

Studi Literatur: Eksplorasi Inovasi Produk UMKM dan Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Chandra Sagul Haratua¹, Warti², Kendi Widianari³, Siti Nuraeni⁴, Puput Nia Nuroniah⁵

^{1, 2, 3, 4, 5}Fakultas Pendidikan Ilmu Sosial, Universitas Indraprasta PGRI Jakarta, Indonesia;
E-mail: harazua09@gmail.com

Abstract

This study aims to explore product innovation in MSMEs and the role of human resource management (HRM) in enhancing customer satisfaction. Using a literature review approach, this research collects and analyzes various relevant sources on product development and HRM in the context of MSMEs. Product innovation in MSMEs is considered a key factor in gaining a competitive edge in the market, involving market research, the application of modern technology, and sustainable product improvements. Additionally, effective HRM plays a critical role in enhancing employees' capabilities through competency-based training programs such as skill training, digital marketing, and inventory management. These training programs aim to improve employees' skills in facing dynamic market challenges and enhance customer service quality. The study also shows that a work culture supporting collaboration and creativity, as well as involving employees in strategic decision-making, contributes to product innovation and customer satisfaction. The results indicate that effective HRM can increase customer loyalty and competitive advantage for MSMEs, while continuous product innovation is crucial for achieving sustainable business growth.

Keywords: Product innovation, Human resource management, Customer satisfaction, Competency-based training, Collaborative work culture.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan produk domestik bruto (PDB). Dengan karakteristik yang khas, UMKM sering kali dihadapkan pada tantangan yang kompleks, terutama dalam hal inovasi dan pengembangan produk. Dalam era globalisasi yang semakin pesat, kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan preferensi konsumen menjadi hal yang mutlak. Perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, serta tren lingkungan yang semakin mengemuka menuntut UMKM untuk tidak hanya mempertahankan eksistensinya, tetapi juga untuk berinovasi secara berkelanjutan guna mencapai keunggulan kompetitif.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pengembangan produk yang inovatif bukanlah sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan bagi UMKM yang ingin bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Riset pasar yang mendalam menjadi langkah awal yang krusial dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sekaligus mengidentifikasi tren terbaru yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan produk yang relevan. Dengan memanfaatkan wawasan yang diperoleh dari riset pasar, UMKM dapat merancang produk yang tidak hanya memenuhi harapan konsumen dari segi fungsi dan desain, tetapi juga menawarkan nilai lebih, seperti kualitas dan harga yang kompetitif.

Di samping itu, penerapan teknologi modern dalam proses pengembangan produk juga menjadi faktor penentu. Teknologi yang terus berkembang membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi produksi, mempercepat waktu produksi, dan menciptakan produk yang lebih inovatif dalam hal fitur dan kualitas. Penggunaan teknologi digital dalam desain produk serta pemanfaatan mesin canggih dalam produksi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan presisi dan mengurangi tingkat kesalahan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kualitas produk. Namun, adopsi teknologi tidak hanya terbatas pada aspek produksi, tetapi juga mencakup pemasaran produk melalui platform digital, seperti media sosial dan e-commerce, yang memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen dengan lebih luas.

Peningkatan produk yang sudah ada juga tidak dapat diabaikan. UMKM harus secara aktif melakukan evaluasi terhadap produk yang telah ada, dengan melakukan perbaikan kualitas, memperbarui desain, atau menambahkan fitur baru yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Peningkatan produk yang berkelanjutan tidak hanya menjadikan produk lebih menarik di mata konsumen, tetapi juga

berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi berkontribusi pada loyalitas konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing UMKM di pasar.

Di tengah meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan, UMKM juga dituntut untuk mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam pengembangan produk. Konsumen saat ini semakin peduli dengan dampak lingkungan dari produk yang mereka beli. Oleh karena itu, UMKM yang mampu menghadirkan produk ramah lingkungan atau menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang berpotensi menciptakan nilai tambah yang signifikan. Ini tidak hanya menjadi daya tarik bagi konsumen yang peduli pada keberlanjutan, tetapi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan produk UMKM dari pesaing yang tidak memperhatikan aspek lingkungan.

Manajemen sumber daya manusia (SDM) di UMKM juga ada andil dalam menciptakan inovasi. Keberhasilan manajemen SDM yang berorientasi pada kompetensi dan pengembangan karyawan menjadi sangat relevan dalam konteks ini. Pelatihan berbasis kompetensi dapat meningkatkan kapabilitas karyawan, baik dalam operasional sehari-hari maupun dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Program pelatihan yang terarah dan praktis, seperti pelatihan keterampilan komunikasi dan digital marketing, membantu karyawan untuk memberikan nilai tambah yang signifikan bagi bisnis.

Karyawan yang merasa terlibat dan dihargai dalam proses pengambilan keputusan cenderung lebih termotivasi untuk memberikan layanan yang prima kepada pelanggan. Studi menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dari karyawan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Perlu membangun budaya kerja yang mendukung kolaborasi dan kreativitas untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi. Budaya kerja yang kolaboratif memungkinkan karyawan untuk berbagi ide, bekerja sama dalam tim, dan menyelesaikan tantangan dengan pendekatan yang lebih kreatif.

Keterkaitan antara manajemen SDM dan inovasi produk menjadi semakin jelas. Strategi rekrutmen yang efektif, pelatihan dan pengembangan karyawan, serta sistem manajemen kinerja yang mendukung inovasi akan menciptakan sinergi yang positif dalam pengembangan produk. UMKM perlu merekrut karyawan yang tidak hanya memiliki keahlian teknis, tetapi juga kreativitas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan. Dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendorong pembelajaran berkelanjutan dan penghargaan terhadap ide-ide baru, UMKM dapat memastikan bahwa proses inovasi menjadi lebih dinamis dan produktif.

Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar tergantung pada kemampuannya untuk berinovasi dalam pengembangan produk dan mengelola sumber daya manusianya dengan baik. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM tidak hanya dapat menciptakan produk yang relevan dan berkualitas, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Dengan demikian, pengembangan produk yang berkelanjutan dan manajemen SDM yang efektif akan menjadi kunci sukses bagi UMKM dalam mencapai keunggulan kompetitif dan menciptakan pertumbuhan yang maju.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, yang merupakan pendekatan sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik yang diteliti. Studi literatur ini bertujuan untuk mengeksplorasi konsep-konsep kunci, teori, dan praktik terkait pengembangan produk dan manajemen sumber daya manusia (SDM) dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Proses pengumpulan data dilakukan dengan mencari dan mengkaji artikel ilmiah, buku, laporan penelitian, dan dokumen lainnya yang membahas tentang inovasi produk, strategi manajemen SDM, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Dengan mengidentifikasi dan menganalisis hasil-hasil penelitian sebelumnya, metode ini memungkinkan peneliti untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika yang ada dalam pengembangan produk dan manajemen SDM di UMKM. Selain itu, studi literatur juga memberikan landasan teoritis yang kuat untuk merumuskan rekomendasi dan strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM dalam upaya meningkatkan daya saing dan inovasi produk mereka. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengintegrasikan berbagai perspektif dan temuan dari berbagai penelitian, sehingga menciptakan gambaran yang komprehensif dan holistik mengenai isu-isu yang dihadapi oleh UMKM.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam dunia UMKM, pengembangan produk dan manajemen sumber daya manusia (SDM) menciptakan keunggulan kompetitif. Hasil ini akan membahas bagaimana inovasi produk dan pengelolaan SDM yang dapat saling mendukung untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan dalam pasar.

Hasil

Inovasi Produk UMKM

Pengembangan dan peningkatan produk merupakan strategi utama bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Untuk dapat bersaing dan berkembang, UMKM harus mampu menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar saat ini, tetapi juga dapat menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen dan tren pasar yang terus berkembang (Fatkhah & Chasanah, 2024). Salah satu langkah awal dalam pengembangan produk adalah riset pasar yang mendalam. Melalui riset pasar, UMKM dapat memperoleh wawasan tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, tren terbaru, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai segmen pasar yang mereka tuju, UMKM dapat merancang produk yang lebih sesuai dengan harapan konsumen, baik dari segi fungsi, desain, maupun harga.

Penerapan teknologi modern juga membantu dalam proses pengembangan produk. Teknologi yang terus berkembang dapat memberikan kemudahan dalam proses produksi, mempercepat waktu produksi, dan meningkatkan efisiensi (Saputra, 2023). Teknologi juga dapat digunakan untuk menciptakan produk yang lebih inovatif, baik dalam hal fitur maupun kualitas. Penggunaan teknologi digital dalam desain produk atau pemanfaatan mesin canggih dalam produksi dapat meningkatkan presisi dan mengurangi tingkat kesalahan. Bagi UMKM, adopsi teknologi tidak hanya terbatas pada proses produksi, tetapi juga dapat mencakup penggunaan teknologi untuk memasarkan produk, seperti pemanfaatan media sosial, e-commerce, atau aplikasi pemasaran digital untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

UMKM juga perlu fokus pada peningkatan produk yang sudah ada. Peningkatan ini bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti memperbaiki kualitas produk, memperbarui desain, atau menambah fitur baru yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen (Ghufroon et al., 2024). Sebagai contoh, sebuah UMKM yang memproduksi pakaian dapat melakukan peningkatan dengan memilih bahan yang lebih berkualitas atau lebih ramah lingkungan, memperbaharui desain agar lebih trendy, atau menyesuaikan produk dengan tren mode yang sedang berkembang. Peningkatan produk yang berkelanjutan tidak hanya membuat produk lebih menarik bagi konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat menciptakan loyalitas dan meningkatkan daya saing di pasar.

UMKM harus mempertimbangkan aspek ramah lingkungan dalam pengembangan dan peningkatan produk. Semakin banyak konsumen yang peduli dengan dampak lingkungan dari produk yang mereka beli. UMKM yang mampu menghasilkan produk yang lebih ramah lingkungan atau menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi produk mereka (Ardianto et al., 2024). Produk yang menggunakan bahan alami atau bahan yang dapat didaur ulang akan lebih dihargai oleh konsumen yang peduli dengan isu lingkungan. Ini juga dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan produk UMKM dari pesaing mereka yang tidak memperhatikan aspek keberlanjutan.

Memperhatikan peningkatan layanan pelanggan. Layanan pelanggan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, yang akhirnya berujung pada loyalitas pelanggan. Layanan pelanggan yang memadai tidak hanya meliputi proses transaksi, tetapi juga bagaimana UMKM dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen sebelum dan setelah pembelian. Misalnya, UMKM dapat menyediakan platform layanan pelanggan yang mudah diakses, seperti chat online atau hotline, untuk membantu konsumen yang memiliki pertanyaan atau masalah terkait produk. Selain itu, UMKM juga dapat memberikan kebijakan pengembalian produk yang fleksibel atau memberikan layanan purna jual yang baik untuk memastikan konsumen merasa dihargai dan puas dengan produk yang dibeli.

Pada akhirnya, pengembangan dan peningkatan produk bukanlah suatu usaha yang dapat dilakukan sekali saja, melainkan merupakan proses yang berkelanjutan. Untuk tetap relevan dan

kompetitif di pasar, UMKM harus terus berinovasi, mengevaluasi produk yang ada, dan memperkenalkan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan pendekatan yang tepat, pengembangan produk dapat menjadi kunci sukses bagi UMKM dalam mencapai keunggulan kompetitif dan menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Manajemen Sumber Daya Manusia di UMKM

Keberhasilan manajemen SDM di UMKM sangat bergantung pada program pengembangan karyawan yang berorientasi pada kompetensi. Pendekatan ini memberikan landasan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi keterampilan utama yang dibutuhkan karyawan, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis. Dengan pelatihan berbasis kompetensi, UMKM dapat meningkatkan kapabilitas karyawan dalam menjalankan peran mereka, baik dalam operasional sehari-hari maupun dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

Pada sektor UMKM, program semacam ini sering kali menekankan pelatihan yang praktis dan terarah sesuai kebutuhan bisnis. Misalnya, pelatihan tentang keterampilan komunikasi, teknologi informasi, atau pengelolaan inventaris dapat membantu karyawan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan. Studi literatur menunjukkan bahwa pengembangan berbasis kompetensi juga membantu membangun rasa percaya diri karyawan, yang berdampak langsung pada peningkatan kualitas layanan.

Pelatihan berupa *Skill Training* fokus pada pengembangan keterampilan interpersonal karyawan, termasuk kemampuan komunikasi, empati, kerja sama, dan penyelesaian konflik. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan dan memberikan informasi yang relevan tentang produk. Dengan harapan karyawan dapat membangun hubungan yang positif dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta daya saing UMKM di pasar yang kompetitif (Syafitri et al., 2024). Program pengembangan yang diterapkan dalam UMKM dapat berupa pelatihan digital marketing, yang mencakup sosialisasi konsep digital marketing dan e-commerce, serta pelatihan penggunaan dan optimalisasi teknologi informasi untuk kegiatan promosi dan pemasaran. Kompetensi utama yang dikembangkan melalui program ini meliputi pemahaman tentang digital marketing, keterampilan penggunaan media internet untuk komunikasi dan penjualan, serta kemampuan dalam pembuatan blog dan konten digital. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan wawasan mitra mengenai digital marketing dan kemampuan untuk memanfaatkan berbagai teknologi informasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar (Abdurrahman et al., 2020). Program pengembangan lainnya berupa pelatihan pemanfaatan sistem informasi inventory toko untuk pengelolaan persediaan barang. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kompetensi karyawan dalam mengelola inventaris secara terkomputerisasi, meningkatkan akurasi pencatatan stok, menganalisis data penjualan, dan mengintegrasikan sistem dengan proses bisnis lainnya. Hasil yang diharapkan meliputi peningkatan efisiensi operasional, pengurangan biaya, peningkatan akurasi data, layanan pelanggan yang lebih baik, dan pada akhirnya, pertumbuhan bisnis yang lebih besar bagi UMKM tersebut (Magfira et al., 2023).

Tabel 1. Program Pelatihan Berbasis Kompetensi untuk UMKM

Jenis Pelatihan	Kompetensi Utama yang Dikembangkan	Hasil yang Diharapkan
Skill Training	Kemampuan komunikasi Kemampuan empati Kemampuan kerja sama Kemampuan menyelesaikan konflik	Membangun hubungan positif dengan pelanggan dan tim internal, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
Digital Marketing	Pemahaman tentang digital marketing Ketrampilan penggunaan media internet untuk komunikasi dan penjualan Kemampuan dalam pembuatan blog dan konten digital	Peningkatan wawasan dan pemahaman tentang digital marketing
Pengelolaan Inventaris	Manajemen stok dan logistik	Mengurangi pemborosan dan kehilangan stok

Implementasi program ini berpotensi mendorong UMKM untuk menciptakan strategi pengelolaan SDM yang lebih terstruktur. Dengan adanya kerangka pengembangan kompetensi yang jelas, UMKM dapat mengukur efektivitas pelatihan dan menyesuaikan program tersebut berdasarkan hasil yang dicapai. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi internal tetapi juga memperkuat daya saing UMKM di pasar, yang pada akhirnya mendukung kepuasan pelanggan.

Pendekatan yang melihat karyawan sebagai mitra strategis menjadi semakin relevan bagi UMKM yang ingin membangun hubungan kerja yang lebih kolaboratif. Dalam studi literatur, pendekatan ini diidentifikasi sebagai cara untuk meningkatkan rasa kepemilikan dan keterlibatan karyawan terhadap keberhasilan usaha. Dengan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan strategis, UMKM dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan mendukung inovasi.

Pada UMKM, karyawan sering kali memiliki peran multifungsi yang memungkinkan mereka berkontribusi langsung terhadap berbagai aspek bisnis, mulai dari produksi hingga layanan pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk memberikan wawasan yang berharga, terutama karena mereka berinteraksi langsung dengan pelanggan. Ketika karyawan merasa bahwa pendapat mereka dihargai, mereka cenderung lebih termotivasi untuk memberikan layanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Studi menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang sangat tinggi (86,90%) berkat pelayanan prima yang diberikan oleh karyawan. Pelayanan ini ditandai oleh sikap ramah dan sopan, responsif terhadap kebutuhan pelanggan, pengetahuan produk yang baik, dan kemampuan untuk menerima masukan serta kritik (Aziza et al., 2024). Penelitian terhadap UMKM menunjukkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 75,19%, berada pada level puas. Analisis lebih lanjut menggunakan metode IPA mengidentifikasi dimensi "orang" (people) sebagai prioritas utama perbaikan. Pendekatan karyawan difokuskan pada peningkatan pelayanan, meliputi pembaruan informasi produk, peningkatan kepuasan konsumen melalui interaksi karyawan, dan penyesuaian pelayanan dengan SOP, yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Setiawan et al., 2022).

Tabel 2. Hubungan antara Pendekatan Karyawan dan Kepuasan Pelanggan

Pendekatan Karyawan	Kepuasan Pelanggan (%)
Pelayanan prima	Hasil persentase kepuasan konsumen berdasarkan Customer Satisfaction Index (CSI) adalah sebesar 86,90%, yang menunjukkan bahwa kriteria kepuasan konsumen berada pada kategori sangat puas.
Pelayanan dengan standar operasional (SOP)	Hasil persentase kepuasan konsumen UMKM adalah sebesar 75,19%, yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada level puas.

Ini menunjukkan bahwa pendekatan yang menganggap karyawan sebagai mitra strategis perlu bagi UMKM dalam membangun hubungan kerja yang kolaboratif dan inklusif. Keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan tidak hanya meningkatkan rasa kepemilikan dan motivasi mereka, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Data menunjukkan bahwa pelayanan prima yang diberikan karyawan berhasil mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang sangat tinggi, yaitu 86,90%. Sebaliknya, penerapan standar operasional (SOP) pada UMKM menunjukkan tingkat kepuasan sebesar 75,19%, yang masih berada dalam kategori puas. Fokus pada pengembangan karyawan dan peningkatan interaksi mereka dengan pelanggan, serta penyesuaian pelayanan sesuai dengan SOP, merupakan langkah strategis yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pendekatan ini tidak hanya mendukung keberhasilan bisnis, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan inovatif.

Budaya kerja yang mendukung kolaborasi dan kreativitas juga mempengaruhi inovasi UMKM. Studi literatur menunjukkan bahwa lingkungan kerja yang kolaboratif memungkinkan karyawan untuk berbagi ide, bekerja sama dalam tim, dan menyelesaikan tantangan dengan pendekatan yang lebih kreatif. Pada UMKM, budaya ini sering kali menjadi pendorong utama dalam pengembangan produk atau layanan yang unik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Budaya kerja kolaboratif dapat dibangun dengan memberikan ruang bagi karyawan untuk mengekspresikan ide-ide mereka, baik melalui diskusi formal maupun informal. Misalnya, UMKM dapat

mengadakan sesi brainstorming reguler untuk mengidentifikasi peluang baru atau menyelesaikan masalah operasional. Dengan memberikan kebebasan kepada karyawan untuk berkontribusi, UMKM tidak hanya meningkatkan motivasi mereka tetapi juga memperluas peluang untuk menciptakan inovasi yang berdampak langsung pada pelanggan.

Berdasarkan penelitian, berikut adalah budaya kerja yang mendukung kolaborasi dan kreativitas (Azzahra et al., 2024):

1. Implementasi nilai-nilai yang mendukung kolaborasi seperti *Collaboration, Innovative, Network, Trustworthy, Assurance*.
2. Pemberian tugas yang Sesuai dengan kompetensi dapat mendorong mereka untuk berprestasi dan berinovasi, tanpa merasa terbebani, yang meningkatkan keterlibatan dan kreativitas.
3. Lingkungan yang mendukung inovasi dapat mendorong karyawan untuk berinovasi dan mengambil inisiatif baru dalam pekerjaannya, sehingga menciptakan atmosfer yang mendorong pengembangan ide-ide kreatif.
4. Penyediaan dukungan dan pelatihan untuk Pengembangan Karyawan yang berdampak pada produktivitas dan kualitas kerja.
5. Kolaborasi antara tim yang didorong oleh nilai kepercayaan yang diterapkan.
6. Kesempatan untuk mengerjakan tugas baru sebagai tantangan yang mendorong mereka untuk berpikir kreatif, inovatif, dan mencari solusi baru yang lebih baik.
7. Lingkungan kerja yang positif dan kohesif menciptakan rasa saling percaya dan menghargai antar rekan kerja, yang memperkuat kerjasama dan mendorong keberhasilan bersama dalam mencapai tujuan.
8. Keterbukaan terhadap inovasi yang menghargai ide-ide baru dan mendorong eksperimen dalam proses kerja membantu memperkuat kreativitas dan inovasi.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, dapat menciptakan budaya kerja yang tidak hanya produktif tetapi juga mendukung kolaborasi dan kreativitas, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Keterkaitan Manajemen SDM dan Inovasi Produk dalam UMKM

Inovasi produk di UMKM bergantung erat pada kualitas sumber daya manusianya. Strategi rekrutmen yang efektif berperan dalam mendukung pengembangan produk baru. UMKM perlu merekrut karyawan yang tidak hanya memiliki keahlian teknis yang relevan, tetapi juga memiliki kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, dan daya adaptasi yang tinggi. Proses seleksi yang menekankan aspek-aspek ini, misalnya melalui tes kreativitas atau portofolio, akan menghasilkan tim yang mampu menghasilkan ide-ide inovatif. Selain itu, rekrutmen yang inklusif, yang melibatkan beragam latar belakang dan perspektif, dapat memperkaya proses inovasi dengan menghadirkan sudut pandang yang berbeda dan memperluas basis pengetahuan.

Program pelatihan dan pengembangan karyawan juga merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kemampuan mereka untuk menciptakan inovasi. Pelatihan yang berfokus pada pengembangan design thinking, lean startup methodology, atau teknik-teknik inovasi lainnya akan membekali karyawan dengan metodologi dan kerangka kerja yang sistematis untuk menghasilkan ide-ide baru. Pemberian kesempatan bagi karyawan untuk mengikuti workshop, seminar, atau pelatihan eksternal juga dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mereka tentang tren industri terkini dan teknologi baru. Lebih lanjut, UMKM dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pembelajaran berkelanjutan, di mana karyawan didorong untuk terus belajar dan mengembangkan keahlian mereka.

Sistem manajemen kinerja yang efektif juga mendorong inovasi. UMKM perlu menetapkan target kinerja yang menantang namun realistis, yang mendorong karyawan untuk berpikir kreatif dan mencari solusi inovatif. Sistem penghargaan dan pengakuan atas kontribusi karyawan dalam menciptakan inovasi dapat memotivasi mereka. Hal ini dapat berupa bonus, promosi, atau bahkan pengakuan publik atas prestasi mereka. Selain itu, UMKM perlu menciptakan budaya organisasi yang menghargai ide-ide baru dan toleran terhadap kegagalan. Lingkungan kerja yang aman dan terbuka memungkinkan karyawan untuk bereksperimen, berinovasi, dan berbagi ide tanpa takut dikritik atau dihukum. Dengan demikian, proses inovasi akan menjadi lebih dinamis dan produktif. Integrasi yang baik antara strategi rekrutmen, pelatihan, manajemen kinerja, dan budaya organisasi akan menciptakan sinergi yang positif dan menghasilkan inovasi produk yang berkelanjutan di UMKM.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan manajemen sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor dalam meningkatkan daya saing UMKM dan kepuasan pelanggan. Inovasi produk, yang didorong oleh riset pasar dan adopsi teknologi, memberikan UMKM kemampuan untuk menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Di sisi lain, manajemen SDM yang berbasis kompetensi, dengan program pelatihan yang terarah, berperan dalam memperkuat kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Kedua faktor ini saling mendukung dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan UMKM, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Inovasi produk tidak hanya sebatas menciptakan produk baru, tetapi juga melibatkan proses perbaikan berkelanjutan pada produk yang ada. Melalui riset pasar yang mendalam, UMKM dapat mengidentifikasi tren pasar, serta preferensi dan kebutuhan konsumen yang berubah. Pemahaman ini memungkinkan UMKM untuk mengadaptasi produk mereka agar lebih sesuai dengan keinginan pasar. Riset pasar juga berfungsi untuk meminimalkan risiko kegagalan produk, dengan memberikan informasi yang lebih akurat mengenai apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan pemikiran Fatkhan & Chasanah (2024) yang menekankan pentingnya riset pasar dalam menciptakan produk yang dapat bertahan dalam persaingan pasar. Proses pengembangan produk yang berkelanjutan ini menjadi aspek penting dalam memperkuat posisi UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Adopsi teknologi berperan besar dalam mendukung inovasi produk. Teknologi yang terus berkembang memberi UMKM kesempatan untuk meningkatkan kualitas produk serta efisiensi dalam proses produksi. Pemanfaatan teknologi, seperti desain berbasis digital dan penggunaan mesin otomatis dalam produksi, dapat meningkatkan presisi dan kecepatan, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Hal ini juga memberikan UMKM akses ke pasar yang lebih luas melalui saluran digital seperti media sosial dan e-commerce. Dengan adanya teknologi, UMKM dapat melakukan pemasaran dengan biaya yang lebih rendah namun menjangkau audiens yang lebih besar, yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau. Teknologi memberikan fleksibilitas bagi UMKM dalam beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar.

Inovasi produk tidak hanya bergantung pada teknologi dan riset pasar. Aspek keberlanjutan juga menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan produk. Konsumen saat ini semakin sadar akan dampak lingkungan dari produk yang mereka konsumsi, dan mereka lebih memilih produk yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, UMKM yang mampu mengintegrasikan keberlanjutan dalam produk mereka, seperti menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang atau bahan yang lebih ramah lingkungan, dapat menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap isu-isu keberlanjutan. Ini menciptakan keunggulan kompetitif tambahan bagi UMKM yang mengedepankan keberlanjutan, sebagaimana dijelaskan oleh Ardianto et al. (2024). Keberlanjutan produk ini, selain meningkatkan daya tarik di pasar, juga dapat memperkuat citra merek UMKM sebagai usaha yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Manajemen SDM yang baik menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam mendukung inovasi produk dan keberhasilan UMKM. Salah satu elemen utama dalam manajemen SDM adalah pengembangan kompetensi karyawan. UMKM perlu memastikan bahwa karyawan memiliki keterampilan yang relevan dengan tuntutan pasar dan bisnis yang terus berkembang. Program pelatihan berbasis kompetensi, seperti pelatihan komunikasi, pengelolaan inventaris, dan digital marketing, memberikan karyawan keterampilan yang dapat langsung diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. Pelatihan semacam ini tidak hanya meningkatkan kualitas operasional, tetapi juga memberikan dampak langsung pada kepuasan pelanggan. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan perubahan tren, karyawan yang terlatih akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memberikan solusi inovatif, yang pada gilirannya meningkatkan pengalaman konsumen.

Dibutuhkan juga untuk melihat bagaimana pendekatan manajemen SDM yang berbasis pada keterlibatan karyawan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Karyawan yang merasa dihargai dan diberdayakan dalam pengambilan keputusan akan lebih termotivasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini tercermin dalam hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pendekatan yang melibatkan karyawan dalam keputusan strategis dapat meningkatkan motivasi mereka dan, pada akhirnya, meningkatkan kualitas layanan. Pendekatan ini, yang menganggap karyawan sebagai mitra strategis, memperkuat ikatan antara karyawan dan perusahaan, sehingga menciptakan atmosfer kerja yang lebih positif dan produktif. Dengan demikian, UMKM yang memprioritaskan keterlibatan karyawan dalam

pengambilan keputusan dan pemberian penghargaan akan merasakan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Budaya kerja yang mendukung kolaborasi dan kreativitas juga memiliki peran besar dalam meningkatkan inovasi dan kinerja UMKM. Dalam lingkungan kerja yang terbuka dan inklusif, karyawan merasa diberdayakan untuk berbagi ide dan berkolaborasi dengan rekan-rekan mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan motivasi individu tetapi juga menciptakan suasana kerja yang kreatif, yang sangat penting untuk menghasilkan solusi inovatif. Budaya kerja yang mendukung kolaborasi juga memungkinkan karyawan untuk lebih mudah menyelesaikan masalah dan menciptakan produk atau layanan yang lebih baik. Lingkungan yang mendukung kreativitas akan memfasilitasi munculnya ide-ide baru yang dapat meningkatkan produk atau layanan UMKM. Dengan demikian, budaya kerja yang positif dapat menjadi pendorong utama dalam inovasi produk dan layanan yang lebih berkualitas.

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai hubungan antara inovasi produk dan manajemen SDM, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penelitian ini hanya mencakup sektor-sektor tertentu dalam UMKM, sehingga temuan ini mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi UMKM di sektor lain. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat mencakup sektor yang lebih beragam untuk melihat apakah temuan ini dapat digeneralisasi. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi lebih dalam mengenai teknologi terbaru yang dapat diadopsi oleh UMKM untuk meningkatkan inovasi produk dan efisiensi operasional mereka. Dengan memperluas cakupan penelitian, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran inovasi produk dan manajemen SDM dalam meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan di berbagai sektor UMKM.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan manajemen sumber daya manusia (SDM) memiliki hubungan dalam meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan UMKM. Inovasi produk yang didorong oleh riset pasar yang cermat dan pemanfaatan teknologi modern memungkinkan UMKM untuk menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Di samping itu, keberlanjutan produk juga menjadi faktor yang semakin penting, karena konsumen lebih memilih produk yang ramah lingkungan. Dengan demikian, inovasi produk tidak hanya terkait dengan kualitas dan desain, tetapi juga dengan bagaimana produk tersebut dapat memenuhi tuntutan pasar yang berkembang pesat.

Sementara itu, manajemen SDM yang berbasis pada kompetensi dan keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi dan kualitas pelayanan. Program pelatihan yang fokus pada pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar, ditambah dengan budaya kerja yang mendukung kolaborasi dan kreativitas, sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Oleh karena itu, untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan, UMKM perlu mengintegrasikan inovasi produk dan pengelolaan SDM secara sinergis, sehingga mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi yang dapat memenuhi harapan konsumen serta menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan penelitian ini. Terutama kepada pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berarti, serta kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi, baik berupa dana, waktu, maupun dukungan moral. Tanpa bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak, penelitian ini tidak dapat terlaksana dengan sukses.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Ardianto, F., Rimadias, S., S. Sadikin, D., Budhijana, R. B., & Azmi, M. F. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Sinergi Praktik Ramah Lingkungan dan Pemasaran Digital

- pada Usaha Warung Makan Mbokcentil. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(1), 140–151. <https://doi.org/10.35870/jpni.v5i1.623>
- Aziza, K., Hadi, S. S., Jl, A., Subroto, G., Karawaci, K., & Tangerang, K. (2024). Hubungan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Serba Cetak Jakarta Selatan Universitas Bina Sarana Informatika , Indonesia seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(4).
- Azzahra, S., Haludin, G., Putri, A., & Amantha, D. (2024). Implementasi Nilai-Nilai Perusahaan Dalam Mendorong Budaya Kerja: Studi Kasus PT Intraco Penta Tbk. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(2), 1127–1133. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.4126>
- Fatkhan, R. A., & Chasanah, U. (2024). Dampak Inovasi Produk dan Digital Marketing Pada Pertumbuhan UMKM : Studi Kasus di Sektor Industri Kreatif. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(July), 537–544.
- Ghufron, M. I., Warisa, U., Munawwaroh, F., & Aslamiyah, S. (2024). Transformasi Digital Melalui Penggunaan Google Profil Bisnis Dalam Pengembangan Produk Bisnis Pada Cafe Grassroot di Paiton Probolinggo transformasi digital bisnis adalah Google Profil Bisnis (Google My Business). Google Profil Bisnis adalah platform gr. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 2–12.
- Magfira, D. B., Yudianto, F., Kurniastuti, I., Sulistiyani, E., Mautia, N. S., Hasani, A. A., Irwanto, M. F., & Fadlia, L. S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Sistem Informasi Inventory Toko kepada UMKM. *Indonesia Berdaya*, 5(1), 75–80. <https://doi.org/10.47679/ib.2024631>
- Saputra, R. (2023). Peningkatan Efisiensi Operasional Melalui Implementasi Teknologi Terkini Dalam Proses Produksi. *Journal of Creative Power and Ambition*, 1(1), 13–26. <https://edujavare.com/index.php/jcpaWebsite:https://edujavare.com/>
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286–295. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.62>
- Syafitri, E. N., Oktaviana, R., Misnawati, D., & Maharani, D. (2024). Interpersonal Skills of Raja Vegan UMKM HR in Building Relationships. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.55927/ijar.v3i1.7722>