: UGM Press.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien*, 170-186.
- Yulya Ammi Hapsari, dkk. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 53-62.
- Zulkarnain. dkk. (2022). *Pemberdayaan UMKM*. Jakarta Pusat: Expert.