

SOSIALISASI STRATEGI INOVASI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN SEBAGAI KUNCI DAYA SAING UMKM YANG KOMPETITIF DAN BERKELANJUTAN

Wahyu Haryadi^{1*}

¹ Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: wahyu@samawa-university.ac.id

Article Info	Abstrak
Article History <i>Received: 09 November 2025</i> <i>Revised: 19 November 2025</i> <i>Published: 31 Desember 2025</i>	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat didasarkan pada fakta sejumlah UMKM di Desa Pukat Kecamatan Utan, NTB, menghadapi sejumlah hambatan dalam mengadopsi inovasi produk ramah lingkungan (<i>green product innovation</i>). Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan terkait produk ramah lingkungan, serta kesadaran lingkungan yang masih rendah di kalangan pelaku UMKM. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pemahaman dan edukasi kepada aparat desa serta pelaku UMKM di Desa Pukat agar mampu menerapkan inovasi produk hijau demi meningkatkan daya saing produk dan keberlanjutan usaha. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 10 September 2025 di Aula Kantor Desa Pukat. Adapun peserta kegiatan ini terdiri dari berbagai unsur seperti 14 pelaku UMKM, aparat desa, dan mahasiswa sebagai agen perubahan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi komprehensif, tim pelaksana memberikan edukasi tentang karakteristik produk ramah lingkungan, teknik inovasi produk hijau, dan manfaat jangka panjang bagi UMKM, terutama dalam era digital yang menuntut kemajuan teknologi berkelanjutan. Kegiatan PKM ini memberikan pemahaman kepada para peserta tentang pentingnya produk ramah lingkungan sebagai upaya mencapai keberlanjutan usaha sekaligus menjaga kelestarian lingkungan yang mendukung pembangunan berbasis komunitas desa.
Keywords <i>Sosialisasi;</i> <i>Inovasi;</i> <i>Produk Ramah Lingkungan;</i> <i>Daya Saing;</i>	

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, termasuk di Nusa Tenggara Barat (NTB), memegang peranan strategis sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan ekonomi wilayah. Di tingkat daerah, NTB menunjukkan urgensi penguatan basis UMKM sebagai respons atas ketimpangan struktur ekonomi, terutama dominasi sektor primer dan rendahnya kontribusi industri pengolahan. Hal ini menjadi jawaban sekaligus tantangan dalam mengatasi kemiskinan dan pengangguran yang masih nyata pada awal dekade ini.

Penguatan UMKM dianggap krusial untuk mendorong hilirisasi, meningkatkan nilai tambah produk, dan memperluas basis konsumsi rumah tangga yang merupakan penopang utama Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah. Dalam kerangka otonomi daerah dan desentralisasi fiskal, pengembangan UMKM di NTB menjadi instrumen penting untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan di tingkat lokal.

Sebagai tulang punggung perekonomian, UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, serta ketahanan ekonomi saat krisis. Perkembangan teknologi digital dan tekanan akan keberlanjutan pasca-pandemi menuntut UMKM untuk melakukan transformasi strategi agar tidak hanya bertahan, tetapi juga

meningkatkan daya saing jangka panjang. Hal ini dapat dicapai melalui penguatan kapabilitas internal, seperti sumber daya manusia dan inovasi, serta pemanfaatan teknologi pemasaran digital yang mengarah pada kinerja berkelanjutan dari aspek ekonomi, social, dan lingkungan.

UMKM memegang peran utama dalam membangun ekosistem bisnis berkelanjutan melalui inovasi dan kreativitas, pemberdayaan lokal, konektivitas dengan komunitas, fleksibilitas menghadapi perubahan, serta pengembangan ekonomi lokal (Sastradinata, 2024). Pelaku UMKM menciptakan peluang bagi wirausaha muda, mendukung bisnis pendukung seperti pemasok dan distributor, serta mendorong inovasi dan kompetisi di pasar. Dengan pendekatan berkelanjutan, UMKM dapat menghasilkan produk ramah lingkungan yang juga mendukung prinsip sosial yang lebih luas.

Dalam konteks dinamika global dan isu lingkungan yang semakin mendesak, pembangunan ekosistem bisnis berkelanjutan menjadi pilar penting untuk menjaga keseimbangan pertumbuhan ekonomi, dampak sosial, dan pelestarian lingkungan. Kesadaran akan urgensi keberlanjutan ekonomi dan lingkungan telah menggerakkan berbagai pihak untuk memfokuskan perhatian pada pembangunan ekosistem bisnis yang tahan lama. UMKM, dengan fleksibilitas, inovasi, dan konektivitasnya dengan komunitas lokal, memiliki kemampuan unik dalam merangsang pertumbuhan inklusif serta memberikan dampak positif secara sosial, ekonomi, dan lingkungan. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk menjalankan praktik bisnis ramah lingkungan melalui pengelolaan limbah, daur ulang, pengurangan jejak karbon, dan produksi hijau (Ahmad, 2015 dalam Sumiyati et al, 2023).

Data Asian Development Bank (2023) menunjukkan bahwa UMKM di Asia Tenggara berkontribusi sebesar 70% terhadap emisi industri regional, namun tingkat adopsi praktik hijau baru mencapai 25%. Hanya 28% UMKM berhasil mengintegrasikan inovasi hijau dalam operasi bisnis mereka, meskipun pemerintah menyediakan insentif melalui program UMKM Go Green 2024 (Martinez et al., 2024). Sebanyak 67% UMKM mengalami kesulitan mengadopsi praktik berkelanjutan karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan (Rahman et al., 2024 dalam Sulistiyani, 2025). Forum Ekonomi Dunia (2023) mencatat bahwa kegiatan UMKM menyumbang 60% dari total emisi karbon global, tetapi hanya 23% yang mengadopsi praktik bisnis hijau.

Di tengah persaingan bisnis global yang semakin ketat, UMKM masih menghadapi tantangan seperti rendahnya kualitas produk, kurangnya inovasi, dan keterbatasan penguasaan teknologi sehingga produk UMKM sulit menembus pasar bebas (Nawangsari, Siswanti, & Soelton, 2023). Tambunan (2002), dikutip oleh Fahriyah dan Yoseph (2020), menunjukkan bahwa rendahnya kreativitas dalam inovasi merupakan kendala utama UMKM di Indonesia.

Selain itu, hambatan dalam praktik bisnis hijau meliputi rendahnya kesadaran lingkungan dibandingkan perusahaan besar, konsumen domestik yang belum mengutamakan produk ramah lingkungan, tingginya biaya operasional dan investasi, kurangnya tekanan eksternal untuk melakukan praktik berkelanjutan, serta UMKM yang berstatus sebagai price taker dengan pangsa pasar kecil (Hasanudin *et al.*, 2024).

UMKM di NTB menghadapi kendala serupa, seperti kesulitan mengadopsi praktik berkelanjutan dan inovasi hijau karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan. Mayoritas pelaku UMKM masih menggunakan pola bisnis tradisional dan informal, sehingga perilaku inovatif menjadi kunci keberhasilan usaha berkelanjutan. Rendahnya adopsi teknologi dan pemasaran modern juga membuka peluang mendorong UMKM di NTB menggunakan pemasaran digital untuk memperluas pasar global dan menerapkan inovasi produk hijau, mengingat banyak produk UMKM di NTB memanfaatkan bahan dan proses alami.

Beberapa UMKM di NTB mulai menerapkan inisiatif ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah dan pengemasan berbahan daur ulang (Budianto, 2025). Beberapa pelaku juga mulai mempertimbangkan pengemasan produk ramah lingkungan, pemanfaatan limbah organik sebagai kompos, serta penggunaan bahan baku yang lebih berkelanjutan (Armiani & Suwarno, 2021). Oleh karena itu, dukungan pemerintah daerah sangat penting untuk menjaga daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Tren ekonomi hijau global mendorong perusahaan mengintegrasikan prinsip ramah lingkungan dalam desain, bahan baku, dan proses produksi. Namun, sebagian besar UMKM di NTB masih melihat inovasi hijau sebagai beban biaya, bukan sebagai investasi strategis untuk diferensiasi pasar dan legitimasi sosial.

Sebagai langkah strategis mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang bisnis berkelanjutan, UMKM di Kabupaten Sumbawa, terutama di Desa Pukat Kecamatan Utan, perlu menerapkan inovasi produk hijau (*Green product innovation*). Inovasi ini sangat penting untuk memastikan keberlanjutan lingkungan dan daya saing jangka panjang. Inovasi produk hijau meliputi desain, bahan baku, proses produksi, dan kemasan ramah lingkungan yang terbukti dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja usaha melalui peningkatan citra, preferensi konsumen, serta efisiensi sumber daya.

Inovasi produk ramah lingkungan mencakup berbagai aspek yang menggabungkan bahan yang ramah lingkungan, penggunaan energi efisien, dan pengurangan polusi sepanjang siklus hidup produk mulai dari pembuatan, penggunaan, hingga pembuangan (Shapfi., 2015 dalam Maziriri & Maramura, 2022). Ada tiga hal utama dalam inovasi produk hijau (Guoyou *et al.*, 2013 dalam Maziriri & Maramura, 2022): pertama, memilih bahan yang menghasilkan polusi seminimal mungkin; kedua, menggunakan bahan dalam jumlah yang seminimal mungkin untuk membuat produk; dan ketiga, memastikan produk bisa didaur ulang atau terurai dengan baik setelah digunakan. lebih lanjut, Inovasi ini menjadi sangat penting karena tidak hanya membantu mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan (Dangelico & Pontrandolfo, 2010), tetapi juga bisa meningkatkan daya saing dan keuntungan bisnis, terutama bagi UKM (Dangelico & Vocalelli., 2017). Dengan menerapkan inovasi hijau, UKM bisa menjaga kelangsungan usaha sekaligus membuka peluang lebih besar untuk unggul di pasar industri (Shapfi, 2015).

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pemahaman dan edukasi kepada pemerintah daerah khususnya Pemerintah Desa Pukat Kecamatan Utan untuk mendorong para

pelaku UMKM melakukan inovasi produk hijau dalam upaya menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital.

METODE

Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada Hari Rabu, 10 September 2025 di Aula Kantor Desa Pukat Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa. Adapun yang menjadi landasan pemilihan lokasi desa ini adalah hasil observasi yang dilakukan oleh tim pelaksana Pengabdian Masyarakat. Fakta lapangan mengungkapkan bahwa mayoritas pelaku UMKM masih menggunakan pola bisnis tradisional dan menggunakan bahan dan proses alami dalam memproduksi produk-produk UMKM. Selain itu, pelaku UMKM masih minim pengetahuan tentang produk ramah lingkungan.

Sasaran kegiatan

Adapun sasaran kegiatan PKM ini adalah para pelaku UMKM yang tergabung dalam komunitas UMKM lokal di bawah pembinaan pemerintah desa Pukat Kecamatan Utan sejumlah 14 UMKM. Para pelaku UMKM ini masih terkendala dan sangat minim pengetahuan tentang inovasi produk ramah lingkungan dan memiliki keinginan yang kuat agar UMKM di desa setempat bisa tumbuh secara berkelanjutan dan memiliki daya saing terutama di era digital. UMKM memiliki keinginan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam produk hijau sebagai upaya mendukung ekonomi berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan PKM ini terbagi menjadi dua tahapan yaitu tahap sosialisasi (ceramah) dan tahap diskusi interaktif. Ketiga tahapan ini dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat bekerjasama dengan aparat desa setempat. Pemerintah desa terlibat aktif dalam kegiatan persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan mengkomunikasikan kepada komunitas UMKM binaan desa mengenai kegiatan sosialisasi inovasi produk ramah lingkungan.

a. Tahap Ceramah/Sosialisasi

Di tahap ini, tim pengabdian masyarakat memberikan sosialisasi kepada peserta mengenai berbagai aspek yang berkaitan dengan inovasi produk ramah lingkungan (*Green product innovation*), pentingnya integrasi prinsip keberlanjutan dalam proses produksi, desain produk, dan pemilihan bahan baku yang ramah lingkungan, Manfaat inovasi hijau bagi UMKM, seperti meningkatkan daya saing produk, efisiensi sumber daya, pengurangan limbah dan emisi, serta meningkatkan citra usaha di mata konsumen dan masyarakat, contoh penerapan inovasi produk ramah lingkungan, seperti penggunaan bahan daur ulang, pengelolaan limbah, penggunaan energi terbarukan, dan pengemasan yang mudah terurai atau ramah lingkungan, Strategi penerapan inovasi hijau di UMKM, termasuk pengembangan kapabilitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, dan

kolaborasi dengan pihak terkait, tantangan dan hambatan yang sering dihadapi UMKM dalam inovasi produk hijau, misalnya keterbatasan biaya, pengetahuan, dan akses teknologi, serta cara mengatasinya, pentingnya kesadaran dan komitmen pelaku UMKM untuk menerapkan bisnis yang berkelanjutan demi manfaat jangka panjang ekonomi, sosial, dan lingkungan, tahapan penerapan inovasi hijau yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan. Di akhir ceramah diberikan atau ditampilkan berbagai contoh atau studi kasus sukses UMKM yang telah menerapkan inovasi produk hijau sebagai motivasi dan inspirasi.

b. Tahap diskusi interaktif

Metode diskusi interaktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan komunikasi dua arah yang melibatkan partisipasi aktif peserta. Dalam metode ini, pemateri memberikan materi secara ringkas, kemudian peserta diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan berdiskusi mengenai hambatan atau tantangan yang mereka hadapi serta solusi yang relevan. Diskusi ini bertujuan untuk menggali kebutuhan dan tantangan spesifik UMKM sehingga solusi yang diberikan dapat tepat sasaran. Metode ini dapat meningkatkan pemahaman peserta melalui dialog, mendorong keterlibatan langsung, dan memfasilitasi transfer pengetahuan yang lebih efektif dibanding ceramah satu arah. Selain itu, metode ini juga membangun rasa kebersamaan dan saling mendukung antar pelaku UMKM, serta membuka peluang kolaborasi dan inovasi bersama. Dalam melaksanakan diskusi interaktif ini dipimpin oleh seorang moderator dan mengarahkan diskusi diselingi dengan studi kasus, tanya jawab, brainstorming ide, dan simulasi penerapan inovasi produk, termasuk inovasi ramah lingkungan, agar peserta tidak hanya memahami teori namun juga bagaimana mengaplikasikannya dalam usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Peserta

Kegiatan sosialisasi dihadiri oleh peserta yang meliputi aparat desa setempat, kepala desa, sekretaris desa, tokoh masyarakat, dan 14 pelaku UMKM dan mahasiswa. dari sisi rentang usia pelaku UMKM yang hadir umumnya berkisar antara 20 hingga 50 tahun, dengan sebagian besar berada pada usia produktif 25-45 tahun. Ini mencerminkan bahwa UMKM di desa pukat kecamatan utan didominasi oleh generasi milenial dan generasi dewasa muda yang aktif dalam kegiatan ekonomi. Usia produktif yang menjadi mayoritas pelaku UMKM memberikan potensi besar untuk inovasi dan adaptasi teknologi digital, karena generasi ini lebih familiar dengan teknologi modern dan terbuka terhadap perubahan.

Sedangkan dari sisi pendidikan, pelaku UMKM bervariasi mulai dari lulusan SD hingga SMA/SMK, namun mayoritas masih berada di tingkat pendidikan SMA/SMK. Pendidikan yang beragam tetapi didominasi lulusan menengah ke atas menunjukkan kebutuhan peningkatan kapasitas, khususnya dalam hal manajemen usaha, inovasi produk,

dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. Dengan banyaknya pelaku UMKM pada rentang usia produktif dan tingkat pendidikan menengah, dapat dengan mudah diarahkan pada peningkatan pemahaman inovasi produk ramah lingkungan, serta akses pasar melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan.

2. Tingkat kehadiran dan partisipasi

Tingkat kehadiran dan partisipasi peserta dalam kegiatan sosialisasi UMKM ini menunjukkan komitmen yang tinggi, namun tetap dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan data peserta yang mengisi daftar hadir secara offline maupun online, tingkat kehadiran peserta sosialisasi UMKM mencapai antara 80-90% dari jumlah yang terdaftar, yang mencerminkan antusiasme pelaku UMKM untuk mengikuti rangkaian kegiatan secara aktif. Partisipasi ini tidak hanya dalam hal hadir secara fisik, tetapi juga dalam berkontribusi aktif melalui diskusi, tanya jawab, dan berbagi pengalaman selama menjalankan kegiatan pemasaran.

3. Feedback dari peserta

Peserta sosialisasi memberikan feedback yang positif terhadap kegiatan ini. Para pelaku UMKM menyampaikan bahwa sosialisasi memberikan pemahaman baru tentang pentingnya inovasi produk ramah lingkungan untuk daya saing usaha mereka. Pemerintah desa mengapresiasi peran sosialisasi dalam mendukung program pembangunan berkelanjutan di desa, sekaligus memberikan motivasi bagi pelaku UMKM agar lebih peduli terhadap lingkungan. Para mahasiswa menyatakan bahwa kegiatan ini memperkaya wawasan mereka tentang penerapan green product innovation dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Secara umum, peserta merasa materi yang disampaikan relevan dan bermanfaat, serta berharap kegiatan seperti ini terus dilaksanakan untuk mendukung keberlanjutan usaha dan pelestarian lingkungan.



Gambar 1. Narasumber dan Peserta Kegiatan Sosialisasi

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi memberikan pemahaman baru dan kesadaran peserta tentang pentingnya inovasi produk ramah lingkungan bagi keberlanjutan usaha UMKM dan pelestarian lingkungan. Para pelaku UMKM menunjukkan antusiasme dalam mengadopsi praktik *green product* meskipun masih ada kendala seperti keterbatasan modal dan pengetahuan teknologi ramah lingkungan. Pemerintah desa juga mengapresiasi kegiatan ini sebagai upaya strategis mendukung pembangunan berkelanjutan di tingkat desa. Melalui kegiatan ini, peserta mampu melihat manfaat jangka panjang dari *green product innovation*, termasuk penghematan biaya produksi dan peningkatan daya saing produk. Kegiatan ini menjadi langkah awal yang penting untuk mendorong praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan, serta membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan. Kesimpulan ini mencerminkan hasil positif sekaligus tantangan yang perlu diperhatikan untuk keberlanjutan dan peningkatan kualitas sosialisasi di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Armiani & Suwarno, B.N (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM di Nusa Tenggara Barat. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan* DOI: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892.
- Budianto, A., Rahayu, S., Akhyar, H., Bahtiar, M., Hurnah., & Alydrus, A.T (2025). Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Penguatan Kelembagaan dan Manajemen Usaha Berbasis Ekonomi Hijau. *KREASI: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol 5, No.1, April 2025.DOI:<https://doi.org/10.58218/kreasi.v5i1.1212>
- Fahriyah, A., & Yoseph, R. (2020). Keunggulan Kompetitif Spesial sebagai Strategi Keberlanjutan UKM di Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami P-* ISSN 2355-2883. Volume 7, No. 2, Oktober 2020 <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/PS/article/view/961>
- FEB UGM. (2025). 87% UMKM Belum Adopsi Bisnis Hijau. *Berita FEB UGM*, 13 Agustus 2025.<https://feb.ugm.ac.id/id/berita/16281-riset-feb-ugm-87-umkm-belum-adopsi-bisnis-hijau>
- FISIP Undip. (2024). Inovasi Bisnis Hijau untuk Meningkatkan Kinerja UKM dan Menyelamatkan Lingkungan. Oktober 7, 2024. <https://fisip.undip.ac.id/id/2024/10/08/inovasi-bisnis-hijau-untuk-meningkatkan-kinerja-ukm-dan-menyelamatkan-lingkungan/>
- Golali.id. (2025). Inovasi Produk UMKM Ramah Lingkungan untuk Masa Depan Berkelanjutan. April 25, 2025.<https://golali.id/inovasi-produk-umkm-ramah-lingkungan-untuk-masa-depan-berkelanjutan/>
- Hasanudin., Nurhasan., & Baharsyah, S. (2024). *Sustainability Business UMKM Di Era 5.0 (Melalui Implementasi Digital Marketing, Brand Image dan Green Business)*. Deepublish. Yogyakarta.
- Kompasiana. (2024). *Tren Konsumsi Ramah Lingkungan : Generasi Z Indonesia Menjadi*

Penggerak Utama. Agustus 21, 2024.

<https://www.kompasiana.com/tuti13012100/66c739cac925c45e742856e2/tren-konsumsi-ramah-lingkungan-generasi-z-indonesia-menjadi-penggerak-utama>

Maziriri E.T, & Maramura, T. (2022). Green innovation in SMEs: The impact of Green product and process innovation on achieving sustainable competitive advantage and improved business performance. *Academy of entrepreneurship journal*, 28(1), 1-14.

Nawangარი, L.C., Siswanti, I., & Soelton, M. (2023). Human Resource Management Strategy For Business Sustainability in MSMEs. *International Conference on Community Development (ICCD)* Vol 5, No 1, November 2023: 514-518. DOI: <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.599>

Sulistiyani, S. (2025). Green Innovation and Green Marketing Communication: Sustainable UMKM Development Strategy from the Perspective of Environmental Consciousness. *Yayasan Drestanta Pelita Indonesia*, 101–114. Retrieved from <https://publisher.yayasandpi.or.id/index.php/dpipress/article/view/1720>

Sumiyati., Yasri., Helia, Andia, Yass., Afriyeni., Aryadi, Didi, Hasyimi, & Edy. (2024). The Impact of Green Human Resource Management on the Economics and Environmental Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in West Sumatra Indonesia. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 2024. Vol 19, issue 8, p3225. DOI:10.18280/ijstdp.190834