

Workshop Inovasi Produk dan Diversifikasi Usaha Bagi Pelaku UMKM Desa

Riyanti^{*1}, Vera Selviana Adoe², Mohammad Muslimin³, Hartono⁴, Nersiwad⁵

¹Universitas Amir Hamzah, Jl. Pancing Pasar V Barat, Medan Estate, Kenangan Baru, Percut Sei Tuan, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20219

²STIKOM Artha Buana, Jl. Sam Ratulangi III No.1, Oesapa Bar., Kec. Klp. Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Tim. 85111

³Universitas Islam Majapahit, Jl. Raya Jabon No.KM.0,7, Tambak Rejo, Gayaman, Kec. Mojoanyar, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61364

⁴Universitas Islam Majapahit, Jl. Raya Jabon No.KM.0,7, Tambak Rejo, Gayaman, Kec. Mojoanyar, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61364

⁵Universitas Islam Majapahit, Jl. Raya Jabon No.KM.0,7, Tambak Rejo, Gayaman, Kec. Mojoanyar, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61364

E-mail: riyantihassim@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3068>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 September 2025

Revised: 26 September 2025

Accepted: 15 October 2025

Kata Kunci

Inovasi Produk,
Diversifikasi Usaha,
UMKM

Keywords

Product Innovation,
Business Diversification,
MSMEs



ABSTRACT

Kegiatan Workshop Inovasi Produk dan Diversifikasi Usaha bagi Pelaku UMKM bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM desa dalam mengembangkan produk dan strategi usaha berbasis potensi lokal. Workshop dilaksanakan melalui tahapan persiapan, pelatihan partisipatif, praktik langsung inovasi produk dan diversifikasi usaha, serta evaluasi dan pendampingan lanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Workshop Inovasi Produk dan Diversifikasi Usaha bagi pelaku UMKM desa terbukti meningkatkan pengetahuan, keterampilan praktis, motivasi kewirausahaan, serta membentuk jejaring kolaborasi yang memperkuat daya saing dan kemandirian ekonomi lokal. Kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi produk, diversifikasi usaha, dan pemanfaatan teknologi digital dapat diterapkan secara nyata untuk mendukung pengembangan UMKM dan pemberdayaan masyarakat desa.

The Product Innovation and Business Diversification Workshop for MSMEs aims to increase the capacity of rural MSMEs to develop products and business strategies based on local potential. The workshop was implemented through preparation stages, participatory training, direct practice of product innovation and business diversification, as well as evaluation and follow-up mentoring. The results of the activity showed that the Product Innovation and Business Diversification Workshop for rural MSMEs was proven to increase knowledge, practical skills, entrepreneurial motivation, and form collaborative networks that strengthen local economic competitiveness and independence. This activity demonstrated that product innovation, business diversification, and the use of digital technology can be implemented in real life to support MSME development and village community empowerment.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Riyanti, et al (2025). Workshop Inovasi Produk dan Diversifikasi Usaha Bagi Pelaku UMKM Desa ,4(2) 7889-7898 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3068>

PENDAHULUAN

UMKM merupakan industri usaha ekonomi produktif yang dikembangkan dan dikelola oleh masyarakat dengan tujuan untuk mencapai kebutuhan hidup masyarakat. UMKM umumnya adalah usaha milik perorangan atau badan Usaha keduanya disebut sebagai pelaku usaha yang menghasilkan

produk sendiri. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Bintoro et al., n.d.). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Di Indonesia, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang utama dalam menjaga stabilitas ekonomi, tetapi juga menjadi wadah penting dalam menciptakan kesempatan kerja bagi jutaan masyarakat di berbagai lapisan (Soegiastuti et al., 2025).

Keberadaan UMKM, khususnya di wilayah pedesaan, memberikan dampak yang nyata karena mampu berperan sebagai motor penggerak ekonomi lokal yang secara langsung menekan angka pengangguran sekaligus meningkatkan taraf hidup masyarakat (Gobal & Tasik Allo, 2024). Dengan karakteristik skala usaha yang cenderung fleksibel serta adaptif terhadap kondisi lingkungan, UMKM pedesaan sering kali menjadi tulang punggung yang menopang aktivitas ekonomi setempat, sehingga keberadaannya sangat vital dalam memperkuat kemandirian desa serta mewujudkan kesejahteraan bersama.

Namun, di era globalisasi yang berlangsung begitu cepat dan kemajuan teknologi yang terus berkembang, pelaku UMKM di desa dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks dan berlapis. Persaingan usaha yang kian sengit, perubahan kebutuhan serta preferensi konsumen yang berlangsung secara dinamis, ditambah dengan tekanan untuk mampu mengikuti perkembangan teknologi digital, menjadi hambatan signifikan yang tidak dapat diabaikan. Kondisi ini menuntut para pelaku UMKM desa untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi, tidak hanya agar dapat mempertahankan eksistensi usahanya, tetapi juga untuk memanfaatkan peluang baru, melakukan inovasi, dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan di tengah lingkungan bisnis yang terus berubah (Wilyawati et al., 2022).

Salah satu persoalan yang kerap muncul adalah keterbatasan dalam hal inovasi produk. Inovasi produk sendiri merupakan sekumpulan proses yang saling mempengaruhi untuk menciptakan dan mengembangkan suatu produk yang lain dari yang pernah ada dan menyempurnakan kekurangan dari temuan terdahulu yang dilakukan berdasarkan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar (Vista Efanny Fillayata, 2020). Namun, banyak pelaku UMKM di desa masih bertahan pada produk tradisional tanpa adanya upaya pembaruan, baik dari segi mutu, desain, maupun nilai tambahnya. Padahal, inovasi menjadi faktor penting untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing produk di tengah pasar yang kompetitif. Produk yang tidak mengalami perkembangan akan berisiko ditinggalkan konsumen yang cenderung mencari variasi serta kualitas yang lebih baik (Rahayu et al., 2024).

Selain inovasi produk, diversifikasi usaha juga menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM desa. Diversifikasi usaha merupakan strategi pengembangan bisnis dengan cara memperluas jenis produk, layanan, atau bidang usaha yang dijalankan, baik masih terkait dengan usaha utama maupun yang berbeda sama sekali (Musa et al., 2025). Tujuan dari diversifikasi usaha adalah untuk memperkuat posisi dan keberlangsungan bisnis dengan cara memperluas ruang lingkup produk, layanan, maupun pasar yang digarap (M. Hasanur Arifin et al., 2025). Ketergantungan pada satu jenis usaha membuat UMKM lebih rentan terhadap perubahan dan fluktuasi permintaan pasar. Sebagai contoh, jika permintaan suatu produk menurun, keberlangsungan usaha dapat terancam. Melalui diversifikasi, pelaku UMKM berpeluang mengurangi risiko sekaligus membuka kesempatan memperoleh sumber pendapatan yang lebih beragam.

Kondisi geografis setiap desa yang unik beserta ketersediaan sumber daya alamnya sebenarnya memberikan peluang besar untuk pengembangan inovasi produk dan diversifikasi usaha. Setiap wilayah memiliki ciri khas tersendiri, baik dari sisi hasil pertanian, perkebunan, perikanan, maupun produk olahan lokal yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah. Namun demikian, potensi tersebut masih belum dimanfaatkan secara optimal, yang sebagian besar disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, keterampilan teknis, serta akses terhadap informasi dan teknologi yang dimiliki oleh para pelaku UMKM (Amri & Burhan, 2025). Akibatnya, peluang untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar bagi produk-produk desa masih belum terealisasi sepenuhnya, sehingga pengembangan usaha seringkali berjalan secara terbatas dan kurang maksimal.

Di sisi lain, keterbatasan akses bagi pelaku UMKM desa terhadap program pelatihan dan pendampingan secara signifikan menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha mereka. Banyak pelaku UMKM yang belum memperoleh informasi terkini mengenai tren pasar, strategi

pemasaran modern, maupun teknik pengolahan produk yang inovatif dan berdaya saing tinggi. Kondisi ini membuat mereka menghadapi kesulitan dalam meningkatkan kualitas produk, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, sangat penting untuk menghadirkan suatu wadah edukasi dan pembelajaran yang tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga membekali para pelaku UMKM dengan keterampilan praktis dan aplikatif yang dapat langsung diterapkan untuk mendorong inovasi, diversifikasi produk, dan peningkatan daya saing usaha mereka (Agustin et al., 2024).

Workshop menjadi salah satu bentuk kegiatan yang efektif untuk menjawab kebutuhan tersebut. Melalui *Workshop*, pelaku UMKM desa dapat memperoleh pengetahuan baru secara langsung dari praktisi maupun akademisi. Selain itu, *Workshop* memungkinkan adanya interaksi dua arah, sehingga peserta dapat berdiskusi, bertanya, dan mempraktikkan keterampilan baru yang diperoleh (Rahmawati Masitoh & Andari, 2023). Proses pembelajaran yang demikian memungkinkan terjadinya transfer ilmu yang lebih aplikatif, sehingga materi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diimplementasikan dibandingkan dengan metode pembelajaran yang hanya menekankan teori tanpa praktik nyata.

Workshop inovasi produk, dapat memberikan wawasan bagi pelaku UMKM mengenai cara-cara menciptakan produk baru dengan memaksimalkan potensi bahan baku lokal yang tersedia di desa. Kegiatan ini juga menekankan pentingnya peningkatan kualitas kemasan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan nilai estetika dan daya tarik produk, sekaligus pemanfaatan teknologi sederhana yang dapat mendukung proses produksi maupun pemasaran (Mawardi et al., 2024). Dengan pendekatan tersebut, *workshop* tidak hanya membantu peserta memahami aspek teknis pembuatan produk, tetapi juga mendorong terciptanya nilai tambah yang dapat memperkuat ciri khas dan identitas produk lokal. Dampak dari proses ini tidak terbatas pada peningkatan kualitas produk semata, tetapi juga berpotensi memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk desa di tingkat yang lebih luas, sehingga memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi pelaku UMKM.

Sementara itu, *Workshop* diversifikasi usaha dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai strategi untuk mengembangkan lini usaha baru yang tetap sesuai dengan potensi dan sumber daya lokal (Wijaya, 2024). Contohnya, pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan olahan dapat diperkenalkan pada peluang usaha di sektor pariwisata kuliner atau memanfaatkan layanan digital marketing untuk mempromosikan produk desa kepada pasar yang lebih luas. Pendekatan diversifikasi ini tidak hanya memungkinkan peningkatan sumber pendapatan, tetapi juga membantu memperluas jaringan usaha yang lebih berkelanjutan, sehingga pelaku UMKM dapat membangun usaha yang lebih adaptif, kreatif, dan kompetitif di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Keberadaan *Workshop* juga memiliki peran penting dalam membentuk mentalitas kewirausahaan yang lebih adaptif dan terbuka terhadap perubahan. Sebagian besar pelaku UMKM di desa masih cenderung nyaman dengan pola usaha tradisional yang selama ini dijalankan. Melalui *workshop*, peserta diberikan dorongan untuk keluar dari zona nyaman tersebut dan mulai mengeksplorasi strategi baru yang lebih kreatif dan inovatif. Perubahan cara pandang dan pola pikir inilah yang kerap menjadi langkah awal bagi transformasi usaha yang berhasil, memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih responsif terhadap dinamika pasar dan mampu menghadapi tantangan dengan pendekatan yang lebih progresif (Adiputra et al., 2024).

Di samping itu, *Workshop* dapat menjadi sarana strategis untuk membangun jejaring yang solid di antara para pelaku UMKM desa. Melalui interaksi yang terjalin dalam forum ini, para peserta tidak hanya berkesempatan untuk saling bertukar pengalaman terkait pengelolaan usaha, tetapi juga dapat membuka peluang kolaborasi yang produktif serta membentuk kemitraan usaha yang saling menguntungkan. Dengan terbentuknya jejaring yang kuat, UMKM desa dapat saling mendukung satu sama lain dalam menghadapi tantangan pasar, sekaligus memperluas jangkauan dan memperkuat posisi mereka di tingkat pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional (Nur Ismianah, 2025).

Perlu juga ditegaskan bahwa inovasi produk dan diversifikasi usaha tidak semata-mata berfokus pada pencapaian keuntungan ekonomi. tetapi juga pada aspek keberlanjutan. Pemanfaatan sumber daya lokal secara cermat dan bijaksana akan mendorong terciptanya usaha yang lebih ramah lingkungan serta mampu memberikan kontribusi nyata terhadap ketahanan ekonomi desa. Dengan menghadirkan inovasi yang berpijak pada prinsip keberlanjutan, para pelaku UMKM tidak hanya memperoleh manfaat jangka pendek, melainkan juga dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat luas.

Pemerintah bersama lembaga terkait memegang peranan yang sangat penting dalam memastikan keberhasilan penyelenggaraan *Workshop* semacam ini. Bentuk dukungan yang dapat diberikan

mencakup penyediaan fasilitas yang memadai, menghadirkan narasumber yang kompeten, hingga memberikan bantuan pendanaan untuk menunjang kelancaran kegiatan. Sinergi dan kolaborasi yang terjalin antara pemerintah, kalangan akademisi, serta masyarakat membuat *Workshop* dapat berjalan lebih efektif dan memberikan hasil nyata dalam upaya memberdayakan UMKM desa sehingga mereka mampu tumbuh, berkembang, dan bersaing di pasar yang lebih luas (Nurlaela et al., 2024).

Melalui penyelenggaraan *Workshop* inovasi produk dan diversifikasi usaha, diharapkan para pelaku UMKM desa dapat mengembangkan kemampuan dalam meningkatkan daya saing produk yang mereka hasilkan, sekaligus memperluas jangkauan pasar ke tingkat yang lebih luas. Tidak hanya itu, kegiatan ini juga diharapkan mampu memperkuat ketahanan usaha agar lebih stabil dalam menghadapi berbagai dinamika ekonomi. *Workshop* semacam ini menjadi sebuah langkah strategis yang sangat penting karena tidak hanya mendorong optimalisasi potensi sumber daya desa, tetapi juga memberikan bekal bagi pelaku UMKM untuk menghadapi tantangan globalisasi yang semakin kompleks, di mana kemampuan beradaptasi dengan cepat dan tepat menjadi faktor penentu keberhasilan.

Dengan demikian, keberadaan *Workshop* ini tidak hanya penting bagi peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM, tetapi juga bagi pembangunan ekonomi desa secara keseluruhan. Desa yang memiliki UMKM inovatif dan beragam akan lebih mandiri secara ekonomi, mampu menciptakan lapangan kerja baru, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penyelenggaraan *Workshop* yang berfokus pada inovasi produk dan diversifikasi usaha bagi pelaku UMKM desa dapat dipandang sebagai suatu kebutuhan mendesak sekaligus relevan dengan kondisi perkembangan zaman, terutama di tengah tuntutan era modern yang menekankan kreativitas, adaptasi, dan keberlanjutan.

METODE

Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan serangkaian kegiatan awal sebelum pelaksanaan *Workshop*, meliputi:

1. Identifikasi kebutuhan UMKM desa melalui survei lapangan untuk mengetahui permasalahan utama terkait inovasi produk dan diversifikasi usaha.
2. Koordinasi dengan mitra desa, aparat pemerintah, serta kelompok UMKM setempat guna mendapatkan dukungan penuh.
3. Penyusunan modul pelatihan yang berisi materi inovasi produk, teknik diversifikasi usaha, strategi pengemasan, serta pemanfaatan teknologi sederhana untuk pemasaran.
4. Persiapan instrumen evaluasi berupa lembar observasi, kuesioner, dan pedoman wawancara untuk mengukur ketercapaian program.

Tahap Implementasi

Pelaksanaan *Workshop* dilakukan dengan metode partisipatif dan praktik langsung, agar peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkan hasil belajar. Rangkaian kegiatan meliputi:

1. Pemaparan Materi Dasar, mengenai pentingnya inovasi produk, tren pasar, serta peluang diversifikasi usaha berbasis potensi lokal.
2. Praktik Inovasi Produk, peserta diajak membuat produk baru atau mengembangkan produk lama dengan sentuhan inovasi, misalnya pada cita rasa, kemasan, atau branding.
3. Diversifikasi Usaha, memberikan contoh model usaha turunan dari produk utama agar UMKM memiliki lebih dari satu sumber pendapatan.
4. Pengemasan dan Branding, pelatihan teknik desain kemasan yang menarik serta strategi promosi melalui media sosial dan marketplace.
5. Diskusi dan Tanya Jawab, forum interaktif agar peserta dapat menyampaikan kendala dan mencari solusi bersama.

Tahap Evaluasi

Proses evaluasi dilaksanakan dengan tujuan untuk menilai sejauh mana tingkat keberhasilan dan efektivitas dari *Workshop* yang telah diselenggarakan, khususnya dalam memberikan dampak terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan para pelaku UMKM desa dalam mengembangkan usahanya. Evaluasi dilaksanakan melalui:

1. Kuesioner, untuk mengukur tingkat kepuasan dan pemahaman peserta terhadap materi *Workshop*.
2. Observasi hasil praktik, untuk menilai produk inovasi dan diversifikasi usaha yang dibuat peserta.

3. Wawancara singkat, untuk menggali kesan, saran, serta rencana tindak lanjut dari peserta setelah *Workshop*.

Tahap Pendampingan Lanjutan

Agar hasil *Workshop* tidak berhenti pada kegiatan pelatihan saja, dilakukan pendampingan berkelanjutan berupa:

1. Monitoring penerapan hasil di usaha masing-masing UMKM.
2. Bimbingan personal bagi UMKM yang membutuhkan pendampingan khusus, misalnya terkait desain kemasan atau strategi promosi.
3. Fasilitasi jejaring dengan pihak eksternal (marketplace, koperasi, atau komunitas bisnis) untuk memperluas pasar produk desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan *Workshop* Inovasi Produk dan Diversifikasi Usaha bagi Pelaku UMKM Desa berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. *Workshop* dilaksanakan selama dua hari dengan pendekatan partisipatif, melibatkan sekitar 35 pelaku UMKM desa dari berbagai sektor usaha. Sektor usaha yang terlibat mencakup bidang makanan dan minuman, kerajinan tangan berbasis lokal, produk pertanian olahan, serta jasa pendukung berbasis desa.

Secara garis besar, terdapat beberapa hasil yang berhasil dicapai:

1. Peningkatan Pengetahuan

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan pada rata-rata skor pengetahuan peserta, yakni sebesar 35%. Kenaikan ini menggambarkan bahwa *Workshop* mampu memberikan tambahan pemahaman yang lebih baik bagi peserta, khususnya terkait dengan konsep dasar inovasi produk, strategi dalam melakukan diversifikasi usaha, serta keterampilan dalam menerapkan teknik pemasaran berbasis digital untuk mendukung pengembangan usaha mereka. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Martusa et al., 2024) menjelaskan bahwa sebagian besar peserta *workshop* inovasi produk mengalami peningkatan pengetahuan mengenai cara mendesain produk dan prosesnya.

2. Keterampilan Praktis

Para peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung berbagai topik yang diberikan dalam *Workshop*. Beberapa keterampilan yang dipraktikkan antara lain teknik pengemasan produk agar terlihat lebih menarik dan bernilai jual tinggi, cara mengolah bahan baku lokal menjadi produk baru yang memiliki daya saing, serta pemanfaatan aplikasi digital sederhana untuk menunjang kegiatan pemasaran. Dari seluruh peserta yang terlibat, tercatat sekitar 70% berhasil menciptakan prototipe produk inovatif selama sesi praktik, yang menunjukkan adanya kemampuan nyata dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfarizi et al., 2024) mengemukakan bahwa dengan adanya pelatihan memberikan peserta keterampilan praktis dalam mengolah bahan-bahan alam menjadi produk yang memiliki nilai jual.

3. Rancangan Diversifikasi Usaha

Sekitar 60% peserta menyusun rancangan diversifikasi usaha dengan memanfaatkan potensi dan sumber daya yang telah mereka miliki sebelumnya. Misalnya, pada pelaku usaha keripik singkong yang mencoba mengembangkan inovasi produk dengan menghadirkan varian baru berupa camilan sehat berbahan dasar talas dan ubi ungu. Hal tersebut menunjukkan adanya kreativitas peserta dalam memperluas lini produk tanpa harus meninggalkan usaha utama yang telah dijalankan.

4. Motivasi dan Sikap Kewirausahaan

Hasil observasi menunjukkan adanya perubahan positif pada diri peserta, terutama dalam hal peningkatan motivasi dan tumbuhnya rasa percaya diri untuk mengembangkan usaha yang mereka jalankan. Sebagian besar peserta juga menyatakan bahwa setelah mengikuti rangkaian kegiatan *Workshop*, mereka merasa lebih optimis dan siap menghadapi tantangan maupun persaingan pasar, karena memiliki bekal pengetahuan dan keterampilan yang lebih memadai.

5. Jejaring Kolaborasi

Workshop ini tidak hanya memberikan manfaat dalam bentuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga berhasil menciptakan jejaring yang kuat di antara para pelaku UMKM desa. Interaksi yang terjalin selama kegiatan mendorong peserta untuk saling bertukar pengalaman, berbagi

ide, serta menjajaki peluang kerja sama yang dapat memberikan keuntungan bersama. Dari hasil diskusi, beberapa peserta bahkan merencanakan untuk membentuk kolaborasi dalam wujud kelompok usaha bersama. Bentuk kerja sama ini terutama difokuskan pada bidang pemasaran digital, di mana mereka dapat saling mendukung dalam promosi produk, serta dalam penyediaan bahan baku, sehingga biaya produksi dapat ditekan dan keberlangsungan usaha lebih terjamin. Kehadiran jejaring ini menjadi modal sosial yang sangat penting bagi UMKM desa untuk berkembang secara kolektif dan lebih kompetitif.

Pembahasan

Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa bahwa *Workshop* yang dirancang dengan menekankan pada aspek inovasi dan diversifikasi usaha terbukti efektif dalam memberikan jawaban terhadap berbagai tantangan yang selama ini dihadapi oleh UMKM desa. Hal ini sejalan dengan orientasi utama PKM, yakni menciptakan solusi yang tidak hanya kreatif dan aplikatif, tetapi juga memiliki dampak nyata yang dapat langsung dirasakan oleh masyarakat. Melalui program tersebut, mahasiswa tidak sekadar hadir sebagai fasilitator dalam kegiatan, melainkan juga berperan penting sebagai agen perubahan yang mentransfer pengetahuan, keterampilan, dan wawasan baru kepada para pelaku usaha. Dengan cara demikian, kegiatan ini mampu menciptakan nilai tambah sekaligus mendorong terjadinya transformasi yang berkelanjutan bagi UMKM desa.

Inovasi Produk Sebagai Strategi Daya Saing

Inovasi produk menjadi faktor krusial yang menentukan tingkat daya saing UMKM desa dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Melalui pelaksanaan *Workshop*, menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mulai memiliki kesadaran baru mengenai pentingnya melakukan diferensiasi produk sebagai strategi agar tetap bertahan dan mampu menarik minat konsumen. Kesadaran ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir dari sekadar mempertahankan produk lama menuju upaya untuk menciptakan sesuatu yang lebih kreatif, unik, dan bernilai jual lebih tinggi.

Dalam konteks tersebut, teori inovasi yang dikemukakan oleh Schumpeter mengenai *creative destruction* menjadi sangat relevan. Konsep ini menekankan bahwa setiap produk lama yang sudah tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan pasar perlu diperbarui, dimodifikasi, atau bahkan digantikan dengan inovasi baru yang memiliki nilai tambah lebih besar. Prinsip tersebut tercermin dalam sikap para peserta *Workshop* yang mulai terbuka terhadap ide-ide kreatif, misalnya dengan mengembangkan varian baru, memperbaiki kualitas, maupun memanfaatkan teknologi sederhana untuk meningkatkan daya tarik produk.

Melalui sesi praktik, para peserta berhasil menciptakan produk inovasi sederhana sebagai hasil dari pembelajaran yang mereka terima. Salah satu contoh yang menarik adalah inovasi dari pelaku usaha minuman tradisional jahe instan, yang mencoba menghadirkan varian baru dengan menambahkan rempah-rempah lokal, seperti kayu manis dan kapulaga. Kombinasi bahan tersebut tidak hanya memperkaya cita rasa minuman, tetapi juga memberikan manfaat tambahan dari segi kesehatan, sehingga menjadikan produk lebih bernilai. Kegiatan praktik ini sekaligus membuktikan bahwa konsep inovasi dapat segera diterapkan secara nyata, dengan cara memanfaatkan potensi sumber daya lokal yang melimpah di lingkungan desa.

Diversifikasi Usaha sebagai Bentuk Manajemen Risiko

Diversifikasi usaha memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas pendapatan UMKM. Temuan dalam kegiatan ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang hanya bergantung pada satu jenis produk sebagai sumber utama penghasilan. Ketergantungan ini membuat usaha mereka sangat rentan apabila terjadi penurunan permintaan pasar. Melalui *Workshop*, peserta mulai terdorong untuk menyusun langkah diversifikasi, baik dengan menambahkan varian baru pada produk yang sudah ada, maupun dengan merintis lini usaha lain yang tetap sesuai dengan potensi dan ketersediaan sumber daya di lingkungan sekitar. (Sugiarto et al., 2023) dalam penelitiannya juga mengatakan, “diversifikasi produk dapat dilakukan dengan cara menambahkan nilai tambah produk, seperti menggunakan bahan baku yang berkualitas, menambahkan unsur-unsur budaya lokal, atau menambahkan fungsionalitas produk”.

Hal ini sesuai dengan konsep manajemen risiko dalam dunia kewirausahaan yang menekankan pentingnya memperluas portofolio usaha agar keberlangsungan bisnis lebih terjamin. Diversifikasi tidak hanya dipahami sebagai upaya menambah variasi produk, tetapi juga sebagai langkah strategis untuk mengurangi ketergantungan pada satu pasar atau jenis konsumen. Sebagai contoh, seorang pelaku usaha kerajinan bambu yang sebelumnya hanya berfokus pada produksi peralatan rumah tangga mulai

mencoba menciptakan produk-produk baru berupa souvenir unik yang ditujukan bagi wisatawan yang datang berkunjung ke desa. Inisiatif ini tidak hanya memperluas target pasar, tetapi juga memberikan kesempatan bagi produk lokal untuk lebih dikenal. Dengan adanya strategi tersebut, pelaku usaha dapat membuka peluang pasar baru sekaligus memperpanjang siklus hidup usahanya, sehingga mampu bertahan dalam persaingan yang semakin dinamis. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nengsih et al., 2025) penerapan strategi diversifikasi produk baik secara horizontal maupun vertical memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan volume penjualan dan *margin* keuntungan.

Pemanfaatan Teknologi Digital

Salah satu aspek penting yang menjadi fokus dalam *Workshop* adalah penerapan strategi pemasaran berbasis digital sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar. Dari hasil kegiatan terlihat bahwa mayoritas peserta belum memanfaatkan media sosial maupun marketplace secara maksimal dalam menunjang aktivitas bisnis mereka. Keterbatasan ini membuat produk yang mereka hasilkan kurang mendapatkan eksposur dan sulit bersaing dengan pelaku usaha lain yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Melalui sesi pendampingan intensif, para peserta mulai dibimbing untuk membuat akun bisnis di berbagai platform digital, mengunggah produk yang mereka tawarkan dengan disertai deskripsi yang lebih jelas, menarik, dan informatif, serta melakukan simulasi promosi secara online. Langkah ini tidak hanya meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi, tetapi juga memberikan pemahaman praktis tentang bagaimana strategi digital dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar sekaligus meningkatkan daya saing UMKM desa.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM desa berpeluang untuk memperluas pasar hingga ke luar daerah. Kehadiran platform digital memungkinkan produk lokal yang sebelumnya hanya dikenal di lingkup terbatas, kini dapat dipasarkan secara lebih luas kepada konsumen yang berada di berbagai daerah. Kondisi ini sejalan dengan perkembangan tren *digital economy*, di mana teknologi berperan sebagai instrumen utama dalam mendukung pertumbuhan usaha kecil. Melalui teknologi digital, pelaku UMKM tidak hanya mampu meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memperkuat daya saingnya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Selain memberikan dampak pada peningkatan kapasitas individu, pelaksanaan *Workshop* ini juga membawa kontribusi yang signifikan terhadap penguatan kapasitas sosial-ekonomi masyarakat desa secara kolektif. Salah satu wujud nyata dari kontribusi tersebut adalah terbentuknya jejaring kolaborasi antar pelaku UMKM, yang berfungsi sebagai modal sosial penting dalam mendorong sinergi, baik dalam proses produksi maupun strategi pemasaran. Melalui jejaring ini, para pelaku usaha dapat saling mendukung, berbagi sumber daya, serta bekerja sama untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

Hasil kegiatan tidak berhenti hanya pada pelaksanaan *Workshop* semata, melainkan berkembang menjadi aktivitas bersama yang lebih berorientasi pada penguatan ekonomi lokal. Dengan adanya kerja sama yang berkesinambungan tersebut, peluang untuk menciptakan kemandirian ekonomi desa semakin terbuka, sekaligus memperkuat posisi UMKM sebagai motor penggerak pembangunan berbasis masyarakat.

Relevansi dan Tujuan PKM

Kegiatan ini relevan dengan tujuan PKM, yaitu menghasilkan solusi kreatif yang aplikatif dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. *Workshop* inovasi produk dan diversifikasi usaha terbukti mampu:

1. Memberikan transfer pengetahuan yang mudah dipahami oleh masyarakat.
2. Menghasilkan prototipe produk baru yang berbasis potensi lokal.
3. Meningkatkan kapasitas kewirausahaan peserta.
4. Mendorong terbentuknya komunitas atau jejaring usaha baru.

Dengan demikian, *Workshop* ini dapat dianggap sebagai sebuah model pengembangan kapasitas UMKM desa yang sangat relevan dan efektif, yang memiliki potensi untuk direplikasi di desa-desa lain dengan kondisi serupa. Melalui pendekatan yang terencana, materi yang aplikatif, serta metode yang mampu mendorong kreativitas dan inovasi pelaku usaha, *Workshop* ini menunjukkan bagaimana peningkatan keterampilan, inovasi produk, dan diversifikasi usaha dapat secara langsung berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Keberhasilan model ini tidak hanya memperkuat UMKM di desa tempat *Workshop* diselenggarakan, tetapi juga memberikan contoh praktis bagi desa-desa lain untuk menyesuaikan strategi pengembangan usaha mereka, sehingga manfaatnya dapat dirasakan lebih luas.

dalam meningkatkan daya saing, kemandirian ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

SIMPULAN

Pelaksanaan *Workshop* Inovasi Produk dan Diversifikasi Usaha bagi Pelaku UMKM Desa berjalan sesuai rencana dan berhasil mencapai tujuan utama yang ditetapkan. Kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan praktis, motivasi, serta jejaring kolaborasi para pelaku UMKM. Berdasarkan evaluasi, terdapat peningkatan signifikan pada skor pengetahuan peserta, kemampuan menciptakan prototipe produk inovatif, serta kemampuan menyusun rancangan diversifikasi usaha yang memanfaatkan potensi lokal.

Workshop ini menegaskan bahwa inovasi produk menjadi strategi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM desa. Peserta mulai menyadari pentingnya diferensiasi produk melalui pengembangan varian baru, peningkatan kualitas, dan pemanfaatan teknologi sederhana. Hal ini selaras dengan konsep *creative destruction* dari Schumpeter, di mana produk lama yang tidak lagi memenuhi kebutuhan pasar perlu diperbarui atau digantikan oleh inovasi baru dengan nilai tambah lebih tinggi.

Selain itu, diversifikasi usaha terbukti sebagai langkah strategis dalam manajemen risiko. Peserta didorong untuk menambah variasi produk atau merintis lini usaha baru, sehingga ketergantungan pada satu jenis produk dapat diminimalkan dan keberlangsungan usaha lebih terjamin. Praktik diversifikasi ini juga membuka peluang pasar baru dan memperpanjang siklus hidup usaha, sehingga pelaku UMKM lebih adaptif terhadap dinamika pasar.

Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu fokus utama *Workshop*. Peserta mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan eksposur produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing usaha. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital peserta, tetapi juga menjadikan UMKM desa lebih siap menghadapi tren ekonomi digital.

Dampak *Workshop* juga bersifat sosial dan ekonomi, terutama melalui terbentuknya jejaring kolaborasi antar pelaku UMKM. Jejaring ini memfasilitasi pertukaran pengalaman, sumber daya, dan kerja sama dalam pemasaran dan produksi, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara kolektif dan memperkuat kemandirian desa.

Kegiatan ini relevan dengan tujuan PKM, yakni menghasilkan solusi kreatif, aplikatif, dan berdampak nyata bagi masyarakat. *Workshop* berhasil mentransfer pengetahuan, menghasilkan prototipe produk baru berbasis potensi lokal, meningkatkan kapasitas kewirausahaan, serta mendorong terbentuknya komunitas usaha baru. Dengan pendekatan yang terencana, materi yang aplikatif, dan metode partisipatif, *Workshop* ini menjadi model pengembangan UMKM desa yang efektif dan dapat direplikasi di desa lain, berkontribusi pada peningkatan daya saing, kemandirian ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Adiputra, I. G., Kimnova, C., & Deviana, R. (2024). Pelatihan Ekonomi Kreatif untuk Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 2(4), 427–434. <https://doi.org/10.54082/jpmii.506>
- Agustin, A., NPD Darma Wahana, A., Dini Aditia, M., Saefudin Wahid, F., Linda Antika, T., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2024). Upaya Peningkatan Perekonomian Nelayan Garam Melalui Diversifikasi Produk. *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin*, 2(1), 12–21.
- Alfarizi, M., Arman, A., Nur Utami, R., Widayanti, R., Apriyanti, A., Zahra Nur Iswara, A., Ariffa Akmal, M., Wijayanti, A., Faizani Nur Haliza, S., & Padmisari, P. (2024). Pengembangan UMKM Masyarakat Desa Girimulyo Diversifikasi Pangan melalui Inovasi Produk Olahan Singkong. *Prosiding Webinar Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.23917/abdimas.5226>

- Amri, H., & Burhan, L. I. (2025). Pendampingan Pembuatan Produk Inovasi Berbasis Kearifan Lokal untuk Desa Lendang Nangka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi Tepat Guna*, 1(02), 13–28. <https://doi.org/10.63982/8zyvzy73>
- Bintoro, E., Ingga, I., Hasan, H. S., & Ahadiya, A. L. (n.d.). *Meningkatkan kesadaran peningkatan perkembangan umkm di desa labang kecamatan labang*.
- Gobal, R., & Tasik Allo, Y. (2024). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa. *Bulletin of Community Engagement*, 4(2), 234–238. <https://doi.org/https://doi.org/10.51278/bce.v4i2.1385>
- M. Hasanur Arifin, Setio Utomo, Sugiharto, Humaidi, Muhammad Farizh Faqih, Vebyana Wati Uswatun Khasana, & Adella Nagma Agnesia. (2025). Diversifikasi Produk dan Peran Pemasaran Melalui Media Sosial Olahan Klanting Pada Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya. *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.20527/ekshum.v3i1.31>
- Martusa, R., Meythi, M., Margaretha, Y., & ... (2024). Inovasi Produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Aksara: Jurnal Ilmu ...*, 10(January), 91–98.
- Mawardi, K., Darajat, K., Darmawan, A., Al, K., Firmansyah, R., Fadillah, T. N., Swara, Q. W., Fauzia, K. N., Nafisah, S. W., & Pradhanti, F. (2024). *Transformasi Umkm Desa Mertasari : Workshop Penguatan Inovasi Pemanfaatan Lahan Alpukat Dalam Bentuk Inovasi Brownies*. 3(2), 759–768.
- Musa, C. I., Ruma, Z., Wardhana, M. I., Kassi, D., Taruna, K., Tani, K., & Wanita, K. (2025). *Optimalisasi Usaha Mikro Kecil di Desa Kassi Melalui Ekonomi Kreatif Optimizing Micro and Small Enterprises in Kassi Village Through Creative Economy Universitas Negeri Makassar , Indonesia Desa Kassi yang dikenal dengan sebutan Butta Pangallarrang merup*. 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.62951/inovasisosial.v2i2.1571>
- Nengsih, R., Ikhsar, S., Ahyar, M., Studi Akuntansi, P., Ekonomi, F., Serambi Mekkah -Banda Aceh, U., & Studi Manajemen, P. (2025). Inovasi dan Diversifikasi Produk Gerabah sebagai Katalisator Pertumbuhan Laba pada UMKM Sektor Kerajinan. *Jurnal Serambi Engineering (JSE)*, X(3), 13814–13824.
- Nur Ismianah. (2025). Pengembangan Jaringan Komunitas UMKM Untuk Berbagi Pengalaman Dan Pengetahuan. *NJCOM: Community Service Journal*, 1(1), 30–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14850081>
- Nurlaela, Idris, M., Sukman, Nursanti, A., & Rakhman, B. (2024). Pengembangan Ekonomi Desa Melalui Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Desa Bonto Salluang Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng. *Nobel Community Services Journal*, 4(2), 61–69. <https://doi.org/10.37476/ncsj.v4i2.4976>
- Rahayu, E., As'at, A. R., Saputra, A. R., Na'imah, A., Fauziah, A., Khasanah, A., Azizah, A. N., Madinah, D. M., Rohida, E. N., Nasikin, F., Fergiawan, F., Aziz, J. M., Huda, M. N., Khomairoh, N., Brenanda, O. A., Sari, P. H., & Chofshoh, U. (2024). Peningkatan Potensi Desa Melalui Umkm Berbasis Digitalisasi Dan Inovasi Produk Di Desa Wonosari. *ABDIANDAYA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 54–65. <https://doi.org/10.56997/abdiandaya.v2i2.1561>
- Rahmawati Masitoh, M., & Andari, A. (2023). Workshop Bagi Peningkatan Kreativitas Pada UMKM Kerajinan Tangan dari Manik-Manik. *Jurnal JUPEMA*, 2(1), 21–29. <https://doi.org/10.22437/jupema.v2i1.28656>
- Soegiastuti, J., Nurchayati, Suparmi, & Yunita, L. E. (2025). Pemberdayaan Umkm Makanan Melalui Diversifikasi Produk, Sertifikasi, Dan Strategi Pemasaran Berkelanjutan Bagi Anggota Gow Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(12), 2383–2398.
- Sugiarto, A., Bambang Riono, S., Khojin, N., Badrun Zaman, M., & Studi Manajemen, P. (2023). *Diversifikasi Produk Batik Mangrove sebagai Solusi Peningkatan Omset Penjualan pada Pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi Diversification of Food Products as a Solution to Increase Sales Turnover for MSME Actors in Kaliwlingi Village*. 1(4), 15–26.
- Vista Efanny Fillayata, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 7–8, 969–976. <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/irwns.v1i1.2150>
- Wijaya. (2024). Workshop Kewirausahaan Dalam Strategi Memulai dan Mengembangkan Usaha Kecil. *SABAJAYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 205–210.
- Wilyawati, A. K., Yasin, D., Putri, D. A., Mayasari, F., Muntyas, H. A., Putra, M. H. P., Surya, R., & Ferdianto, R. B. A. (2022). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Komunitas Langkah Berdikari

Untuk Pengembangan UMKM di Desa Karangturi, Karanganyar: Pemberdayaan Masyarakat.
Easta Journal of Innovative Community Services, 01(01), 30–41.