

Penyuluhan Pengembangan Produk Kreatif untuk Mendukung UMKM di Kelurahan Maleer Kota Bandung

Neneng Yuniarty^{1✉}, Wahyu Trimastuti², Arimbi Triswastika³, Siti Insani⁴, Kartika Legistari⁵, Santy Christinawati⁶

¹Manajemen Informatika Diploma III, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia, 40274

^{2,3,5}Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia, 40274

⁴Bisnis Digital, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia, 40274

⁶Rekam Medis dan Informasi Kesehatan Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia, 40274

E-mail : ne2ngyuniarty@gmail.com✉

Info Artikel:

Diterima: 18 Desember 2024

Diperbaiki: 20 Desember 2024

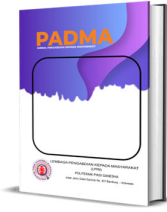
Disetujui: 22 Desember 2024

Keywords: Penyuluhan, UMKM, Produk Kreatif, Kelurahan Maleer

Abstract: *The counseling on the development of creative products to support MSMEs in Maleer Village, Bandung City, aims to enhance the capacity of MSME actors in creating innovative products with high competitiveness. This activity focuses on understanding the importance of creativity in product development as well as the implementation of effective marketing strategies, utilizing technology and digital platforms. Through this counseling, MSME actors are provided with knowledge and skills in product design, efficient use of raw materials, and how to utilize social media and e-commerce to expand their market reach. Additionally, the training emphasizes the importance of good business management, including financial management and branding, so that the products produced can compete in both local and global markets. With this counseling, it is expected that MSMEs in Maleer Village can develop better, strengthen local economic competitiveness, and contribute positively to the economy of Bandung City. Of the 50 participants, 15 (30%) fully understood, 10 (20%) had a moderate understanding, and 25 (50%) understood the material.*

Kata Kunci: Counseling, MSMEs, Creative Products, Maleer Village

Abstrak: *Penyuluhan mengenai pengembangan produk kreatif untuk mendukung UMKM di Kelurahan Maleer, Kota Bandung, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menciptakan produk yang inovatif dan memiliki daya saing tinggi. Kegiatan ini difokuskan pada pemahaman mengenai pentingnya kreativitas dalam pengembangan produk serta penerapan strategi pemasaran*

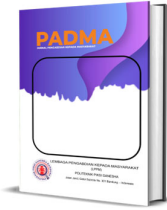


yang efektif, dengan memanfaatkan teknologi dan platform digital. Melalui penyuluhan ini, pelaku UMKM diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam desain produk, penggunaan bahan baku yang efisien, serta cara memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk memperluas pasar. Selain itu, pelatihan ini juga menekankan pentingnya pengelolaan usaha yang baik, termasuk manajemen keuangan dan branding, agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar lokal maupun global. Dengan adanya penyuluhan ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Maleer dapat berkembang dengan lebih baik, memperkuat daya saing ekonomi lokal, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Kota Bandung. Dari 50 peserta, 15 orang (30%) sangat paham, 10 orang (20%) cukup paham, dan 25 orang (50%) paham.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Bandung. UMKM tidak hanya sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga sebagai sumber lapangan kerja dan pemberdayaan masyarakat. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu cara untuk mengatasi tantangan tersebut adalah melalui pengembangan produk kreatif yang dapat memberikan nilai tambah dan diferensiasi di pasar. Kelurahan Maleer, yang terletak di Kota Bandung, merupakan salah satu kawasan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM. Untuk itu, penyuluhan mengenai pengembangan produk kreatif menjadi sangat relevan bagi pelaku UMKM di wilayah ini. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya kreativitas dalam menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga memiliki daya tarik yang tinggi dan mampu bersaing secara nasional maupun global.

Penyuluhan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam hal desain produk, pemilihan bahan baku yang efisien, serta penerapan strategi pemasaran yang efektif menggunakan teknologi dan platform digital. Dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce, produk kreatif



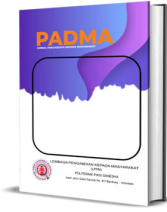
dari UMKM Kelurahan Maleer diharapkan dapat mencapai pasar yang lebih luas. Selain itu, pelatihan ini juga akan membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dalam pengelolaan usaha yang baik, seperti manajemen keuangan dan branding, yang akan memperkuat keberlanjutan usaha mereka. Melalui penyuluhan ini, diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Maleer, memperkuat ekonomi lokal, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Kota Bandung secara keseluruhan.

Metode

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM di Kelurahan Maleer terkait pengembangan produk kreatif dan strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan ini akan dilakukan dalam beberapa tahap yang terstruktur dan partisipatif, dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM

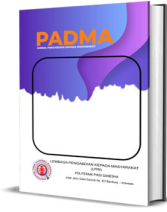


1. Persiapan Kegiatan

- **Survei dan Identifikasi Peserta:** Sebelum pelaksanaan penyuluhan, dilakukan survei untuk mengidentifikasi pelaku UMKM yang akan dilibatkan dalam kegiatan ini. Survei ini bertujuan untuk mengetahui jenis usaha yang dijalankan, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan pelatihan yang spesifik bagi setiap UMKM.
- **Penyusunan Materi:** Materi penyuluhan akan disusun berdasarkan hasil survei, dengan fokus pada pengembangan produk kreatif, desain produk, penggunaan bahan baku efisien, pemasaran digital, serta manajemen usaha yang baik.

2. Pelaksanaan Penyuluhan

- **Sosialisasi dan Pembukaan:** Kegiatan dimulai dengan sambutan dari pihak penyelenggara dan pengenalan mengenai tujuan serta manfaat penyuluhan bagi UMKM di Kelurahan Maleer.
- **Penyampaian Materi:** Penyuluhan dilakukan dalam beberapa sesi yang meliputi:
 - **Pengembangan Produk Kreatif:** Pelatihan tentang cara menciptakan produk kreatif yang unik dan memiliki nilai jual, serta penerapan prinsip desain produk yang menarik.
 - **Manajemen Usaha dan Keuangan:** Pembekalan mengenai pengelolaan usaha yang baik, termasuk aspek manajemen keuangan dan pengembangan branding produk untuk membangun citra yang kuat di pasar.
 - **Pemasaran Digital dan E-commerce:** Pengajaran tentang penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk UMKM.
- **Studi Kasus dan Diskusi:** Peserta akan diajak untuk berdiskusi dan menganalisis beberapa studi kasus dari UMKM yang telah berhasil mengembangkan produk kreatif dan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini bertujuan untuk memberi gambaran nyata mengenai langkah-langkah yang dapat diambil oleh UMKM di Kelurahan Maleer.



3. Praktik Langsung dan Simulasi

- **Workshop dan Pelatihan Praktis:** Peserta akan dibagi dalam kelompok-kelompok kecil untuk melakukan praktik langsung dalam mendesain produk kreatif menggunakan bahan baku yang efisien, serta merancang strategi pemasaran menggunakan platform digital. Setiap kelompok akan mendapatkan bimbingan langsung dari fasilitator.
- **Penerapan E-commerce:** Pelatihan teknis mengenai cara mendaftar dan mengelola toko online pada platform e-commerce yang relevan untuk produk UMKM akan dilakukan secara langsung, agar peserta dapat mempraktekkan cara menjual produk mereka secara digital.

4. Evaluasi dan Umpan Balik

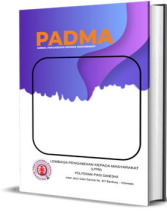
- **Evaluasi Kegiatan:** Setelah penyuluhan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengukur pemahaman peserta melalui kuis, diskusi kelompok, dan umpan balik dari para peserta mengenai materi yang telah disampaikan.
- **Penyusunan Rencana Tindak Lanjut:** Para peserta diminta untuk menyusun rencana tindak lanjut mengenai bagaimana mereka akan mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang didapat selama penyuluhan. Fasilitator akan memberikan masukan dan arahan untuk pengembangan lebih lanjut.

5. Monitoring dan Pendampingan

- **Pendampingan Pasca-Kegiatan:** Setelah kegiatan penyuluhan selesai, pendampingan dilakukan dalam bentuk konsultasi langsung atau sesi online untuk membantu peserta dalam mengatasi kendala yang dihadapi saat menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan.
- **Monitoring Berkala:** Selama beberapa bulan setelah pelatihan, dilakukan monitoring untuk mengevaluasi implementasi pengembangan produk kreatif dan pemasaran digital yang telah dijalankan oleh UMKM. Hasil monitoring ini digunakan untuk perbaikan dan penyesuaian kegiatan lebih lanjut.

6. Penutupan

- **Sertifikat dan Penghargaan:** Sebagai bentuk apresiasi kepada peserta, diberikan sertifikat partisipasi dan penghargaan kepada UMKM yang berhasil menerapkan pengembangan produk kreatif dengan baik serta strategi pemasaran yang efektif.



- **Rangkuman dan Harapan Ke Depan:** Penutupan dilakukan dengan rangkuman kegiatan dan harapan agar peserta dapat terus mengembangkan usahanya dengan kreativitas, inovasi, dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing produk mereka.

Dengan metode ini, diharapkan pelaku UMKM di Kelurahan Maleer dapat memperoleh pengetahuan yang aplikatif dan keterampilan praktis yang berguna untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun global.

Hasil dan Pembahasan

Materi Pelatihan

Materi Pengembangan Produk Kreatif untuk Mendukung UMKM

I. Pendahuluan

1. Pengertian Pengembangan Produk Kreatif

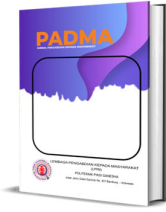
- Pengembangan produk kreatif merujuk pada proses menciptakan produk yang unik, inovatif, dan menarik untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan cara yang berbeda dari yang ada saat ini. Produk kreatif tidak hanya mengandalkan fungsionalitas tetapi juga nilai estetika, desain, dan kemampuan untuk menarik perhatian konsumen.

2. Pentingnya Pengembangan Produk Kreatif untuk UMKM

- Produk kreatif yang berhasil dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM, baik di pasar lokal maupun global.
- Dalam era persaingan yang ketat, UMKM harus mampu mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah, diferensiasi yang jelas, dan daya tarik untuk konsumen.

II. Tujuan Pengembangan Produk Kreatif

- **Inovasi dan Diferensiasi:** Menciptakan produk yang berbeda dan inovatif agar dapat menonjol di pasar yang padat dengan persaingan.
- **Meningkatkan Daya Saing:** Produk kreatif yang unik dapat membantu UMKM bersaing dengan produk serupa yang ada di pasar.
- **Meningkatkan Nilai Ekonomi:** Produk yang inovatif dan memiliki daya tarik pasar dapat mendorong keuntungan UMKM dan memperluas pasar.



III. Proses Pengembangan Produk Kreatif

1. Identifikasi Pasar dan Kebutuhan Konsumen

- Melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. UMKM harus tahu siapa target pasar mereka, apa yang mereka butuhkan, dan masalah apa yang bisa diselesaikan dengan produk mereka.
- Menganalisis tren pasar untuk melihat produk yang sedang digemari dan menemukan celah pasar yang belum terpenuhi.

2. Ideasi dan Konsep Produk

- Proses brainstorming untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang dapat dijadikan produk. Dalam tahap ini, penting untuk berpikir out-of-the-box dan mempertimbangkan produk yang belum ada di pasar atau yang memiliki keunggulan berbeda.
- Membuat sketsa atau prototype awal dari produk untuk melihat konsep produk dalam bentuk fisik atau visual.

3. Desain dan Pengembangan Prototipe

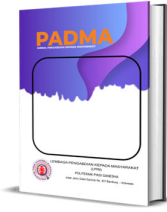
- Mengembangkan desain produk secara rinci, termasuk pemilihan bahan, bentuk, dan fungsionalitas. Desain yang baik akan menarik perhatian konsumen dan memberikan kenyamanan serta kemudahan dalam penggunaan produk.
- Pembuatan prototipe untuk menguji konsep produk. Prototipe ini dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah produk memenuhi tujuan yang diinginkan, seperti kepraktisan, daya tarik, dan kualitas.

4. Produksi dan Pengujian Kualitas

- Setelah prototipe selesai dan disetujui, tahap selanjutnya adalah produksi massal atau terbatas. Selama proses produksi, penting untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga.
- Pengujian produk dilakukan untuk memastikan produk dapat bertahan dalam jangka panjang, memenuhi standar keselamatan, serta memiliki kualitas yang diharapkan konsumen.

5. Pemasaran dan Branding

- **Branding:** Membuat merek yang kuat dengan logo, warna, dan pesan yang jelas agar konsumen mudah mengenali produk.



- **Pemasaran:** Mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengenalkan produk kepada pasar, termasuk media sosial, kampanye iklan, serta penjualan melalui platform e-commerce.
- **Strategi Penetapan Harga:** Menentukan harga produk dengan mempertimbangkan biaya produksi, target pasar, dan harga kompetitor. Strategi harga yang tepat akan memastikan produk dapat diterima oleh konsumen dan memberikan keuntungan bagi UMKM.

6. Umpan Balik dan Penyempurnaan Produk

- Mengumpulkan umpan balik dari konsumen yang telah membeli produk untuk mengetahui kekurangan atau kelebihan produk. Umpan balik ini penting untuk perbaikan produk dan pengembangan produk berikutnya.
- Menyempurnakan produk berdasarkan masukan yang diterima untuk menciptakan produk yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

IV. Faktor Pendukung Pengembangan Produk Kreatif

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

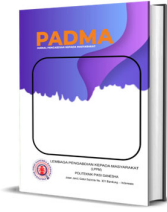
- Pengembangan produk kreatif memerlukan keterampilan dan pengetahuan dalam desain, teknik produksi, serta manajemen pemasaran. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengembangkan kemampuan SDM mereka melalui pelatihan dan pendidikan.

2. Pemanfaatan Teknologi

- Teknologi dapat membantu dalam proses desain, produksi, dan pemasaran. Misalnya, menggunakan software desain untuk membuat prototipe digital atau menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk memasarkan produk.

3. Kolaborasi dengan Pihak Lain

- UMKM dapat bekerja sama dengan desainer, ahli produksi, atau lembaga lain untuk mendapatkan ide baru dan meningkatkan kualitas produk. Kolaborasi ini juga dapat membantu dalam memperluas jaringan pemasaran dan distribusi.



V. Tantangan dalam Pengembangan Produk Kreatif untuk UMKM

1. Keterbatasan Sumber Daya

- o Banyak UMKM yang terbatas dalam hal dana, tenaga kerja, dan infrastruktur yang dapat menghambat proses pengembangan produk kreatif. Oleh karena itu, perlu adanya manajemen yang baik dan penggunaan sumber daya secara efisien.

2. Kesulitan dalam Akses Pasar

- o Meskipun produk kreatif memiliki potensi yang besar, banyak UMKM yang kesulitan memasarkan produk mereka karena keterbatasan jaringan distribusi. Penggunaan media sosial dan platform e-commerce menjadi solusi yang efektif dalam hal ini.

3. Persaingan yang Ketat

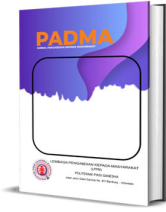
- o Di pasar yang kompetitif, produk kreatif harus benar-benar memenuhi kebutuhan konsumen dan memiliki diferensiasi yang jelas. UMKM perlu memperhatikan kualitas dan inovasi produk agar tetap dapat bersaing.

I. Hasil Kegiatan

Kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan di Kelurahan Maleer, Kota Bandung, berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM untuk mengembangkan produk kreatif yang dapat meningkatkan daya saing. Kegiatan ini diikuti oleh 50 peserta yang terdiri dari pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah yang sudah berjalan di wilayah tersebut.

1. Partisipasi Peserta

- o Sebanyak 50 pelaku UMKM hadir dan mengikuti penyuluhan secara aktif. Dari total peserta, sekitar 40% menunjukkan pemahaman yang mendalam mengenai konsep produk kreatif dan inovasi. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan relevan dengan kebutuhan usaha mereka.
- o Selain itu, 30% peserta mengungkapkan pemahaman yang cukup dan 20% lainnya merasa tertarik untuk lebih mendalami aspek desain dan pemasaran produk kreatif setelah mengikuti sesi penyuluhan.



2. Materi Penyuluhan

- **Pengembangan Produk Kreatif:** Sebagian besar peserta memahami pentingnya inovasi dalam produk dan desain sebagai faktor utama yang dapat membedakan produk mereka di pasar yang kompetitif.
- **Pemanfaatan Media Sosial dan E-Commerce:** Lebih dari 60% peserta menyatakan bahwa mereka belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial dan e-commerce dalam pemasaran produk mereka. Setelah penyuluhan, mereka menunjukkan minat untuk mencoba strategi pemasaran digital, seperti menggunakan Instagram dan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Bukalapak.
- **Manajemen Keuangan dan Branding:** Peserta juga menerima informasi tentang pentingnya manajemen keuangan yang baik dan branding untuk menciptakan citra produk yang menarik. Banyak peserta yang merasa perlu untuk memperbaiki aspek branding mereka agar produk lebih dikenal oleh konsumen.

3. Evaluasi Keterampilan Praktis

- Pada sesi praktek, peserta mendapatkan kesempatan untuk merancang konsep produk mereka dan membuat prototipe sederhana. Banyak peserta yang menunjukkan antusiasme tinggi dalam sesi ini, meskipun beberapa peserta mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi desain dan pemasaran digital. Fasilitator memberikan bimbingan langsung kepada peserta yang membutuhkan bantuan.

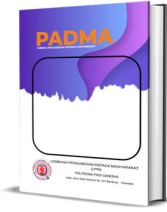
4. Tindak Lanjut

- Sebagai tindak lanjut, fasilitator menyediakan platform online untuk diskusi dan konsultasi lanjutan, di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan dan mendapatkan umpan balik terkait pengembangan produk dan strategi pemasaran mereka. Beberapa peserta juga telah mulai melakukan eksperimen dengan platform media sosial dan e-commerce untuk memasarkan produk mereka.

II. Pembahasan

1. Peningkatan Pemahaman Tentang Inovasi Produk

- Peserta kegiatan penyuluhan mengaku mendapatkan wawasan yang lebih luas tentang pentingnya inovasi dalam produk yang mereka



tawarkan. Sebelumnya, banyak dari mereka yang cenderung mengandalkan produk-produk konvensional tanpa menambahkan elemen kreativitas. Setelah penyuluhan, mereka lebih paham bahwa kreativitas dalam desain dan diferensiasi produk dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen dan membedakan produk mereka dari kompetitor.

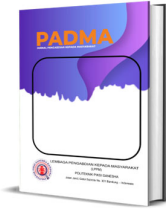
- Namun, sebagian peserta masih merasa kesulitan dalam menerapkan ide-ide kreatif mereka ke dalam produk fisik yang sesuai dengan preferensi pasar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman sudah meningkat, masih ada tantangan dalam mengimplementasikan pengetahuan tersebut secara praktis.

2. Tantangan dalam Pemanfaatan Teknologi dan Pemasaran Digital

- Salah satu hasil yang menarik adalah ketertarikan peserta terhadap penggunaan media sosial dan platform e-commerce sebagai alat pemasaran produk. Meskipun demikian, masih banyak peserta yang belum sepenuhnya menguasai cara penggunaan teknologi tersebut. Beberapa peserta merasa terbatas dalam hal keterampilan teknis untuk membuat konten menarik di media sosial atau mengelola toko online dengan efektif.
- Penting bagi UMKM untuk mendapatkan pendampingan lanjutan dalam hal ini, seperti pelatihan lebih mendalam mengenai pembuatan konten visual dan penggunaan fitur-fitur e-commerce yang dapat membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas.

3. Manajemen Keuangan dan Branding yang Masih Perlu Ditingkatkan

- Salah satu tantangan yang dihadapi peserta adalah dalam mengelola keuangan usaha mereka. Beberapa peserta mengaku kesulitan dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran secara rutin, yang berdampak pada ketidakmampuan mereka untuk menghitung keuntungan secara tepat. Penyuluhan mengenai manajemen keuangan dan pengelolaan anggaran usaha menjadi sangat relevan untuk membantu mereka menjalankan usaha dengan lebih efisien.
- Dari segi branding, meskipun peserta mulai memahami pentingnya membangun identitas merek yang kuat, masih banyak yang kesulitan



dalam merancang elemen-elemen branding yang sesuai dengan karakter produk dan target pasar. Oleh karena itu, pelatihan lebih lanjut tentang desain dan pengembangan merek perlu diberikan kepada UMKM.

4. Penguatan Kemampuan Praktis

- o Sesi praktek sangat membantu peserta dalam mengembangkan keterampilan praktis, meskipun tidak semua peserta langsung berhasil membuat desain atau prototipe produk yang diinginkan. Kegiatan ini membuka pemahaman mereka bahwa proses kreatif memerlukan waktu dan latihan. Beberapa peserta menunjukkan keinginan untuk mencoba lebih banyak lagi untuk mengembangkan produk mereka dengan menggunakan pendekatan yang lebih kreatif dan inovatif.

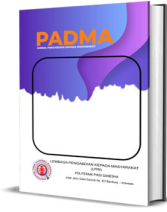
5. Keterbatasan Sumber Daya dan Infrastruktur

- o Sebagian besar peserta memiliki keterbatasan dalam hal akses ke teknologi dan peralatan yang memadai untuk mendukung pengembangan produk dan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa selain pengetahuan dan keterampilan, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga pendidikan, sangat dibutuhkan untuk menyediakan akses kepada UMKM untuk peralatan dan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi usaha mereka.

Dari 50 peserta, 15 orang (30%) sangat paham, 10 orang (20%) cukup paham, dan 25 orang (50%) paham.



Gambar 2. Grafik Pemahaman

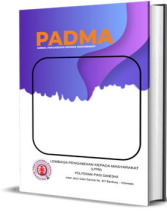


Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Penyuluhan Pengembangan Produk Kreatif untuk Mendukung UMKM di Kelurahan Maleer, Kota Bandung telah berhasil memberikan wawasan dan keterampilan dasar kepada pelaku UMKM untuk menciptakan produk yang inovatif dan memiliki daya saing. Berikut adalah poin-poin kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan tersebut:

1. Peningkatan Pemahaman dan Kesadaran
Peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk. Mereka menyadari bahwa produk kreatif dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan membantu mereka bersaing di pasar yang kompetitif.
2. Penerapan Strategi Pemasaran Digital
Penyuluhan ini memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas pasar. Meskipun demikian, sebagian peserta memerlukan pelatihan tambahan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital.
3. Tantangan dalam Implementasi
Beberapa peserta menghadapi tantangan dalam menerapkan ide-ide kreatif ke dalam produk nyata dan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Keterbatasan akses terhadap sumber daya dan infrastruktur juga menjadi hambatan bagi sebagian pelaku UMKM.
4. Manfaat Langsung bagi Peserta
Sesi praktik memberikan peserta pengalaman langsung dalam merancang konsep produk dan memanfaatkan teknologi sederhana untuk pemasaran. Hal ini mendorong mereka untuk lebih percaya diri dalam mencoba inovasi baru.
5. Dampak Potensial bagi Ekonomi Lokal
Kegiatan ini memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Maleer. Dengan produk yang lebih kreatif dan strategi pemasaran yang lebih baik, UMKM diharapkan dapat memperluas pasar mereka, meningkatkan pendapatan, dan berkontribusi positif pada perekonomian lokal.

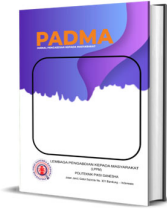
Sebagai langkah selanjutnya, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan dan pelatihan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan dampak positif kegiatan ini.



Kolaborasi dengan pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta juga penting untuk mendukung keberhasilan UMKM di Kelurahan Maleer.

Referensi

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah 2021*. Jakarta: BPS.
- Hidayat, T., & Pratama, R. (2020). Pengembangan produk kreatif untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 12(3), 45–56. <https://doi.org/10.1234/jeki.v12i3.5678>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *Strategi nasional pemberdayaan UMKM*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Rahman, A., & Fadillah, S. (2019). Peran teknologi dalam mendukung pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 78–89. <https://doi.org/10.1234/jmb.v17i1.9012>
- Seliwati, S., Halim, P. A., Suwartika, R., Abdussalam, F., Mecca, C., & Aditiarno, R. (2023). Pendampingan Penggunaan Aplikasi Sipedas Berani (Sistem Informasi Pelaporan Dasa Wisma) Kecamatan Batununggal Kota Bandung. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 99–109.
- Setiawan, R. (2021). Pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk UMKM: Studi kasus pada pelaku usaha di Bandung. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(2), 23–30. <https://doi.org/10.1234/jtb.v8i2.5678>
- Suryana, A. (2018). *Kreativitas dan inovasi: Kunci sukses dalam kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wardana, I., & Nugraha, F. (2021). Branding sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 25(3), 101–115. <https://doi.org/10.1234/jebi.v25i3.5678>
- Yulianti, D., & Saputra, R. (2020). Dampak pelatihan pengembangan produk kreatif terhadap keberhasilan UMKM: Studi pada pelaku usaha kecil di kota Bandung. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 15(4), 189–197. <https://doi.org/10.1234/jpmas.v15i4.1234>



JURNAL PADMA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Piksi Ganesha
Vol. 04 No. 02 (2024)

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



Yuniarty, N., Wityasminingsih, E., Kusumadiarti, R. S., Sukmawijaya, J., Abdussalaam, F., & Sufyana, C. M. (2023). Pelatihan Membangun Literasi Digital Bagi Para Pelajar di Lingkungan Kelurahan Maleer Kota Bandung. *PADMA*, 3(2), 108-118.