

INOVASI PRODUK MAKANAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING UMKM PAWON UPI DI KAMPUNG MAJALAWANG, KECAMATAN TAKTAKAN, KOTA SERANG

Saefudin¹, Anharudin², Cahya
Cantika³, Saleh Dwiyoatno⁴,
Ahmad Dedi Jubaedi⁵, Erni
Krisnaningsih⁶

¹Sistem Informasi, Universitas Serang
Raya.

^{2,4}Sistem Komputer, Universitas
Serang Raya.

³Administrasi Negara, Universitas
Serang Raya

⁵Teknik Informatika, Universitas
Serang Raya.

⁶Teknik Industri, Universitas Esa
Unggul.

Article history

Received : 13 Maret 2026

Revised : 20 Juni 2026

Accepted : 05 Juli 2026

*Corresponding author

Saefudin

Email : saefudin12@gmail.com

Abstraksi

UMKM merupakan salah satu penggerak utama perekonomian nasional yang berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan pendapatan. UMKM Pawon Upi yang berlokasi di Kp. Majalawang, Kecamatan Taktakan, Kota Serang, Banten merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner makanan tradisional. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan beberapa permasalahan mendasar yang dihadapi UMKM ini yaitu: produk yang ditawarkan masih terbatas dan belum ada inovasi, kemasan produk masih sangat sederhana dan belum memenuhi standar keamanan pangan, serta strategi pemasaran yang masih konvensional hanya mengandalkan penjualan dari mulut ke mulut dan pelanggan tetap di sekitar lokasi. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM Pawon Upi melalui tiga pendekatan utama yaitu inovasi produk makanan, peningkatan kualitas desain kemasan, dan penerapan strategi pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui 3 tahap yaitu tahap persiapan berupa survei, observasi dan FGD. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa telah berhasil dikembangkan 2 varian produk baru berbahan baku lokal, diterapkan kemasan standing pouch berlabel yang menarik dan informatif, serta dibuatkan akun media sosial dan pendaftaran pada aplikasi pesan antar makanan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, kemasan, dan pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Kata Kunci: Daya Saing, Inovasi Produk, Kemasan, Pemasaran Digital, UMKM.

Abstract

UMKM are key drivers of the national economy, playing a vital role in labor absorption and income distribution. Pawon UPI, located in Majalawang Village, Taktakan District, Serang City, Banten, is a micro-enterprise specializing in traditional culinary products. Observations and interviews revealed several fundamental challenges facing the business: a limited product range lacking innovation; overly simple packaging that fails to meet food safety standards; and conventional marketing strategies relying solely on word-of-mouth and local repeat customers. This community service initiative aimed to enhance Pawon Upi's competitiveness through three key approaches: food product innovation, improved packaging design, and the implementation of digital marketing strategies. The activity was carried out in three stages: preparation (surveys, observations, and Focus Group Discussions), implementation, and evaluation. Outcomes included the successful development of two new product variants using local ingredients, the adoption of attractive and informative labeled standing-pouch packaging, and the creation of social media accounts alongside registration on food delivery apps. The partner experienced a 25% average monthly increase in revenue and expanded their market reach from the immediate Taktakan District area to the entirety of Serang City. Thus, it can be concluded that product innovation, packaging improvements, and digital marketing are effective strategies for boosting UMKM competitiveness.

Keywords: Competitiveness, Digital Marketing, MSME, Packaging, Product Innovation.

© 2026 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia menunjukkan peran yang sangat strategis dalam struktur perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,4 juta unit atau 99,9% dari total unit usaha yang ada. UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 117 juta orang atau 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Di Provinsi Banten khususnya Kota Serang, sektor UMKM kuliner menjadi salah satu sektor yang

paling cepat berkembang seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan budaya wisata kuliner.

UMKM Pawon Upi merupakan salah satu usaha mikro yang terletak di Kampung Majalawang, Kecamatan Taktakan, Kota Serang, Banten. Usaha ini dirintis sejak tahun 2021 dan berfokus pada produksi makanan tradisional khas Banten. Dalam 3 tahun terakhir, Pawon Upi memiliki pelanggan tetap namun pertumbuhannya stagnan.

Melalui kegiatan observasi, wawancara dengan pemilik, dan FGD bersama 3 orang karyawan, teridentifikasi 3 permasalahan utama:

1. Aspek Produk: Varian produk yang dijual masih itu-itu saja sejak awal berdiri. Belum ada inovasi rasa, bentuk, maupun kemasan yang mengikuti tren pasar saat ini.
2. Aspek Kemasan: Produk masih dikemas menggunakan plastik klip biasa tanpa label dan informasi produk. Kemasan seperti ini tidak menarik, tidak higienis, dan tidak memberikan informasi kepada konsumen.
3. Aspek Pemasaran: Pemasaran masih dilakukan secara offline. Belum memanfaatkan media sosial maupun aplikasi pemesanan makanan online.

Ketiga permasalahan tersebut berdampak langsung pada rendahnya daya saing UMKM. Oleh karena itu diperlukan intervensi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan daya saing UMKM Pawon Upi melalui inovasi produk, perbaikan kemasan, dan pelatihan pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 2 bulan yaitu Mei - Juni 2026 di lokasi UMKM Pawon UPI, Kampung Majalawang, Kecamatan Taktakan, Kota Serang, Banten. Mitra dalam kegiatan ini adalah pemilik UMKM dan 3 orang karyawan.

Metode pelaksanaan mengacu pada pendekatan Participatory Rural Appraisal. Tahapannya sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Koordinasi dengan LPPM UNSERA, survei lokasi, observasi proses produksi, wawancara mendalam dengan pemilik, dan Focus Group Discussion untuk menggali masalah dan potensi. Tahap Perencanaan. Tahap ini merupakan tahap awal untuk menentukan lokasi pengabdian dan waktu dalam pelaksanaan pengabdian. Mempersiapkan keperluan sebelum pelaksanaan pengabdian. Gambar 1 memperlihatkan proses persiapan yang dilakukan tim bersama dengan mitra UMKM.



Gambar 1 Proses Persiapan Bersama Tim dan Mitra UMKM

Tahap Pelaksanaan

- a. Pelatihan Inovasi Produk: Tim memberikan materi tentang tren kuliner 2026 dan teknik pengembangan produk baru. Bersama mitra, dihasilkan 2 varian produk baru yaitu : Kue Gabin Varians Rasa dan Pempek-mpe.
- b. Pelatihan Desain Kemasan: Pelatihan penggunaan Canva untuk desain label, pengenalan bahan kemasan food grade standing pouch, dan pencetakan label.
- c. Pelatihan Pemasaran Digital: Praktik pembuatan akun Instagram @pawonupi_serang dan pendaftaran UMKM ke GoFood dan GrabFood.

Tahap Evaluasi dan Monitoring:

Evaluasi dilakukan 1 bulan setelah pelatihan berupa perbandingan data omzet sebelum dan sesudah, jumlah pengikut media sosial, dan kuesioner kepuasan konsumen.

PEMBAHASAN

Inovasi Produk Makanan

Proses inovasi produk dilakukan melalui brainstorming dan uji coba. Dari 5 ide awal, dipilih 2 produk yang paling potensial. Produk 1: Kue Gabin Varians Rasa-modifikasi dari produk lama dengan tambahan isian keju. Produk 2: Mpek-mpe - varian frozen food sehingga bisa dijual ke luar kota.

Hasil uji organoleptik terhadap 30 responden menunjukkan 87% menyukai rasa, 90% menyukai tampilan, dan 83% bersedia membeli dengan harga Rp15.000 - Rp20.000. Gambar 2 memperlihatkan proses pelatihan inovasi produk yang dilakukan tim bersama mitra UMKM.



Gambar 2 Proses Pelatihan Inovasi Produk Bersama Tim dan Mitra UMKM

Peningkatan Kualitas Kemasan

Sebelum kegiatan, kemasan menggunakan plastik biasa tanpa identitas. Setelah pelatihan, kemasan berubah menjadi standing pouch 250gr dengan desain full color. Label memuat logo baru "Pawon Upi - Rasa Tradisi, Gaya Modern". Penggunaan kemasan baru meningkatkan nilai jual dan memperpanjang daya simpan produk dari 3 hari menjadi 7 hari. Gambar 3 memperlihatkan tim dibantu dengan pemilik UMKM melakukan proses perbandingan kemasan produk sebelum dan sesudah kegiatan.



Gambar 3 Perbandingan Kemasan Produk Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Implementasi Pemasaran Digital

Tim membantu membuat akun Instagram dan konten 9 feed pertama. Dalam 30 hari, akun mencapai 210 followers organik.

Dampak Ekonomi Terhadap UMKM

Terdapat beberapa perubahan setelah dilaksanaka tahapan-tahpan, tersaji pada tabel 1.

Tabel 1 Perbandingan Kinerja UMKM Sebelum dan Sesudah Pengabdian

No	Indikator	Sebelum	Sesudah	Peningkatan
1	Rata-rata Omzet/Bul	Rp. 3.500.000	Rp. 3.750. 000	25%
2	Jangkauan Pasar	Taktakan	Kota Serang	4 x lipat
3	Jumlah varian	3 jenis	5 jenis	+ 2 jenis
4	Follower Instagram	0	210	

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Pawon Upi berhasil mencapai target. Tiga intervensi utama yaitu inovasi produk, perbaikan kemasan, dan pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing UMKM. Buktinya adalah peningkatan omzet 25%, penambahan 2 varian produk, dan perluasan pasar hingga seluruh Kota Serang.

Saran

1. Kepada UMKM: Melakukan evaluasi produk setiap 3 bulan sekali dan menjaga konsistensi kualitas.
2. Kepada Pemerintah: Memberikan pendampingan lanjutan terkait pengurusan NIB dan sertifikat PIRT.
3. Kepada Perguruan Tinggi: Kegiatan seperti ini perlu dilanjutkan secara berkelanjutan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Serang Raya yang telah mendanai kegiatan ini, kepada Bapak/Ibu pemilik UMKM Pawon Upi dan seluruh karyawan atas partisipasi aktifnya

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2023. Data UMKM Indonesia. Jakarta: KemenkopUKM.
- Tambunan, T. 2020. UMKM di Indonesia: Masalah dan Tantangan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Sucipto. (2011). Konsep dan Teknik Pengembangan Sistem Berbasis Teknologi Informasi. Serang : Dinas Pendidikan Provinsi Banten.