



## PELATIHAN MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM MELALUI INOVASI PRODUK & PENGELOLAAN KEUANGAN YANG BAIK

Pusparani<sup>1\*</sup>, Mira Maharani<sup>2</sup>, Savitri Hendradewi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>\*Prodi Usaha Perjalanan Wisata Institut Pariwisata Trisakti, email: [pusparani@iptrisakti.ac.id](mailto:pusparani@iptrisakti.ac.id)

<sup>2</sup>Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Institut Pariwisata Trisakti, email: [mira.maharani@iptrisakti.ac.id](mailto:mira.maharani@iptrisakti.ac.id)

<sup>3</sup>Prodi Perhotelan, Institut Pariwisata Trisakti, email: [savitri.dewi@iptrisakti.ac.id](mailto:savitri.dewi@iptrisakti.ac.id)

\*Koresponden penulis

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

**Diajukan:** 2026-06-06

**Diterima:** 2026-06-19

**Diterbitkan:** 2026-06-29

#### Keyword:

MSMEs, product innovation, financial management, business competitiveness, community service

#### Kata Kunci:

UMKM, inovasi produk, manajemen keuangan, daya saing bisnis, pengabdian masyarakat.



Lisensi: cc-by

Copyright © 2026 Pusparani, Mira Maharani, Savitri Hendradewi

### ABSTRACT

*This Community Service Program aimed to enhance the knowledge and skills of MSME owners in developing product innovation and implementing effective financial management practices to improve business competitiveness. The program was conducted through socialization, counseling, training, interactive discussions, and evaluation activities involving 40 MSME participants. The training materials focused on product innovation development, value-added product enhancement, the utilization of digital media and online marketplaces for marketing purposes, and basic financial management practices, including transaction recording, the separation of personal and business finances, and cash flow management. The results indicated a significant improvement in participants' understanding of product innovation and financial management after attending the training sessions. Furthermore, participant satisfaction with the program was relatively high, demonstrating that the training materials and delivery methods were well aligned with their needs and expectations. The active participation and enthusiasm shown by the participants throughout the activities further reflected the relevance and usefulness of the program. Overall, this community service initiative successfully strengthened the capacity of MSME entrepreneurs to manage their businesses more innovatively and systematically, thereby supporting improved business competitiveness and long-term sustainability in an increasingly dynamic market environment.*

### ABSTRAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan inovasi produk serta menerapkan praktik pengelolaan keuangan yang efektif guna meningkatkan daya saing usaha. Program ini dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, diskusi interaktif, dan evaluasi yang melibatkan 40 peserta UMKM. Materi pelatihan difokuskan pada pengembangan inovasi produk, peningkatan nilai tambah produk, pemanfaatan media digital dan marketplace sebagai sarana pemasaran, serta praktik dasar pengelolaan keuangan yang mencakup pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pengelolaan arus kas. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai inovasi produk dan manajemen keuangan setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, tingkat kepuasan peserta terhadap program tergolong tinggi, yang menunjukkan bahwa materi dan metode penyampaian pelatihan telah sesuai dengan kebutuhan serta harapan mereka. Partisipasi aktif dan antusiasme yang ditunjukkan peserta selama kegiatan juga mencerminkan relevansi dan manfaat program ini. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memperkuat kapasitas para pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih inovatif dan sistematis, sehingga mendukung peningkatan daya saing usaha serta keberlanjutan jangka panjang di tengah lingkungan pasar yang semakin dinamis.



## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi nasional (Ramadhan et al., 2025). Dalam era ekonomi kreatif dan transformasi digital, UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar melalui pengembangan produk yang inovatif dan pengelolaan usaha yang profesional (Harahap et al., 2026). Menurut Narain (2003), peningkatan kapasitas manajerial dan inovasi merupakan faktor penting dalam memperkuat daya saing UMKM. Selain itu, perkembangan ekonomi kreatif yang didorong oleh kreativitas dan inovasi menjadi peluang bagi UMKM untuk menciptakan nilai tambah serta meningkatkan keberlanjutan usaha (Drucker, 2014).

Kecamatan Cilandak Barat, Jakarta Selatan, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan UMKM yang cukup besar. Berdasarkan data Kecamatan Cilandak Barat, terdapat sekitar 5.000 pelaku UMKM yang terdaftar dengan sekitar 600–700 UMKM aktif yang sebagian besar bergerak di bidang kuliner dan kerajinan. Meskipun demikian, hasil identifikasi kebutuhan mitra menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam mengembangkan inovasi produk dan melakukan pengelolaan keuangan usaha secara sistematis. Pelatihan yang telah diikuti oleh pelaku UMKM selama ini dinilai masih belum optimal dalam meningkatkan kemampuan inovasi produk maupun pencatatan administrasi keuangan usaha. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya saing dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Permasalahan yang dihadapi mitra sejalan dengan berbagai hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan sebelumnya. Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Sofa et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan pencatatan keuangan sederhana mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan dan memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Selanjutnya, Muhtarom et al. (2025) menemukan bahwa pendampingan inovasi produk berbasis potensi lokal mampu meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas peluang pemasaran UMKM. Hasil pengabdian yang dilakukan oleh Hidayati et al. (2020) juga menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan jangkauan pasar UMKM.

Selain itu, Hasdiansa et al. (2026) dalam program pengabdian mengenai pengembangan kemasan produk UMKM menemukan bahwa inovasi kemasan dapat meningkatkan daya tarik produk dan minat beli konsumen. Lubis & Harahap (2026) melaporkan bahwa pelatihan manajemen usaha dan perencanaan bisnis mampu meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan dan keberlanjutan usaha peserta. Sementara itu, Yap & Simorangkir (2026) membuktikan bahwa program literasi keuangan bagi UMKM berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pengelolaan modal kerja, pengendalian arus kas, dan perencanaan keuangan usaha. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk dan pengelolaan keuangan merupakan dua aspek penting yang perlu diperkuat untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Secara teoritis, inovasi produk merupakan proses penciptaan maupun penyempurnaan produk untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen dan meningkatkan keunggulan kompetitif usaha (Drucker, 2014). Melalui inovasi, pelaku UMKM dapat menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan memiliki diferensiasi dibandingkan pesaing. Di sisi lain, pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan pelaku usaha melakukan pencatatan transaksi secara sistematis,

mengendalikan arus kas, serta mengevaluasi kinerja usaha secara objektif (Narain, 2003). Oleh karena itu, penguatan kapasitas pelaku UMKM pada kedua aspek tersebut menjadi kebutuhan yang mendesak dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Berbagai kegiatan pengabdian masyarakat terdahulu menunjukkan bahwa pelatihan inovasi produk, pengembangan kemasan, manajemen usaha, pemasaran digital, serta literasi dan pengelolaan keuangan mampu meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM (Sofa et al., 2024; Hidayat & Kurniawan, 2021; Muhtarom et al., 2025; Hidayati et al., 2020; Lestari et al., 2023; Yap & Simorangkir, 2026). Temuan-temuan tersebut menginspirasi pelaksanaan PKM ini yang berfokus pada pelatihan inovasi produk dan pengelolaan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak Barat sebagai upaya meningkatkan kemampuan usaha, daya saing, dan keberlanjutan bisnis mereka.

## **METODE**

### **Pendekatan dan Justifikasi Pemilihan Metode**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada 30 Maret 2026 menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif melalui metode sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, diskusi, serta evaluasi. Pendekatan partisipatif dipilih karena menempatkan peserta sebagai subjek yang terlibat aktif dalam seluruh proses kegiatan, sehingga materi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan nyata yang dihadapi pelaku UMKM. Sementara itu, pendekatan edukatif digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran peserta mengenai pentingnya inovasi produk dan pengelolaan keuangan usaha sebagai faktor pendukung keberlanjutan bisnis. Pendekatan tersebut dipilih untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Cilandak Barat, Jakarta Selatan, khususnya terkait rendahnya inovasi produk dan belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha. Sasaran kegiatan adalah anggota Jakpreneur dan pelaku UMKM binaan Kecamatan Cilandak Barat yang bergerak pada sektor kuliner dan kerajinan.

Kegiatan PKM dilaksanakan di Kantor Kecamatan Cilandak Barat, Jakarta Selatan, dengan melibatkan 40 peserta UMKM. Tahap awal kegiatan diawali dengan perencanaan yang meliputi koordinasi dengan pihak Kecamatan Cilandak Barat sebagai mitra, identifikasi kebutuhan peserta, penyusunan materi pelatihan, serta persiapan sarana dan prasarana pendukung kegiatan. Pada tahap ini tim pelaksana juga melakukan observasi awal dan diskusi dengan pendamping UMKM untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha serta permasalahan yang dihadapi peserta. Sasaran kegiatan adalah anggota Jakpreneur dan pelaku UMKM binaan Kecamatan Cilandak Barat yang bergerak pada sektor kuliner dan kerajinan. Kegiatan dilaksanakan di Kantor Kecamatan Cilandak Barat, Jakarta Selatan, dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang pelaku UMKM.

### **Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Sosialisasi dilakukan melalui koordinasi dengan pihak kecamatan dan pendamping UMKM untuk menyampaikan tujuan, manfaat, jadwal, serta materi yang akan diberikan dalam kegiatan PKM. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi peserta sekaligus membangun pemahaman awal mengenai pentingnya inovasi produk dan pengelolaan keuangan dalam meningkatkan daya saing usaha. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan interaktif. Materi pertama membahas inovasi produk UMKM yang mencakup pengembangan produk, peningkatan

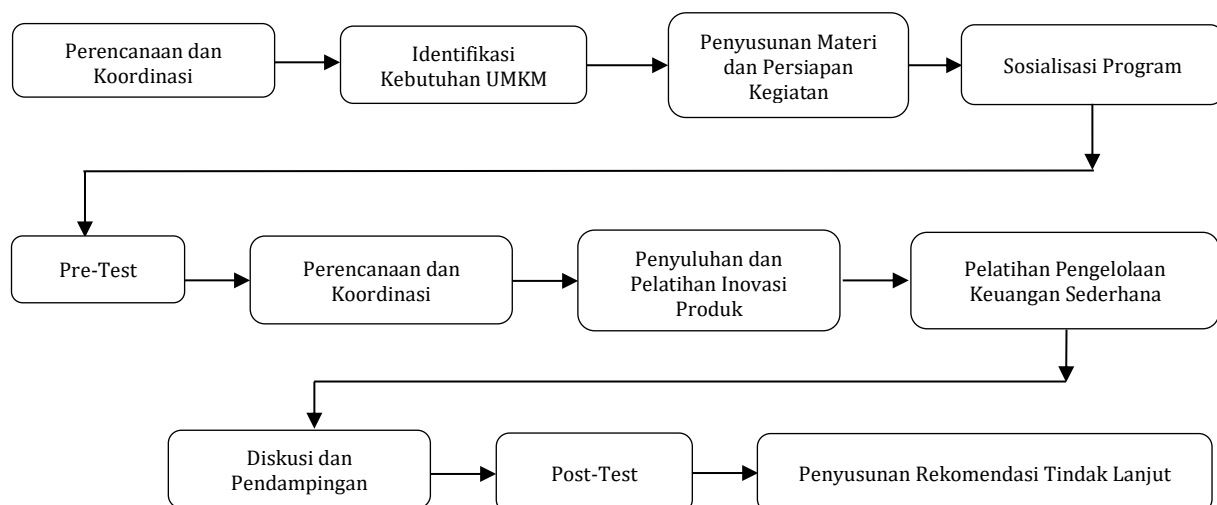
nilai tambah, penyesuaian produk dengan kebutuhan pasar, serta pemanfaatan platform digital dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Materi kedua membahas pengelolaan keuangan sederhana yang meliputi pencatatan transaksi usaha, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pengelolaan arus kas untuk mendukung keberlanjutan usaha. Penyampaian materi dilakukan melalui presentasi, studi kasus, diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab sehingga peserta dapat memahami materi secara lebih komprehensif.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Pre-test digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal peserta mengenai inovasi produk dan pengelolaan keuangan, sedangkan post-test digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman setelah mengikuti kegiatan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung, diskusi reflektif, serta pengumpulan umpan balik terkait manfaat dan relevansi materi yang diberikan.

### Kendala Pelaksanaan dan Strategi Penyelesaiannya

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Pertama, tingkat pemahaman peserta mengenai pengelolaan keuangan dan inovasi produk relatif beragam karena perbedaan latar belakang pendidikan dan pengalaman usaha. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana menggunakan bahasa yang sederhana, memberikan contoh kasus yang sesuai dengan kondisi UMKM, serta menyediakan sesi konsultasi dan diskusi interaktif. Kedua, keterbatasan waktu pelaksanaan menyebabkan tidak semua peserta dapat mendalami seluruh materi secara optimal. Sebagai solusi, tim menyediakan bahan pelatihan dalam bentuk modul dan materi presentasi yang dapat dipelajari kembali secara mandiri setelah kegiatan selesai.

Ketiga, sebagian peserta masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pemasaran dan pencatatan keuangan. Oleh karena itu, tim memberikan pendampingan praktis mengenai penggunaan marketplace dan aplikasi pencatatan keuangan sederhana yang mudah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Keempat, terdapat kendala dalam menjaga partisipasi aktif seluruh peserta selama kegiatan berlangsung. Untuk meningkatkan keterlibatan peserta, metode pembelajaran interaktif diterapkan melalui diskusi kelompok, studi kasus, simulasi, dan sesi tanya jawab sehingga peserta dapat berpartisipasi secara lebih aktif.



**Gambar 1.** Bagan Alur Pelaksanaan Kegiatan  
(Sumber: Tim PKM, 2026)

## Jadwal dan Tahapan Kegiatan

**Tabel 1.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

No	Tahapan Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Perencanaan	Koordinasi dengan mitra, identifikasi kebutuhan, observasi awal	9 Maret 2026
2	Persiapan	Penyusunan materi, modul, instrumen evaluasi, dan sarana pendukung	16 Maret 2026
3	Sosialisasi Program	Penyampaian informasi kegiatan kepada peserta	23 Maret 2026
4	Pelaksanaan Pre-Test	Pengukuran pengetahuan awal peserta	30 Maret 2026
5	Penyuluhan dan Pelatihan	Materi inovasi produk dan pengelolaan keuangan sederhana	30 Maret 2026
6	Diskusi dan Pendampingan	Studi kasus, konsultasi, dan tanya jawab	30 Maret 2026
7	Post-Test dan Evaluasi	Pengukuran peningkatan pemahaman dan pengumpulan umpan balik	30 Maret 2026
8	Penyusunan Laporan	Analisis hasil kegiatan dan penyusunan rekomendasi	6 April 2026

(Sumber: Tim PKM, 2026)

Melalui rangkaian kegiatan yang sistematis mulai dari perencanaan, sosialisasi, pelaksanaan, hingga evaluasi, program PKM ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran pelaku UMKM dalam melakukan inovasi produk serta menerapkan pengelolaan keuangan yang lebih baik guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Kecamatan Cilandak Barat, Jakarta Selatan, dengan sasaran 40 pelaku UMKM yang tergabung dalam program Jakpreneur. Kegiatan ini diselenggarakan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui penguatan kapasitas pelaku usaha dalam bidang inovasi produk dan pengelolaan keuangan. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi rendahnya kesadaran pelaku UMKM dalam melakukan inovasi produk secara berkelanjutan serta belum tertatanya sistem pengelolaan keuangan usaha secara baik dan terstruktur.

Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh pihak Kecamatan Cilandak Barat dan tim pelaksana PKM Institut Pariwisata Trisakti. Setelah pembukaan, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan sesi tanya jawab. Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi yang terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait pengembangan usaha dan pengelolaan keuangan.



**Gambar 2.** Pelaksanaan PKM  
(Sumber : Tim PKM, 2026)

### Penyampaian Materi Inovasi Produk UMKM

Materi pertama dengan tema "Inovasi Produk UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha". Materi ini menekankan pentingnya inovasi sebagai faktor utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Narasumber menjelaskan bahwa inovasi produk tidak selalu berarti menciptakan produk baru, tetapi juga dapat dilakukan melalui perbaikan kualitas produk, modifikasi kemasan, penambahan varian rasa, peningkatan pelayanan, hingga pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Peserta diberikan contoh berbagai UMKM yang berhasil meningkatkan penjualan melalui inovasi kemasan dan strategi pemasaran berbasis marketplace. Selain itu, narasumber juga menjelaskan pentingnya memahami kebutuhan konsumen, tren pasar, serta perilaku pelanggan dalam menentukan strategi pengembangan produk.

Pada sesi diskusi, sebagian besar peserta yang bergerak di bidang kuliner menyampaikan kendala dalam menciptakan diferensiasi produk karena tingginya persaingan usaha sejenis. Melalui diskusi tersebut, peserta memperoleh pemahaman mengenai cara menciptakan nilai tambah (value added) melalui inovasi produk, branding, dan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan.



**Gambar 3.** Diskusi dan Tanya Jawab  
(Sumber : Tim PKM, 2026)



**Gambar 4.** Simulasi dan Pencatatan Keuangan  
(Sumber : Tim PKM, 2026)

**Tabel 2.** Materi Inovasi Produk

Materi	Pokok Bahasan
Konsep inovasi produk	Pengertian, manfaat, dan tujuan inovasi
Pengembangan produk UMKM	Diversifikasi produk dan peningkatan kualitas
Inovasi kemasan	Desain kemasan yang menarik dan higienis
Analisis kebutuhan konsumen	Identifikasi tren dan preferensi pasar
Digital marketing	Pemanfaatan media sosial dan marketplace
Strategi peningkatan daya saing	Diferensiasi produk dan penciptaan nilai tambah

(Sumber: Tim PKM, 2026)

### Penyampaian Materi Pengelolaan Keuangan UMKM

Materi kedua dengan tema "Pengelolaan Keuangan Sederhana bagi Pelaku UMKM". Materi ini diberikan karena sebagian besar peserta masih belum melakukan pencatatan transaksi secara rutin dan masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Narasumber menjelaskan pentingnya pengelolaan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Materi yang diberikan meliputi pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pengelolaan arus kas, penyusunan laporan laba rugi sederhana, serta pentingnya memisahkan rekening usaha dan rekening pribadi. Kemudian, peserta juga diberikan simulasi sederhana mengenai pencatatan transaksi harian yang dapat diterapkan secara langsung dalam kegiatan usaha. Melalui simulasi tersebut, peserta mulai memahami bahwa pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu pelaku usaha

mengetahui kondisi usaha secara lebih akurat, mengendalikan biaya operasional, dan merencanakan pengembangan usaha secara lebih terarah.

**Tabel 3.** Materi Pengelolaan Keuangan

<b>Materi</b>	<b>Pokok Bahasan</b>
Dasar pengelolaan keuangan UMKM	Fungsi dan manfaat pencatatan keuangan
Pencatatan transaksi	Pemasukan dan pengeluaran usaha
Pemisahan keuangan	Keuangan usaha dan keuangan pribadi
Pengelolaan arus kas	Cash inflow dan cash outflow
Laporan keuangan sederhana	Laporan laba rugi dan rekap transaksi
Perencanaan keuangan usaha	Pengembangan usaha dan pengendalian biaya

(Sumber: Tim PKM, 2026)

### Hasil Evaluasi Pengetahuan Peserta

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan pada seluruh aspek yang diukur.

**Tabel 4.** Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

<b>Indikator Pengetahuan</b>	<b>Pre-Test (%)</b>	<b>Post-Test (%)</b>	<b>Peningkatan (%)</b>
Pemahaman inovasi produk	60	88	28
Pengembangan produk UMKM	58	86	28
Pemanfaatan marketplace	55	84	29
Pencatatan keuangan usaha	50	89	39
Pemisahan keuangan usaha dan pribadi	62	92	30
Pengelolaan arus kas	56	87	31
Rata-rata	56,8	87,7	30,9

Sumber: Data diolah oleh Tim PKM (2026)

Berdasarkan Tabel 4, rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 56,8% menjadi 87,7%. Peningkatan terbesar terjadi pada aspek pencatatan keuangan usaha dengan kenaikan sebesar 39%. Hasil ini menunjukkan bahwa materi pengelolaan keuangan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak Barat.

### Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Kegiatan PKM

Selain mengukur peningkatan pengetahuan, evaluasi juga dilakukan melalui survei kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan PKM.

**Tabel 5.** Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Kegiatan PKM

<b>Aspek Penilaian</b>	<b>Sangat Puas (%)</b>	<b>Puas (%)</b>	<b>Cukup (%)</b>
Kesesuaian materi dengan kebutuhan UMKM	80,0	17,5	2,5
Penguasaan materi oleh narasumber	85,0	12,5	2,5
Kejelasan penyampaian materi	82,5	15,0	2,5
Manfaat kegiatan bagi usaha peserta	87,5	10,0	2,5
Kesempatan diskusi dan tanya jawab	77,5	20,0	2,5
Fasilitas dan pelaksanaan kegiatan	75,0	22,5	2,5
Kepuasan keseluruhan kegiatan	85,0	12,5	2,5

(Sumber: Data diolah oleh Tim PKM, 2026)

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa sangat puas terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Tingkat kepuasan tertinggi terdapat pada aspek

manfaat kegiatan bagi usaha peserta sebesar 87,5%, yang menunjukkan bahwa materi yang diberikan dinilai relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM.

### **Peningkatan Pemahaman UMKM tentang Inovasi Produk**

Peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti kegiatan menunjukkan bahwa metode penyuluhan dan pelatihan yang digunakan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Menurut teori keunggulan kompetitif, inovasi merupakan salah satu faktor utama yang menentukan kemampuan usaha dalam bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman peserta mengenai inovasi produk merupakan modal penting dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah dan keunggulan kompetitif.

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pengembangan produk, peningkatan kualitas produk, desain kemasan, serta strategi adaptasi terhadap kebutuhan konsumen. Temuan ini sejalan dengan Harahap et al. (2026) yang menjelaskan bahwa kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen di era ekonomi digital menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Pelaku usaha yang mampu melakukan inovasi produk cenderung lebih responsif terhadap kebutuhan pasar dan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan daya saing usahanya.

Selain itu, Hasdiansa et al. (2026) menyatakan bahwa optimalisasi kemasan produk dan pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan. Hal serupa juga ditemukan oleh Muhtarom et al. yang menunjukkan bahwa pengembangan inovasi produk yang didukung oleh perbaikan kemasan mampu meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, materi inovasi produk yang diberikan dalam kegiatan ini menjadi relevan untuk menjawab kebutuhan pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

### **Peningkatan Literasi dan Pengelolaan Keuangan UMKM**

Selain aspek inovasi produk, kegiatan PKM juga berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pengelolaan keuangan usaha. Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum melakukan pencatatan transaksi secara sistematis dan masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Kondisi tersebut berpotensi menghambat kemampuan pelaku usaha dalam mengontrol arus kas dan mengambil keputusan bisnis secara tepat.

Setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami pentingnya pencatatan transaksi, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pengelolaan arus kas. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sofa et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola keuangan secara lebih terstruktur dan akuntabel.

Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Yap dan Simorangkir (2026) yang menyatakan bahwa pelatihan manajemen keuangan sederhana dapat meningkatkan literasi keuangan pelaku usaha mikro sehingga mereka lebih mampu melakukan perencanaan dan pengendalian keuangan usaha. Pengelolaan keuangan yang baik merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan usaha karena memungkinkan pelaku UMKM untuk memantau kinerja usaha, mengendalikan biaya, dan merencanakan pengembangan bisnis secara lebih efektif.

## **Pemanfaatan Digitalisasi sebagai Pendukung Daya Saing UMKM**

Materi mengenai pemasaran digital memperoleh perhatian yang cukup besar dari peserta karena sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional. Melalui kegiatan ini peserta memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Hasil ini sejalan dengan Hidayati et al. (2020) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan salah satu instrumen digital marketing yang mampu meningkatkan visibilitas produk UMKM dan memperluas akses pasar. Di era ekonomi digital, pemanfaatan teknologi informasi tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan bagi UMKM agar tetap kompetitif.

Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Harahap et al. (2026) yang menegaskan bahwa adaptasi terhadap perkembangan digital menjadi strategi penting bagi UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen. Oleh karena itu, integrasi inovasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan menjadi kombinasi yang penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

## **Efektivitas Pelaksanaan Program PKM**

Keberhasilan program tidak hanya ditunjukkan oleh peningkatan hasil post-test, tetapi juga oleh tingginya tingkat partisipasi dan kepuasan peserta selama kegiatan berlangsung. Peserta aktif mengikuti diskusi, mengajukan pertanyaan, serta berbagi pengalaman usaha yang mereka hadapi. Tingginya partisipasi tersebut menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta. Hasil ini sejalan dengan Lubis dan Harahap (2026) yang menyatakan bahwa pelatihan manajemen usaha yang dilakukan secara interaktif mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran dan pemahaman peserta. Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan ini memungkinkan peserta memperoleh pengalaman belajar yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Lebih lanjut, keberhasilan program ini mendukung pandangan Narain (2003) bahwa penguatan kapasitas UMKM melalui pendidikan, pelatihan, dan pendampingan merupakan strategi penting dalam meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah untuk berkembang secara berkelanjutan. Mengingat peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional sebagaimana dijelaskan oleh Ramadhan et al. (2025), maka peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui kegiatan PKM seperti ini memiliki kontribusi yang signifikan terhadap penguatan ekonomi masyarakat.

## **Kendala dan Tantangan Pelaksanaan**

Meskipun kegiatan berjalan dengan baik, terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama pelaksanaan. Pertama, kemampuan peserta yang beragam menyebabkan proses pemahaman materi berlangsung dengan kecepatan yang berbeda. Kedua, keterbatasan waktu pelatihan membuat praktik dan pendampingan belum dapat dilakukan secara mendalam. Ketiga, masih terdapat peserta yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital untuk mendukung pemasaran maupun pencatatan keuangan usaha.

Selain itu, keterbatasan pendampingan pasca-pelatihan menjadi tantangan tersendiri karena implementasi materi dalam kegiatan usaha sehari-hari belum dapat dipantau secara berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM memerlukan proses yang berkesinambungan melalui kegiatan mentoring dan monitoring secara periodik. Temuan ini sejalan dengan Narain (2003) yang menekankan bahwa pengembangan kapasitas UMKM tidak hanya membutuhkan pelatihan, tetapi juga

dukungan pendampingan yang berkelanjutan agar perubahan perilaku dan praktik bisnis dapat berlangsung secara optimal.

### **Rekomendasi Program Selanjutnya**

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan serupa di masa mendatang perlu dilengkapi dengan program pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam penerapan inovasi produk, digitalisasi usaha, dan pengelolaan keuangan. Selain itu, pelatihan lanjutan mengenai pemasaran digital, branding produk, fotografi produk, penggunaan aplikasi keuangan UMKM, dan strategi ekspansi pasar perlu diberikan agar dampak program semakin optimal.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam inovasi produk dan pengelolaan keuangan. Peningkatan hasil post-test serta tingginya tingkat kepuasan peserta menunjukkan bahwa program ini efektif dalam mendukung peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM di Kecamatan Cilandak Barat. Temuan ini memperkuat berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan pengelolaan keuangan merupakan faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

### **SIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kecamatan Cilandak Barat, Jakarta Selatan, telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam bidang inovasi produk dan pengelolaan keuangan. Kegiatan yang diikuti oleh 40 pelaku UMKM Jakpreneur ini memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya inovasi produk sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing usaha serta pentingnya pengelolaan keuangan yang tertib dan terstruktur dalam mendukung keberlanjutan usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan, yang ditunjukkan melalui peningkatan nilai rata-rata post-test dibandingkan dengan pre-test pada seluruh indikator yang diukur. Peserta memperoleh wawasan mengenai pengembangan produk, inovasi kemasan, pemanfaatan marketplace dan media digital, serta teknik pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, dan pengelolaan arus kas usaha. Selain itu, hasil survei kepuasan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa sangat puas terhadap materi yang diberikan, metode penyampaian, serta manfaat kegiatan bagi pengembangan usaha mereka.

Pelaksanaan kegiatan juga menunjukkan tingginya partisipasi dan antusiasme peserta selama sesi pelatihan dan diskusi. Hal ini mengindikasikan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM dan mampu menjawab permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, kegiatan PKM ini telah memberikan kontribusi positif dalam upaya pemberdayaan masyarakat serta peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak Barat.

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, disarankan agar program pengabdian kepada masyarakat yang berkaitan dengan pengembangan UMKM dilaksanakan secara berkelanjutan melalui kegiatan pendampingan dan monitoring pasca-pelatihan. Pendampingan tersebut diperlukan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan materi yang telah diperoleh dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Sementara materi pelatihan pada kegiatan berikutnya dapat diperluas

dengan topik-topik yang lebih aplikatif, seperti digital marketing, branding produk, fotografi produk, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital, strategi pemasaran melalui media sosial, serta pemanfaatan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) untuk pengembangan usaha. Materi tersebut diharapkan dapat membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Kerjasama antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas UMKM juga perlu diperkuat untuk menciptakan program pemberdayaan yang berkesinambungan. Melalui kolaborasi tersebut, pelaku UMKM dapat memperoleh akses yang lebih luas terhadap pelatihan, pendampingan, jaringan pemasaran, serta sumber daya yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing usaha. Dengan adanya program yang berkelanjutan, diharapkan UMKM di Kecamatan Cilandak Barat mampu berkembang secara mandiri, berdaya saing tinggi, dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian masyarakat setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Routledge.
- Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, M. (2026). Strategi Adaptasi UMKM Dalam Menghadapi Perubahan Perilaku Konsumen Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 4(4), 122-135.
- Hasdiansa, I. W., Hasbiah, S., Aslam, A. P., Aswar, N. F., & Farhan, A. (2026). Penguatan Daya Saing UMKM melalui Optimalisasi Kemasan Produk dan Pemasaran Digital di Kabupaten Gowa. *Inovasi Sosial : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 34-42. <https://doi.org/10.62951/inovasisosial.v3i2.3216>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119-124. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Lubis, A. S., & Harahap, P. (2026). Pelatihan Manajemen Usaha Terpadu Bagi UMKM Dalam Meningkatkan Efektivitas Perencanaan dan Pengendalian Bisnis di Kota Medan. *Journal of Golden Generation Abdimas*, 2(2), 1-7.
- Muhtarom, A., Zamroni, Dakwah, M. M., Girsang, Z. A., Roodhi, M. N., Gunawan, R. A., & Hilmi, S. Pendampingan Pengembangan Inovasi Produk, Kemasan, dan Pemasaran Makanan Tradisional Kare-Kare di Desa Sukadana. *Empowerment: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(2), 127-134. <https://journal.staidk.ac.id/index.php/pkm/article/view/1288>.
- Narain, S. (2003). *Institutional Capacity-Building for Small and Medium-Sized Enterprise Promotion and Development*. Bangkok: UN-ESCAP.
- Ramadhan, D. R., Ramadhani, S., & Rambe, R. (2025). UMKM: Definisi, Karakteristik, Dan Kontribusi Ekonomi. *Ekonom: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 79-84. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v5i3.1688>
- Sofa, D. M., Djatu, P. F. P., Mardianto, T., Surbakti, M. A., & Yunanda, A. S. (2024). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Untuk UMKM Menggunakan Aplikasi Akuntansi. *East Journal of Innovative Community Services*, 3(01), 17-24. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v3i01.275>
- Yap, F. J., & Simorangkir, N. (2026). Peningkatan Literasi Dan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana Bagi Pelaku UMKM Pengumpulan Scrab Kaleng, Kabin Dan Seng Di Timbang Deli – Amplas Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 20537-20544. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5082>