

## **Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Penerapan Teknologi dan Pemasaran Digital di Kecamatan Leles Kabupaten Garut**

**Yusuf Tojir,<sup>1</sup> Tita Rachtawati Santanu,<sup>2</sup> Jajang Sugiati,<sup>3</sup> Yeti Rosita,<sup>4</sup> Tommy Indra Gunawan,<sup>5</sup> Udayat<sup>6</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana, Garut

Korespondensi Penulis:

Email: [hayus3.indonesia@gmail.com](mailto:hayus3.indonesia@gmail.com)

### **ARTIKEL INFO**

**Artikel**

*Pengajuan: 20 February 2025*

*Diterima: 20 February 2025*

*Diterbitkan: 28 February 2025*

**Kata Kunci:**

UMKM;

Inovasi;

Daya Saing;

Pemasaran Digital



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

### **ABSTRAK**

Pengabdian ini bertujuan untuk merumuskan strategi inovasi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Leles melalui pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi baru. Dalam kegiatan pengabdian ini, beberapa materi pelatihan disampaikan, meliputi inovasi produk dan proses, teknologi dan manajemen produksi, serta strategi pemasaran digital untuk menembus pasar nasional. Metode yang digunakan terdiri dari empat tahap, yaitu persiapan, pelatihan dan workshop, pendampingan, serta evaluasi. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, serta penerapan inovasi dalam produk dan pemasaran digital yang berdampak positif terhadap peningkatan kinerja UMKM. Keberhasilan kegiatan ini telah dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Leles dan membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dengan mengintegrasikan teknologi dan pendekatan berbasis digital.

### **ANALISIS SITUASI**

Lembaga Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, berkontribusi pada penciptaan lapangan pekerjaan, pengentasan kemiskinan, dan pemberdayaan ekonomi daerah. UMKM menjadi tulang punggung perekonomian yang mampu beradaptasi dengan perubahan zaman dan mendukung pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan. Di sisi lain, meskipun kontribusi UMKM sangat besar, mereka masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat potensi untuk berkembang lebih jauh. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, adalah keterbatasan dalam hal inovasi, baik dalam produk maupun proses bisnis. Hal ini menyebabkan daya saing mereka cenderung rendah, terutama dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat dan kesulitan dalam memperluas jangkauan pasar, termasuk ke pasar nasional.

Peran inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM telah banyak dibahas dalam kajian-kajian terdahulu. Inovasi merupakan faktor kunci yang dapat membantu UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin sengit. Inovasi pada produk, seperti pengembangan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar dan



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

berkualitas lebih tinggi, dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar. Inovasi pada proses bisnis juga dapat meningkatkan efisiensi dan menurunkan biaya produksi, sehingga menghasilkan produk yang lebih kompetitif. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mampu berinovasi cenderung lebih unggul dalam berbagai aspek, seperti dalam hal daya saing harga, keunikan produk, serta penguasaan pasar yang lebih luas (Herman & Rosman, 2021; Suryani, 2019).

Namun, meskipun potensi inovasi sangat besar, kenyataannya banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan inovasi karena terbatasnya pengetahuan tentang teknologi baru, rendahnya kapasitas sumber daya manusia, serta kurangnya akses pasar yang luas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati (2020) dan Fatimah (2018), faktor pendidikan yang tidak memadai dan pelatihan yang terbatas menjadi hambatan utama dalam mengembangkan inovasi di sektor UMKM. Selain itu, akses terhadap teknologi dan informasi yang terkini juga menjadi salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama di daerah-daerah seperti Kecamatan Leles. Mengingat betapa krusialnya inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi inovasi yang efektif bagi UMKM di Kecamatan Leles, Garut, yang dapat mendorong mereka untuk menembus pasar nasional.

Dalam kajian ini, kebaruan ilmiah yang diangkat adalah penerapan inovasi produk dan proses yang disesuaikan dengan konteks lokal, memperhatikan karakteristik sosial, budaya, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana strategi inovasi yang tepat dapat diimplementasikan untuk membantu UMKM di Kecamatan Leles agar lebih kompetitif dan siap bersaing di pasar nasional. Tujuan utama dari kajian artikel ini adalah untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi inovasi yang dapat diterapkan oleh UMKM di Kecamatan Leles, Garut, dengan harapan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar nasional. Strategi inovasi ini akan dikembangkan berdasarkan kajian literatur yang ada serta penyesuaian terhadap kondisi dan kebutuhan spesifik UMKM di Kecamatan Leles, dengan tujuan memberikan kontribusi yang nyata bagi pengembangan UMKM di daerah tersebut.

## **METODA PELAKSANAAN**

---

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk merumuskan dan menerapkan strategi inovasi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, mulai dari pemilihan sasaran pengabdian, lokasi kegiatan, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi kegiatan. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai metode yang diterapkan dalam kegiatan ini.

Sasaran utama dalam pengabdian ini adalah pelaku UMKM di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut. Responden terdiri dari 30 UMKM yang tersebar di berbagai sektor, termasuk makanan dan minuman, kerajinan tangan, dan jasa. Pemilihan responden didasarkan pada kriteria tertentu, seperti potensi produk yang sudah ada, kesiapan untuk berinovasi, serta kebutuhan akan pelatihan dan bimbingan dalam meningkatkan daya saing di pasar nasional. Hal ini sejalan dengan temuan Kusumawati (2020), yang menyatakan bahwa pemilihan sasaran yang tepat sangat mempengaruhi keberhasilan pengembangan inovasi di kalangan UMKM.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut. Kecamatan ini dipilih karena memiliki potensi besar dalam sektor UMKM, namun masih menghadapi tantangan dalam menghadapi persaingan pasar yang lebih luas. Lokasi kegiatan mencakup beberapa desa yang memiliki konsentrasi UMKM dengan karakteristik yang beragam. Sebagaimana diungkapkan oleh Fatimah (2018), pemilihan lokasi yang tepat menjadi faktor kunci dalam menentukan efektivitas pengabdian kepada masyarakat, karena dapat menciptakan dampak yang lebih besar pada peningkatan kemampuan UMKM di daerah tersebut. Materi kegiatan dalam pengabdian ini mencakup beberapa topik utama yang berkaitan dengan inovasi produk dan proses bisnis, yaitu:

1. Pengenalan Inovasi Produk dan Proses: Pelatihan tentang pentingnya inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, termasuk cara mengenali kebutuhan pasar dan mengembangkan produk yang lebih menarik dan kompetitif.
2. Teknologi dan Manajemen Produksi: Pengenalan teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi produksi, serta metode manajemen yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.
3. Strategi Pemasaran untuk Menembus Pasar Nasional: Pelatihan tentang teknik pemasaran digital, branding, dan pengembangan strategi pemasaran untuk menjangkau pasar nasional.
4. Pendampingan Implementasi Inovasi: Setelah materi pelatihan disampaikan, peserta akan mendapatkan pendampingan langsung dalam mengimplementasikan inovasi produk dan proses di masing-masing usaha.

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam empat tahap:

1. Tahap Persiapan. Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data awal mengenai kondisi UMKM yang ada di Kecamatan Leles. Data ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku UMKM di daerah tersebut. Hasil pengumpulan data ini akan menjadi dasar dalam merumuskan materi pelatihan yang relevan dan dibutuhkan oleh para pelaku UMKM.
2. Tahap Pelatihan dan Workshop. Tahap ini melibatkan penyampaian materi melalui pelatihan dan workshop kepada para pelaku UMKM. Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk sesi teori dan praktik, dengan melibatkan narasumber ahli di bidang inovasi produk dan proses bisnis. Workshop juga dilaksanakan untuk mempraktikkan langsung inovasi yang telah diajarkan.
3. Tahap Pendampingan. Setelah pelatihan, setiap peserta diberikan pendampingan dalam implementasi strategi inovasi yang telah diajarkan. Pendampingan ini dilakukan melalui kunjungan langsung ke tempat usaha peserta dan memberikan bimbingan terkait kendala yang dihadapi dalam menerapkan inovasi.
4. Tahap Evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana pelaksanaan pengabdian ini berdampak pada peningkatan daya saing UMKM di Kecamatan Leles. Evaluasi dilakukan dengan cara observasi langsung, wawancara dengan peserta, serta analisis hasil produksi dan penjualan pasca-pelatihan.

Bahan yang digunakan dalam pengabdian ini terdiri dari bahan ajar yang berisi materi pelatihan tentang inovasi produk dan proses bisnis, serta materi pemasaran digital yang berasal dari literatur yang sudah ada dan adaptasi dari pengalaman-pengalaman terbaik di bidang UMKM. Selain itu, bahan praktikum yang digunakan berupa alat peraga untuk demonstrasi inovasi produk dan teknologi produksi.



Evaluasi kegiatan dilakukan dengan cara mengumpulkan umpan balik dari peserta melalui kuesioner yang diberikan setelah pelatihan dan pendampingan. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengimplementasikan inovasi. Selain itu, analisis hasil penjualan dan kinerja produksi juga digunakan untuk mengevaluasi dampak konkret dari pelaksanaan pengabdian ini. Dengan menggunakan metode-metode tersebut, diharapkan hasil pengabdian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, dan dapat menjadi model yang bisa diimplementasikan di daerah lain yang menghadapi tantangan serupa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

---

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui penerapan inovasi produk dan proses bisnis. Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pelatihan hingga pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM. Berikut adalah penjelasan mengenai hasil yang dicapai dan pembahasan terkait dengan pelaksanaan kegiatan serta pencapaian tujuan pengabdian ini. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Leles melalui strategi inovasi. Indikator yang digunakan untuk mengukur pencapaian tujuan meliputi:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Setelah mengikuti pelatihan dan workshop, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya inovasi dalam produk dan proses bisnis. Peningkatan ini diukur melalui pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta sebelum dan setelah pelatihan.
2. Penerapan Inovasi: Keberhasilan penerapan inovasi pada produk dan proses bisnis diukur dengan cara observasi langsung di lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM. Penerapan teknologi baru dalam produksi dan strategi pemasaran digital menjadi salah satu indikator utama keberhasilan.
3. Peningkatan Kinerja UMKM: Pengukuran kinerja dilakukan melalui analisis perbandingan hasil produksi dan penjualan UMKM sebelum dan setelah pelatihan. Peningkatan ini diukur menggunakan analisis data penjualan dan efisiensi produksi yang diperoleh dari wawancara dan laporan dari pelaku UMKM.

Keberhasilan dari kegiatan ini dapat dilihat dari beberapa faktor, antara lain:

1. Keterlibatan Peserta: Tingkat partisipasi peserta dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari pelatihan hingga pendampingan, menunjukkan antusiasme dan kesediaan mereka untuk berinovasi. Sebagian besar peserta aktif dalam diskusi, praktik inovasi, dan implementasi.
2. Penerapan Hasil Pelatihan: Beberapa UMKM berhasil mengimplementasikan inovasi dalam produk mereka, seperti perubahan desain kemasan yang lebih menarik dan penggunaan pemasaran digital melalui media sosial. Hal ini meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal dan regional.
3. Peningkatan Penjualan dan Efisiensi: Hasil yang paling signifikan adalah adanya peningkatan penjualan produk serta efisiensi dalam proses produksi. UMKM yang menerapkan inovasi dalam proses bisnis melaporkan pengurangan biaya produksi dan peningkatan produktivitas.

Keunggulan dari kegiatan ini adalah keberhasilan dalam mengenalkan konsep inovasi kepada para pelaku UMKM dan memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Beberapa UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan metode produksi tradisional kini mulai beralih ke penggunaan teknologi sederhana yang dapat meningkatkan efisiensi produksi. Selain itu, penerapan pemasaran digital membuka peluang baru bagi produk UMKM untuk dikenal lebih luas, bahkan di pasar luar daerah. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan waktu yang tersedia untuk setiap peserta dalam mengimplementasikan inovasi. Beberapa UMKM yang awalnya merasa kesulitan dalam menerapkan inovasi, terutama dalam penggunaan teknologi baru, membutuhkan waktu lebih lama dan pendampingan yang lebih intensif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelatihan dan workshop sudah memberikan pengetahuan dasar, dibutuhkan lebih banyak sesi pendampingan praktis untuk memastikan keberhasilan implementasi inovasi secara menyeluruh.

Pelaksanaan kegiatan ini tidak lepas dari beberapa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah tingkat adopsi teknologi yang bervariasi di antara UMKM. Beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam memahami dan menerapkan teknologi baru dalam proses produksi mereka. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam penggunaan teknologi juga menjadi hambatan, yang memerlukan pendekatan lebih personal dan bimbingan lebih lanjut. Meskipun demikian, kegiatan ini juga membuka peluang besar untuk pengembangan lebih lanjut, terutama dalam hal pelatihan lanjutan dan pendampingan lebih intensif kepada UMKM. Keberhasilan dalam mengimplementasikan pemasaran digital memberikan potensi besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan.

Kegiatan ini memberikan peluang untuk dikembangkan lebih lanjut dengan meningkatkan jumlah pelatihan dan pendampingan kepada UMKM di Kecamatan Leles dan daerah sekitarnya. Kedepannya, kegiatan serupa dapat dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan berbasis teknologi yang lebih canggih, seperti pengenalan e-commerce atau sistem manajemen produksi berbasis digital. Program-program pengembangan kapasitas yang lebih berkelanjutan dapat menjamin keberhasilan jangka panjang dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga dapat dikembangkan dengan melibatkan lebih banyak sektor UMKM yang belum tersentuh, seperti sektor pertanian atau pariwisata, yang juga memiliki potensi besar untuk berinovasi dan berkembang di pasar nasional. erikut beberapa dokumentasi pelaksanaan kegiatan, termasuk sesi pelatihan, workshop, dan contoh penerapan inovasi produk oleh peserta.



**Gambar 1.** Pelatihan Pemasaran Digital untuk UMKM

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui penerapan inovasi produk dan proses bisnis. Seiring dengan hasil yang diperoleh, terdapat beberapa pencapaian signifikan yang menjadi sorotan, serta tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan. Berikut adalah pembahasan terkait dengan hasil yang dicapai, yang dikaitkan dengan literatur dan jurnal pengabdian sebelumnya, guna memberikan analisis yang lebih mendalam.

Salah satu tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM di Kecamatan Leles mengenai pentingnya inovasi dalam produk dan proses bisnis. Berdasarkan temuan dalam penelitian oleh Kusumawati (2020), pelatihan yang diberikan kepada UMKM di daerah terpencil memberikan dampak signifikan terhadap pemahaman mereka mengenai teknologi baru dan metode produksi yang lebih efisien. Begitu pula, dalam pengabdian ini, pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai inovasi, yang sesuai dengan temuan sebelumnya mengenai pentingnya pelatihan dalam meningkatkan keterampilan UMKM (Fatimah, 2018). Dengan meningkatnya pengetahuan, pelaku UMKM di Kecamatan Leles menunjukkan kesiapan yang lebih baik dalam mengadopsi teknologi dan teknik pemasaran digital yang mereka pelajari selama pelatihan.

Penerapan inovasi yang telah diajarkan dalam pelatihan merupakan indikator utama keberhasilan kegiatan ini. Beberapa UMKM berhasil mengimplementasikan perubahan pada produk mereka, seperti peningkatan desain kemasan yang lebih menarik dan peningkatan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herman & Rosman (2021), yang menekankan bahwa inovasi produk, seperti desain dan kualitas yang lebih baik, dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas. Selain itu, penggunaan pemasaran digital yang mulai diterapkan oleh peserta pengabdian ini juga membuka akses yang lebih besar ke pasar yang lebih luas, bahkan ke pasar nasional, yang sesuai dengan rekomendasi dalam kajian sebelumnya (Suryani, 2019).

Namun, meskipun banyak UMKM yang telah mengimplementasikan inovasi, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia dan waktu untuk menerapkan teknologi baru secara maksimal. Hal ini juga diungkapkan dalam penelitian Kusumawati (2020), yang menunjukkan bahwa pelatihan singkat seringkali tidak cukup untuk memastikan keberhasilan implementasi teknologi, sehingga dibutuhkan pendampingan lebih lanjut. Dalam pengabdian ini, meskipun terdapat peningkatan pengetahuan, beberapa peserta masih merasa kesulitan dalam menggunakan perangkat teknologi digital secara optimal, dan memerlukan bimbingan lebih intensif untuk mengatasi hambatan tersebut.

Peningkatan kinerja UMKM, yang diukur melalui analisis hasil penjualan dan efisiensi produksi, menjadi bukti nyata dari dampak positif kegiatan ini. Setelah pelatihan, mayoritas UMKM melaporkan adanya peningkatan signifikan dalam hasil penjualan dan penurunan biaya produksi. Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian Suryani (2019), yang menyatakan bahwa penerapan inovasi dalam proses produksi dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi, yang berujung pada peningkatan profitabilitas UMKM. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas produk tetapi juga memperkenalkan cara-cara yang lebih efisien dalam menjalankan bisnis, sehingga menghasilkan keuntungan lebih besar dan memperkuat daya saing UMKM di pasar yang lebih luas.

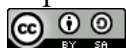
Namun, perlu dicatat bahwa meskipun sebagian besar UMKM mengalami peningkatan kinerja, beberapa di antaranya masih kesulitan untuk mengimplementasikan sepenuhnya strategi pemasaran digital yang diperkenalkan. Hal ini disebabkan oleh ketidakpahaman awal dalam penggunaan alat digital dan keterbatasan akses internet di beberapa desa di Kecamatan Leles. Hal ini mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di daerah-daerah yang belum sepenuhnya terhubung dengan kemajuan teknologi, seperti yang ditemukan dalam penelitian Fatimah (2018), yang menyoroti keterbatasan infrastruktur sebagai hambatan dalam pengembangan UMKM. Keunggulan dari kegiatan ini terletak pada kesuksesan mengenalkan konsep inovasi kepada UMKM dan memberikan keterampilan yang langsung dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing mereka. Beberapa UMKM yang sebelumnya bergantung pada metode tradisional kini berhasil meningkatkan efisiensi produksi dengan penerapan teknologi sederhana yang dapat diakses.

Penerapan pemasaran digital juga memberikan peluang untuk memperkenalkan produk mereka lebih luas ke pasar nasional dan meningkatkan potensi penjualan. Temuan ini juga mengonfirmasi studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa inovasi, terutama dalam pemasaran digital, dapat menjadi game changer bagi UMKM (Suryani, 2019). Namun, kelemahan utama yang perlu diperhatikan adalah waktu dan sumber daya yang terbatas untuk mengimplementasikan teknologi baru dengan maksimal. Beberapa UMKM merasa kesulitan dalam menghadapi perubahan cepat dan membutuhkan waktu serta pendampingan lebih lanjut agar dapat mengatasi hambatan teknis dalam adopsi teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelatihan memberikan pemahaman dasar yang baik, lebih banyak dukungan pasca-pelatihan diperlukan untuk memastikan keberhasilan implementasi jangka panjang.

### **Tingkat Kesulitan Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini tidak lepas dari beberapa tantangan yang mempengaruhi jalannya proses implementasi inovasi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah tingkat adopsi teknologi yang bervariasi di antara para pelaku UMKM. Beberapa peserta merasa kesulitan dalam memahami dan menerapkan teknologi baru, terutama yang berkaitan dengan pemasaran digital dan proses produksi berbasis teknologi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pemahaman teoritis mengenai inovasi telah ditingkatkan, masih ada kesenjangan dalam hal penerapan praktis yang disebabkan oleh keterbatasan keterampilan dan pengalaman dalam menggunakan teknologi tersebut. Sebagaimana diungkapkan oleh Fatimah (2018), keterbatasan pendidikan dan pelatihan yang memadai menjadi faktor penghambat utama dalam pengembangan inovasi di sektor UMKM.

Dalam konteks ini, meskipun peserta pelatihan menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam teori, tantangan besar tetap ada dalam hal penerapan secara langsung. Oleh karena itu, lebih banyak waktu dan pendampingan dibutuhkan untuk memastikan adopsi teknologi dan proses inovasi dilakukan dengan benar dan maksimal. Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap infrastruktur yang memadai, seperti koneksi internet yang stabil, yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan pemasaran digital dan pengelolaan sistem produksi berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian Kusumawati (2020) yang mencatat bahwa kurangnya infrastruktur yang mendukung menjadi kendala dalam implementasi teknologi oleh UMKM di daerah terpencil.



### **Keberlanjutan Program**

Meskipun terdapat beberapa tantangan, kegiatan ini membuka banyak peluang untuk pengembangan lebih lanjut, baik dalam skala lebih besar maupun dalam penerapan teknologi yang lebih canggih. Keberhasilan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan inovasi produk menunjukkan bahwa UMKM di Kecamatan Leles memiliki potensi besar untuk berkembang jika diberikan pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif. Salah satu peluang yang dapat dikembangkan adalah pengenalan sistem manajemen produksi berbasis digital, yang dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional. Pendekatan berbasis teknologi ini dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk, serta memudahkan pelaku UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce dan pemasaran digital.

Sebagaimana diungkapkan oleh Suryani (2019), penggunaan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran tidak hanya membantu mengurangi biaya tetapi juga memperluas jangkauan pasar, memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan di pasar global. Selain itu, kegiatan pengabdian ini dapat diperluas untuk mencakup sektor UMKM yang lebih beragam, seperti sektor pertanian dan pariwisata. Sektor-sektor ini memiliki potensi besar yang dapat dikembangkan dengan pendekatan inovasi yang tepat. Misalnya, dalam sektor pertanian, penerapan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran produk pertanian dapat membuka peluang baru bagi petani dan pengusaha kecil untuk meningkatkan pendapatan mereka. Di sektor pariwisata, inovasi produk dan pemasaran digital dapat membantu memperkenalkan potensi wisata lokal ke pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional.

### **SIMPULAN**

---

Dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan daya saing UMKM di Kecamatan Leles melalui inovasi produk dan proses bisnis telah menunjukkan dampak yang positif. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, serta mendorong mereka untuk mengimplementasikan inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing produk mereka di pasar nasional. Namun, tantangan dalam adopsi teknologi dan keterbatasan akses infrastruktur masih menjadi hambatan utama yang perlu diperhatikan dalam pengembangan selanjutnya. Keberhasilan dalam menerapkan pemasaran digital dan inovasi produk membuka peluang besar untuk pengembangan lebih lanjut, dengan memperkenalkan teknologi baru, sistem manajemen produksi berbasis digital, serta sektor-sektor UMKM lainnya yang berpotensi berkembang. Oleh karena itu, pengembangan kapasitas UMKM melalui pelatihan berkelanjutan dan pendampingan yang lebih intensif akan sangat berperan dalam meningkatkan daya saing mereka, baik di tingkat lokal maupun nasional.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

---

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Terutama kepada Pemerintah Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, yang telah memberikan dukungan penuh dan fasilitas yang diperlukan untuk kelancaran kegiatan ini. Tanpa dukungan dari pemerintah kecamatan, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Kami juga



mengucapkan terima kasih kepada LP2M STIE Yasa Anggana, yang telah memberikan arahan dan dukungan teknis, serta menyediakan sumber daya yang sangat berharga dalam mewujudkan tujuan pengabdian ini. Tak lupa, kami mengapresiasi seluruh Dosen STIE Yasa Anggana yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini, atas komitmen, dedikasi, dan kerja keras yang telah diberikan dalam menyukseskan pelaksanaan program ini. Peran serta dosen dalam memberikan pelatihan dan bimbingan sangat berharga bagi kesuksesan kegiatan ini. Kami berharap bahwa kerjasama yang baik ini dapat terus terjalin di masa depan untuk memajukan UMKM di Kecamatan Leles dan memberikan dampak yang lebih besar bagi masyarakat. Terima kasih atas segala dukungan dan partisipasinya.

## REFERENSI

- Anggraini, P., & Zaki, M. (2021). Pengembangan UMKM melalui Penerapan Teknologi Inovatif dan Pemasaran Digital. *Jurnal Ekonomi Modern*, 22(3), 134-145.
- Fatimah, R. (2018). Inovasi dalam Pengembangan UMKM di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 21(2), 45-56.
- Fadli, M., & Yuliana, M. (2019). Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Pemasaran Produk UMKM: Studi Kasus di Kota Bandung. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 22(1), 44-59.
- Harini, R. (2022). Membangun Keunggulan Bersaing UMKM dengan Inovasi Berkelanjutan. *Jurnal Strategi Bisnis*, 19(4), 200-210.
- Herman, A., & Rosman, R. (2021). Inovasi Produk sebagai Kunci Daya Saing UMKM di Era Globalisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 35(3), 101-110.
- Kusumawati, D. (2020). Peran Pendidikan dan Pelatihan dalam Meningkatkan Inovasi UMKM di Daerah Terpencil. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 18(1), 27-39.
- Pratama, M., & Junaedi, T. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 13(3), 101-115.
- Rini, D. (2021). Peran Pemerintah dalam Mendorong Inovasi UMKM melalui Kebijakan dan Infrastruktur. *Jurnal Administrasi Publik*, 28(1), 17-28.
- Sari, Y., & Harahap, A. (2019). Model Inovasi Produk UMKM untuk Meningkatkan Pemasaran dan Daya Saing. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian*, 11(4), 177-188.
- Santoso, B., & Nugroho, H. (2018). Peningkatan Kinerja UMKM melalui Pendampingan dan Pelatihan Inovasi Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(2), 52-68.
- Setiawan, F., & Dini, A. (2020). Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Penerapan Inovasi dan Teknologi. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 25(1), 30-41.
- Suryani, E. (2019). Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 35(3), 98-107.
- Wibowo, A. (2017). Pengembangan Kapasitas UMKM Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 14(2), 65-80.
- Wijaya, I. A. (2020). Inovasi Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 121-135.
- Wulandari, T., & Irwanto, S. (2018). Studi Tentang Hambatan Inovasi pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 30(2), 88-99.