

Peningkatan Daya Saing Produk Jajanan Pasar Melalui Inovasi Pada Kub Graha Permai Di Kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru

Hadiyati¹, Fatkhurahman^{2*}, Arizal. N³

¹ Universitas Lancang Kuning

**Corresponding author*

E-mail: fatkhurrahman@unilak.ac.id

Article History:

Received: 2024-10-12

Revised: 2024-11-27

Accepted: 2024-12-31

Abstract: Banyak jajanan pasar yang mempertahankan resep dan penyajian tradisional tanpa ada pembaruan yang sesuai dengan tren dan preferensi konsumen saat ini. Akibatnya, produk jajanan pasar sering kali dianggap kurang menarik oleh konsumen yang mencari pengalaman baru atau yang lebih modern. Solusi yang ditawarkan, antara lain: Untuk meningkatkan daya saing kepada para anggota kelompok yang menghasilkan jajanan pasar, tim memberikan pendampingan mengenai inovasi produk. Evaluasi yang dilakukan dilihat dari tingkat kesungguhan (antusiasme) peserta dan juga perubahan pengetahuan berkenaan dengan inovasi produk yakni melalui pre test dan post test. Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan sebelum dan setelah dilaksanakan kegiatan terjadinya peningkatan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan anggota KUB Graha permai dalam kewirausahaan, dimana sebagian besar dari anggota mengetahui ide usaha dan bagaimana menjadikan sebuah inovasi. Kedua mereka memahami fungsi dan manfaat yang potensial pada kewirausahaan khususnya dalam peningkatan kesejahteraan dan ketiga mereka sudah mulai mampu untuk memperbaiki konsep kewirausahaan dalam berusaha sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan. Sebagian besar dari anggota mengetahui ide usaha dan bagaimana menjadikan sebuah inovasi. Kedua mereka memahami fungsi dan manfaat yang potensial pada kewirausahaan khususnya dalam peningkatan kesejahteraan dan ketiga mereka sudah mulai mampu untuk memperbaiki konsep kewirausahaan dalam berusaha sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan.

Keywords:

Daya Saing, Produk Jajanan Pasar, Inovasi

Pendahuluan

Daya saing produk UMKM, termasuk jajanan pasar, sangat penting karena berpengaruh langsung pada keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis UMKM dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif (Eriyanti et al., 2021; Riswanto et al., 2023; Silaya et al., 2021; Sopanah et al., 2020). Dengan daya saing yang kuat, produk jajanan pasar UMKM dapat menarik lebih banyak konsumen, baik di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan penjualan dan memperbesar pangsa pasar (Silaya et al., 2021; Suwandi et al., 2022). Daya saing yang kuat, terutama dalam bentuk inovasi rasa, bentuk, atau kemasan, dapat membuat jajanan pasar lebih menarik bagi konsumen muda dan konsumen modern yang mencari variasi baru dari jajanan tradisional (Najib et al., 2022; Widiasmara & Lestari, 2022). Daya saing tinggi membuat UMKM lebih adaptif dan tangguh dalam menghadapi perubahan tren pasar dan permintaan konsumen, sehingga dapat mempertahankan bisnis jangka panjang (Sopanah et al., 2020). Daya saing sering kali memotivasi UMKM untuk memperbaiki kualitas bahan, proses produksi, dan pengemasan. Ini meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk lokal dan memperkuat loyalitas pelanggan (Najib et al., 2022). Daya saing yang kuat akan membuat produk UMKM jajanan pasar lebih diterima dan diminati oleh masyarakat luas (Eriyanti et al., 2021). Upaya untuk meningkatkan daya saing ini bisa dilakukan dengan inovasi, peningkatan kualitas, strategi pemasaran kreatif, dan pengemasan yang menarik sehingga produk tersebut dapat terus berkembang dan unggul di pasaran.

Analisis situasi daya saing produk jajanan pasar dalam konteks inovasi antara lain: 1). Kebanyakan jajanan pasar memiliki daya tahan terbatas karena minim pengawet. Ini menyulitkan dalam distribusi jarak jauh dan pemasaran online yang membutuhkan waktu pengiriman; 2). Banyak produk jajanan pasar yang masih menggunakan pengemasan sederhana atau kurang menarik. Pengemasan yang tidak mengikuti standar modern membuat produk kurang diminati konsumen tertentu; 3) Banyak UMKM yang belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, sehingga sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas atau bersaing dengan produk modern; 4) Konsumen masa kini lebih tertarik pada produk-produk yang tidak hanya enak, tapi juga memiliki visual menarik dan kemasan modern. Jajanan pasar bisa kurang diminati jika tidak mampu mengikuti selera ini; 5). Harga bahan baku yang tidak stabil dapat memengaruhi biaya produksi. Ketergantungan pada bahan baku lokal yang harganya mudah berubah bisa menjadi ancaman bagi stabilitas bisnis UMKM.

Meningkatkan daya saing produk jajanan pasar melalui inovasi adalah langkah penting bagi UMKM agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Langkah inovasi yang dapat dilakukan diantaranya: 1). Inovasi rasa dan varian, Menggunakan teknik memasak modern, seperti memanggang atau sous-vide, pada

jajanan pasar tradisional dapat menghasilkan tekstur atau tampilan yang lebih menarik (Hartono et al., 2023); 2). Pengemasan modern dan menarik, pengemasan yang modern dan menarik dapat meningkatkan daya tarik jajanan pasar di kalangan konsumen (Widiasmara & Lestari, 2022); 3). Pengembangan produk sehat, Pengembangan produk sehat untuk jajanan pasar bisa menjadi strategi efektif untuk menjangkau konsumen yang peduli pada kesehatan (Silaya et al., 2021); 4). Penyajian yang estetik, Penyajian yang estetik dapat meningkatkan nilai jajanan pasar di mata konsumen, memberikan kesan lebih modern, dan menambah daya tarik visual (Boedirochminarni & Juliati, 2023). 5). Penggunaan bahan baku unik atau lokal, Penggunaan bahan baku unik atau lokal dalam jajanan pasar dapat menambah nilai tradisional, memperkaya rasa, dan menarik minat konsumen yang mencari cita rasa khas (Silaya et al., 2021). 6). Penggunaan teknologi dalam proses produksi, Mengintegrasikan teknologi dalam proses produksi jajanan pasar dapat meningkatkan efisiensi, konsistensi, dan kualitas produk, serta membantu meningkatkan daya saing (Tjahjani & Hatta, 2023); 7). Inovasi layanan dengan pemesanan online dan pengiriman, Inovasi layanan pemesanan online dan pengiriman dapat membuat jajanan pasar lebih mudah dijangkau konsumen, meningkatkan penjualan, dan memperluas pasar (Surahmah & Mardikaningsih, 2024).

Berangkat dari analisis situasi di atas, dapat diidentifikasi pemasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam hal ini adalah anggota KUB yang menghasilkan produk jajanan tradisional dapat diberikan sentuhan inovasi dalam meningkatkan daya saingnya.

Metode

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di KUB Graha Permai dengan alamat Jalan Suka Karya Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Sasaran dari pengabdian ini yakni kepada anggota KUB Graha Permai pada Perumahan Graha Rawa Bangun pada kelompok usaha makanan, usaha minuman dan usaha jajanan pasar. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode penyuluhan dan pendampingan yaitu: Metode ceramah: ceramah diberikan kepada peserta dalam bentuk memberikan pengetahuan umum dan pemahaman mengenai inovasi dalam meningkatkan daya saing produk; Tanya jawab: metode ini digunakan untuk memahami berbagai kendala yang dihadapi peserta berkenaan dengan teknis bagaimana berinovasi dalam meningkatkan daya saing produk dalam meningkatkan daya saing usaha; Praktek/pendampingan: metode ini digunakan untuk memberikan kemampuan kepada peserta dalam meningkatkan daya saing produk. Indikator keberhasilan dari 10 orang peserta yang masuk dalam kelompok usaha makanan, minuman dan usaha jajanan pasar diundang sebanyak 10 orang yang hadir atau lebih dari 70% yang hadir pada

kegiatan ini. Hal ini menandakan antusiasnya peserta dalam menghadiri kegiatan pengabdian ini demi mendapatkan pemahaman tentang inovasi dalam meningkatkan daya saing produk. Pemahaman peserta dapat diukur dengan penyebaran kuesioner sebelum (pretest) dan sesudah (post test), sebelum dilakukan pengenalan terhadap pengetahuan dan kemampuan peserta dalam meningkatkan daya saing produk apakah peserta bertambah pengetahuannya atau tidak dan mengetahui sebabnya.

Hasil

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilaksanakan pada tanggal 9 Januari 2025 lalu pada kelompok usaha bersama (KUBE) Graha Permai tentang “Peningkatan daya saing melalui inovasi produk”, maka mengukur tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan dengan cara melakukan evaluasi 2 (dua) tahapan yaitu sebelum (pretes) dan sesudah (pos tes).

Dari evaluasi terhadap kehadiran peserta sebagian hadir berkumpul dan tim juga hanya mengundang 10 orang anggota KUBE Graha Permai, dari 10 undangan tersebut ternyata kehadiran mencapai 70% atau 7 orang yang hadir. Ini menunjukkan bahwa antusias peserta dalam mengikuti pengabdian masyarakat ini cukup baik dan mendapatkan respon yang positif dengan adanya diskusi atau tanya jawab dari peserta mengenai materi yang diberikan.

Kronologi pelaksanaan pengabdian yakni dengan sebelumnya memberikan penjelasan kepada anggota kelompok tentang arti pentingnya peningkatan daya saing melalui inovasi produk, sejauhmana pengetahuan anggota terhadap inovasi produk, manfaat yang akan diperoleh dan semangat anggota dalam memahami konsep inovasi produk dan juga demonstrasi menjelaskan bagaimana penerapan konsep inovasi dalam berusaha yang dikaitkan dengan usaha yang dijalankan peserta. Hal ini dijelaskan dan ditanggapi oleh peserta dalam rangka melakukan menjalankan usaha.

Diskusi

Peningkatan daya saing melalui inovasi produk adalah strategi penting untuk memastikan usaha kecil dan menengah (UKM) tetap relevan di pasar yang kompetitif. Inovasi produk tidak hanya tentang menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga mencakup pengembangan, perbaikan, atau adaptasi produk yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi produk seperti lakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan masalah yang dihadapi konsumen. Manfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan daya tarik visual. Kerja sama dengan lembaga penelitian,

universitas, atau mitra bisnis untuk mengembangkan inovasi produk. Fokus pada estetika dan fungsi produk yang sesuai dengan selera pasar. Pertimbangkan aspek keberlanjutan seperti penggunaan bahan daur ulang untuk menarik perhatian konsumen yang peduli lingkungan. Tambahkan fitur atau layanan tambahan yang meningkatkan nilai produk. Dengan memadukan strategi ini, UKM dapat menghasilkan produk yang tidak hanya kompetitif tetapi juga relevan di pasar yang terus berkembang.

Penjelasan yang diberikan berkenaan dengan konsep peningkatan daya saing melalui inovasi produk, dan dijelaskan pula pentingnya peningkatan daya saing melalui inovasi produk dan memotivasi anggota dalam menerapkan inovasi produk sehingga mereka memiliki keunggulan bersaing dalam menjalankan usaha. Dari hasil pengabdian yang dilakukan dengan menilai keberhasilan sebelum dan sesudah anggota kelompok mendapatkan materi tentang media sosial antara lain:

Tanggapan peserta terhadap makna peningkatan daya saing melalui inovasi produk.

Inovasi produk merupakan salah satu elemen kunci dalam menjaga dan meningkatkan daya saing suatu usaha, terutama di era persaingan global yang semakin ketat. Inovasi produk tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kualitas produk tetapi juga menciptakan nilai tambah yang membedakan bisnis dari kompetitor. Dengan terus berinovasi, sebuah usaha tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang di tengah tantangan pasar yang dinamis. Responden anggota KUBE mengenai makna peningkatan daya saing melalui inovasi produk pada umumnya awalnya kurang mengetahuinya, namun setelah mendapatkan penjelasan meningkat menjadi mengetahui walaupun masih ada juga yang ragu mengenai makna peningkatan daya saing melalui inovasi produk.

Tanggapan peserta terhadap memahami kegunaan cara berinovasi dan kegunaannya.

Inovasi adalah proses menciptakan atau mengubah sesuatu untuk menghasilkan nilai tambah, baik dalam bentuk produk, layanan, maupun proses bisnis. Memahami cara berinovasi dan kegunaannya adalah langkah penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis, meningkatkan daya saing, dan menciptakan dampak positif di pasar. Memahami cara berinovasi berarti mengetahui bagaimana menciptakan perubahan yang bernilai dan relevan bagi bisnis serta pelanggan. Dengan memanfaatkan strategi inovasi, bisnis dapat terus berkembang, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan meraih kesuksesan di pasar yang dinamis. Respon yang diberikan mengenai memahami kegunaan cara berinovasi dan kegunaannya pada awalnya ragu-ragu dan bahkan kurang memahami, namun setelah mendapatkan penjelasan menjadi memahami walaupun masih ada yang

ragu akan memahami kegunaan cara berinovasi dan kegunaannya.

Tanggapan peserta terhadap kemampuan menjawab keluhan pelanggan

Kemampuan untuk menjawab keluhan pelanggan adalah keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap bisnis. Pelanggan yang puas dengan penanganan keluhan sering kali menjadi lebih loyal dan dapat membantu meningkatkan citra positif perusahaan. Dengan menangani keluhan pelanggan secara efektif, bisnis tidak hanya dapat memperbaiki hubungan dengan pelanggan, tetapi juga meningkatkan citra dan daya saingnya di pasar.

Rata-rata respon peserta mengenai kemampuan menjawab keluhan pelanggan pada awalnya memberikan respon ragu-ragu dan bahkan ada yang kurang, namun setelah dipaparkan menjadi bisa disesuaikan. Kemampuan menjawab keluhan pelanggan adalah salah satu keterampilan inti dalam layanan pelanggan. Keluhan bukan hanya masalah, tetapi juga peluang untuk memperbaiki layanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dalam sesi ini, peserta akan mempelajari cara efektif menangani keluhan pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang positif.

Tanggapan peserta terhadap temuan Inovasi produk baru

Keluhan pelanggan tidak hanya membantu memperbaiki layanan, tetapi juga merupakan sumber ide untuk menciptakan inovasi produk. Dengan menganalisis keluhan secara mendalam, bisnis dapat memahami kebutuhan yang belum terpenuhi atau masalah yang sering dihadapi pelanggan, yang kemudian dapat diubah menjadi peluang inovasi. Keluhan pelanggan adalah sumber daya yang berharga untuk menemukan peluang inovasi. Dengan menganalisis keluhan secara sistematis, bisnis dapat menciptakan produk atau layanan yang lebih baik dan relevan. Inovasi berbasis keluhan pelanggan tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga membantu bisnis berkembang di pasar yang kompetitif. Responden menyatakan awalnya kurang dalam temuan Inovasi produk baru, namun setelah mendengarkan penjelasan maka mereka mampu menemukan inovasi produk dari penelusuran keluhan pelanggan.

Sesuai dengan deskripsi data hasil pengabdian, dapat pula disusun rekapitulasi respon peserta pengabdian mengenai peningkatan daya saing produk melalui inovasi sebagaimana dijelaskan pada tabel berikut. Dari data dijelaskan bahwa terdapat perubahan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan peningkatan daya saing produk melalui inovasi dari 1,4 meningkat menjadi 2,8. Dari empat indikator yang digunakan dalam mengukur perubahan dapat diketahui perubahan pada pengetahuan dan pemahaman lebih dominan dibandingkan dengan ketertarikan dan pemahaman dan penemuan inovasinya. Hal ini karena kemampuan

peserta dalam memahami materi yang diberikan masih terbatas dan perlu dilakukan secara berulang-ulang.

Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim.



Gambar 1: Ceramah konsep peningkatan daya saing produk melalui inovasi pada anggota KUBE Graha Permai

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan luaran yang dicapai, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan sebelum dan setelah dilaksanakan kegiatan terjadinya peningkatan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan anggota KUB Graha permai dalam peningkatan daya saing produk melalui inovasi .
2. Terdapat perubahan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan peningkatan daya saing produk melalui inovasi dari 1,4 meningkat menjadi 2,8. Dari empat indikator yang digunakan dalam mengukur perubahan dapat diketahui perubahan pada pengetahuan dan kemampuan menghasilkan inovasi lebih dominan dibandingkan dengan ketertarikan dan pemahaman.

Daftar Referensi

- Boedirochminarni, A., & Juliati, R. (2023). Inovasi Kreatif Untuk Meningkatkan Pengembangan Usaha Jajan Cimoet. In *ECONOMIC*. ejournal.umm.ac.id.
- Eriyanti, F., Yuliarti, Y., Alhadi, Z., Anggraini, E., & Yusran, R. (2021). Peningkatan Daya Saing Kelompok Nelayan Sungai Nipah dalam Mengolah Produk Makanan Olahan Perikanan Melalui Pelatihan Kewirausahaan. In *Jurnal Penerapan IPTEKS*.
- Hartono, R., Fadholi, A., Yahya, D. N., & Muflihah, M. (2023). Inovasi Singkong Menjadi Rengginang Meningkatkan Potensi Pengembangan Pangan Lokal. In *Jurnal Pengabdian*.
- Najib, M. F., Februadi, A., & Djarnika, T. (2022). Inovasi desain kemasan (packaging) sebagai faktor peningkatan daya saing produk umkm di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia*.
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., & Boari, Y. (2023). *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. books.google.com.
- Silaya, Ismail, R. S., & Talakua. (2021). Peningkatan Daya Saing Produk Kue Tradisional Berbahan Baku Sagu Di Desa Amahusu Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon. *Jurnal Abdimas BSI*.
- Sopanah, A., Bahri, S., & Ghozali, M. (2020). *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. books.google.com.
- Surahmah, S., & Mardikaningsih, R. (2024). Optimalisasi potensi pasar lokal: Peluang pemasaran UMKM dengan media digital. ... Pusat Publikasi Hasil
- Suwandi, S., Dangkeng, A., & Ramli, M. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Produk Olahan Sagu. In *Mega Buana Journal of Innovation and*
- Tjahjani, I. K., & Hatta, M. (2023). Inovasi Mesin Pengupas Kulit Ari Kedelai Percepat Proses Dan Meningkatkan Produktivitas Tempe. ... *Journal: Jurnal Pengabdian*
- Widiasmara, A., & Lestari, A. (2022). Pelatihan Pengemasan Dan Promosi Guna Meningkatkan Nilai Jual Pada "Pabrik Kerupuk Rambak Pak Sunar." *Jurnal Pengabdian Masyarakat*