

PENDAMPINGAN STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK UMKM RUMAH MAKAN BAROKAH HJ ENENG

Taufik Hidayat¹, Prasetyo Harisandi², Eka Avianti Ayuningtyas³, Ridwan Muhsoni⁴,
Rini Setyowati⁵

^{1,2,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas IPWIJA

e-mail: taufik.hidayat@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Inovasi produk makanan kaleng khas daerah merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM. Proses ini meliputi penelitian dan pengembangan resep, pengujian produk, serta pengemasan yang higienis. Selain itu, pemasaran yang efektif melalui platform digital dan kerjasama dengan distributor sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan pendekatan yang sistematis, diharapkan produk makanan kaleng ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Program ini juga menekankan pentingnya evaluasi berkelanjutan untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan produk di pasar.

Kata kunci: Strategi, inovasi, UMKM

Abstract

Innovation of regional speciality canned food products is a strategic step to improve the competitiveness of MSMEs. This process includes recipe research and development, product testing, and hygienic packaging. In addition, effective marketing through digital platforms and cooperation with distributors is essential to expanding market reach. With a systematic approach, these canned food products are expected to fulfil consumer needs and increase the income of business actors. The programme also emphasises the importance of continuous evaluation to ensure product quality and sustainability in the market.

Keywords: Strategies, Innovation, MSMEs

PENDAHULUAN

Pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan aspek krusial yang perlu diutamakan, mengingat UMKM memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap dinamika perubahan lingkungan dan global (Tikaromah et al., 2025). UMKM berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Indonesia (Hidayat et al., 2024). Selain itu, UMKM juga memberikan kontribusi signifikan dalam mengurangi tingkat pengangguran. Oleh karena itu, upaya untuk mengembangkan dan memberdayakan UMKM harus menjadi prioritas kebijakan ekonomi, agar dapat memastikan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Yuningsih et al., 2023).

Mengembangkan bisnis merupakan tantangan yang unik karena terdapat berbagai aspek yang perlu dimiliki oleh seorang wirausahawan, sehingga perlu memiliki strategi dan keterampilan yang efektif dalam meraih kesuksesan usaha (Safitri et al., 2023). Bisnis rumah makan di Kabupaten Bekasi mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat menunjukkan bahwa jumlah usaha restoran, rumah makan, dan cafe di Kabupaten Bekasi meningkat signifikan dari sekitar 200 pada tahun 2019 menjadi 981 pada tahun 2021 (Abdila, 2023). Namun perkembangan tersebut beberapa usaha rumah makan mengalami penurunan omset. Hal tersebut dialami oleh mitra kami yang berlokasi di Desa Sukadami.

Rumah Makan Barokah Hj Eneng, sebuah UMKM yang terletak di Kabupaten Bekasi, memiliki potensi besar untuk berkembang, namun menghadapi berbagai tantangan. Kabupaten Bekasi sendiri merupakan daerah dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, didukung oleh keberadaan kawasan industri dan aksesibilitas yang baik (Nurastuti et al., 2022). Meskipun demikian, Rumah Makan Al-Barokah menghadapi sejumlah permasalahan yang menghambat perkembangannya.

Kondisi eksisting menunjukkan bahwa produksi masih menggunakan metode tradisional yang kurang efisien, mempengaruhi kualitas dan kuantitas makanan. Dalam hal manajemen usaha, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan (Yahya, Ayuningtyas, et al., 2024), manajemen inventori (Yahya & Syavaat, 2021), dan perencanaan bisnis menjadi kendala

signifikan disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha (Yahya, Hidayat, et al., 2024). Selain itu, pemasaran masih terbatas pada pasar lokal tanpa memanfaatkan strategi pemasaran digital secara optimal (Harisandi et al., 2024). Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi dan alat produksi modern juga menjadi kendala, selain keterbatasan modal untuk pengembangan usaha (Maria et al., 2024). Terakhir, inovasi dalam menu dan resep masih kurang, tidak sesuai dengan tren pasar saat ini.

Inovasi produk adalah proses menciptakan atau meningkatkan barang dan jasa dengan memanfaatkan keterampilan dan pengalaman, yang menghasilkan nilai penting. Keberhasilan inovasi ini memberikan keunikan pada produk (Masruroh, 2020). Namun, pelaku UKM terkadang merasa kesulitan dalam menemukan inovasi produk yang sesuai dan tidak memahami produk kompetitornya juga (Putra et al., 2020).

Tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan dan kapasitas Rumah Makan Barokah Hj. Eneng dalam mengelola usaha dan memasarkan produk mereka dengan memanfaatkan teknologi digital dan inovasi produk (Rustianah et al., 2024). Fokus pengabdian kepada masyarakat mencakup pemberdayaan Rumah Makan Al-Barokah untuk meningkatkan kualitas dan variasi produk mereka melalui inovasi dan teknologi, memperkenalkan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar (Harisandi et al., 2024), serta memberikan pelatihan manajemen usaha untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan bisnis (Purnamasari et al., 2024).

Kegiatan ini juga akan mencakup evaluasi dampak program terhadap peningkatan efisiensi produksi, manajemen usaha, dan strategi pemasaran Rumah Makan Al-Barokah. Kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk akademisi, pemerintah, dan sektor swasta, diharapkan dapat mendukung keberlanjutan dan perluasan dampak kegiatan. Program ini juga akan menyediakan pelatihan lanjutan dan monitoring berkala untuk memastikan implementasi strategi yang diberikan berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang diharapkan.

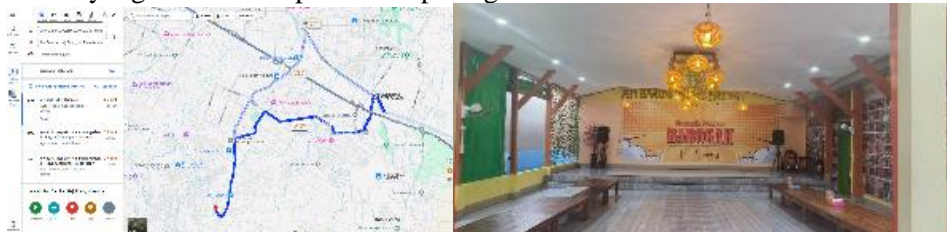
METODE

Tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan meliputi:

- Sosialisasi merupakan langkah awal yang penting untuk memastikan semua pihak yang terlibat memahami tujuan dan manfaat dari program ini. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan tatap muka dengan pemilik dan karyawan Rumah Makan Al-Barokah, serta penyebaran informasi melalui media sosial dan saluran komunikasi lainnya. Pada tahap ini, tim pengusul menjelaskan rencana pelaksanaan program, jadwal kegiatan, dan tanggung jawab masing-masing pihak. Partisipasi aktif dari mitra sangat diperlukan untuk mendapatkan masukan dan menyusun rencana yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- Pelatihan, kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka memberikan solusi atas permasalahan yang mitra hadapi. Adapun permasalahan utama yaitu strategi mitra dalam melakukan pengembangan inovasi produk yang melibatkan
- Pendampingan dan Evaluasi, pendampingan atas inovasi produk dilakukan secara intens guna mendapatkan hasil yang memuaskan dengan melakukan analisis dan percobaan produk dalam berbagai kondisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama Januari – Februari 2025, dengan tahapan diawali wawancara, sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi hasil kegiatan. Mitra merupakan pemilik rumah makan Barokah Hj Eneng. Mitra memiliki rumah makasn yang cukup luas dan beberapa fasilitas yang memadai dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Lokasi dan Tempat Usaha Mitra

Pada hasil wawancara, mitra menyampaikan bahwa mereka berharap dapat menambah menu dengan fitur yang lebih modern. Namun hal tersebut terkendala alat produksi dan belum dilakukan pengujian. Untuk mengatasinya, tim berkoordinasi dengan mitra untuk memberikan arahan dan melakukan simulasi inovasi produk agar produk baru dapat diterima oleh konsumen. Adapun beberapa menu yang telah dijalankan sebagai berikut:



Gambar 2. Menu Rumah Makan Barokah Hj Eneng

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan atas inovasi produk dilakukan di lokasi mitra. Tim menyampaikan mengenai tahapan dalam membuat inovasi produk dari menu tradisional yang dapat dikemas secara modern. Dalam mewujudkan hal tersebut, tim memberikan arahan atas hal-hal yang dibutuhkan ketika akan membuat produk dengan kemasan modern. Adapun menu yang akan dijadikan sebagai inovasi adalah gabus pucung makanan khas betawi yang dikemas ke dalam kaleng agar dapat dijual ke seluruh nusantara. Inovasi ini merupakan bentuk kearifan lokal atas menu makanan khas daerah.

Tim menyampaikan kepada mitra bahwa untuk dapat membuat inovasi atas produk makanan kaleng khas daerah, hal yang harus diperhatikan oleh mitra yaitu:

1. Penelitian dan pengembangan resep, mitra melakukan identifikasi atas makanan khas daerah yang akan diolah yaitu gabus pucung. Kemudian lakukan penelitian untuk mengembangkan resep yang sesuai dengan metode pengengangan. Setelah itu mitra pastikan uji coba resep untuk memastikan cita rasa yang otentik dan kualitas yang baik.
2. Pengujian produk, lakukan uji kecukupan panas untuk memastikan keamanan produk. Uji gizi untuk mengetahui kandungan nutrisi, lakukan uji mikrobiologi untuk memastikan tidak ada kontaminasi. Lakukan uji masa simpan untuk menentukan berapa lama produk dapat bertahan.
3. Proses Pengemasan, pastikan mitra memilih jenis kemasan yang sesuai untuk meningkatkan daya tahan produk serta memastikan proses pengemasan yang dilakukan dengan standar kebersihan yang tinggi. Pertimbangkan desain kemasan yang menarik perhatian konsumen.
4. Pemasaran dan distribusi, lakukan perencanaan strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk ke pasar. Manfaatkan platform online agar menjangkau konsumen lebih luas, dan menjalin kerjasama dengan distributor untuk perluasan jangkauan produk.
5. Perizinan dan legalitas, daftarkan ijin dan legalitas usaha serta izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk menjamin keamanan produk. Membuat sertifikasi halal agar dapat menjangkau pasar tertentu.
6. Evaluasi dan pengembangan berkelanjutan, Pada tahap ini mitra diminta untuk mengumpulkan umpan balik dari konsumen untuk perbaikan berkelanjutan atas produk yang dipasarkan. Lakukan inovasi berkelanjutan untuk mengembangkan varian produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang ada.



Gambar 3. Gambaran Rencana Inovasi Produk

Mitra dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan memberikan feedback yang positif, dibuktikan dengan hasil pengembangan resep yang masih dilakukan serta pembuatan desain yang sedang dibuat. Hasil pendampingan saat ini dalam tahap penelitian dan pengembangan resep serta rencana pembuatan desain produk. Mitra juga sedang melakukan riset pasar atas produk yang akan dikembangkan, hasil riset pasar menunjukkan bahwa produk tersebut layak untuk dicoba masuk ke pasar kuliner.

SIMPULAN

Inovasi produk makanan kaleng khas daerah dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM. Melalui tahapan yang terstruktur, pelaku usaha dapat menghasilkan produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga sesuai dengan selera pasar. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dan pengemasan yang menarik akan mendukung keberhasilan produk di pasar yang kompetitif.

SARAN

Diperlukan kolaborasi antara pelaku UMKM, akademisi, dan pemerintah untuk memberikan dukungan dalam pengembangan inovasi produk. Selain itu, pelatihan berkelanjutan mengenai manajemen usaha dan pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Dengan demikian, diharapkan UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan terus berinovasi untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdila, R. (2023). *Sektor Kuliner Diharapkan Bisa Jadi Pendorong Pertumbuhan Area Komersial di Cikarang*. Tribunnews.Com. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/05/31/sektor-kuliner-diharapkan-bisa-jadi-pendorong-pertumbuhan-area-komersial-di-cikarang?form=MG0AV3>
- Harisandi, P., Yahya, A., Mulyanto, H., Bangsa, U. P., & Barat, J. (2024). Pendampingan UMKM dalam pembuatan NIB dan pengembangan strategi bisnis yang berkelanjutan di Kec. Purwadadi Kab. subang. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 85–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i2.646> Dipublikasikan:
- Hidayat, T., Wulandari, A., Mulyanto, H., Bastanta, A. R., & Muhsoni, R. (2024). Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Analisis SWOT dan NIB. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 8–13. <https://doi.org/10.31334/jks.v7i1.3798>
- Maria, F., Hariroh, R., Rahmiati, F., Fitria, N., & Sesri, H. (2024). *Optimalisasi Kinerja Bisnis melalui Pendampingan Manajemen SDM dan legalitas Optimizing Business Performance through Human Resource Management Assistance and Legal Compliance*. 3.
- Masruroh, A. I. (2020). *Pengaruh Modal Sosial, Kreativitas, Dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi Empiris Pada Pengusaha Wanita Berbasis UMKM di Kabupaten Magelang)*. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Nurastuti, P., Dasman, S., Yahya, A., & Wirjawan, T. W. (2022). Pendampingan Implementasi Manajerial dan Aplikasi Akuntansi UMKM Pada Komunitas UMKM BEKEN di Kabupaten Bekasi. *IKRAITH-ABDIMAS*, 5(3), 79–82.
- Purnamasari, P., Zuliawati, E., Sellina, S., Maria, F., & Hariroh, R. (2024). Pengembangan Umkm Melalui Sosialisasi Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Pengabdian Bersama*

- Masyarakat Indonesia*, 2(1), 42–47.
- Putra, A. C., Kovaldo, C., Hendrata, G. P., Wijaya, H. A., Aurelia, J. J., Yovian, V., & Subagyo, E. E. (2020). Analisis Faktor Dan Penerapan Metode Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah: Usaha Camilan Olahan Jamur. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 2(2), 188–219. <https://doi.org/10.21632/jpmi.2.2.188-219>
- Rustianah, R., Hariroh, F. M. R., Soleha, E., & Hidayah, Z. Z. (2024). Pengembangan Strategi Bisnis UMKM Berbasis Digital untuk Membangun Mental Technopreneur. *Lentera Pengabdian*, 2(01), 24–28. <https://doi.org/10.59422/lp.v1i04.252>
- Safitri, N. G., Mulyadi, H., & Furqon, C. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh). *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 808–818.
- Tikaromah, O., Pujia, D. P., Yahya, A., & Hutama, D. A. (2025). Optimalisasi potensi umkm melalui pendampingan dalam pengembangan produk dan manajemen usaha bakso malang. *Journal, Community Development*, 6(1), 595–600.
- Yahya, A., Ayuningtyas, E. A., Putri, L. A., & Ningrum, S. M. (2024). Peningkatan Kompetensi Tata Kelola Keuangan Usaha Mikro Bakso Senggol Desa Pasir Gombang Cikarang Kabupaten Bekasi. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 126–131. <https://doi.org/10.31334/jks.v7i1.3762>
- Yahya, A., Hidayat, T., Saputera, D., Muhsoni, R., & Ramdani, C. (2024). Pendampingan Pembuatan Proposal Bisnis “Mak Enjoeh.” *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri*, 6(2), 456–461. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/j.pdl.v6i2.37934>
- Yahya, A., & Syavaat, M. F. (2021). Pemilihan Metode Akuntansi Penilaian Inventori Dan Variabel Yang Mempengaruhinya. *Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi*, 13(2), 187–201. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v13i2.2026>
- Yuningsih, N., Asral, & Prasetyo Harisandi. (2023). Pemberdayaan Dan Pemasaran Produk Umkm Kab.Bekasi Melalui Bazar Umkm. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(1), 16–21. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i1.39>