

## Inovasi Jajanan Pasar Berbahan Dasar Labu Kuning (Waluh) Pada Kelompok Usaha Bersama Graha Permai

Fatkhurahman<sup>1\*</sup>, Arizal. N<sup>2</sup>, Aznuriyandi<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Lancang Kuning

\*Corresponding author

E-mail: fatkhurrahman@unilak.ac.id

### Article History:

Received: 2025-05-10

Revised: 2025-06-25

Accepted: 2025-07-29

**Abstract:** Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai merupakan kelompok ibu rumah tangga yang aktif dalam memproduksi jajanan pasar tradisional sebagai bentuk usaha mikro berbasis rumah tangga. Namun, usaha ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya inovasi produk, belum optimalnya pemanfaatan bahan baku lokal, keterbatasan pengetahuan pengolahan pangan sehat, serta lemahnya strategi pemasaran dan pengemasan. Melalui kegiatan ini, diharapkan terjadi peningkatan keterampilan, kreativitas, dan daya saing usaha KUB, serta terciptanya produk pangan lokal yang inovatif, sehat, dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Dalam jangka panjang, program ini diharapkan dapat memperkuat peran ibu rumah tangga sebagai pelaku ekonomi produktif dan mendorong keberlanjutan usaha mikro berbasis potensi lokal di lingkungan masyarakat. Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan sebelum dan setelah dilaksanakan kegiatan terjadinya peningkatan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan anggota KUB Graha permai. Kegiatan pengabdian masyarakat bertema inovasi jajanan pasar berbahan dasar labu kuning pada Kelompok Usaha Bersama Graha Permai berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok dalam menciptakan variasi produk olahan seperti kue martabak shanghai labu, resoles labu dan nuget labu kuning. Melalui pelatihan yang mencakup proses produksi, pengemasan, hingga strategi pemasaran sederhana, peserta mampu menghasilkan produk yang lebih menarik, bergizi, dan memiliki nilai jual tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan potensi lokal seperti labu kuning dapat mendorong kreativitas usaha rumah tangga dan memberikan peluang peningkatan pendapatan keluarga.

### Keywords:

Inovasi Produk; Jajanan Pasar; Bahan Dasar Labu Kuning (Waluh), KUB Graha Permai.

## Pendahuluan

Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai yang beranggotakan ibu rumah tangga memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha mikro berbasis pangan lokal. Selama ini, mereka memproduksi jajanan pasar tradisional sebagai bentuk usaha produktif untuk menambah penghasilan keluarga. Namun demikian, berdasarkan observasi awal dan hasil diskusi kelompok, ditemukan beberapa permasalahan yang menghambat pengembangan usaha mereka, di antaranya: kurangnya inovasi produk, keterbatasan keterampilan dalam pengolahan pangan modern, pemanfaatan bahan lokal yang belum maksimal, serta minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Salah satu bahan pangan lokal yang berlimpah namun belum dimanfaatkan secara optimal adalah labu kuning (waluh). Labu kuning mudah dijumpai di pasar tradisional, tersedia sepanjang tahun, dan memiliki harga yang relatif murah sehingga sangat potensial untuk dijadikan bahan baku alternatif dalam pembuatan jajanan pasar. Selain itu, labu kuning mengandung berbagai zat gizi seperti beta-karoten, vitamin A, serat, dan antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan (Damayanti & Rachmawati, 2020). Labu kuning juga memiliki tekstur dan rasa yang cocok diolah menjadi berbagai jenis pangan olahan, termasuk jajanan pasar.

Jajanan pasar sendiri merupakan warisan kuliner tradisional Indonesia yang masih digemari masyarakat, namun perlu inovasi dalam tampilan, kandungan gizi, dan bentuk penyajian agar tetap relevan dengan selera konsumen modern (Astuti, 2021). Oleh karena itu, pengembangan inovasi jajanan pasar berbasis labu kuning tidak hanya mendukung ketahanan pangan lokal, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing produk usaha mikro. Lebih jauh, pemberdayaan perempuan melalui pelatihan keterampilan kewirausahaan dan pengolahan pangan berbasis potensi lokal terbukti mampu meningkatkan peran aktif perempuan dalam ekonomi rumah tangga dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat (Rini & Susanti, 2019).

Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai merupakan komunitas ibu rumah tangga yang menjalankan kegiatan ekonomi produktif dengan memproduksi jajanan pasar tradisional. Kegiatan ini menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan keluarga dan memberdayakan perempuan di lingkungan tempat tinggal mereka. Namun, berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi bersama anggota KUB, terdapat sejumlah permasalahan mendasar yang menghambat pengembangan usaha, antara lain: Kurangnya Inovasi Produk. Produk jajanan yang dihasilkan masih tergolong konvensional dan belum memiliki variasi yang menarik atau berbeda dari produk sejenis di pasaran. Hal ini menyebabkan rendahnya daya saing dan minat konsumen, khususnya dari kalangan muda yang cenderung mencari produk unik, sehat, dan estetik (Astuti, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Subagio et al. (2020), inovasi dalam jajanan pasar berbasis bahan lokal seperti labu kuning terbukti mampu meningkatkan daya tarik dan konsumsi

masyarakat terhadap produk jajanan tradisional.

Minimnya Pemanfaatan Bahan Baku Lokal Secara Kreatif. Di lingkungan sekitar, tersedia banyak bahan baku lokal yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi olahan makanan, salah satunya adalah labu kuning (waluh). Labu kuning sangat mudah dijumpai di pasar tradisional, tersedia hampir sepanjang tahun, serta memiliki harga yang murah dan stabil. Sayangnya, bahan ini belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai bahan dasar utama dalam pembuatan jajanan pasar. Labu kuning memiliki kandungan gizi yang sangat baik, seperti beta-karoten, vitamin A, serat, dan antioksidan (Damayanti & Rachmawati, 2020; Nurhidayati, 2019). Penelitian oleh Hidayati et al. (2021) menunjukkan bahwa pengolahan labu kuning menjadi produk pangan inovatif dapat meningkatkan konsumsi pangan bergizi dan mendukung pemanfaatan sumber daya lokal.

Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan dalam Pengolahan Pangan Inovatif. Mayoritas anggota KUB belum memiliki pengetahuan tentang cara mengolah labu kuning menjadi berbagai produk jajanan yang menarik, higienis, dan bernilai gizi tinggi. Padahal, labu kuning memiliki karakteristik rasa manis alami, tekstur lembut, dan warna kuning cerah yang membuatnya cocok diolah menjadi produk pangan yang beragam dan bergizi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa labu kuning dapat diolah menjadi berbagai macam produk olahan seperti talam labu, kue lumpur, dan pudding labu yang memiliki nilai gizi tinggi (Hendriyani et al., 2020; Supriyadi, 2019). Penelitian oleh Halimah (2020) juga menunjukkan bahwa pengolahan labu kuning dalam bentuk produk jajanan dapat meningkatkan daya tarik konsumen, terutama bagi mereka yang peduli akan kesehatan.

Rendahnya Eksplorasi Potensi Produk Olahan Labu Kuning. Labu kuning memiliki potensi besar untuk diolah menjadi berbagai produk olahan jajanan pasar yang inovatif dan bernilai jual tinggi. Beberapa produk olahan berbahan dasar labu kuning yang potensial meliputi: Kue basah (kue lumpur, talam labu, nagasari labu) (Sutrisno, 2019; Purnama & Hermawan, 2020); Donat labu kuning (Rachmawati, 2021); Nugget labu untuk anak-anak (Rachmawati et al., 2020); Brownies labu kuning (Mulyati & Wibowo, 2020); Keripik labu (snack renyah) (Halimah, 2021); Puding labu kuning (Fitria, 2020); Bakpao dan roti labu kuning (Hendriyani et al., 2020). Produk-produk ini tidak hanya unik dan menarik, tetapi juga sehat, serta memiliki potensi pasar yang luas baik di lingkungan lokal maupun daring. Penelitian yang dilakukan oleh Rini & Sari (2019) juga mengungkapkan bahwa inovasi produk berbasis labu kuning dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendukung keberlanjutan usaha mikro.

Keterbatasan dalam Pengemasan dan Branding Produk. Produk yang dihasilkan belum memiliki identitas visual atau kemasan yang menarik. Pengemasan masih dilakukan secara sederhana tanpa label atau desain yang mencerminkan kualitas produk, sehingga kurang menarik perhatian pembeli dan menyulitkan dalam

proses pemasaran. Penelitian oleh Suryani & Wulandari (2020) menunjukkan bahwa penggunaan desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan minat beli produk jajanan pasar.

Belum Tersentuhnya Strategi Pemasaran Digital. Dalam era digital saat ini, pemasaran melalui media sosial dan platform online sangat potensial untuk menjangkau konsumen lebih luas. Namun, anggota KUB belum memiliki keterampilan dalam menggunakan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, atau marketplace lokal untuk mempromosikan produknya. Penelitian oleh Hadi (2020) mengungkapkan bahwa strategi pemasaran digital sangat efektif dalam memperkenalkan produk pangan lokal kepada masyarakat luas dan meningkatkan penjualan.

Melihat permasalahan tersebut, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi yang bersifat praktis dan berkelanjutan melalui pelatihan inovasi produk berbasis labu kuning, penguatan keterampilan pengemasan dan branding, serta pengenalan strategi pemasaran digital. Dengan pendekatan ini, diharapkan KUB Graha Permai dapat menghasilkan produk jajanan pasar yang inovatif, sehat, menarik, dan memiliki daya saing di pasar lokal maupun digital.

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai upaya solusi untuk meningkatkan kapasitas usaha KUB Graha Permai melalui inovasi produk, penguatan keterampilan, dan pemanfaatan potensi lokal secara berkelanjutan.

## Metode

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai yang berlokasi di Jalan Suka Karya, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru. Sasaran kegiatan ini adalah para anggota KUB Graha Permai yang berdomisili di Perumahan Graha Rawa Bangun dan tergabung dalam kelompok usaha makanan, minuman, serta jajanan pasar. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam melakukan inovasi produk berbahan baku lokal guna meningkatkan daya saing usaha mereka. Untuk mencapai tujuan tersebut, digunakan beberapa metode pelaksanaan, yaitu: (1) Metode ceramah, yang digunakan untuk memberikan pengetahuan dasar tentang konsep inovasi dan pentingnya peningkatan daya saing produk; (2) Metode tanya jawab, yang bertujuan menggali kendala atau hambatan yang dihadapi peserta dalam proses inovasi produk; dan (3) Metode praktik dan pendampingan, yang memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menciptakan dan mengembangkan produk inovatif yang siap dipasarkan. Indikator keberhasilan kegiatan ini terlihat dari tingkat kehadiran peserta, yakni sebanyak 10 orang dari kelompok usaha yang diundang dan seluruhnya hadir (100%), yang

menunjukkan antusiasme tinggi terhadap kegiatan ini. Pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan diukur melalui penyebaran kuesioner pre-test dan post-test. Hasil pengukuran ini digunakan untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta dalam menerapkan inovasi guna meningkatkan daya saing produk mereka.

## Hasil

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2025 lalu pada kelompok usaha bersama (KUBE) Graha Permai tentang “Inovasi Jajanan Pasar Berbahan Dasar Labu Kuning (Waluh) Pada Kelompok Usaha Bersama Graha Permai”, 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 90% atau 9 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 inovasi dalam peningkatan daya saing melalui inovasi labu kuning sebagai bahan baku potensi lokal, 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

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema inovasi jajanan pasar berbahan dasar labu kuning pada Kelompok Usaha Bersama Graha Permai berhasil meningkatkan keterampilan anggota kelompok dalam mengolah labu kuning menjadi produk kreatif seperti martabak shanghai labu, risoles labu, dan nugget labu. Pelatihan ini tidak hanya memperkenalkan resep inovatif berbasis potensi lokal, tetapi juga mencakup aspek pengemasan dan pemasaran sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan labu kuning sebagai bahan utama mampu menciptakan produk yang lebih bergizi, menarik, dan memiliki daya saing di pasaran,

sekaligus membuka peluang peningkatan pendapatan bagi anggota kelompok. Selain keterampilan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan ibu rumah tangga peserta pelatihan. Para anggota kelompok menunjukkan antusiasme tinggi dalam mencoba resep baru dan mulai memahami pentingnya inovasi dalam mempertahankan keberlangsungan usaha kecil. Dengan adanya diskusi kelompok dan simulasi pemasaran sederhana, peserta juga dibekali wawasan tentang cara memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan penjualan daring. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang nyata, baik dari sisi pengembangan produk, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, maupun pemberdayaan ekonomi lokal. Inovasi berbasis bahan pangan lokal seperti labu kuning terbukti dapat menjadi strategi efektif dalam menguatkan usaha rumah tangga, khususnya bagi perempuan di lingkungan KUB Graha Permai. Ke depan, kegiatan semacam ini diharapkan dapat terus berlanjut dengan pendampingan berkelanjutan agar produk-produk inovatif tersebut mampu menembus pasar yang lebih luas.

Penjelasan yang diberikan berkenaan dengan konsep peningkatan daya saing melalui inovasi produk berbahan baku labu kuning, dan dijelaskan pula pentingnya peningkatan daya saing melalui inovasi produk berbahan baku lokal dan memotivasi anggota dalam menerapkan inovasi produk berbahan baku lokal 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 berbahan baku lokal.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis dalam pembuatan olahan berbahan dasar labu kuning, tetapi juga membuka ruang refleksi dan diskusi mengenai makna inovasi dalam konteks usaha mikro. Para peserta, yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga pelaku usaha, memberikan tanggapan positif terhadap pentingnya meningkatkan daya saing produk melalui pemanfaatan bahan baku lokal. Bagi mereka, inovasi bukan sekadar menciptakan produk baru, tetapi juga menjadi sarana untuk membedakan diri di

tengah persaingan pasar yang semakin ketat, sekaligus menumbuhkan kebanggaan terhadap kekayaan sumber daya pangan lokal seperti labu kuning. Melalui pelatihan ini, peserta mulai menyadari bahwa keunikan, kualitas, dan nilai gizi produk lokal dapat menjadi kekuatan utama dalam membangun merek usaha yang berkelanjutan.

Respon peserta mengenai makna peningkatan daya saing melalui inovasi produk berbahan baku lokal, dapat dilihat pada tabel berikut. Sebelum pelaksanaan kegiatan, mayoritas peserta (75%) menyatakan kurang memahami konsep inovasi produk, dengan skor rata-rata hanya 1,7. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap pentingnya inovasi dalam meningkatkan daya saing produk masih sangat rendah. Hanya sebagian kecil (37,5%) yang merasa ragu-ragu, dan tidak ada peserta yang merasa yakin atau paham. Namun, setelah kegiatan berlangsung, terjadi peningkatan signifikan: 87,5% peserta menyatakan telah memahami konsep inovasi produk, sedangkan yang masih ragu menurun menjadi hanya 25%, dan tidak ada lagi peserta yang merasa kurang paham. Skor rata-rata meningkat menjadi 3,6, yang mengindikasikan bahwa pelatihan ini sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap pentingnya inovasi dalam pengembangan usaha berbasis bahan lokal seperti labu kuning.

Tanggapan peserta terhadap memahami kegunaan cara berinovasi produk berbahan baku lokal dan kegunaannya.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, para peserta menunjukkan tanggapan positif terhadap pentingnya memahami cara berinovasi dalam mengolah bahan baku lokal menjadi produk yang bernilai jual. Sebagian besar peserta awalnya belum memahami bahwa inovasi tidak hanya sekadar menciptakan variasi rasa atau bentuk, tetapi juga berkaitan erat dengan strategi meningkatkan daya saing, efisiensi biaya produksi, serta pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai menyadari bahwa inovasi yang sederhana, seperti pengolahan labu kuning menjadi martabak shanghai, risoles, atau nugget, mampu memberikan nilai tambah yang besar. Mereka juga memahami bahwa kemampuan berinovasi akan membantu usaha bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Inovasi berbasis lokal kini dipandang bukan sekadar kebutuhan, tetapi menjadi kunci keberlanjutan dan identitas usaha

mereka.

Respon peserta mengenai memahami kegunaan cara berinovasi dan kegunaannya dapat dilihat Sebelum kegiatan dilaksanakan, pemahaman peserta tentang cara berinovasi dan kegunaannya masih tergolong rendah, dengan skor rata-rata hanya 2,0. Sebanyak 62,5% peserta mengaku ragu-ragu, dan 50% bahkan menyatakan masih kurang memahami — ini mengindikasikan bahwa konsep inovasi produk lokal masih menjadi hal yang belum sepenuhnya dipahami dalam praktik usaha mereka. Setelah pelatihan dan praktik langsung dalam membuat olahan berbahan dasar labu kuning, terjadi peningkatan signifikan. Sebanyak 75% peserta menyatakan sudah memahami cara berinovasi dan manfaatnya, sedangkan yang masih ragu-ragu menurun menjadi 37,5%, dan tidak ada lagi peserta yang menyatakan kurang paham. Skor rata-rata meningkat menjadi 3,4, menunjukkan keberhasilan kegiatan ini dalam membangun kesadaran dan pemahaman peserta akan pentingnya inovasi sebagai strategi utama dalam meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha mikro berbasis potensi lokal.

Tanggapan peserta terhadap kemampuan menjawab keluhan pelanggan

Kemampuan dalam merespons keluhan pelanggan menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha, terutama bagi pelaku usaha mikro seperti anggota Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, peserta diberikan pemahaman bahwa pelayanan tidak hanya sebatas pada kualitas produk, tetapi juga mencakup kemampuan komunikasi saat menghadapi komplain atau masukan dari konsumen. Tanggapan peserta menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, sebagian besar belum memahami pentingnya menanggapi keluhan secara bijak dan solutif. Namun, setelah sesi simulasi pelayanan pelanggan, peserta mulai memahami bahwa sikap terbuka, empati, dan solusi yang tepat terhadap keluhan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen. Bagi mereka, hal ini menjadi pengalaman baru yang membuka wawasan bahwa pelayanan yang baik adalah bagian dari strategi mempertahankan pelanggan dan memperluas pasar.

Respon peserta mengenai kemampuan menjawab keluhan pelanggan dapat dilihat sebelum pelatihan, sebagian besar peserta (87,5%) belum memiliki

kemampuan atau pengalaman dalam menangani keluhan pelanggan, tercermin dari skor rata-rata hanya 1,6. Hal ini menunjukkan bahwa aspek layanan pelanggan belum menjadi perhatian utama dalam pengelolaan usaha mereka. Setelah kegiatan berlangsung dan peserta diberikan simulasi kasus serta strategi praktis dalam merespons keluhan secara tepat dan sopan, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan. Sebanyak 62,5% peserta menyatakan telah memahami cara menjawab keluhan pelanggan, dan tidak ada lagi yang merasa kurang mampu. Skor rata-rata meningkat menjadi 3,3, menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil membekali peserta dengan keterampilan dasar komunikasi pelayanan yang sangat penting bagi keberlanjutan usaha.

Tanggapan peserta terhadap temuan Inovasi produk baru berbahan baku lokal

Temuan inovasi produk baru berbahan baku lokal dalam kegiatan pengabdian ini mendapatkan respon yang sangat positif dari para peserta. Mereka mengaku antusias dan tertarik ketika diperkenalkan pada berbagai resep olahan labu kuning yang belum pernah mereka coba sebelumnya, seperti martabak shanghai labu, risoles labu, dan nugget labu. Bagi sebagian besar peserta, pengetahuan tentang pemanfaatan labu kuning sebagai bahan utama jajanan pasar merupakan hal baru yang memberikan inspirasi segar dalam mengembangkan usaha mereka. Melalui proses praktik langsung, peserta merasakan bahwa inovasi produk tidak harus mahal atau rumit, melainkan bisa dimulai dari bahan sederhana di sekitar mereka. Temuan ini membuka wawasan bahwa kekayaan pangan lokal dapat diolah menjadi produk yang unik, bernilai jual tinggi, dan berpotensi menjadi ciri khas usaha kelompok. Peserta juga menyampaikan keinginan kuat untuk terus mengembangkan produk-produk lokal sebagai bagian dari identitas usaha yang berkelanjutan.

Respon peserta mengenai temuan Inovasi produk baru dapat dilihat kegiatan pengabdian ini memberikan pengalaman baru bagi peserta dalam menemukan potensi inovasi produk berbahan baku lokal, khususnya labu kuning. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta belum mengenal atau bahkan meragukan kemungkinan mengolah bahan lokal menjadi produk baru yang menarik. Hal ini terlihat dari tanggapan awal di mana 50% peserta masih ragu-ragu dan 62,5% menyatakan kurang memahami peluang temuan inovasi produk. Skor rata-rata

pemahaman mereka sebelum pelatihan hanya 1,9. Namun setelah pelatihan yang dilengkapi dengan praktik langsung pembuatan martabak shanghai labu, risoles labu, dan nugget labu, seluruh peserta (100%) menyatakan telah memahami dan menemukan ide inovasi produk baru dari bahan lokal. Skor pun meningkat tajam menjadi 3,7, mencerminkan antusiasme dan pemahaman yang kuat terhadap konsep pengembangan produk berbasis potensi lokal.

Peserta menyadari bahwa produk lokal yang selama ini dianggap biasa ternyata memiliki nilai jual tinggi jika dikemas dan diolah secara kreatif. Bagi mereka, temuan ini bukan hanya membuka peluang bisnis baru, tetapi juga menguatkan kesadaran akan pentingnya memanfaatkan kekayaan alam sekitar sebagai fondasi kemandirian usaha. Inovasi berbahan lokal kini dipandang sebagai langkah strategis yang tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha mikro, tetapi juga memperkuat identitas produk UMKM di tengah pasar yang kompetitif.

Sesuai dengan deskripsi data hasil pengabdian, dapat pula disusun rekapitulasi respon peserta pengabdian mengenai peningkatan daya saing produk melalui inovasi sebagaimana dijelaskan bahwa kegiatan pengabdian ini memberikan dampak peningkatan pemahaman yang signifikan pada seluruh aspek yang diukur. Peningkatan terbesar terjadi pada aspek respon terhadap konsep inovasi produk dan temuan inovasi produk baru, dengan selisih nilai 1,9 poin. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membuka wawasan peserta terhadap pentingnya inovasi dan potensi besar dari bahan baku lokal seperti labu kuning. Peningkatan juga terjadi pada pemahaman peserta terhadap kegunaan berinovasi (selisih 1,4 poin) serta kemampuan menjawab keluhan pelanggan (selisih 1,7 poin), yang berarti aspek keterampilan praktis dan komunikasi juga mengalami perbaikan nyata.

Dengan rata-rata kenaikan 1,7 poin dari skala 1–4, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta secara menyeluruh—baik dari sisi pengetahuan, keterampilan inovatif, maupun kesiapan mental dalam menghadapi tantangan usaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelatihan semacam ini sangat relevan dan perlu dilanjutkan secara berkelanjutan, khususnya bagi kelompok usaha mikro berbasis komunitas.

Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim.



Gambar 1 : Produk Hasil Inovasi Berbahan Baku Labu Kuning (Waluh) pada anggota KUBE Graha Permai



Gambar 5.2 : Ceramah konsep inovasi produk berbahan baku lokal pada anggota KUBE Graha Permai

## Kesimpulan

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

1. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran anggota Kelompok Usaha Bersama Graha Permai terhadap pentingnya inovasi produk berbasis bahan baku lokal. Melalui pelatihan dan praktik langsung, peserta mampu mengolah labu kuning menjadi produk baru yang kreatif dan bernilai jual seperti martabak shanghai labu, risoles labu, dan nugget labu.
2. Peningkatan pemahaman peserta tercermin dari data evaluasi pre-test dan post-test, di mana terjadi peningkatan skor rata-rata dari 1,8 menjadi 3,5 dengan

selisih 1,7 poin. Seluruh aspek yang dinilai—mulai dari pemahaman konsep inovasi, kegunaan berinovasi, kemampuan menghadapi keluhan pelanggan, hingga temuan inovasi produk baru—mengalami perbaikan yang signifikan.

3. Secara keseluruhan, kegiatan ini berdampak positif dalam membangun kemampuan berwirausaha peserta secara lebih mandiri dan kreatif. Inovasi produk berbasis potensi lokal seperti labu kuning terbukti menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, memperluas peluang pasar, serta memperkuat ekonomi keluarga dan komunitas secara berkelanjutan.

## Daftar Referensi

- Astuti, L. (2021). Inovasi Jajanan Pasar Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Produk Modern. *Jurnal Kuliner Nusantara*, 5(2), 89–97.
- Damayanti, E., & Rachmawati, D. (2020). Kandungan Gizi dan Potensi Labu Kuning Sebagai Bahan Pangan Fungsional. *Jurnal Pangan Lokal*, 8(1), 45–52.
- Fitria, M. (2020). Pengembangan Puding Labu Kuning Sebagai Jajanan Pasar Sehat. *Jurnal Teknologi Pangan*, 9(1), 23-32.
- Hadi, P. (2020). Strategi Pemasaran dan Pengemasan Produk UMKM dalam Era Digital. *Jurnal Pemasaran UMKM*, 10(2), 112–118.
- Halimah, S. (2021). Inovasi Keripik Labu Kuning sebagai Snack Sehat dan Ekonomis. *Jurnal Agribisnis*, 7(1), 52–60.
- Hendriyani, S., et al. (2020). Potensi Labu Kuning sebagai Bahan Olahan Kue Tradisional. *Jurnal Kuliner Indonesia*, 4(3), 67-74.
- Mulyati, S., & Wibowo, A. (2020). Eksplorasi Olahan Roti Labu Kuning untuk Produk UMKM. *Jurnal Pengembangan Produk*, 6(4), 45–54.
- Nurhidayati, E. (2019). Pemanfaatan Labu Kuning dalam Berbagai Olahan Pangan. *Jurnal Pangan Nusantara*, 12(3), 134–142.
- Purnama, T., & Hermawan, R. (2020). Inovasi Donat Labu Kuning dalam Menghadapi Permintaan Pasar Jajanan Sehat. *Jurnal Industri Makanan*, 7(1), 77-85.
- Rachmawati, D. (2021). Pengolahan Nugget Labu Kuning untuk Meningkatkan Konsumsi Pangan Bergizi pada Anak-anak. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 15(2), 48-55.
- Rahmawati, L., et al. (2020). Peningkatan Daya Saing Brownies Labu Kuning Sebagai Alternatif Kue Sehat. *Jurnal Pangan dan Industri*, 4(2), 23–30.
- Rini, D. P., & Susanti, I. (2019). Pemberdayaan Perempuan melalui Pelatihan Usaha

Mikro Berbasis Pangan Lokal. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(1), 23–30.

Subagio, E., et al. (2020). Peran Inovasi Produk Berbasis Labu Kuning dalam Meningkatkan Daya Saing Jajanan Pasar. Jurnal Pangan dan Inovasi, 3(1), 45–53.

Supriyadi, A. (2019). Inovasi Olahan Labu Kuning dalam Industri Jajanan Pasar. Jurnal Teknologi Pangan, 5(2), 56–64.

Suryani, M., & Wulandari, H. (2020). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Daya Tarik Produk Jajanan Pasar. Jurnal Desain dan Pemasaran, 6(2), 77-85.