

## **PENDAMPINGAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM JELAK JOYO FOODS BLANDONGAN PASURUAN**

Licha Inabah<sup>1\*</sup>, Dr. Suchaina, S.Pd., M.Pd.<sup>2</sup>, Nanda M.H. Syahputra<sup>3</sup>, Yulia Rahmawati<sup>4</sup>, Muhammad Nabil Hisyam<sup>5</sup>

Universitas PGRI Wiranegara<sup>1\*</sup>, Universitas PGRI Wiranegara<sup>2</sup>, Universitas PGRI Wiranegara<sup>3</sup>,  
Universitas PGRI Wiranegara<sup>4</sup>, Universitas PGRI Wiranegara<sup>5</sup>  
[lichainabah123@gmail.com](mailto:lichainabah123@gmail.com), [suchina.qodir@gmail.com](mailto:suchina.qodir@gmail.com), [syahputranandamh@gmail.com](mailto:syahputranandamh@gmail.com),  
[mnabilhisyam666@gmail.com](mailto:mnabilhisyam666@gmail.com)

### **Abstract**

The purpose of this study is to identify and analyze the impact of product innovation on customer satisfaction at Jelak Joyo Foods MSMEs in Blandongan, Pasuruan. Product innovation is seen as a key factor in improving customer satisfaction and daily performance, and has the potential to increase MSME stock prices. The type of analysis used is a quantitative approach using data collection techniques through surveys given to Jelak Joyo Foods customers. The data obtained through analysis using a simple regression line to reduce the relationship between product innovation variables and customer satisfaction. The results of the study indicate that product innovation has a positive and significant impact on customer satisfaction. Features such as new product features, improved product quality, and attractive packaging can have a negative impact on customer loyalty and purchase intentions. All of this suggests that Jelak Joyo Foods MSMEs need to continue to innovate to evaluate customer expectations and make effective sales in the local market. This study offers valuable insights for MSME managers in developing effective product innovation strategies to improve customer satisfaction and loyalty.

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan di UMKM Jelak Joyo Foods di Blandongan, Pasuruan. Inovasi produk dipandang sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja sehari-hari, serta berpotensi untuk meningkatkan harga saham UMKM. Jenis analisis yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui survei yang diberikan kepada pelanggan Jelak Joyo Foods. Data yang diperoleh melalui analisis menggunakan garis regresi sederhana untuk mengurangi hubungan antara variabel inovasi produk dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fitur-fitur seperti fitur produk baru, peningkatan kualitas produk, dan kemasan yang menarik dapat berdampak negatif terhadap loyalitas pelanggan dan niat membeli. Semua ini menunjukkan bahwa UMKM Jelak Joyo Foods perlu terus berinovasi

### **Article History**

Received: July 15 2024  
Reviewed: August, 12 2024  
Published: August, 26 2024

### **Key Words**

*Assistance, Product Innovation, UMKM.*

### **Sejarah Artikel**

Received: 15 Juli 2024  
Reviewed: 12 Agustus  
Published: 26 Agustus 2024

### **Kata Kunci**

*Pendampingan, Inovasi Produk, UMKM.*

untuk mengevaluasi ekspektasi pelanggan dan melakukan penjualan yang efektif di pasar lokal. Studi ini menawarkan wawasan berharga bagi para manajer UMKM dalam mengembangkan strategi inovasi produk yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## **1. PENDAHULUAN**

Inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Inovasi adalah cara untuk terus mengembangkan dan membangun organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk baru organisasi atau suatu produk. inovasi bisa diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru. Jadi inovasi dapat diartikan cara baru dan gagasan baru ke dalam produk atau organisasi untuk terus berkembang dan membangun bentuk baru.

Sedangkan pendampingan adalah proses perjumpaan pertolongan antara pendamping dan orang yang didampingi. Perjumpaan itu bertujuan untuk menolong orang yang didampingi agar dapat mengahayati keberadaannya dan mengalami pengalamannya secara penuh dan utuh, sehingga dapat menggunakan sumber-sumber yang tersedia untuk berubah, bertumbuh, dan berfungsi penuh secara fisik, mental, spiritual, dan sosial. Karena pendampingan merupakan perjumpaan, maka ada dinamika yang terus berkembang. Dinamika itu berubah dari waktu ke waktu.

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan). Dari pengertian tersebut, ada beberapa definisi-definisi UKM yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dalam pengembangan produk menjadi salah satu faktor terpenting dalam mendongkrak penjualan dan meningkatkan kinerja perusahaan, khususnya di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Mengingat semakin menyempitnya preferensi konsumen dan dinamika pasar yang dinamis.

Usaha atau bisa disebut dengan kewirausahaan. Istilah kewirausahaan menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuel dalam bukunya *Entrepreneurship* adalah tindakan kreatif yang membangun suatu value dari sesuatu yang tidak ada. *Entrepreneurship* merupakan proses untuk menangkap dan mewujudkan suatu peluang terlepas dari sumber daya yang ada, serta membutuhkan keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. UMKM diharapkan terus beradaptasi dan berinovasi agar lebih memahami kondisi pasar dan meningkatkan relevansinya. Jelak Joyo Foods, sebuah UMKM yang berkantor

119 | *cha Inabah1, Dr. Suchaina, S.Pd., M.Pd.2, Nanda M.H. Syahputra3, Yulia Rahmawati4, Muhammad Nabil Hisyam*

pusat di Blandongan, Pasuruan, merupakan salah satu contoh usaha yang berfokus pada produk pangan lokal dan mengangkat isu-isu terkait. Jelak Joyo Foods dikenal di daerah tersebut karena menyediakan produk makanan khas.

Namun, seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, inovasi produk menjadi hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar. Inovasi ini berpotensi untuk berdampak pada banyak bidang, mulai dari pengembangan produk. Awalnya, peningkatan kualitas hingga desain kemasan yang lebih baik. Kepuasan pelanggan, yang mencerminkan komitmen dan keinginan perusahaan untuk membeli suatu produk, merupakan indikator utama keberhasilan suatu inovasi. Jika produk baru atau yang baru dikembangkan dapat mengurangi atau meringankan ekspektasi pelanggan, maka penjualan akan meningkat dan pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, pemahaman tentang hubungan antara inovasi produk dan loyalitas pelanggan sangat penting bagi Jelak Joyo Foods untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan efisien dalam merealisasikan memajukan serta menjangkau produk lokal kepada dunia bisnis yang modern.

## **2. METODE**

Dalam jurnal ini peneliti menerapkan 2 metode, yakni sekunder dan primer, untuk yang primer peneliti menggunakan metode observasi ketempat langsung dengan melakukan wawancara kepada ibu-ibu pengolah produk tersebut dan untuk metode sekunder, peneliti menggunakan metode kajian Pustaka, yang mana peneliti menggali data dengan mencari sumber di jurnal, artikel, buku, dan e-book. UMKM ini bukan milik pribadi, namun milik bersama sehingga peneliti menggunakan metode tanya jawab terkait pertanyaan yang akan ditanyakan untuk proses penelitian ini. Kegiatan ini juga direncanakan dan dicatat seluruhnya secara sistematis serta dapat dikendalikan secara reliabilitas dan juga validitasnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dan disajikan dalam bentuk deskriptif, sehingga data memuat informasi yang signifikan dan komprehensif.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Inovasi merupakan salah satu hal terpenting yang harus selalu diterapkan oleh suatu perusahaan jika tidak ingin kehilangan konsumennya. Inovasi adalah cara untuk terus mengembangkan dan membangun organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk baru organisasi atau suatu produk. inovasi bisa diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru. Jadi inovasi dapat diartikan cara baru dan gagasan baru ke dalam produk atau organisasi untuk terus berkembang dan membangun bentuk baru.

Melalui Inovasi Produk dapat memberikan pilihan yang lebih banyak kepada konsumen. Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk – produk baru. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau jasa-jasa baru. Inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru. Pada UMKM ini tim KKN melakukan pendampingan dengan cara pembuatan inovasi produk. Penelitian ini terdapat berbagai macam inovasi produk yang dilakukan. Dari awal mula membentuk usaha ini, hingga sekarang sudah dikenal di kota pasuruan. UMKM Jelak Joyo Food

membuat produk awal yaitu bandeng bakar madu. Dimana produk ini sangat mendapat respon positif dari para konsumen dan dinas perikanan. Dinas perikanan ikut andil dalam awal mula pendirian UMKM ini. Produk bandeng bakar madu merupakan produk yang paling best seller dalam UMKM Jelak Joyo Food.

pendampingan adalah proses perjumpaan pertolongan antara pendamping dan orang yang didampingi. Perjumpaan itu bertujuan untuk menolong orang yang didampingi agar dapat menghayati keberadaannya dan mengalami pengalamannya secara penuh dan utuh, sehingga dapat menggunakan sumber-sumber yang tersedia untuk berubah, bertumbuh, dan berfungsi penuh secara fisik, mental, spiritual, dan sosial. Karena pendampingan merupakan perjumpaan, maka ada dinamika yang terus berkembang. Dinamika itu berubah dari waktu ke waktu. Dari pengertian tersebut dapat diambil benang merah, bahwa pendampingan merupakan kegiatan sukarela dari individu atau kelompok luar untuk membelajarkan sekelompok yang bertujuan untuk menambahkan kesadaran dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan potensi mereka atas interaksi dari, oleh, dan untuk anggota kelompok. Dalam pendampingan ini tim KKN berupaya untuk mendampingi UMKM dalam berinovasi beberapa produk yang akan mereka olah.

Selain itu, UMKM tersebut melakukan beberapa macam inovasi produk yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan agar para konsumen tidak bosan dengan menu itu saja, dan untuk lebih menarik minat konsumen pada pengolahan bandeng. UMKM Jelak Joyo Food ini membuat inovasi selanjutnya berupa bandeng crispy. Dimana pada menu baru ini sangat mendapat respon baik dari para konsumen setia dan konsumen baru yang mencoba olahan dari bandeng. Ada konsumen yang awalnya tidak suka dengan bandeng karena bau amis atau bau tanahnya, namun pada produk ini bandengnya sangat enak serta tidak ada bau tanah sama sekali. UMKM ini mengutamakan kualitas dari produk yang diolah serta menggunakan bahan-bahan berkualitas, sehingga para konsumen tidak kecewa akan rasa dari setiap produk yang dibuat. Kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk jasa dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainnya. Jadi kualitas produk merupakan suatu nilai atau kemampuan produk atau jasa memperagakan fungsinya.

Pendampingan yang dilakukan tim KKN pada UMKM Jelak Joyo Food adalah dengan membuat inovasi terkait produk baru yaitu stik duri bandeng. Selain itu, tim KKN juga melakukan pendampingan terkait pemasaran dari produk ini. Dimana produk ini membuat semacam makanan ringan dalam bentuk kemasan pouch dengan desain yang sangat cantik dengan warna merah. Bentuk kemasan menggambarkan ukuran produk yang dikemas di dalamnya. Konsumen menggunakan bentuk sebagai persepsi dalam menentukan isi atau ukuran berat produk di dalamnya. Beberapa kemasan dibuat lebih besar yang biasanya terdapat pada makanan kering, kemasan tersebut dibuat agar lebih menarik persepsi calon pembeli untuk dibandingkan produk kompetitor. Kemasan adalah merancang dan memproduksi wadah untuk produk. Kemasan (packaging) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (container) atau pembungkus (wrapper) untuk suatu produk. Jadi bentuk kemasan adalah ukuran wadah atau pembungkus dari suatu produk.

Makanan ringan ini akan terbagi menjadi beberapa macam rasa yang terdiri dari original, balado, pedas manis, dan BBQ. Produk ini terbuat dari duri bandeng yang di presto kemudian dicampur dengan tepung terigu dan bumbu lainnya, sehingga menghasilkan makanan ringan yang rasanya enak. Untuk pemasaran dalam produk ini tim KKN melakukan system pre-order untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi baik dari mahasiswa, dosen, dan masyarakat sekitar kota pasuruan.

Dengan adanya inovasi ini dapat menimbulkan keinginan bagi seseorang untuk mencoba produk tersebut. Konsumen mulai berminat terhadap produk bandeng Jelak Joyo Food sehingga terdorong untuk mencari informasi lebih mengenai produk tersebut.

Pemasaran produk ini melibatkan seluruh tim KKN yang memanfaatkan teknologi yang ada baik dari whatsapp, Instagram, dan juga aplikasi online lainnya. Produk ini mendapat respon baik dari para konsumen yang suka camilan makanan ringan dirumah serta dari berbagai usia bisa menikmati produk ini. Selain itu, UMKM ini juga mengikuti beberapa event yang ada di pasuruan guna untuk mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas. UMKM Jelak Joyo Food juga masih dalam tahap membuat e-katalog sebagai strategi dan sarana untuk memasarkan produk-produk yang telah di produksi, melalui media sosial yang jangkauannya jauh lebih luas sekaligus komprehensif.

Dalam e-katalog juga terdapat beberapa menu, serta varian yang diproduksi, dan juga profil dari Jelak Joyo Foods, melalui strategi yang mengkorelasikan teknologi dengan produk UMKM Kelurahan Blandongan, maka terdapat suatu dorongan yang signifikan, dilihat dari segi pemasaran dan keefektifan dalam memproduksi produk Jelak Joyo Foods.

## **Simpulan**

Inovasi Produk dapat memberikan pilihan yang lebih banyak kepada konsumen. Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk – produk baru. Selain itu, pendampingan adalah proses perjumpaan pertolongan antara pendamping dan orang yang didampingi. Perjumpaan itu bertujuan untuk menolong orang yang didampingi agar dapat menghayati keberadaannya dan mengalami pengalamannya secara penuh dan utuh, sehingga dapat menggunakan sumber-sumber yang tersedia untuk berubah, bertumbuh, dan berfungsi penuh secara fisik, mental, spiritual, dan sosial. Dalam pendampingan ini tim KKN berupaya untuk mendampingi UMKM dalam berinovasi beberapa produk yang akan mereka olah. UMKM tersebut melakukan beberapa macam inovasi produk yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan agar para konsumen tidak bosan dengan menu itu saja, dan untuk lebih menarik minat konsumen pada pengolahan bandeng.

## **Saran**

Perlu adanya pendampingan dan monitoring secara berkesinambungan kepada para mitra agar program ini dapat dilanjutkan secara berkala. Sebaiknya program dapat ditindak lanjuti melalui kerjasama dengan mitra-mitra lain atau pihak-pihak lain di luar institusi, agar dapat mengetahui respon secara lebih luas terhadap pelaksanaan suatu program pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan. Pihak mitra dapat memberikan informasi yang dapat bermanfaat mengenai kebutuhan yang selaras antara kemampuan dan pengetahuan yang akan digunakan untuk dapat melaksanakan program pengabdian pada masyarakat yang sejenis. Dan dapat mendorong pelaku UMKM dalam menjalankan usaha yang lebih signifikan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti dalam penelitian ini mengucapkan terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan dalam pendampingan di UMKM Jelak Joyo Foods, pada hal tersebut peneliti mendapatkan berbagai ilmu pengetahuan terkait UMKM JF dan pengalaman dalam hal pengelolaan Bandeng menjadi produk yang lebih bervariasi serta bahan baku yang unggul.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryandi, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Warem Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Kotler dalam Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Intermedia. Jakarta
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2005. *Dasardasar Pemasaran*. Prehallindo. Jakarta
- Kotler dalam Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Intermedia. Jakarta
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2005. *Dasardasar Pemasaran*. Prehallindo. Jakarta
- Satyabimanyu, A. A. N. T., & Setiobudi, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Kerupuk Kulit Babi Mentah Taksu Snack di Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 7(4), 400-407.
- Ernani Hadiyati. 2011. Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13 No. 1. pp. 8-16.
- Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. 2009..Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66-76.

- Aryandi, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127
- Aryandi, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127
- Rangkuti Freddy, 2009, Strategi Promosi Yang Kreatif, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit :Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Wulandari, K., Fintahiasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.