

**Peran Produk Inovatif Cibay dalam Peningkatan Daya Saing UMKM
Pawon Bu Tina di Kelurahan Kutasari**

Anisa Setyo Wardani^{1*}, Ika Korika Swasti²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
21012010400@student.upnjatim.ac.id¹, ikaks.ma@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

Improving the competitiveness of SMEs is crucial in the era of global competition. One strategy that can be used is to develop innovative products. This research aims to determine the role of cibay innovative products in improving the competitiveness of Pawon Bu Tina SMEs in the Kutasari Village. The research method uses a qualitative approach with a case study. Data was collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The results show that cibay innovative products have successfully improved the competitiveness of Pawon Bu Tina SMEs. This is indicated by an increase in sales, customer satisfaction, and business image. The increase in cibay sales is due to a better taste, more affordable prices, and more attractive packaging design. The increase in customer satisfaction is due to innovative and attractive products, as well as good service. The improvement in the business image is due to recognition from the government and mass media, as well as customer trust. Therefore, cibay innovative products are an effective strategy for improving the competitiveness of SMEs.

Keywords: *innovative product; cibay; competitiveness; sme*

ABSTRAK

Peningkatan daya saing UMKM menjadi penting di era persaingan global. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah mengembangkan produk inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran produk inovasi cibay dalam peningkatan daya saing UMKM Pawon Bu Tina di Kelurahan Kutasari. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk inovasi cibay berhasil meningkatkan daya saing UMKM Pawon Bu Tina. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, dan citra bisnis. Peningkatan penjualan cibay disebabkan oleh rasa yang lebih enak, harga yang lebih terjangkau, dan desain kemasan yang lebih menarik. Peningkatan kepuasan pelanggan disebabkan oleh produk yang inovatif dan menarik, serta layanan yang baik. Peningkatan citra bisnis disebabkan oleh pengakuan dari pemerintah dan media massa, serta kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, produk inovasi cibay merupakan strategi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Kata kunci: produk inovatif; cibay; daya saing; umkm

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia didefinisikan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pasal 1 undang-undang tersebut menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh

orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. (Sedyastuti, 2018). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) di Indonesia sedang bertumbuh ke arah yang lebih baik (Emerentia et al., 2023).

Jajanan pasar adalah salah satu kekayaan budaya Indonesia yang memiliki latar belakang yang menarik untuk dipelajari. Proses mempelajari latar belakang tersebut dapat menunjukkan kesamaan nama makanan, tetapi dengan variasi berdasarkan budaya masing-masing. Misalnya, cireng di Jawa Barat dikenal dengan nama cireng, sedangkan di Jawa Tengah dikenal dengan nama gemplong. (Ghufar & Suhandano, 2022).

Cibay adalah salah satu contoh usaha mandiri yang dibangun dengan metode ATM. Cibay adalah singkatan dari cireng lebay, yaitu makanan olahan yang terbuat dari tepung tapioka yang dibungkus dengan kulit lumpia. Rasanya yang renyah di luar dan kenyal di dalam menjadi ciri khasnya yang unik. (Bakhri et al., 2021).

Pawon Bu Tina adalah salah satu UMKM yang memiliki permasalahan dalam jumlah pembeli yang tidak stabil dan bahkan tergolong sedikit. Salah satu faktor penyebabnya adalah lokasi penjualan yang kurang strategis, yaitu di perumahan yang sepi. Hanya ada beberapa supir pengiriman dan remaja sekitar yang membeli produknya untuk beristirahat sebentar. Oleh karena itu, kami melakukan inovasi pada UMKM Pawon Bu Tina dengan melakukan diversifikasi produk, yaitu dengan menambahkan cibay sebagai produk baru. Cibay adalah jajanan tradisional yang memiliki banyak peminat karena rasanya yang unik, variatif, harganya terjangkau, dan dapat dipesan dalam bentuk beku sehingga mudah untuk disimpan.

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan tingginya persaingan, UMKM perlu diberdayakan agar mampu menghadapi tantangan global. UMKM perlu meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini penting untuk dilakukan agar UMKM dapat bersaing dan bertahan di era globalisasi. (Sedyastuti, 2018). Keragaman produk dan layanan toko merupakan dua faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Keragaman produk yang luas dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang lebih luas. Layanan toko yang baik dapat meningkatkan nilai dan manfaat produk atau layanan, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan. (Djemma et al., 2023)

Produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha harus memenuhi kebutuhan konsumen, baik dari segi kualitas maupun harga. Kualitas produk harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan harga produk harus terjangkau oleh daya beli konsumen. Hal ini penting untuk diperhatikan agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar dan menghasilkan keuntungan bagi pelaku usaha. (Emerentia et al., 2023). Untuk dapat bersaing dengan baik, pelaku usaha perlu memiliki sumber daya yang berkualitas, terutama sumber daya manusia (SDM). SDM

yang berkualitas dapat menjadi penentu keberhasilan usaha karena berperan penting dalam mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan kualitas SDM yang dimilikinya. (Tujuan Perusahaan et al., 2023). Lokasi juga merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Lokasi yang strategis dapat memudahkan pelanggan untuk mengakses produk atau layanan. Keragaman produk dapat meningkatkan daya tarik produk atau layanan bagi pelanggan. Produk atau layanan yang memiliki keragaman yang luas dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang lebih luas. (Susanti, 2023)

Salah satu cara untuk mencapai kemandirian ekonomi adalah dengan membangun usaha mandiri. Usaha mandiri dapat dibangun dengan ide sendiri atau dengan meniru usaha yang sudah ada. Metode ATM (amati, tiru, dan modifikasi) adalah salah satu metode yang sederhana dan mudah untuk diterapkan dalam membangun usaha mandiri. Pelaku usaha dapat memulainya dengan mengamati usaha yang sudah ada, kemudian menirunya dengan melakukan modifikasi sesuai dengan kebutuhan dan kondisinya. (Bakhri et al., 2021).

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui Diversifikasi Produk. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan melakukan kegiatan-kegiatan berikut:

- Melakukan identifikasi kebutuhan pasar terhadap produk inovatif UMKM.
- Melakukan pengembangan ide produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
- Melakukan pengujian produk inovatif untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan.
- Melakukan pemasaran produk inovatif melalui berbagai media.

Kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan dapat membantu UMKM untuk mengembangkan produk inovatif yang berkualitas dan dapat diterima oleh masyarakat. Dengan demikian, daya saing UMKM dapat meningkat, semakin banyak pembeli, dan dapat bertahan dan berkembang di era persaingan global.

METODE PENELITIAN

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Kutisari, Surabaya. Pengabdian ini melibatkan UMKM Pawon Bu Tina yang bergerak di bidang kuliner. Proyek pengabdian ini memperoleh sumber data melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM dan pelanggan, dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang holistik dan komprehensif. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Tahap wawancara/observasi
Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara dengan Pawon Bu Tina untuk mengetahui secara dalam dan menggali informasi terkait UMKM Pawon Bu Tina, kebutuhan UMKM Pawon Bu Tina dan market yang sudah beliau miliki.
2. Tahap penjualan
Tahap ini kami melakukan berbagai proses pengelolaan produk, penjualan serta pemasaran secara digital untuk menjangkau pelanggan secara luas.

3. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi menjadi langkah kritis dalam proses ini. Pada tahap ini, dilakukan penilaian menyeluruh terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat, termasuk analisis terhadap keberhasilan yang dicapai serta hambatan yang dihadapi selama proses implementasi. Evaluasi ini menjadi dasar untuk menyempurnakan dan meningkatkan efektivitas program di masa mendatang.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya merupakan upaya sebatas pelaksanaan, tetapi juga mencakup aspek perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang menyeluruh, dengan harapan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM dan masyarakat di Kelurahan Kutisari, Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian peneliti sebagai mahasiswa Bina Desa UPNV Jatim kelompok 24 yang telah dilakukan mengungkapkan dampak positif yang signifikan dari diversifikasi produk cibay terhadap peningkatan daya saing UMKM Pawon Bu Tina. Terdapat beberapa indikator yang memperkuat temuan tersebut, yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama-tama, terlihat peningkatan yang mencolok dalam penjualan di UMKM Pawon Bu Tina setelah dilakukan pengembangan produk inovatif. Data menunjukkan bahwa produk inovatif cibay berhasil menarik minat masyarakat secara lebih besar, yang tercermin dari pertumbuhan yang signifikan dalam volume penjualan. Selain itu, kepuasan pelanggan UMKM Pawon Bu Tina juga mengalami peningkatan yang nyata setelah adopsi produk cibay inovatif. Pernyataan kepuasan pelanggan mencakup beberapa aspek, seperti rasa yang enak, harga yang lebih terjangkau, dan desain kemasan yang lebih menarik. Faktor-faktor ini bersama-sama memberikan kontribusi positif terhadap persepsi pelanggan terhadap produk, menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan.

Tidak hanya pada tingkat operasional, pengembangan produk inovatif cibay juga memberikan dampak positif pada citra UMKM Pawon Bu Tina secara keseluruhan di mata masyarakat. Dibuktikan dengan pengakuan dari pemerintah setempat (Kelurahan Kutisari) dan peningkatan jumlah pelanggan dari kalangan milenial, produk inovatif cibay berhasil menciptakan citra yang lebih positif dan menarik perhatian segmen pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, temuan hasil pengabdian ini memberikan gambaran holistik tentang peran produk inovatif cibay dalam mengukuhkan posisi dan daya saing UMKM Pawon Bu Tina, menggambarkan peningkatan yang nyata dalam aspek penjualan, kepuasan pelanggan, dan citra bisnis.

Segmentasi pasar merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka. Segmentasi pasar membantu UMKM untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga UMKM dapat mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, segmentasi pasar juga dapat membantu UMKM untuk meningkatkan

efisiensi dan efektivitas pemasaran, serta meningkatkan daya saing harga (Gea, 2022).

Efisiensi dan produktivitas operasional merupakan dua faktor penting yang dapat memengaruhi daya saing UMKM. Efisiensi operasional mengacu pada kemampuan UMKM untuk menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien, sedangkan produktivitas operasional mengacu pada kemampuan UMKM untuk menghasilkan output yang lebih besar dari input yang digunakan. UMKM yang memiliki efisiensi dan produktivitas operasional yang tinggi akan lebih kompetitif di pasar. Hal ini karena mereka dapat menghasilkan produk atau layanan yang lebih berkualitas dengan harga yang lebih kompetitif. Selain efisiensi dan produktivitas operasional, pengembangan produk inovatif juga dapat meningkatkan daya saing UMKM. Produk inovatif dapat menarik perhatian pelanggan baru, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan citra bisnis. (Sudiantini et al., 2023)

Indikator-indikator tersebut merupakan hasil dari pengabdian yang menunjukkan bahwa metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang peran produk inovatif cibay dalam peningkatan daya saing UMKM Pawon Bu Tina. Hal ini karena metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam dari berbagai sumber.

Pada tahap wawancara/observasi, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Pawon Bu Tina. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk mendapatkan informasi yang lengkap tentang UMKM Pawon Bu Tina, kebutuhan Pawon Bu Tina dan market yang sudah dimilikinya. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa UMKM Pawon Bu Tina memproduksi berbagai macam makanan tetapi masih belum berkembang dan penjualannya hanya di wilayah rumahnya saja serta sepi pembeli.



Gambar 1 wawancara dengan Pemilik UMKM Pawon Bu Tina

Pada gambar 1, dilakukan kegiatan wawancara untuk mengetahui lebih jelas tentang UMKM Pawon Bu Tina, Berdasarkan hasil wawancara tersebut didapatkan informasi bahwa beliau hanya berjualan makanan berat dan minuman di warung dan jarang pembeli karena banyak pesaing tempat makan di Kelurahan Kutisari. Oleh karena itu, peneliti menyarankan suatu produk inovatif, yakni Cibay yang merupakan jajanan yang memiliki rasa yang familiar di semua golongan, harga terjangkau, dan

pengelolaan yang sangat muda. peneliti menyarankan Cibay karena berdasarkan hasil observasi di Kelurahan Kutisari sangat ramai sekali pelanggan yang membeli jajanan-jajanan ringan yang siap saji daripada makanan berat ditambah lagi penjual yang berjualan makanan ringan seperti Cibay sangat jarang dijumpai.

Pada tahap pelaksanaan, dilakukan kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat, seperti identifikasi kebutuhan pasar, pengembangan ide produk inovatif, pengujian produk inovatif, dan pemasaran produk inovatif.



Gambar 2 & 3. Proses Produksi Cibay & Proses Pengemasan Cibay

Pada gambar 2 dan 3, kami melakukan pelatihan terkait cara membuat Cibay di rumah bu Tina dan melakukan pelatihan terkait cara pengemasan agar terlihat menarik di mata pembeli. Pada tahap ini kami melakukannya dengan memberi contoh dan bu Tina mengikutinya secara langsung agar bu Tina lebih mudah untuk melakukannya sendiri.



Gambar 4. Foto Produk yang akan dilakukan pemasaran secara Digital

Pada gambar 4 menunjukkan hasil dari foto produk cibay UMKM Pawon Bu Tina yang terlihat menarik dan akan diunggah di aplikasi social media untuk menarik pelanggan *online*.

Pada tahap evaluasi, dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat, termasuk keberhasilan dan hambatan yang dihadapi.



Gambar 5. *Review* pelanggan UMKM Pawon Bu Tina

Gambar 5 menunjukkan *review* dari pelanggan yang bagus dan market dari Pawon Bu Tina yang semakin luas dan berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa tahap evaluasi penting untuk dilakukan agar peneliti dapat mengetahui keberhasilan dan hambatan yang dihadapi dalam penelitian. Evaluasi ini dapat membantu peneliti untuk memperbaiki penelitian di masa depan.

Pendampingan diversifikasi dan diversitas produk merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pendampingan ini dapat membantu UMKM untuk meningkatkan kualitas produk, daya tarik produk, dan jangkauan pasar. Peningkatan kualitas produk dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada UMKM tentang teknik produksi yang baik, penggunaan bahan baku yang berkualitas, dan pengendalian kualitas. Peningkatan daya tarik produk dapat dilakukan dengan mengembangkan desain produk yang inovatif dan menarik. Peningkatan jangkauan pasar dapat dilakukan dengan membantu UMKM untuk memasarkan produknya melalui berbagai saluran, seperti media sosial, e-commerce, dan pameran. (Diversifikasi et al., 2023)

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Bina Desa UPNV Jatim kelompok 24 telah berhasil meningkatkan daya saing UMKM Pawon Bu Tina. Peningkatan daya saing ini dapat dilihat dari peningkatan penjualan, kepuasan

pelanggan, dan citra bisnis. Peningkatan penjualan cibay di UMKM Pawon Bu Tina terlihat dari pengunjung yang meningkat dari hari ke hari setelah dilakukan pengembangan produk inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa produk cibay inovatif lebih diterima oleh masyarakat daripada produk cibay sebelumnya. Kepuasan pelanggan UMKM Pawon Bu Tina juga meningkat setelah adopsi produk cibay inovatif. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan kepuasan pelanggan yang mencakup beberapa aspek, seperti rasa yang lebih enak, harga yang lebih terjangkau, dan desain kemasan yang lebih menarik. Citra UMKM Pawon Bu Tina juga meningkat setelah pengembangan produk cibay inovatif. Hal ini ditunjukkan oleh pengakuan dari pemerintah setempat dan peningkatan jumlah pelanggan dari kalangan milenial. Bagi UMKM Pawon Bu Tina, perlu dilakukan upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk cibay inovatif yang telah dikembangkan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan inovasi-inovasi lanjutan, seperti pengembangan varian rasa atau kemasan yang lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, S., Hikmah, O. K., & Nurrohmah, S. (2021). Pola Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Pengembangan dan Perluasan Usaha Cibay di Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8345>
- Diversifikasi, P., Diversitas, D., Diversitas, D., & Pandan, P. (2023). 1, 2 1,2. 1(3).
- Djemma, S. A., Bakti, A., Mukhtar, A., Manajemen, P. S., & Ilmu, I. (2023). Pengaruh Keragaman Produk dan Layanan Toko terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Toko Alizah Mart Sengkang. *Multidisipliner. Org*, 1, 165-181. <https://multidisipliner.org/index.php/ijim/article/view/18>
- Emerentia, K., Wadu, C. V., Setiawan, I. A., & ... (2023). Pendampingan Peningkatan Usaha Seblak Guna Meningkatkan Penjualan. *Jurnal ABDINUS ...*, 7(3), 672-682. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/19963%0Ahttps://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/download/19963/3377>
- Gea, S. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 48-54. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>
- Ghufar, A. M., & Suhandano. (2022). Leksikon Jajanan Pasar Jawa Barat: Kajian Etnosemantik. *Kabastra*, 2(1), 11-25. <https://journal.untidar.ac.id/index.php/kabastra/article/view/42%0Ahttps://journal.untidar.ac.id/index.php/kabastra/article/download/42/39/614>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sudiantini, D., Untoro, W., & Artikel, R. (2023). Manajemen Operasional Bagi Umkm: Peningkatan Efisiensi Dan Produktivitas. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1, 24-28.
- Susanti, A. L. (2023). *Pengaruh Harga, Lokasi, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo Kediri*. 1(4).
- Tujuan Perusahaan, P., Organisasi Perusahaan, S., Hukum Bisnis dalam Aktivitas Perusahaan sebagai Organisasi Bisnis Zalfa Alifah Zahra, D., Yudistira, A., & Fadilah Alvan, N. (2023). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis Literature Review*. 1(2), 266-274. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>