

**Pelatihan Pengembangan *Handicraft* Inovatif untuk Meningkatkan Kreativitas
UKM Al Manshurien Bangkalan**
***Innovative Handicraft Development Training to Enhance the Creativity of Al
Manshurien Bangkalan SMEs***

**Mochammad Yasir^{1*}, Ahmad Sahru Romadhon¹, Rahmad Fajar Sidik¹, Adinda Bernicha
Ariesta¹, Elicha Dwi Satriana¹**

¹Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

yasirtrunojoyo@gmail.com, sahru@trunojoyo.ac.id, rahmadfajarsidik@gmail.com,

adindabernichaariesta@gmail.com, elicha030421@gmail.com

*Corresponding Author: (yasirtrunojoyo@gmail.com)

ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Al Manshurien di Desa Gili Timur, Bangkalan merupakan salah satu motor penggerak perekonomian masyarakat, namun terdapat tantangan yang dihadapi terkait keterbatasan inovasi produk *handicraft* jamu. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kreativitas dan kapasitas inovasi mitra melalui pelatihan pengembangan *handicraft* inovatif. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dengan tahapan identifikasi kebutuhan mitra, pemberian pelatihan desain dan inovasi produk, pendampingan praktik pembuatan produk, hingga evaluasi hasil karya. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya pemahaman mengenai strategi pengemasan produk menarik dan bernilai jual tinggi; adanya peningkatan kreativitas UKM dalam menciptakan variasi produk baru inovatif dari aspek desain, motif, dan fungsi. Simpulan kegiatan ini adalah pelatihan pengembangan *handicraft* dapat meningkatkan kreativitas mitra dan memperkuat identitas produk jamu menarik. Implikasi kegiatan ini adalah perlunya keberlanjutan program pendampingan pemasaran produk inovatif UKM secara luas bagi masyarakat.

Kata Kunci: *handicraft*; kreativitas; pelatihan; ukm al manshurien

ABSTRACT

Al Manshurien Small and Medium Enterprises (SMEs) in Gili Timur Village, Bangkalan is one of the driving forces of the community's economy, but there are challenges faced related to limited innovation in herbal handicraft products. This community service was carried out with the aim of increasing the creativity and innovation capacity of partners through innovative handicraft development training. The implementation method uses a participatory approach with stages of identifying partner needs, providing product design and innovation training, mentoring product manufacturing practices, and evaluating the results. The results of the implementation show an understanding of attractive product packaging strategies with high sales value; an increase in the creativity of SMEs in creating new innovative product variations from the aspects of design, motifs, and function. The conclusion of this activity is that handicraft development training can increase partner creativity and strengthen the identity of attractive herbal products. The implication of this activity is the need for a sustainable program to assist in marketing innovative SME products widely for the community.

Keywords: *handicraft*; creativity; training; al manshurien sme

PENDAHULUAN

Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam pembangunan ekonomi Indonesia sangat strategis dan tidak dapat diabaikan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 99% unit usaha di Indonesia merupakan UKM dan

berkontribusi sekitar 61,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (KemenKopUKM, 2023). Secara ideal, UKM diharapkan mampu menghasilkan produk yang kreatif, inovatif, dan bernilai tambah tinggi agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Pada sektor *handicraft* dan produk berbasis kearifan lokal, kreativitas desain, inovasi produk, dan kekuatan identitas budaya menjadi faktor kunci yang menentukan daya saing, karena konsumen tidak hanya mempertimbangkan fungsi produk, tetapi juga nilai estetika, keunikan, dan cerita budaya yang melekat di dalamnya (Manioyudis & Angelakis, 2023).

Namun, kondisi faktual di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UKM masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengembangan produk. Hasil survei nasional menunjukkan bahwa sekitar 64% UKM di Indonesia masih mengalami kendala dalam inovasi produk, sementara 58% UKM belum memiliki kemampuan desain dan pengemasan yang memadai (BPS, 2022). Kondisi serupa juga dialami oleh UKM Al Manshurien yang berlokasi di Desa Gili Timur, Kabupaten Bangkalan. Situasi ini berimplikasi pada daya saing produk yang rendah, sehingga potensi ekonomi dan sosial yang seharusnya dapat ditingkatkan menjadi tidak optimal.

Berdasarkan wawancara dan observasi, diketahui lebih dari 70% produk yang dihasilkan UKM Al Manshurien masih memiliki desain kemasan yang sederhana, minim variasi, dan belum mencerminkan identitas lokal secara kuat. Selain itu, pemasaran produk *handicraft* masih didominasi oleh penjualan langsung di lingkungan sekitar

desa, dengan jangkauan pasar terbatas dan volume penjualan *handicraft* relatif stagnan.

Tantangan utama yang dihadapi UKM Al Manshurien tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural. Data internal mitra menunjukkan bahwa dalam satu bulan rata-rata hanya 20–30% produk yang mampu terjual di luar wilayah desa, sementara sisanya bergantung pada konsumen lokal. Kondisi ini diperparah dengan rendahnya pemanfaatan media digital dan minimnya keterampilan dalam mengembangkan produk turunan atau inovasi berbasis bahan lokal. Produk kerajinan dan jamu naturna yang dihasilkan cenderung bersifat homogen, sehingga sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah dikemas secara modern dan dipasarkan secara digital. Hal ini berdampak langsung pada rendahnya nilai jual produk serta terbatasnya peningkatan pendapatan mitra.

Berdasarkan analisis kebutuhan dan pemetaan masalah bersama mitra, prioritas permasalahan yang perlu segera ditangani adalah rendahnya kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk *handicraft* jamu naturna. Permasalahan ini menjadi prioritas utama karena berpengaruh langsung terhadap aspek produksi, pemasaran, dan keberlanjutan usaha. Tanpa inovasi desain dan diferensiasi produk, UKM Al Manshurien akan sulit meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Selain itu, keterbatasan keterampilan

dalam mengolah bahan lokal menjadi produk bernilai tambah juga menjadi masalah penting, karena menghambat optimalisasi potensi sumber daya lokal yang sebenarnya melimpah. Jika kondisi ini tidak segera diatasi, maka UKM berisiko mengalami stagnasi usaha dan kehilangan peluang pasar yang lebih luas.

UKM Al Manshurien telah melakukan berbagai upaya pengembangan usaha secara mandiri sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Upaya tersebut meliputi produksi rutin minuman herbal tradisional seperti kunyit asam, temulawak, dan sirih pinang dengan memanfaatkan bahan baku lokal serta mempertahankan resep turun-temurun. Selain itu, mitra telah berupaya memperluas pemasaran melalui penjualan langsung kepada masyarakat sekitar, titip jual di warung lokal, serta promosi sederhana dari mulut ke mulut. Dalam aspek pengemasan, mitra telah melakukan perbaikan awal dengan penggunaan botol kemasan sederhana dan pemberian label produk meskipun masih terbatas pada informasi dasar. Mitra juga mulai mencoba pemanfaatan media digital secara terbatas, seperti penggunaan aplikasi WhatsApp untuk menerima pesanan. Namun, upaya-upaya tersebut belum terintegrasi secara optimal, terutama dalam hal pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana pemasaran digital yang sistematis, sehingga jangkauan pasar dan daya saing produk masih relatif terbatas.

Dibutuhkan pelatihan pengembangan *handicraft* inovatif yang dirancang untuk meningkatkan kreativitas dan keterampilan para anggota UKM. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan teknis dalam menghasilkan produk baru, tetapi juga memberikan wawasan tentang pentingnya desain yang unik, pengemasan yang menarik, serta nilai tambah produk yang berakar pada kearifan lokal. Pendekatan partisipatif dalam pelatihan memungkinkan anggota UKM untuk belajar langsung melalui praktik, berdiskusi, dan menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar sekaligus tetap mencerminkan identitas budaya lokal (Raghuvanshi & Garg, 2022; Dwivedi, 2023).

Keberhasilan program pelatihan ini didukung oleh berbagai penelitian dan kajian relevan. Menurut Putra dan Wahyuni (2021) serta Rahman et al. (2022), pelatihan berbasis praktik kreatif mampu meningkatkan keterampilan inovasi produk UKM hingga 65% dibandingkan dengan pelatihan berbasis teori semata. Penelitian lain oleh Sari et al. (2020) dan Sica et al. (2025) menegaskan bahwa integrasi aspek budaya lokal dalam desain kerajinan tangan berpotensi meningkatkan daya tarik produk di pasar, karena konsumen cenderung mencari keunikan yang tidak dimiliki produk massal. Selain itu, hasil riset Susanto (2019) menunjukkan bahwa pelatihan pengemasan produk yang dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital mampu

memperluas jangkauan pasar UKM hingga ke tingkat regional. Temuan-temuan tersebut memberikan dasar akademik yang kuat bahwa pelatihan pengembangan *handicraft* inovatif menjadi solusi yang relevan untuk mengatasi persoalan yang dihadapi UKM Al Manshurien.

Oleh karena itu, tujuan utama dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan yang komprehensif kepada UKM Al Manshurien Desa Gili Timur, Bangkalan, dalam rangka meningkatkan kreativitas dan inovasi produk kerajinan tangan. Melalui kegiatan ini, diharapkan mitra mampu menghasilkan produk baru dengan desain variatif, fungsi beragam, serta pengemasan menarik yang memiliki daya saing lebih tinggi di pasar. Lebih jauh lagi, program ini bertujuan untuk memperkuat identitas budaya lokal dalam setiap produk yang dihasilkan, sehingga tidak hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian kearifan lokal. Pengabdian ini juga diharapkan dapat menjadi model yang dapat direplikasi pada UKM lain yang memiliki tantangan serupa di wilayah pedesaan. Pelatihan pengembangan *handicraft* inovatif tidak hanya menjadi jawaban atas masalah rendahnya kreativitas produk UKM, tetapi juga membuka peluang bagi keberlanjutan usaha, penguatan ekonomi lokal, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat di Desa Gili Timur, Bangkalan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif, di mana mitra dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Metode ini dipilih karena sesuai dengan karakter pengabdian yang menekankan pada peningkatan kapasitas mitra secara nyata melalui pengalaman langsung.

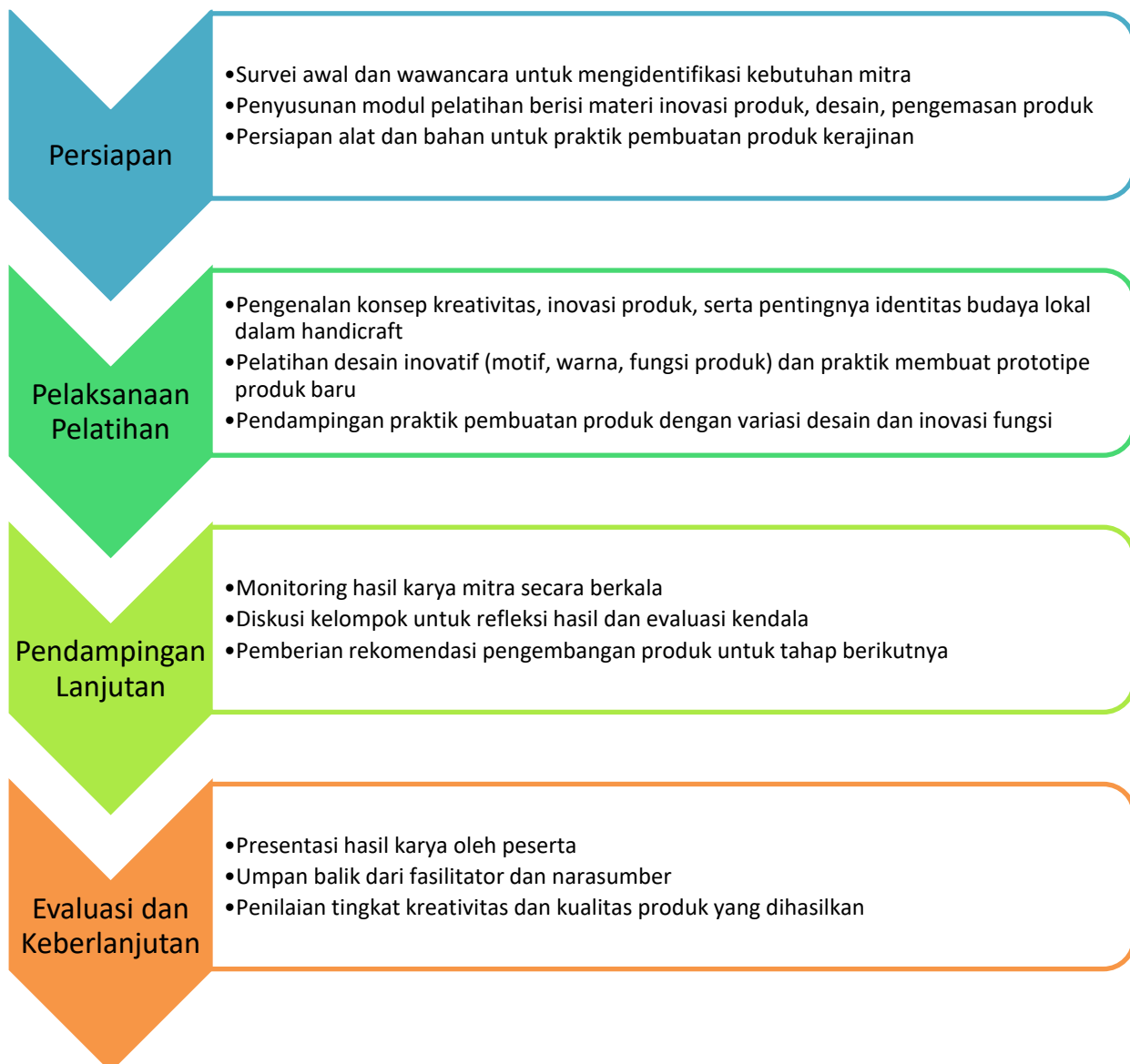
Jenis kegiatan utama berupa pelatihan dan pendampingan pengembangan *handicraft* inovatif. Kegiatan ini meliputi pemberian materi terkait prinsip kreativitas produk, pengenalan desain inovatif, praktik langsung membuat variasi produk baru, serta strategi pengemasan dan pemasaran. Selain pelatihan, dilakukan pula diskusi kelompok terarah (*focus group discussion/FGD*) untuk menggali ide kreatif dari anggota UKM, serta bimbingan teknis (bimtek) agar keterampilan dapat diaplikasikan secara berkelanjutan.

Sasaran utama kegiatan adalah anggota UKM Al Manshurien Desa Gili Timur, Bangkalan, yang sebagian besar terdiri dari pelaku usaha jamu naturna dengan jumlah sekitar 5–10 orang. Peserta terdiri dari pemilik usaha, pengrajin, serta anggota keluarga yang terlibat dalam produksi. Pemilihan sasaran ini didasarkan pada kebutuhan mitra untuk meningkatkan kreativitas, inovasi, dan

kapasitas usaha agar produk dihasilkan mampu bersaing di pasar lebih luas.

Pengabdian dilaksanakan selama periode Agustus–September 2025. Lokasi pelaksanaan di UKM Al Manshurien sebagai tempat

pertemuan, ruang praktik pelatihan, dan workshop agar peserta dapat langsung mengaplikasikan keterampilan baru pada lingkungan kerja nyata. Tahapan pelaksanaan kegiatan disajikan pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Data kegiatan dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu (a) observasi langsung terhadap proses pelatihan dan praktik pembuatan produk; (b) wawancara singkat dengan peserta untuk mengetahui persepsi,

kendala, dan manfaat yang dirasakan; (c) kuesioner sederhana untuk mengukur peningkatan keterampilan, motivasi, dan pemahaman peserta; (d) dokumentasi berupa foto, video, catatan hasil karya pelatihan.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana. Data kualitatif dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis dengan menekankan pada perubahan perilaku, keterampilan, serta kreativitas peserta. Sementara itu, data kuantitatif dari kuesioner dianalisis dengan menghitung persentase peningkatan pemahaman dan keterampilan. Hasil analisis kemudian digunakan untuk menilai keberhasilan program, mengidentifikasi aspek yang masih perlu ditingkatkan, serta memberikan rekomendasi untuk keberlanjutan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan pengembangan *handicraft* inovatif di UKM Al Manshurien Desa Gili Timur Bangkalan berjalan sesuai rencana. Seluruh peserta mengikuti tahapan pelatihan selama dua bulan. Secara umum, hasil kegiatan dapat dikelompokkan menjadi tiga capaian utama:

1. Peningkatan Pengetahuan

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata skor pengetahuan peserta mengenai inovasi produk, desain kreatif, pengemasan dan branding

Tabel 1. Rata-rata Skor Pengetahuan Peserta

Aspek yang diukur	Pre-test	Post-test	N-Gain	Kategori
Inovasi produk	55	93	0,84	Tinggi
Desain kreatif	52	94	0,88	Tinggi
Pengemasan dan branding	50	94	0,89	Tinggi
Rata-rata keseluruhan	52,3	94,0	0,87	Tinggi

Berdasarkan **Tabel 1**, peningkatan pengetahuan peserta pelatihan dan pendampingan pengembangan *handicraft* inovatif di UKM Al Manshurien menunjukkan hasil yang sangat signifikan. Semua aspek yang diukur dari inovasi produk, desain kreatif, serta pengemasan dan branding berada pada kategori tinggi dengan rata-rata

keseluruhan N-Gain sebesar 0,87. Data ini menunjukkan mitra yang awalnya kurang memahami pentingnya inovasi produk kini lebih sadar akan peran kreativitas dan nilai tambah dalam usaha jamu yang diramu dalam *handicraft*. Capaian ini bukan hanya mengindikasikan keberhasilan program pelatihan, tetapi menegaskan urgensi

pendekatan partisipatif dan praktik langsung memperkuat kapasitas UKM di era persaingan global.

Pada aspek inovasi produk, nilai N-Gain 0,84 (kategori tinggi) menunjukkan bahwa pelatihan berhasil mendorong peserta untuk mengembangkan ide-ide baru dalam diversifikasi produk kerajinan. Peserta mampu memahami dan mengaplikasikan konsep inovasi dalam diversifikasi produk kerajinan. Kondisi awal peserta yang cenderung menghasilkan produk monoton berubah setelah memperoleh wawasan tentang peluang inovasi berbasis kebutuhan pasar dan potensi lokal. Inovasi ini mencakup penggunaan bahan baku alternatif, pengembangan variasi fungsi, serta eksplorasi identitas lokal sebagai diferensiasi produk. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Prasetyo et al. (2021) yang menyatakan bahwa inovasi produk adalah determinan penting dalam menjaga keberlanjutan daya saing UMKM kreatif. Lebih lanjut, studi Sica et al. (2025) menegaskan bahwa pemanfaatan industri kreatif yang berakar pada budaya lokal dapat mendorong inovasi sosial dan memperkuat identitas komunitas. Pencapaian inovasi produk di UKM Al Manshurien dapat dipandang sebagai langkah strategis menuju peningkatan kapasitas ekonomi sekaligus pelestarian budaya.

Aspek desain kreatif memperoleh nilai tertinggi dengan N-Gain 0,88 (kategori

tinggi). Capaian ini menunjukkan bahwa pelatihan mendorong peserta untuk lebih berani bereksperimen dengan bentuk, motif, dan estetika produk. Perubahan signifikan terlihat pada pola pikir peserta yang semula memandang desain hanya sebagai aspek estetika, kini menjadi lebih sadar bahwa desain juga merupakan strategi komunikasi nilai produk kepada konsumen. Hasil ini konsisten dengan penelitian Siregar et al. (2022) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa pengembangan desain berbasis lokal dapat meningkatkan daya tarik produk kerajinan di pasar internasional. Studi terkini Nugroho et al. (2024) bahkan menekankan bahwa inovasi desain yang mengintegrasikan kearifan lokal mampu memperluas segmen pasar sekaligus memperkuat branding daerah. Keberhasilan peserta dalam mengembangkan keterampilan desain kreatif bukan hanya berdampak pada kualitas produk, tetapi juga pada posisi kompetitif UKM di tingkat global.

Aspek pengemasan dan branding memperoleh nilai N-Gain 0,89 (kategori tinggi), menandakan bahwa peserta tidak hanya memahami pentingnya kualitas produk, tetapi juga strategi penyajian dan promosi. Peserta memahami pentingnya strategi penyajian produk secara holistik. Peserta tidak hanya belajar merancang kemasan yang fungsional, tetapi juga memahami bagaimana kemasan dapat menjadi media komunikasi

nilai budaya dan identitas produk. Branding yang kuat memungkinkan produk memiliki daya pembeda di pasar yang semakin kompetitif. Hasil ini konsisten dengan riset Lestari dan Hidayat (2023) yang menekankan bahwa kemasan inovatif dan strategi branding digital mampu meningkatkan nilai tambah produk UMKM. Rahman et al. (2022) menunjukkan bahwa branding berbasis narasi budaya lokal dapat memperkuat loyalitas konsumen dan membuka akses ke pasar premium. Capaian peserta UKM Al Manshurien pada aspek ini mencerminkan kemampuan untuk bersaing tidak hanya secara lokal, tetapi juga di pasar regional maupun global.

Secara keseluruhan, kategori tinggi pada ketiga aspek menunjukkan bahwa model pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pengetahuan peserta. Temuan ini memperkuat literatur mutakhir yang menegaskan bahwa pelatihan yang mengintegrasikan praktik langsung, kolaborasi, serta pemanfaatan kearifan lokal dapat meningkatkan literasi kewirausahaan,

keterampilan kreatif, dan kapasitas inovasi pelaku UMKM (Rahman et al., 2022; Nugroho et al., 2024).

Implikasi praktis dari hasil ini adalah perlunya model pelatihan serupa direplikasi di UKM lain dengan menekankan inovasi, desain, serta branding berbasis lokal. Pendekatan ini bukan hanya mendukung daya saing ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal melalui produk kerajinan. Dari sisi akademik, penelitian ini memperluas pemahaman tentang hubungan antara pelatihan partisipatif, peningkatan pengetahuan, keberlanjutan usaha kecil berbasis budaya.

2. Peningkatan Keterampilan Praktis

Selama sesi praktik, peserta berhasil membuat 5 variasi *handicraft* baru, termasuk motif Madura sederhana dengan kombinasi warna alami, *handicraft* dengan desain lebih modern, serta produk fungsional seperti tempat penyimpanan berbahan lokal. Penilaian kualitas produk dilakukan fasilitator dengan rubrik sederhana mencakup aspek desain, fungsi, dan kerapian

Tabel 2. Rata-rata Skor Keterampilan Praktis

Aspek yang diukur	Pre-test	Post-test	N-Gain	Kategori
Desain	56	92	0,82	Tinggi
Fungsi	54	91	0,83	Tinggi
Kerapian	52	94	0,87	Tinggi
Rata-rata keseluruhan	54	92,3	0,84	Tinggi

Berdasarkan **Tabel 2**, keterampilan praktis peserta pelatihan dan pendampingan pengembangan *handicraft* inovatif di UKM Al Manshurien mengalami peningkatan yang konsisten pada tiga aspek penilaian: desain, fungsi, dan kerapian. Seluruh aspek menunjukkan nilai N-Gain dalam kategori tinggi, dengan rata-rata keseluruhan 0,84. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan pelatihan berhasil memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan keterampilan peserta. Program pelatihan dan pendampingan di UKM Al Manshurien tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga berhasil mengasah keterampilan teknis yang langsung terimplementasi dalam produk kerajinan.

Aspek desain memperoleh nilai N-Gain 0,82 (kategori tinggi), yang berarti peserta mampu meningkatkan kreativitas visual, pemilihan motif, dan komposisi warna dalam produk kerajinan. Keberhasilan ini terlihat dari variasi produk baru yang dihasilkan, termasuk motif Madura sederhana yang dikombinasikan dengan warna alami, serta desain modern yang mampu menarik konsumen generasi muda. Hal ini menunjukkan adanya kemampuan adaptasi peserta terhadap tren pasar tanpa kehilangan identitas lokal.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Siregar et al. (2022), yang

menegaskan bahwa pelatihan desain berbasis kearifan lokal dapat meningkatkan kualitas estetika sekaligus daya saing produk di pasar global. Penelitian terbaru Nugroho et al. (2024) juga menggarisbawahi bahwa integrasi nilai budaya dalam desain produk mampu memperluas segmen konsumen karena produk tidak hanya dipandang fungsional tetapi juga memiliki narasi identitas budaya. Dengan demikian, capaian peserta UKM Al Manshurien pada aspek desain dapat dianggap sebagai bentuk keberhasilan dalam menggabungkan tradisi dan modernitas.

Aspek fungsi memperoleh nilai N-Gain 0,83 (kategori tinggi), menunjukkan bahwa peserta semakin mampu menghasilkan produk yang tidak hanya estetis tetapi juga memiliki nilai guna, misalnya tempat penyimpanan berbahan lokal yang dikembangkan dalam sesi praktik. Kemampuan menggabungkan fungsi dengan desain memperlihatkan adanya pemahaman bahwa produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus memberikan nilai tambah.

Penelitian Prasetyo et al. (2021) menegaskan bahwa inovasi fungsional merupakan salah satu determinan penting dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM karena konsumen semakin mengutamakan utilitas dalam produk yang mereka gunakan.

Lebih lanjut, penelitian oleh Rahman et al. (2022) menemukan bahwa pelatihan berbasis praktik mendorong peserta untuk mengembangkan produk yang memiliki keseimbangan antara fungsi dan estetika, sehingga produk kerajinan tidak hanya menjadi artefak budaya tetapi juga bagian dari kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, capaian aspek fungsi memperkuat relevansi produk kerajinan UKM Al Manshurien dalam konteks kebutuhan pasar modern.

Aspek kerapian menunjukkan capaian tertinggi dengan N-Gain 0,87 (kategori tinggi). Peningkatan ini menunjukkan kemampuan peserta dalam memperhatikan detail teknis, penyelesaian akhir, dan kualitas produk secara keseluruhan. Peningkatan keterampilan teknis ini terlihat pada hasil finishing produk yang lebih halus, proporsi bentuk yang lebih presisi, serta detail hiasan yang lebih terjaga. Hal ini membuktikan bahwa melalui pendampingan intensif, peserta mampu meningkatkan standar kualitas produksi yang sebelumnya kurang mendapat perhatian.

Program pelatihan komprehensif yang dilaksanakan pada UKM Al Manshurien Desa Gili Timur, Kabupaten Bangkalan, menghasilkan sejumlah luaran strategis yang berkontribusi langsung terhadap peningkatan kreativitas dan inovasi produk kerajinan tangan jamu naturna.

Luaran utama dari kegiatan ini meliputi peningkatan kemampuan mitra dalam mendesain kemasan produk yang lebih estetis, fungsional, dan berciri khas lokal, pengembangan variasi konten kreatif pada produk jamu naturna, serta peningkatan keterampilan dalam menjaga kerapian dan kualitas hasil produksi. Selain itu, pelatihan ini menghasilkan produk jamu naturna dengan tampilan yang lebih inovatif dan bernilai jual tinggi, didukung oleh pemahaman mitra terhadap prinsip desain, kreativitas konten, dan standar kualitas produk. Luaran lainnya berupa tersusunnya media promosi digital dan pemanfaatan web interaktif sebagai sarana pemasaran, yang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Secara keseluruhan, luaran program ini tidak hanya bersifat fisik berupa produk inovatif, tetapi juga berupa peningkatan kapasitas sumber daya manusia mitra yang berkelanjutan dalam mengembangkan usaha jamu naturna secara kreatif dan inovatif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Lestari dan Hidayat (2023), yang menegaskan bahwa aspek teknis seperti presisi, detail, dan kerapian memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan daya saing produk UMKM. Sementara itu, studi terbaru oleh Wibowo et al. (2023) menambahkan bahwa peningkatan keterampilan teknis melalui pelatihan praktik

langsung mampu memperkuat kualitas produksi sekaligus meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produknya ke tingkat regional maupun internasional.

Secara keseluruhan, capaian pada aspek desain, fungsi, dan kerapian menunjukkan efektivitas program pelatihan berbasis praktik yang dilengkapi dengan pendampingan intensif. Temuan ini mendukung literatur mutakhir yang menekankan pentingnya pendekatan berbasis praktik langsung dan kolaboratif dalam meningkatkan keterampilan teknis serta daya saing UMKM (Rahman et al., 2022; Nugroho et al., 2024).

Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa pelatihan serupa dapat direplikasi di UKM lain yang menghadapi tantangan rendahnya keterampilan teknis. Dengan fokus pada desain, fungsi, dan kerapian, pelaku UMKM tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga mampu memperluas pasar dan meningkatkan nilai tambah ekonomi. Dari sisi akademik, penelitian ini memperkuat argumen bahwa integrasi kearifan lokal dalam pelatihan keterampilan praktis dapat menjadi strategi efektif untuk menjaga relevansi budaya sekaligus mendorong keberlanjutan usaha kecil di era modern.

SIMPULAN

Simpulan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan pengembangan handicraft yang dilaksanakan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra UKM Al Manshurien secara signifikan, khususnya dalam aspek kreativitas desain, inovasi produk, dan pengemasan berbasis kearifan lokal. Secara konkret, mitra mengalami peningkatan kemampuan dalam merancang kemasan jamu naturna yang lebih estetik, fungsional, dan memiliki identitas visual yang kuat, serta mampu menghasilkan variasi produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan kondisi awal. Selain capaian pada aspek keterampilan, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa produk jamu naturna dengan desain kemasan inovatif dan diferensiasi produk yang lebih jelas, sehingga meningkatkan daya saing dan potensi pemasaran produk. Implikasi dari kegiatan ini menegaskan pentingnya keberlanjutan program pendampingan dan inovasi produk UKM, tidak hanya untuk menjaga konsistensi kualitas dan kreativitas mitra, tetapi juga untuk mendorong peningkatan nilai tambah ekonomi secara berkelanjutan bagi masyarakat Desa Gili Timur, Bangkalan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih bisa disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian

Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trunodjoyo Madura yang memberi hibah pengabdian Masyarakat nasional tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Usaha Mikro dan Kecil 2022*. Jakarta: BPS.

Dwivedi, A., & Pawsey, N. (2023). *Examining the drivers of marketing innovation in SMEs*. *Journal of Business Research*, 155, 113409. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113409>

Kazungu, I., et al. (2023). *Business development services and participation of rural-based handcraft micro enterprises in export markets*. *Sage Open*, (2023). <https://doi.org/10.1177/21582440231210471>.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan Data UMKM Tahun 2023*. Jakarta: KemenKopUKM.

Lestari, D., & Hidayat, A. (2023). Innovative packaging and branding strategy for SMEs in the digital era. *Journal of Small Business Strategy*, 33(2), 45–60. <https://doi.org/10.1111/jsbs.12345>

Manioudis, M., & Angelakis, A. (2023). *Creative economy and sustainable regional growth: Lessons from the implementation of entrepreneurial discovery process at the regional level*. *Sustainability*, 15(9), 7681. <https://doi.org/10.3390/su15097681>.

Nugroho, Y., Santoso, B., & Wahyuni, S. (2024). Local wisdom-based design innovation for SMEs competitiveness.

International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 30(4), 712–729. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2023-0481>

Prasetyo, A., Handayani, T., & Rahayu, N. (2021). Product innovation and competitive advantage of creative SMEs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(5), 1–11.

Putra, A., & Wahyuni, D. (2021). Creative practice-based training to improve product innovation skills of SMEs. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(5), 1–12. <https://doi.org/10.5590/JEE.2021.24.5.01>

Raghuvanshi, J., & Garg, C. P. (2022). *Shaping the handicraft cluster through innovation capability*. *International Journal of Innovation Studies*, 6(2), 102–117. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.04.002>.

Rahman, M., Wicaksono, D., & Fauzi, A. (2022). *Training and mentoring program to improve SME performance: Evidence from community empowerment*. *Sustainability*, 14(22), 15274. <https://doi.org/10.3390/su142215274>.

Rahman, F., Huda, M., & Setiawan, I. (2022). Collaborative training to enhance entrepreneurial literacy in rural SMEs. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 27(3), 211–226. <https://doi.org/10.20885/jpe.vol27.iss3.art4>

Sari, M., Nugroho, A., & Lestari, F. (2020). Integrating local culture into *handicraft* design to strengthen product uniqueness. *International Journal of Technology and Design Education*, 30(6), 1125–1138. <https://doi.org/10.1007/s10798-019-09564-8>

Sica, G., Palazzo, M., Micozzi, A., & Ferri, M. A. (2025). Leveraging on cultural and creative industries to foster social innovation: A

- bibliometric analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(1), 100649. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100649>
- Siregar, R., Lestari, A., & Yusuf, H. (2022). Local-based creative design training to enhance SMEs product quality. *Asian Journal of Business and Accounting*, 15(1), 155–175. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol15no1.7>
- Susanto, H. (2019). Packaging innovation and digital marketing strategies to enhance SME competitiveness. *Jurnal Siasat Bisnis*, 23(2), 155–168. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol23.iss2.art6>.
- Wibowo, P., Rachman, A., & Dewi, K. (2023). Practical training and technical skills improvement in Indonesian SMEs: Evidence from *handicraft* producers. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 30(2), 145–162. <https://doi.org/10.1108/JABES-08-2022-0139>.