

Inovasi Produk dan Pemasaran UMKM Keripik Pisang Azzahra untuk Meningkatkan Daya Saing

Yuki Dwi Dharma¹, Parulian Parulian², Pujiharta Pujiharta³, Emmelia Tan⁴, Lisa Kustina⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pelita Bangsa
Email: yukidwidarma2012@gmail.com

Diterima: 25-07-2026

Direvisi : 15-08-2026

Disetujui : 20-08-2026

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM Keripik Pisang Azzahra di Desa Sukasari, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi melalui inovasi produk, efisiensi produksi, pemasaran, dan penguatan administrasi usaha. Pendampingan dilaksanakan selama tiga minggu dengan pendekatan partisipatif melalui identifikasi kebutuhan, pengembangan produk dan kemasan, penyesuaian bahan baku, pemasaran digital, serta pendampingan legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan penjualan sekitar 25%, penurunan biaya produksi hingga 15%, peningkatan margin keuntungan, serta bertambahnya variasi rasa dan jangkauan pemasaran melalui media digital. Pendampingan juga membantu memperbaiki kemasan produk dan memperkuat administrasi usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan manfaat dalam meningkatkan efisiensi usaha, daya tarik produk, dan daya saing UMKM Keripik Pisang Azzahra.

Kata Kunci: UMKM, keripik pisang, inovasi produk, pemasaran digital, daya saing.

Abstract

This community service activity aimed to improve the capacity of Azzahra Banana Chips MSME in Sukasari Village, Serang Baru District, Bekasi Regency through product innovation, production efficiency, marketing, and business administration support. The three-week mentoring program used a participatory approach involving needs identification, product and packaging development, raw material adjustment, digital marketing, and business legality assistance. The results showed an increase in sales of approximately 25%, a reduction in production costs of up to 15%, higher profit margins, additional product variants, and broader market reach through digital media. The program also supported improvements in product packaging and business administration. Overall, the activity contributed to improving business efficiency, product attractiveness, and the competitiveness of Azzahra Banana Chips MSME.

Keywords: MSMEs, banana chips, product innovation, digital marketing, competitiveness.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang berperan besar dalam menyerap tenaga kerja dan menggerakkan roda ekonomi masyarakat. Kontribusi UMKM tidak hanya terlihat dari jumlah unit usaha yang

mendominasi, tetapi juga dari perannya dalam menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat daya saing daerah.

Meskipun memiliki peran vital, UMKM sering menghadapi berbagai kendala yang menghambat perkembangan usaha. Permasalahan umum yang dihadapi antara lain keterbatasan akses pemasaran, pengelolaan biaya produksi yang belum efisien, kesulitan dalam rantai pasok bahan baku, serta keterbatasan inovasi dalam desain kemasan dan pencatatan usaha. (Jayati et al., 2021) Hambatan tersebut membuat banyak UMKM kesulitan untuk bersaing di pasar yang semakin dinamis dan kompetitif.

Kondisi serupa dialami oleh UMKM Keripik Pisang Azzahra yang berlokasi di Desa Sukasari, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi. Usaha ini memproduksi keripik pisang dengan cita rasa khas, namun masih terbatas dalam aspek pemasaran, pengelolaan bahan baku, perhitungan biaya, dan inovasi kemasan. Keterbatasan tersebut berpotensi menghambat keberlanjutan usaha sekaligus peluang untuk memperluas pasar (Kurniawan et al., 2023).

Inovasi produk dan pemasaran digital menjadi penting bagi UMKM Keripik Pisang Azzahra karena dapat membantu meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperluas jangkauan pasar. Inovasi melalui pengembangan varian rasa, penggunaan bahan baku yang lebih efisien, serta perbaikan desain dan kemasan dapat memberikan nilai tambah pada produk. Selain itu, pemanfaatan media digital memungkinkan UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas dan memperkuat pengenalan produk di pasar. Hal ini sejalan dengan Baihaqi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa perbaikan kemasan dapat meningkatkan nilai tambah produk UMKM, serta Saputri dan Mawardi (2022) yang menekankan pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendampingan terintegrasi pada aspek inovasi produk, efisiensi produksi, perbaikan kemasan, pemasaran digital, dan administrasi usaha. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM Keripik Pisang Azzahra melalui pengembangan produk yang lebih menarik, pengelolaan biaya yang lebih efisien, perluasan pemasaran melalui media digital, serta penguatan legalitas dan administrasi usaha. Pendampingan tersebut diharapkan dapat membantu UMKM mempertahankan keberlanjutan usaha dan memperluas peluang pasar.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama tiga minggu pada UMKM Keripik Pisang Azzahra di Desa Sukasari, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi dengan pendekatan partisipatif. Kegiatan diawali dengan observasi dan wawancara bersama mitra untuk mengidentifikasi kondisi usaha serta permasalahan pada aspek produksi, bahan baku, kemasan, pemasaran, dan administrasi usaha. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim melakukan pendampingan berupa perhitungan biaya produksi, pengembangan desain dan jenis kemasan, penentuan gramasi dan harga jual, pencarian alternatif pemasok dan bahan baku, pengembangan varian produk, pemasaran melalui media sosial, serta pendampingan pendaftaran UMKM kepada pemerintah desa. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan membandingkan kondisi usaha dan data penjualan sebelum dan sesudah pendampingan untuk mengetahui perubahan yang diperoleh mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan pada UMKM Keripik Pisang Azzahra menunjukkan perubahan positif pada aspek produk, produksi, kemasan, pemasaran, dan administrasi usaha. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra, kemudian dilanjutkan dengan pengembangan produk, perbaikan kemasan, penyesuaian bahan baku, pemasaran digital, serta pendampingan administrasi usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan secara terintegrasi dapat membantu mitra memperbaiki pengelolaan usaha dan meningkatkan daya saing produk.



Gambar 1. Pendampingan UMKM

Pada aspek inovasi produk, mitra berhasil mengembangkan varian rasa dari yang sebelumnya hanya rasa original menjadi coklat, matcha, stroberi, dan tiramisu. Pengembangan tersebut memberikan pilihan produk yang lebih beragam sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Selain itu, perbaikan desain stiker dan kemasan membuat tampilan produk menjadi lebih menarik dan memiliki identitas yang lebih jelas. Kondisi ini mendukung temuan Baihaqi et al. (2023) bahwa pengemasan dan pelabelan dapat memberikan nilai tambah bagi produk UMKM. Dengan demikian, inovasi produk yang didukung kemasan yang lebih baik dapat menjadi salah satu upaya memperkuat daya saing Keripik Pisang Azzahra.



Gambar 2. Menambahkan variasi produk

Pendampingan pada aspek produksi dilakukan melalui penggunaan pisang kapas sebagai alternatif pisang kepok yang memiliki biaya lebih ekonomis. Perubahan bahan baku tersebut mampu menekan biaya produksi hingga 15% tanpa mengurangi mutu produk yang dihasilkan. Efisiensi biaya memberikan manfaat bagi mitra karena dapat meningkatkan margin keuntungan dan membantu menjaga keberlanjutan produksi. Hasil ini sejalan dengan Iqbal dan Makhrus (2024) yang menunjukkan bahwa inovasi dan pemanfaatan bahan baku dapat meningkatkan nilai ekonomi produk berbasis pisang.



Gambar 3. Survei pemilihan bahan baku



Gambar 4. Kemasan Sebelum Pendampingan



Gambar 5. Kemasan Sesudah Pendampingan

Pada aspek pemasaran, pembuatan akun TikTok memberikan alternatif media promosi yang dapat digunakan mitra untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Pemanfaatan pemasaran digital tidak hanya mendukung peningkatan visibilitas produk, tetapi juga membantu membangun *brand awareness* Keripik Pisang Azzahra. Hal ini sejalan dengan Kawulur dan Syafrina (2023) yang menekankan manfaat pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar UMKM. Perpaduan antara inovasi produk, kemasan yang lebih menarik, dan pemasaran digital memberikan manfaat yang saling mendukung dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing produk.



Gambar 6. Perbaikan kemasan dan strategi branding

Pendampingan juga mencakup penguatan administrasi melalui pendaftaran UMKM kepada pemerintah desa. Langkah tersebut dapat membantu mitra memperoleh pengakuan administratif serta membuka peluang untuk memperoleh dukungan program pemberdayaan UMKM. Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan menghasilkan peningkatan penjualan sekitar 25% dan penurunan biaya produksi hingga 15%. Capaian tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk, efisiensi produksi, perbaikan kemasan, pemasaran digital, dan penguatan administrasi dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan UMKM Keripik Pisang Azzahra.



Gambar 7. Proses produksi kripik

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pada UMKM Keripik Pisang Azzahra memberikan manfaat dalam meningkatkan daya saing usaha melalui inovasi produk, efisiensi produksi, perbaikan kemasan, pemasaran digital, dan penguatan administrasi usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan penjualan sekitar 25% serta penurunan biaya produksi hingga 15%, disertai bertambahnya variasi rasa dan semakin luasnya media promosi yang digunakan. Ke depan, mitra disarankan untuk terus mengembangkan inovasi produk, menjaga kualitas dan kemasan, serta memanfaatkan pemasaran digital secara konsisten agar peningkatan penjualan dan daya saing usaha dapat dipertahankan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baihaqi, M. A., Suprianti, L., & Triana, N. W. (2023). Strategi penguatan citra produk UMKM keripik pisang di Desa Galengdowo melalui pengemasan dan pelabelan. *JATEKK: Jurnal Abdimas Teknik Kimia*, 4(1), 85–92.
- Iqbal, M., & Makhrus, F. (2024). Inovasi keripik pisang salut dengan pendekatan multistrategi untuk meningkatkan nilai ekonomi komoditas pisang. *Jurnal Parikesit*, 2(2), 446–457.
- Kawulur, D. A. A., & Syafrina, A. E. (2023). Pemanfaatan pemasaran digital UMKM keripik pisang di Desa Ponggang. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 5(2), 33–40.
- Kurniawan, A., Alinda, T., Ramdhani, F., & Alawi, M. (2023). Pendampingan UMKM kripik pisang dan talas melalui packaging dan digital marketing di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, NTB. *KOMATIKA*, 20–28.
- Saputri, N. A., & Mawardi, F. D. (2022). Pendampingan pengelolaan UMKM melalui digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Batu. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 3(2), 155–163.