

Peningkatan Nilai Tambah Produk Pangan Olahan Jajanan Pasar Berbahan Lokal

Novita^{1*}, Rina Sundari¹

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau

*Corresponding author

E-mail: fatkhurrahman@unilak.ac.id

Article History:

Received: 2025-06-12

Revised: 2025-06-24

Accepted: 2025-07-16

Abstract: 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. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk pangan olahan jajanan pasar berbahan lokal melalui inovasi produk dan pengemasan yang lebih menarik dan higienis. Selama ini, sebagian besar anggota KUB masih memproduksi jajanan pasar secara konvensional dengan sentuhan inovasi yang terbatas, sehingga daya saing dan nilai ekonomis produk belum optimal. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Penyuluhan difokuskan pada pentingnya nilai tambah produk dalam aspek ekonomi dan keberlanjutan usaha. Pelatihan diberikan dalam bentuk praktik langsung inovasi olahan berbasis bahan lokal seperti labu kuning, ubi, dan pisang, serta teknik pengemasan modern yang menarik dan sesuai standar keamanan pangan. Pendampingan dilakukan secara intensif selama proses produksi untuk memastikan penerapan keterampilan baru secara konsisten. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman anggota KUB terhadap pentingnya inovasi produk dan pengemasan. Beberapa anggota mulai menerapkan teknik baru dalam pembuatan dan penyajian jajanan pasar, serta menunjukkan peningkatan minat dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial. Kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya perempuan, melalui penguatan usaha berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

Keywords:

Nilai Tambah, Jajanan Pasar, Bahan Lokal, Inovasi Produk, KUB Graha Permai.

Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan keanekaragaman pangan lokal. Setiap daerah memiliki kekhasan bahan pangan yang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan tradisional, termasuk jajanan pasar. Jajanan pasar merupakan bagian dari warisan kuliner nusantara yang tidak hanya mencerminkan budaya lokal, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang besar bila dikembangkan dengan pendekatan yang tepat. Namun, di tengah arus modernisasi dan globalisasi, eksistensi jajanan pasar mulai tergeser oleh makanan cepat saji dan produk olahan modern lainnya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil di sektor ini adalah rendahnya nilai tambah produk yang dihasilkan.

Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai yang berada di Jalan Suka Karya, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru, merupakan salah satu komunitas yang bergerak di bidang produksi makanan rumahan, termasuk jajanan pasar. Kelompok ini sebagian besar terdiri dari ibu rumah tangga yang memproduksi berbagai jenis kue tradisional berbahan dasar lokal seperti labu kuning, ubi jalar, dan pisang. Namun, produk yang dihasilkan masih sangat konvensional baik dari segi variasi rasa, tampilan visual, maupun teknik pengemasan. Padahal, menurut Nugroho dan Wibowo (2019), peningkatan nilai tambah melalui inovasi produk dan pengemasan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil.

Nilai tambah tidak hanya diukur dari harga jual yang meningkat, tetapi juga dari peningkatan kualitas, daya simpan, estetika, dan keamanan produk. Dalam konteks usaha mikro dan kecil, peningkatan nilai tambah dapat dilakukan melalui modifikasi resep, inovasi bentuk dan warna, pengenalan rasa baru, serta penggunaan kemasan yang lebih menarik dan higienis (Fitriyani, 2020). Selain itu, aspek pemasaran juga menjadi faktor penting, terutama di era digital seperti saat ini. Masyarakat semakin mengandalkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Oleh karena itu, pelaku usaha jajanan pasar perlu dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan usahanya.

Selain aspek teknis produksi dan pemasaran, aspek pemberdayaan masyarakat, khususnya perempuan, menjadi fokus utama dalam pengabdian ini. Perempuan, terutama ibu rumah tangga, memiliki peran strategis dalam menopang ekonomi keluarga. Melalui kegiatan usaha bersama, mereka tidak hanya berkontribusi terhadap pendapatan rumah tangga, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial di tingkat komunitas (Suryani, 2021). Dengan adanya intervensi berupa pelatihan dan pendampingan, diharapkan para anggota KUB Graha Permai mampu meningkatkan kapasitas usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

Nilai tambah dalam konteks pangan lokal merujuk pada segala bentuk peningkatan kualitas produk dari bahan mentah menjadi produk siap konsumsi yang memiliki keunggulan tertentu, seperti rasa, tampilan, daya tahan, serta daya tarik kemasan (Winarno, 2018). Upaya peningkatan nilai tambah ini merupakan strategi penting dalam pemberdayaan UMKM agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi merupakan elemen penting dalam pengembangan usaha pangan, termasuk jajanan pasar. Inovasi dapat mencakup modifikasi resep, penambahan bahan fungsional (seperti bahan bergizi tinggi), variasi bentuk dan rasa, serta penggunaan teknologi sederhana dalam proses produksi (Herlina & Maulana, 2020). Produk yang inovatif akan lebih mudah diterima oleh pasar modern tanpa meninggalkan ciri khas lokalnya.

Pengemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai alat promosi visual yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Menurut Prasetyo (2022), kemasan yang menarik, informatif, dan ramah lingkungan dapat meningkatkan minat beli konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Perempuan merupakan agen penting dalam pembangunan ekonomi berbasis komunitas. Program pemberdayaan yang diarahkan kepada kelompok perempuan terbukti efektif dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan ketahanan ekonomi lokal (Napitupulu, 2021). Kelompok usaha seperti KUB dapat menjadi wadah strategis dalam penguatan peran perempuan di sektor informal.

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan anggota KUB Graha Permai, ditemukan bahwa sebagian besar anggota memiliki keterampilan dasar dalam membuat jajanan pasar, namun belum memiliki inovasi dalam variasi produk dan pengemasan. Mereka juga belum memanfaatkan media digital secara optimal dalam memasarkan produk. Dengan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi praktis dan aplikatif yang dapat diterapkan secara langsung oleh mitra.

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. Kegiatan ini menyasar anggota KUB yang berdomisili di Perumahan Graha Rawa Bangun dan tergabung dalam kelompok usaha makanan, minuman, serta jajanan pasar. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi produk olahan jajanan pasar berbahan lokal, guna menambah nilai jual dan daya saing usaha mereka. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan terdiri dari: (1) ceramah sebagai media penyampaian konsep dasar inovasi dan pentingnya peningkatan nilai tambah produk; (2) tanya jawab untuk menggali permasalahan yang dihadapi peserta dalam proses inovasi; serta (3) praktik dan

pendampingan langsung dalam mengolah bahan lokal seperti labu kuning menjadi produk yang lebih inovatif dan layak jual, antara lain risoles, nugget dan martabak shanghai. Kegiatan ini mendapat sambutan positif, yang terlihat dari tingkat kehadiran peserta mencapai 100% dari undangan yang diberikan, yaitu 10 orang pelaku usaha. Untuk mengukur efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi menggunakan kuesioner pre-test dan post-test. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya inovasi dalam meningkatkan nilai tambah produk jajanan pasar, sekaligus mendorong penguatan kapasitas usaha kecil berbasis potensi lokal.

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai menunjukkan hasil yang positif dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Seluruh peserta yang diundang, yaitu sebanyak 10 orang anggota kelompok usaha makanan, minuman, dan jajanan pasar di Perumahan Graha Rawa Bangun, hadir dan berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Antusiasme peserta terlihat dari semangat mereka mengikuti sesi ceramah, tanya jawab, serta praktik langsung pembuatan produk olahan berbahan lokal.

Melalui evaluasi berupa pre-test dan post-test, diketahui adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya inovasi dalam meningkatkan nilai tambah produk. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta belum memahami bahwa pengolahan bahan lokal secara kreatif dan penggunaan kemasan yang tepat dapat meningkatkan daya saing dan nilai jual produk. Setelah kegiatan, terjadi peningkatan rata-rata skor pemahaman sebesar 45%, yang mencerminkan keberhasilan materi dan metode yang digunakan.

Hasil nyata dari kegiatan ini terlihat dalam produk-produk inovatif yang berhasil dikembangkan oleh peserta. Di antaranya adalah berbahan labu kuning seperti risoles, nugget dan martabak shanghai. Peserta juga dibimbing dalam penggunaan bahan pengemas yang sesuai standar keamanan pangan serta diberi pelatihan singkat tentang desain label dan merek produk.

Selain inovasi produk, kegiatan ini juga mendorong kesadaran peserta tentang pentingnya promosi dan pemasaran digital. Beberapa peserta mulai membuat akun media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business untuk memasarkan produknya. Beberapa lainnya bahkan langsung mendapatkan pesanan baru setelah mengikuti pelatihan, terutama karena produk mereka tampil lebih menarik dan profesional. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha kecil berbasis potensi lokal.

Diskusi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelompok Usaha Bersama (KUB) Graha Permai menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro, khususnya kelompok ibu rumah tangga yang tergabung dalam usaha makanan dan jajanan pasar, memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk berbasis lokal yang bernilai jual tinggi. Potensi ini akan lebih optimal apabila didukung dengan peningkatan kapasitas dalam hal inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran. Pembahasan ini akan menguraikan secara lebih mendalam capaian, tantangan, serta relevansi hasil pengabdian dengan teori dan praktik pemberdayaan usaha kecil berbasis potensi lokal.

Peningkatan Nilai Tambah Produk melalui Inovasi

Nilai tambah adalah selisih antara nilai produk akhir dengan biaya bahan baku yang digunakan, dan merupakan indikator penting dalam peningkatan pendapatan pelaku usaha (Winarno, 2018). Dalam konteks kegiatan ini, inovasi yang dilakukan terhadap bahan pangan lokal seperti labu kuning menjadi titik awal peningkatan nilai tambah. Sebelumnya, bahan-bahan tersebut hanya diolah menjadi produk tradisional biasa yang dijual dengan harga rendah dan memiliki daya tahan terbatas. Melalui kegiatan ini, peserta diperkenalkan pada berbagai teknik pengolahan baru, seperti pembuatan risoles, nugget dan martabak shanghai berbahan labu kuning yang dikemas dalam bentuk lebih menarik.

Inovasi tersebut tidak hanya meningkatkan harga jual produk, tetapi juga memperluas segmen pasar. Konsumen saat ini tidak hanya memperhatikan rasa, tetapi juga tampilan, kemasan, serta keunikan produk. Produk inovatif yang memadukan cita rasa tradisional dengan tampilan modern terbukti memiliki daya tarik lebih besar, terutama di kalangan konsumen muda. Hal ini selaras dengan temuan Fitriyani (2020), yang menyebutkan bahwa UMKM yang mampu melakukan inovasi produk berbasis lokal akan lebih mudah diterima di pasar modern, termasuk e-commerce dan pasar oleh-oleh khas daerah.

Pengemasan sebagai Faktor Pendorong Daya Saing

Salah satu aspek penting dalam kegiatan ini adalah pengemasan. Banyak

pelaku usaha mikro belum memahami pentingnya kemasan sebagai elemen strategis dalam pemasaran. Padahal, kemasan berfungsi bukan hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dengan konsumen dan representasi kualitas produk. Kegiatan ini memberikan pelatihan langsung mengenai cara memilih bahan kemasan yang sesuai standar keamanan pangan, serta mendesain label produk yang informatif dan menarik.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa setelah peserta diberi pemahaman tentang kemasan, sebagian besar menyadari bahwa kemasan yang baik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk mereka. Mereka juga belajar mencantumkan informasi penting seperti nama produk, bahan baku utama, tanggal produksi dan kedaluwarsa, serta kontak pemesan. Hal ini sesuai dengan pendapat Prasetyo (2022) bahwa kemasan yang informatif dan menarik merupakan salah satu indikator profesionalisme dalam usaha kecil dan berperan besar dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pemberdayaan Perempuan Melalui Usaha Berbasis Komunitas

Mayoritas peserta kegiatan adalah ibu rumah tangga yang tergabung dalam KUB. Mereka menjalankan usaha kecil di sela-sela aktivitas domestik. Kondisi ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran ganda dalam menopang ekonomi keluarga dan komunitas. Dengan peningkatan kapasitas yang diberikan melalui kegiatan ini, diharapkan para ibu rumah tangga tersebut dapat menjadi pelaku usaha yang lebih mandiri, produktif, dan berdaya saing.

Kegiatan ini juga mendorong terciptanya solidaritas sosial dan kolaborasi antaranggota kelompok. Dalam sesi praktik, mereka bekerja sama saling membantu menciptakan dan menilai produk, memberi saran atas desain kemasan, serta mendiskusikan cara promosi yang efektif. Hal ini sejalan dengan pendapat Napitupulu (2021) bahwa kelompok usaha bersama dapat menjadi media efektif dalam membangun kemandirian ekonomi perempuan berbasis komunitas.

Perubahan Pola Pikir terhadap Usaha Mikro

Salah satu hasil penting dari kegiatan ini adalah adanya perubahan pola pikir peserta terhadap usaha yang mereka jalankan. Sebelum kegiatan, sebagian besar

peserta menganggap usaha jajanan pasar sebagai aktivitas sampingan yang tidak memiliki prospek besar. Namun, setelah mengikuti pelatihan, mereka mulai menyadari bahwa dengan sentuhan inovasi dan strategi yang tepat, produk sederhana pun bisa menjadi usaha yang menjanjikan secara ekonomi.

Kesadaran ini terlihat dari semangat peserta dalam mengembangkan produk mereka lebih lanjut. Beberapa peserta bahkan menyatakan niat untuk mendaftarkan merek produk mereka dan mencari peluang pasar baru, seperti menjual melalui media sosial atau menitipkan produk ke toko oleh-oleh. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berhasil mendorong transformasi mindset peserta dari sekadar “memasak untuk dijual” menjadi “mengembangkan bisnis rumahan berbasis potensi lokal”.

Digitalisasi Pemasaran sebagai Strategi Keberlanjutan

Kegiatan ini juga memperkenalkan konsep dasar pemasaran digital kepada peserta. Di era digital, pelaku usaha mikro harus mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan murah. Melalui kegiatan ini, peserta diajarkan cara membuat akun media sosial usaha, mengunggah foto produk secara menarik, serta berinteraksi dengan calon konsumen secara profesional.

Beberapa peserta langsung menerapkan pelajaran ini dengan membuat akun Instagram usaha dan mempromosikan produk mereka menggunakan fitur story dan feed. Mereka juga mulai memahami pentingnya foto produk berkualitas, testimoni pelanggan, dan komunikasi yang responsif. Langkah ini merupakan strategi penting untuk keberlanjutan usaha mereka ke depan, mengingat tren belanja masyarakat yang semakin bergeser ke platform digital (Herlina & Maulana, 2020).

Tantangan dan Rekomendasi Ke Depan

Meskipun kegiatan pengabdian ini memberikan hasil yang menggembirakan, terdapat beberapa tantangan yang perlu mendapat perhatian. Pertama, keterbatasan waktu pelaksanaan membuat proses pendampingan hanya berlangsung singkat, sehingga keberlanjutan inovasi memerlukan follow-up dari pihak pengabdian atau instansi pendukung. Kedua, sebagian peserta masih menghadapi kendala dalam hal permodalan dan akses terhadap bahan kemasan

yang berkualitas. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi dengan dinas koperasi, UMKM, atau mitra industri untuk mendukung kebutuhan teknis dan finansial kelompok usaha.

Rekomendasi ke depan adalah perlunya kegiatan lanjutan berupa pelatihan branding lanjutan, manajemen keuangan usaha, serta penguatan kelembagaan KUB agar lebih siap dalam menghadapi persaingan pasar. Selain itu, kegiatan seperti ini juga idealnya dikembangkan dalam bentuk inkubasi bisnis berbasis komunitas, yang tidak hanya berfokus pada pelatihan satu kali, tetapi berkelanjutan hingga peserta siap naik kelas secara usaha.

Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim.



Gambar 1: Pengabdian masyarakat pada anggota KUBE Graha Permai

Kesimpulan

Pembahasan di atas menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas usaha jajanan pasar berbasis lokal di KUB Graha Permai. Dengan pendekatan yang partisipatif dan aplikatif, pelaku usaha kecil, khususnya ibu rumah tangga, dapat terdorong untuk lebih inovatif, kreatif, dan profesional dalam mengelola usahanya. Kegiatan ini juga memperkuat bukti bahwa pemberdayaan berbasis potensi lokal yang dipadukan dengan inovasi teknologi dan strategi pemasaran yang tepat, dapat menjadi solusi efektif dalam memperkuat ketahanan ekonomi komunitas secara berkelanjutan.

Daftar Referensi

- Fitriyani, R. (2020). Pengembangan Produk Olahan Pangan Lokal Berbasis Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Inovasi Pangan Lokal*, 8(2), 75–83.
- Herlina, D., & Maulana, R. (2020). Strategi Inovasi Produk Jajanan Pasar Tradisional di Era Modernisasi. *Jurnal Pangan Tradisional*, 6(1), 12–20.
- Napitupulu, R. (2021). Pemberdayaan Perempuan dalam Usaha Mikro: Strategi dan Tantangan. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 10(3), 190–200.
- Nugroho, A. S., & Wibowo, T. (2019). Nilai Tambah Produk Pangan Lokal melalui Inovasi dan Teknologi Tepat Guna. *Jurnal Teknologi Pangan dan Gizi*, 14(2), 45–52.
- Prasetyo, Y. (2022). Pengemasan Modern sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Desain Kemasan*, 7(1), 34–42.
- Suryani, N. (2021). Peran KUB dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga di Kawasan Perkotaan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 67–74.
- Winarno, F.G. (2018). *Pengolahan Pangan dan Peningkatan Nilai Tambah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.