

Penguatan Daya Saing UMKM Bawang Goreng dan Keripik Kentang Sa-Va di Kota Jambi melalui Inovasi Produk, Digitalisasi, dan Perluasan Pasar

Strengthening the Competitiveness of Fried Onion and Sa-Va Potato Chips MSMEs in Jambi City through Product Innovation, Digitalization, and Market Expansion

Muhammad Haris Saputra¹, Fitriaty², Guspianto³, Ajeng Khairun Najwa⁴, Hyang Caesar Agung Al Addin⁵

¹Program Studi Manajemen Pemerintahan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

²Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

³Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran Ilmu Kesehatan, Universitas Jambi

⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

e-mail: ¹mharissaputra@unja.ac.id, ²Fitriaty@unja.ac.id, ³Guspianto@unja.ac.id, ⁴ajengkhairunnajwa4@gmail.com, ⁵hyangcaesaragung@gmail.com

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan berdasarkan survey dan diskusi tim dengan mitra, permasalahan utama yang dihadapi mitra saat ini adalah 1. Proses produksi yang masih manual dan tidak efisien, produk yang dihasilkan belum memiliki informasi kandungan gizi dan nutrisi 2. kemasan saat ini kurang menarik konsumen, membuat produk tidak tahan lama dan rentan rusak 3. Manajemen usaha dibagian pencatatan keuangan masih manual belum terpisah dengan keuangan pribadi, 4. pemasaran terbatas karena masih dilakukan secara offline yang dilakukan di kota Jambi saja, belum menggunakan platform online melalui e-commerce, website dan media sosial. Urgensi kegiatan ini adalah untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra yang telah dijelaskan diatas sehingga UMKM diharapkan memiliki daya saing yang kuat serta usaha yang berkelanjutan. Tujuan utama dari Pengabdian PKM ini untuk meningkatkan daya saing UMKM, peningkatan kapasitas produksi, manajemen usaha, dan perluasan pasar yang dimiliki oleh mitra sehingga dapat menyerap tenaga kerja, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan mitra di sekitarnya, keberlanjutan usaha, mendorong kemandirian ekonomi lokal yang inovatif, berkelanjutan, dan adaptif. Penguatan Daya Saing UMKM melalui Inovasi Produk, Digitalisasi, dan Perluasan Pasar sehingga dapat meningkatkan peningkatan kapasitas produksi, informasi gizi, kandungan nutrisi dan kalori pada label produk, manajemen keuangan secara digitaliasi, yang akan berdampak terhadap peningkatan penjualan dan omzet. perluasan pasar melalui e-commerce dan online. Dengan demikian, diharapkan Mitra dapat berkembang dan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan petani lokal, menciptakan lapangan pekerjaan baru, meningkatkan perekonomian lokal.

Kata Kunci: Daya Saing; E-Commerce; Inovasi ; Digitalisasi; Perluasan Pasar.

Abstract: *This community service activity is carried out based on surveys and team discussions with partners, the main problems currently faced by partners are 1. The*

production process is still manual and inefficient, the products produced do not have nutritional and nutritional content information 2. The current packaging is less attractive to consumers, making the product not durable and susceptible to damage 3. Business management in the financial recording section is still manual and has not been separated from personal finances, 4. Marketing is limited because it is still done offline which is done in Jambi city only, not using online platforms through e-commerce, websites and social media. The urgency of this activity is to overcome the problems faced by partners that have been explained above so that MSMEs are expected to have strong competitiveness and sustainable businesses. The main objective of this PKM Service is to increase the competitiveness of MSMEs, increase production capacity, business management, and expand the market owned by partners so that they can absorb labor, increase income and welfare of surrounding partners, business sustainability, encourage local economic independence that is innovative, sustainable, and adaptive. Strengthening the Competitiveness of MSMEs through Product Innovation, Digitalization, and Market Expansion so that it can increase production capacity, nutritional information, nutritional and calorie content on product labels, digital financial management, which will have an impact on increasing sales and turnover. Market expansion through e-commerce and online. Thus, it is hoped that Partners can grow and have a positive impact on the welfare of local farmers, create new jobs, and improve the local economy.

Keywords: Competitiveness; E-Commerce; Innovation; Digitalization; Market Expansion

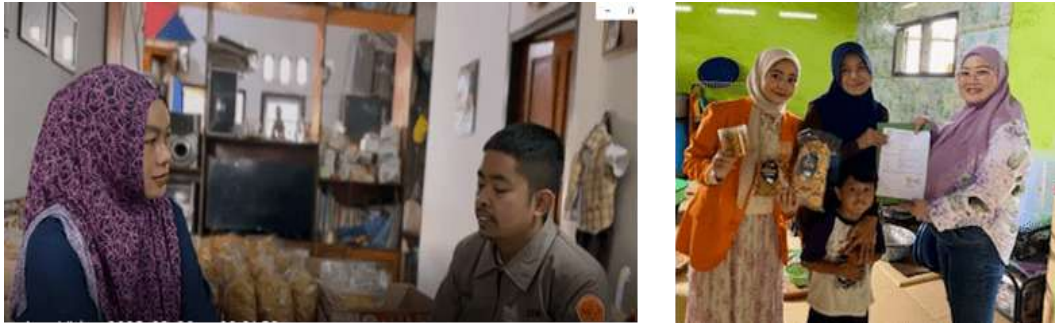
A. Pendahuluan

UMKM Batang Sa-Va merupakan industri rumahan milik Ibu Marleni yang berdiri sejak tahun 2014 di Kota Jambi dengan Nomor Izin Usaha: 530/UMKM/11/K/PMH/2017. Saat ini usaha ini telah berkembang dengan melibatkan lima orang pekerja. Produk utama yang dihasilkan adalah bawang merah goreng (original dan teri pedas), serta berbagai olahan keripik kentang (rasa original, sapi panggang, pedas manis, dan kentang mustofa). Produk-produk ini telah dipasarkan secara offline melalui sistem konsinyasi di beberapa supermarket dan restoran di Kota Jambi. Rata-rata omzet bulanan mencapai Rp 30–35 juta, dan meningkat signifikan pada periode Ramadhan, Idul Fitri, Natal, serta Tahun Baru.

Keunggulan UMKM Batang Sa-Va terletak pada penggunaan bahan baku lokal yang berkualitas dari petani Kabupaten Kerinci. Setiap bulan, usaha ini membutuhkan sekitar 1,5–2 ton kentang dan 500–600 kg bawang merah, yang jumlahnya meningkat hingga dua kali lipat pada musim permintaan tinggi. Dengan demikian, keberadaan usaha ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi konsumen, tetapi juga berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, pemberdayaan petani lokal, serta peningkatan perekonomian daerah.

Namun, hasil survei awal tim menunjukkan bahwa UMKM ini masih menghadapi beberapa kendala utama. Pertama, proses produksi masih dilakukan secara manual sehingga kapasitas terbatas dan kualitas produk belum seragam. Kedua, kemasan masih sederhana, tidak tahan lama, dan belum mencantumkan informasi gizi, sehingga

mengurangi daya saing produk. Ketiga, pengolahan bumbu dan pengeringan bawang goreng belum optimal karena masih menggunakan peralatan sederhana, yang menyebabkan produk tidak renyah dan mengandung minyak berlebih. Keempat, pencatatan keuangan usaha masih manual sehingga tidak efisien. Kelima, pemasaran masih terbatas pada jalur offline sehingga jangkauan pasar sempit dan peluang digitalisasi belum dimanfaatkan.



Gambar 1. Observasi awal Mitra



Gambar 2. Produk UMKM



Gambar 3. Alat pengiris kentang dan Pengaduk Bumbu

Produk bawang merah goreng juga sulit bersaing secara optimal karena masih mengandung minyak sisa penggorengan yang diakibatkan oleh pengeringan minyak hanya menggunakan pengering mesin cuci.



Gambar 4. Alat Pengiris Bawang dan Mesin Pengerin Bawang Goreng

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan solusi berupa penerapan teknologi tepat guna untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi, pengembangan kemasan inovatif yang tahan lama serta informatif, penerapan sistem pencatatan keuangan digital, serta pemanfaatan platform pemasaran online agar produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi UMKM Batang Sa-Va melalui penerapan teknologi tepat guna?
2. Bagaimana meningkatkan kualitas kemasan agar produk lebih tahan lama, aman, dan informatif?
3. Bagaimana mengoptimalkan pencatatan keuangan agar lebih efektif melalui digitalisasi?
4. Bagaimana memperluas jangkauan pasar produk melalui pemanfaatan platform digital?

Tujuan Kegiatan

1. Meningkatkan kapasitas produksi dengan penggunaan mesin pengiris kentang, mesin pemotong bawang, spinner peniris minyak, serta sealer kemasan.
2. Mengembangkan kualitas produk dengan melakukan uji kandungan gizi dan memperbaiki kualitas kemasan.
3. Menerapkan digitalisasi dalam pencatatan keuangan usaha agar lebih efisien dan akuntabel.
4. Memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital berbasis e-commerce, marketplace, dan media sosial.

B. Metode

Program pengabdian masyarakat untuk UMKM Batang Sa-Va dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, di mana mitra dilibatkan dalam setiap tahapan mulai dari sosialisasi hingga evaluasi. Jumlah peserta pada setiap kegiatan terdiri dari pemilik UMKM dan karyawan dengan total 20 Peserta.

1. Sosialisasi

Dilaksanakan melalui pertemuan awal dengan pemilik UMKM dan karyawan. Pada kegiatan ini dijelaskan mengenai tujuan program, permasalahan yang dihadapi, serta solusi yang ditawarkan. Sosialisasi juga menjadi forum diskusi untuk mendapatkan masukan dari mitra agar kegiatan sesuai dengan kebutuhan.

2. Pelatihan

Pelatihan dilakukan dalam beberapa sesi, meliputi:

1. Pelatihan Produksi & Inovasi Produk dengan penggunaan mesin modern (pemotong kentang, pemotong bawang, spinner peniris minyak), serta pelatihan perhitungan gizi dan nutrisi.
2. Pelatihan Manajemen Usaha melalui pengelolaan keuangan berbasis digital, bisnis ramah lingkungan, dan strategi bisnis berkelanjutan.
3. Pelatihan Pemasaran Digital agar strategi pemasaran berbasis e-commerce dan media sosial, desain kemasan inovatif, serta pengelolaan website usaha.

3. Penerapan Teknologi

Tahap ini merupakan implementasi hasil pelatihan dengan pendampingan langsung, meliputi:

1. Pengadaan dan penggunaan mesin produksi sesuai kebutuhan.
2. Penerapan sistem manajemen keuangan berbasis digital.
3. Pemanfaatan e-commerce, marketplace, dan media sosial untuk memperluas pasar.
4. Penggunaan website UMKM sebagai media informasi dan pemesanan online.

4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara berkala sebanyak **2 kali dalam 1 bulan** selama kegiatan berlangsung. Evaluasi mencakup:

1. Tingkat produktivitas produksi.
2. Kualitas produk dan kemasan.
3. Efektivitas pencatatan keuangan digital.
4. Perkembangan pemasaran online dan peningkatan penjualan.
Peserta

C. Hasil dan Pembahasan

Mengatasi persoalan di bidang produksi, tim pengabdian memberikan **pelatihan peningkatan efisiensi dan higienitas proses produksi**. Mitra diajarkan cara menyusun alur kerja yang lebih sistematis, termasuk pemilahan bahan baku, penggunaan peralatan yang tepat, serta penerapan standar kebersihan dalam setiap tahap produksi. Selain itu, dilakukan edukasi mengenai pentingnya menjaga kualitas produk agar dapat bersaing dengan produk serupa yang telah lebih dahulu beredar di pasaran.

Tabel 1. Hasil Kegiatan Pengabdian

Sebelum	Ipteks yang diberikan Kepada Mitra	Sesudah
Produksi  Bawang Goreng masih mengandung minyak Karena dikeringkan menggunakan mesin cuci	 UMKM akan diberikan bantuan mesin Spinner pengering untuk mengeringkan bawang Goreng sehingga bawang dapat kering dengan maksimal	 Bawang Goreng tidak berminyak Bawang Goreng lebih Renyah dan tahan lama
 Rasa kripik tidak merata Kripik kentang Pecah karena proses pengadukkan bumbu kripik kentang Masih menggunakan alat manual toples plastik	 Mitra akan diberi bantuan Molen Pengaduk bumbu untuk kripik kentang sehingga bumbu tercampur merata dan kripik tidak pecah	 Kripik Tidak Pecah Ketika diaduk Rasa tercampur merata merata
	 Alat pengiris kripik kentang	

Inovasi produk rendah karena Bawang Merah dan Kentang dipotong menggunakan alat tradisional berupa pisau Ukuran kripik tidak seragam	 Pengiris Bawang Merah	Ukuran kripik kentang dan bawang Goreng menjadi rata, serta mempercepat produksi
 Kemasan masih menggunakan kertas bening Tidak tahan lama	Mendesain dan membuat kemasan dalam bentuk sachet diharapkan mampu menarik konsumen dan daya tahan produk lebih lama.  Mesin Hand Impulse Sealer digunakan untuk merekatkan kemasan baru agar produk lebih tahan lama	  Desain kemasan menarik, tahan lama, dan kedap udara yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk
Pemasaran Akses pasar masih sempit karena hanya memasarkan berdasarkan sistem Konsinyasi Dimana Mitra menitipkan dagangan ke Mal dan Toko-toko di Kota Jambi	Pelatihan website dan membuat akun e-commer untuk pemasaran secara digital	Mitra memiliki Website penjualan dan Akun e-commerce

Salah satu inovasi penting dari kegiatan ini adalah pencantuman label kandungan gizi dan nutrisi pada produk bawang goreng dan keripik kentang. Inovasi ini menyesuaikan dengan tren konsumen yang semakin sadar akan kesehatan dan kebutuhan informasi pangan. Melalui pelatihan, mitra diajarkan cara menghitung estimasi kalori, lemak, karbohidrat, dan protein dengan panduan tabel gizi nasional, yang kemudian dicantumkan pada label bersama dengan brand, logo, izin usaha mikro, serta tanggal produksi dan kedaluwarsa. Hal ini sejalan dengan penelitian Guspianto et al. (2024) yang menekankan pentingnya label gizi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk pangan.



Gambar 5. Sosialisasi pelatihan perhitungan gizi dan pencantuman label nutrisi pada produk UMKM Sa-Va.

Dari sisi kemasan, pelatihan berfokus pada penggunaan bahan laminasi alumunium foil dan plastik zipper yang lebih tahan lama serta higienis. Mitra juga memanfaatkan aplikasi desain seperti Canva dan CorelDraw untuk membuat label yang lebih profesional. Produk yang dikemas dengan baik terbukti meningkatkan nilai jual sekaligus memperkuat branding usaha. Kondisi ini sejalan dengan temuan Fitriaty, Lubis, Elliyana, et al. (2022) bahwa pengembangan inovasi kemasan berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Di bidang manajemen usaha, masalah utama adalah pencampuran keuangan pribadi dan usaha. Melalui pelatihan pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi BukuKas dan Google Sheets, mitra kini dapat melakukan pencatatan harian dan memisahkan keuangan usaha dengan pribadi. Hal ini sejalan dengan teori manajemen UMKM oleh Hernita et al. (2021) yang menekankan pentingnya literasi digital dalam pencatatan usaha agar UMKM dapat berkembang lebih berkelanjutan.



Gambar 6. Pelatihan pencatatan keuangan digital dan promosi berbasis e-commerce.

Dalam aspek pemasaran, pendampingan dilakukan melalui pembuatan akun media sosial Instagram dan Facebook (@cemilansa_va), serta toko daring di Shopee dan Tokopedia. Mitra dilatih teknik fotografi produk, penulisan deskripsi persuasif, dan strategi penetapan harga. Langkah ini memperluas pasar yang sebelumnya terbatas di Kota Jambi menjadi menjangkau konsumen luar provinsi. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2023) dan Suhendar et al. (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi pemasaran berkontribusi signifikan terhadap peningkatan jangkauan pasar UMKM.

(Muhammad Haris Saputra, Fitriaty, Guspianto, Ajeng Khairun Najwa, Hyang Caesar Agung Al Addin)



Gambar 7. Penyerahan Baantuan Mesin

Hasil menunjukkan adanya peningkatan omzet yang signifikan dalam satu bulan pendampingan, seiring dengan efisiensi produksi, branding yang lebih kuat, dan pemasaran digital yang efektif. Hal ini mengonfirmasi temuan Saputra et al. (2023) bahwa digitalisasi pasca-pandemi merupakan strategi penting agar UMKM mampu bertahan dan berkembang. Secara keseluruhan, kegiatan ini bukan hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan kapasitas produksi dan penjualan, tetapi juga membangun fondasi daya saing berkelanjutan bagi UMKM Sa-Va melalui inovasi produk, manajemen usaha modern, dan digitalisasi pemasaran.

D. Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menjawab permasalahan utama mitra secara komprehensif. Pertama, terkait proses produksi yang masih manual, penerapan teknologi tepat guna berupa molen pengaduk bumbu, spinner peniris minyak, mesin

pengiris kentang, dan mesin pemotong bawang mampu meningkatkan kapasitas produksi hingga dua kali lipat sekaligus menurunkan biaya dan waktu produksi. Kedua, permasalahan kemasan yang kurang menarik dan tidak tahan lama diatasi melalui pelatihan desain kemasan modern, penggunaan sealer perekat, serta pencantuman informasi gizi dan nutrisi, sehingga produk menjadi lebih higienis, tahan lama, dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Ketiga, pencatatan keuangan manual yang bercampur dengan keuangan pribadi diperbaiki dengan pelatihan manajemen keuangan digital berbasis aplikasi, yang meningkatkan akuntabilitas dan memudahkan pengambilan keputusan usaha. Keempat, keterbatasan pemasaran yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan offline berhasil diatasi dengan pemanfaatan e-commerce, website, dan media sosial, yang memperluas pasar hingga luar Kota Jambi.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menyelesaikan masalah yang telah dirumuskan, tetapi juga berdampak pada peningkatan omzet usaha, perluasan jaringan pemasaran, serta peningkatan keberdayaan mitra. Adapun rekomendasi dari kegiatan ini adalah perlunya dukungan berkelanjutan melalui: (1) pendampingan intensif dari perguruan tinggi untuk memastikan konsistensi penerapan teknologi, manajemen keuangan digital, dan strategi pemasaran; (2) pelatihan lanjutan tentang inovasi produk berbasis kearifan lokal agar UMKM memiliki keunikan dan keunggulan bersaing; (3) penguatan jejaring dengan pelaku industri serta lembaga pembiayaan untuk memperluas akses permodalan; dan (4) penelitian lebih lanjut mengenai dampak digitalisasi terhadap keberlanjutan usaha UMKM pasca-intervensi. Dengan implementasi rekomendasi ini, diharapkan mitra tidak hanya berkembang pada tahap awal, tetapi mampu menjaga keberlanjutan usaha dan berkontribusi terhadap kemandirian ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada **Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi** yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui skema **Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun 2025**. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra UMKM Kripik Kentang Sa-Va atas kerja sama, keterbukaan, dan antusiasme yang tinggi selama mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Partisipasi aktif dan komitmen mitra dalam proses pelatihan, pendampingan, hingga implementasi hasil kegiatan sangat berperan dalam pencapaian tujuan yang diharapkan.

Daftar Rujukan

- Fitriaty, F., Lubis, T. A., Elliyana, D., Saputra, M. H., & others. (2023). Post-COVID-19 improvement strategies for strengthening the competitiveness of MSMEs in the tourism area of Jambi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 16(1), 97–110.
- Fitriaty, F., Lubis, T. A., Elliyana, D., Widiastuti, F., & Saputra, M. H. (2022). Optimalisasi Melalui Peningkatan Inovasi Usaha pada Usaha Kecil Snova Senja Cookies. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 4(3), 83–87.

- Fitriaty, Lubis, T. A., Saputra, M. H., & Elliana, D. (2022). Improvement Strategies For Strengthening Msme Competitiveness In The Post-Covid-19 Tourism Area In Jambi City. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*.
- Guspianto, Nurwaqiah Ibnu, I., Sitanggang, Dhermawan, H., Hubaybah, & Sari, P. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pedoman Gizi Seimbang Pangan Lokal Untuk Mengatasi Stunting Pada TP PKK Danau Teluk. *Empowering Society Journal*, 05(03). <https://ojs.fdk.ac.id/index.php/ESJ/article/view/3268>
- Hernita, H., Surya, B., Perwira, I., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic business sustainability and strengthening human resource capacity based on increasing the productivity of small and medium enterprises (SMES) in Makassar city, Indonesia. *Sustainability*, 13(6), 3177.
- Saputra, M. H., Firmasari, P., Fadillah, Y., Mardiana, R., & Hassandi, I. (2023). Tantangan Sosial Ekonomi Pasca Covid-19 Menghadapi Era 5.0 Society Untuk Mencapai Kinerja Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 2(2), 146–151.
- Sari, J., Mildawati, T., Widyawati, D., Laily, N., & others. (2023). Community Empowerment through Digital Marketing Optimization-Based Socio-preneurship Training. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 20(4), 90–102.
- Suhendar, E., Hapsari, A. T., Suaedah, S., Mariana, D., & Murodif, A. (2024). Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Pemberdayaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 3(1), 274–281.