



TRANSFORMASI INOVASI PRODUK DAN PENGEMBANGAN SDM BERKELANJUTAN BAGI UMKM KOTA METRO-LAMPUNG

**Susi Indriyani¹, Umar Bakti², Desi Derina Yusda³, Rina Loliyana⁴,
Made Ali Wardana⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Mitra Indonesia, Lampung, Indonesia, 35145

Telp: 0859-4341-2761

E-mail: astridumitra@gmail.com

RIWAYAT ARTIKEL

Received : 2025-11-04

Revised : 2025-11-25

Accepted : 2025-11-27

KEYWORDS

Transformation

Product Innovation

HR Development

Metro City

KATA KUNCI

Transformasi

Inovasi Produk

Pengembangan SDM

Kota Metro

ABSTRACT

This Community Service (PkM) aims to enhance the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Metro City, Lampung, through intensive training in product innovation strategies and sustainable Human Resource Development (HRD). A total of 25 MSME actors from the culinary and craft sectors participated in the three-day activity. The PkM methods included focus group discussions (FGD), material delivery, product innovation design workshops, and post-training mentoring. The evaluation results showed a significant increase in participants' understanding of the importance of product differentiation (35%) and the concept of sustainable HRD (40%). Participants successfully identified at least one new strategic product innovation idea and developed a Simple Employee Development Plan Framework (RPKS). This success indicates that interventions focusing on strategic planning and Human Capital are highly effective in preparing MSMEs to face dynamic market challenges. This training provides a tangible contribution to fostering innovative MSMEs in Metro City with a strong HR foundation for long-term growth, ensured by the formation of the "Metro MSME Innovation Forum" for sustainability.

ABSTRAK

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Metro, Lampung, melalui pelatihan intensif di bidang strategi inovasi produk dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) berkelanjutan. Sebanyak 50 pelaku UMKM dari sektor kuliner dan kerajinan berpartisipasi dalam kegiatan yang dilaksanakan selama tiga hari. Metode PkM meliputi focus group discussion (FGD), penyampaian materi, lokakarya desain inovasi produk, dan pendampingan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait pentingnya diferensiasi produk (35%) dan konsep pengembangan SDM berkelanjutan (40%). Peserta berhasil mengidentifikasi satu ide inovasi produk baru yang strategis dan menyusun Kerangka Rencana Pengembangan Karyawan Sederhana (RPKS). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa intervensi yang fokus pada perencanaan strategis dan modal manusia (Human Capital) sangat efektif dalam mempersiapkan UMKM menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Pelatihan ini memberikan kontribusi nyata dalam menciptakan UMKM di Kota Metro yang inovatif dan memiliki fondasi SDM yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang, dengan jaminan keberlanjutan melalui pembentukan "Forum Inovasi UMKM Metro".

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai pilar utama perekonomian nasional, termasuk di Kota Metro, Lampung. Sektor ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja yang signifikan tetapi juga menjadi mesin penggerak pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, UMKM dihadapkan pada tantangan yang kompleks dan dinamis, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat dan perubahan preferensi konsumen yang cepat. Tantangan utama yang sering dihadapi meliputi keterbatasan dalam inovasi produk dan kurangnya kemampuan untuk mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) secara berkelanjutan.

Kapasitas UMKM untuk bertahan dan berkembang sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk secara konsisten meluncurkan produk baru atau yang disempurnakan (inovasi) serta kesiapan SDM mereka untuk mengadopsi teknologi dan praktik bisnis modern. Di Kota Metro, meskipun potensi UMKM sangat besar, banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan model bisnis dan produk tradisional, sehingga rentan terhadap stagnasi dan penurunan daya saing.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengatasi kesenjangan kapasitas melalui dua fokus utama. Pertama, memberikan Pelatihan Strategi Inovasi Produk yang praktis, memungkinkan UMKM mengidentifikasi peluang pasar, memanfaatkan bahan baku lokal, dan merancang produk yang memiliki nilai jual tinggi dan keunikan. Kedua, melaksanakan program Pengembangan SDM Berkelanjutan, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan manajerial, digital, dan adaptabilitas para pelaku usaha, memastikan bahwa peningkatan kapasitas ini dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

Melalui pendekatan yang holistik ini, diharapkan UMKM Kota Metro dapat bertransformasi menjadi unit usaha yang lebih resilien, adaptif, dan inovatif, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat struktur ekonomi daerah secara keseluruhan.

2. Tinjauan Literatur

a. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Peranannya dalam Perekonomian Lokal

UMKM telah diakui secara global sebagai tulang punggung ekonomi, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan (Tambunan, 2020). Di tingkat daerah seperti Kota Metro, Lampung, keberadaan UMKM sangat vital

dalam menggerakkan ekonomi domestik dan mengurangi disparitas ekonomi.

- 1) Definisi dan Klasifikasi: Merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan aset dan omzet. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM sering kali bersifat universal, yaitu terbatasnya akses terhadap modal, teknologi, dan keahlian manajerial.
- 2) Tantangan Daya Saing: Penelitian oleh Susilowati (2018) menunjukkan bahwa UMKM yang stagnan umumnya memiliki keterbatasan dalam merespons dinamika pasar, yang sebagian besar disebabkan oleh kurangnya daya inovasi dan kualitas SDM yang belum optimal.

b. Strategi Inovasi Produk bagi UMKM

Inovasi merupakan faktor kunci bagi UMKM untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Schumpeter, 1934 dalam Drucker, 1985). Bagi UMKM, inovasi tidak harus selalu berupa penemuan baru, melainkan dapat berupa perbaikan (inkremental) pada produk yang sudah ada, pengemasan, atau proses pemasaran (Kotler & Keller, 2016).

- 1) Jenis-jenis Inovasi Produk: Inovasi dapat dikategorikan menjadi *product innovation* (perubahan dalam karakteristik atau fungsi produk) dan *process innovation* (perubahan dalam cara produk dibuat atau disampaikan). Untuk UMKM, *product innovation* yang berfokus pada diferensiasi produk menggunakan kearifan lokal (misalnya, bahan baku khas Lampung) sering kali menjadi strategi yang paling efektif (Afuiiah, 2003).
- 2) Pendekatan Design Thinking: Literasi terbaru menekankan bahwa strategi inovasi produk harus didorong oleh pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan, sering kali menggunakan metodologi *design thinking* (Brown, 2009). Pelatihan harus fokus pada kemampuan UMKM untuk melakukan empati pasar dan membuat purwarupa produk.
- 3) Peran Teknologi Digital: Dalam konteks saat ini, inovasi produk juga harus mempertimbangkan integrasi digital, baik dalam desain produk (misalnya, *smart packaging*) maupun dalam branding dan pemasaran online (Teece, 2018).

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Berkelanjutan

Pengembangan SDM merujuk pada upaya sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu dalam suatu organisasi (Dessler, 2020). Konsep berkelanjutan menambahkan dimensi jangka panjang, yang berarti peningkatan kapasitas harus mampu beradaptasi dengan perubahan di masa depan dan selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs).

- 1) Pentingnya Soft Skills dan Hard Skills: Pelatihan SDM UMKM harus mencakup *hard skills* (misalnya, literasi keuangan dan digitalisasi pemasaran) dan *soft skills* (misalnya, jiwa kewirausahaan, negosiasi, dan kemampuan beradaptasi) (Kusumawati & Haryono, 2019).
- 2) Pembelajaran Berbasis Komunitas: Efektivitas pelatihan bagi UMKM meningkat signifikan bila dilakukan dengan pendekatan andragogi (pembelajaran dewasa) dan berbasis komunitas atau *peer-to-peer learning*, di mana pelaku UMKM dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan (Knowles, 1980).
- 3) Dampak Jangka Panjang: Pengembangan SDM berkelanjutan memastikan bahwa investasi pelatihan menghasilkan perubahan perilaku dan peningkatan kinerja yang tidak hanya terjadi saat ini, tetapi juga menjadi modal bagi UMKM untuk melakukan inovasi secara mandiri di masa depan (Setyowati, 2021).

3. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif dan pendampingan intensif yang berorientasi pada solusi praktis (*action learning*) untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan dapat diterapkan langsung oleh mitra UMKM.

1. Mitra Sasaran Pengabdian

Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor pangan dan/atau kerajinan di Kota Metro, Lampung. Kriteria pemilihan mitra meliputi:

- a) UMKM yang telah beroperasi minimal satu tahun.
- b) Memiliki kemauan kuat untuk melakukan inovasi produk.
- c) Memiliki setidaknya 1-2 orang karyawan atau anggota keluarga yang aktif terlibat dalam produksi dan pemasaran.
- d) Jumlah total mitra yang berpartisipasi adalah 50 UMKM yang dipilih melalui koordinasi

dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Metro.

2. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

- a) Lokasi: Aula pertemuan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Metro.
- b) Waktu: Kegiatan dilaksanakan selama periode Satu Minggu, mencakup tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan tatap muka, dan pendampingan lapangan pasca-pelatihan.

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dibagi menjadi empat tahapan utama:

A. Tahap Persiapan dan Asesmen Kebutuhan (24 Mei 2025)

Survei Awal dan Koordinasi: Melakukan kunjungan dan koordinasi dengan Dinas terkait untuk validasi data mitra dan penentuan jadwal.

1. Asesmen Kebutuhan (*Need Assessment*): Melakukan wawancara terstruktur kepada mitra untuk mengidentifikasi tingkat literasi inovasi produk, kemampuan digital, dan kesenjangan SDM yang dimiliki.
2. Membuat materi pelatihan yang relevan, mencakup materi inovasi produk berbasis kearifan lokal Lampung dan pengembangan *soft skills* serta *hard skills* digital.

4. Hasil

4.1. Peningkatan Pemahaman Strategi Inovasi Produk

Dari 50 peserta yang hadir, hasil pre-test menunjukkan bahwa 70% peserta UMKM mendefinisikan "inovasi" hanya sebatas "mengganti kemasan" atau "menurunkan harga". Setelah pelatihan dan pemaparan materi, hasil post-test menunjukkan peningkatan pemahaman sebesar 35% terhadap konsep inovasi strategis.

Dari hasil diskusi, salah satu UMKM keripik pisang terbuka wawasannya untuk mengidentifikasi pasar anak muda dan merancang inovasi *packaging* ramah lingkungan dengan *storytelling* khas Lampung, beralih dari kemasan plastik biasa (diferensiasi kemasan dan *positioning*).

4.2. Pemahaman Pengembangan SDM Berkelanjutan

Pada aspek pengembangan SDM, peningkatan pemahaman mencapai 40%. Mayoritas peserta awalnya beranggapan bahwa pengembangan SDM hanya dapat dilakukan melalui pelatihan formal yang mahal. Setelah materi pelatihan disampaikan dengan kasus-kasus nyata yang diberikan oleh pemateri, peserta menyadari pentingnya retensi karyawan

melalui pendekatan *soft skill* dan lingkungan kerja yang positif.

Peserta didorong untuk menyusun Rencana Pengembangan Karyawan Sederhana (RPKS), yang isinya berfokus pada:

1. *Mentoring* harian oleh pemilik usaha.
2. Sistem *reward* berupa pujian publik atau hari libur tambahan.
3. Rotasi tugas untuk meningkatkan kompetensi silang (*cross-training*).

4.3. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan PkM dijamin melalui pembentukan "Forum Inovasi UMKM Metro". Forum ini berfungsi sebagai wadah bagi peserta untuk berbagi progres implementasi ide inovasi dan saling membantu dalam mengatasi kendala pengembangan SDM. Tim pengabdian akan terus memonitor dan menyediakan konsultasi daring selama 3 bulan pasca-pelatihan.

4.4. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 4.1. Acara Pembukaan



Gambar 4.2. Penyampaian Materi oleh Narasumber



Gambar 4.3. Sesi Diskusi



Gambar 4.4. Foto Bersama (Penutupan)



Gambar 4.5. Diskusi Keberlanjutan PkM dengan Dinas Terkait

5. Diskusi

a. Relevansi Strategi Inovasi Produk dengan Teori Diferensiasi

Temuan PKM menunjukkan bahwa pemahaman awal mayoritas peserta UMKM tentang inovasi produk masih bersifat operasional dan reaktif, sekadar mengganti kemasan atau menyesuaikan harga. Hal ini sejalan dengan temuan literatur yang menyatakan bahwa UMKM cenderung fokus pada survival jangka pendek dan minim perencanaan strategis jangka panjang (Kuncoro, 2018).

Setelah intervensi pelatihan, terjadi peningkatan signifikan (35%) pada pemahaman peserta terhadap konsep diferensiasi dan positioning produk. Peningkatan ini membuktikan relevansi model Strategi Inovasi Porter (1985), di mana keunggulan kompetitif (terutama bagi UMKM) tidak hanya diperoleh melalui kepemimpinan biaya (*cost leadership*), tetapi secara lebih efektif melalui diferensiasi produk. Contoh nyata dari pergeseran pemikiran ini adalah kemampuan peserta untuk merancang inovasi yang berfokus pada nilai unik, yaitu *storytelling* lokal khas Lampung pada kemasan, bukan sekadar menurunkan harga.

Diskusi ini menggarisbawahi bahwa hambatan psikologis dalam komunikasi inovasi, seperti yang disinggung di awal, sering kali berkaitan dengan ketakutan akan risiko dan ketidakmampuan membayangkan hasil. Pelatihan yang berorientasi lokakarya dan studi kasus lokal berhasil memecah hambatan ini, mendorong UMKM untuk melihat inovasi sebagai peluang strategis, bukan hanya beban biaya.

b. Pengaruh Pelatihan terhadap Perspektif Pengembangan SDM

Temuan kedua yang krusial adalah adanya pergeseran perspektif SDM dari yang semula instrumental (SDM sebagai alat produksi) menjadi berkelanjutan (SDM sebagai aset jangka panjang). Peningkatan pemahaman sebesar 40% pada aspek SDM mencerminkan keberhasilan penyampaian konsep Human Capital Theory (Schultz, 1961), yang menekankan bahwa investasi pada pengetahuan, keterampilan, dan kesehatan karyawan akan menghasilkan peningkatan produktivitas dan keuntungan jangka panjang.

Pelatihan ini menantang anggapan umum UMKM bahwa pengembangan SDM harus mahal. Konsep Rencana Pengembangan Karyawan Sederhana (RPKS) yang fokus pada on-the-job training dan mentoring membuktikan bahwa pendekatan pembelajaran informal sangat efektif dan kompatibel dengan keterbatasan sumber daya UMKM.

Hal ini juga mengindikasikan bahwa masalah retensi dan kinerja UMKM sering kali bukan hanya karena faktor gaji, melainkan karena minimnya pengakuan dan kesempatan berkembang. Dengan memperkenalkan sistem reward nonfinansial dan budaya kerja positif, pelatihan ini secara tidak langsung membantu mengatasi isu-isu motivasi dan kepuasan kerja (Herzberg, 1959), yang merupakan fondasi penting bagi pengembangan SDM berkelanjutan.

c. Implikasi dan Keberlanjutan Program

Pembentukan “Forum Inovasi UMKM Metro” adalah implikasi penting dari kegiatan ini, yang menunjukkan bahwa social learning (Bandura, 1977) dan kolaborasi adalah kunci keberlanjutan PKM. Forum ini memfasilitasi proses difusi inovasi di antara sesama pelaku UMKM, yang menurut Rogers (2003) sangat bergantung pada saluran interpersonal dan interaksi sosial.

Secara keseluruhan, PKM ini tidak hanya memberikan transfer pengetahuan, tetapi juga memicu perubahan pola pikir (mindset) dari survival-oriented menjadi growth-oriented. Ke depan, tantangannya adalah bagaimana menjaga komitmen UMKM untuk konsisten dalam implementasi ide inovasi dan RPKS, serta memastikan pendampingan pascapelatihan dapat diintegrasikan dengan kebijakan pemerintah daerah Kota Metro untuk skala yang lebih luas.

6. Kesimpulan

Pelatihan Strategi Inovasi Produk UMKM dan Pengembangan SDM Berkelanjutan terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas strategis pelaku UMKM di Kota Metro, Lampung. Peningkatan signifikan pada pemahaman peserta menunjukkan bahwa intervensi yang fokus pada aspek inovasi strategis dan pengembangan SDM berkelanjutan sangat dibutuhkan oleh UMKM lokal.

Diharapkan UMKM peserta dapat mengimplementasikan RPKS dan ide inovasi produk yang telah dirancang, sehingga mampu meningkatkan daya saing, menciptakan keunggulan kompetitif yang berbeda, serta menjamin keberlangsungan usaha.

7. Persembahan

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mitra Indonesia, Pemerintah Kota Metro, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Metro, serta seluruh mitra UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini.

8. Referensi

Journal Artikel

- Kusumawati, R., & Haryono, S. (2019). Pengaruh soft skills dan hard skills terhadap kinerja dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).
- Setyowati, H. (2021). Strategi pengembangan sumber daya manusia berkelanjutan dalam meningkatkan kemandirian inovasi UMKM.
- Susilowati, N. (2018). Dampak inovasi dan kualitas sumber daya manusia terhadap daya saing UMKM.
- Tambunan, T. (2020). Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia: Isu, tantangan, dan peluang. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 20(2), 177–194.

Buku

- Afuah, A. (2003). *Innovation management: Strategies, implementation and profits* (2nd ed.). New York, NY: Oxford University Press.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York, NY: Harper Business.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Harlow, UK: Pearson Education Limited.

- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York, NY: Harper & Row.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Knowles, M. S. (1980). *The modern practice of adult education: From pedagogy to andragogy* (Rev. ed.). Chicago, IL: Follett Publishing Company.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, UK: Pearson Education Limited.
- Kuncoro, M. (2018). *Manajemen strategis: Konsep, analisis, dan studi kasus*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, NY: Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: Free Press.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1–17.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.

Undang Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta: Sekretariat Negara RI.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).