

# Pengembangan UMKM Bolu Tapai Keju Melalui Inovasi Varian Rasa, Kemasan, dan Logo Baru untuk Menciptakan Daya Saing di Desa Penandingan Kecamatan Sungai Rotan

Nelly Rahmania<sup>1</sup>, Siti Sundari<sup>2</sup>, Amanda Oktavianti<sup>3</sup>, Siti Nurul Fadhilla<sup>4</sup>, Kurniati<sup>5</sup>, Fingky Hendika Pratama<sup>6</sup>, Selviani<sup>7</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7</sup> UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

Email Correspondensi: [nellyrn81@gmail.com](mailto:nellyrn81@gmail.com)

## ABSTRACT

*This study discusses strategies for developing micro, small, and medium enterprises (MSMEs) selling sponge cakes in Penandingan Village. The main focus is on marketing products through innovations such as adding new variants, such as cheese tapai sponge cakes, updating packaging, and creating more attractive product logos. Using qualitative research methods, we collected stories from business owners, buyers, and customers through interviews and direct observation. As a result, sales increased by up to 35%, product appeal strengthened, and these MSMEs were able to compete with products from outside the village. This simple strategy can be replicated by other MSMEs in rural areas to grow faster.*

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bolu di Desa Penandingan. Fokus utamanya adalah memasarkan produk dengan cara inovasi penambahan varian baru seperti bolu tapai keju, pembaruan kemasan, dan logo produk yang lebih menarik. Dengan metode penelitian kualitatif, kami mengumpulkan cerita dari pemilik usaha, pembeli, dan pelanggan melalui wawancara dan pengamatan langsung. Hasilnya, penjualan naik hingga 35%, daya tarik produk lebih kuat, dan UMKM ini bisa bersaing dengan produk dari luar desa. Strategi sederhana ini bisa ditiru UMKM lain di pedesaan untuk tumbuh lebih cepat.

## KEYWORDS:

*MSME Development, Innovation, and Competitiveness.*

## KATA KUNCI:

Pengembangan UMKM, Inovasi, dan Daya Saing.

## How to Cite:

“Rahmania, N., Sundari, S., Oktavianti, A., Fadhilla, S. N., Kurniati, Pratama, F. H., & Selviani. (2026). Pengembangan UMKM Bolu Tapai Keju Melalui Inovasi Varian Rasa, Kemasan, dan Logo Baru untuk Menciptakan Daya Saing di Desa Penandingan Kecamatan Sungai Rotan. *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA*, 2(2), 287–297.”

## PENDAHULUAN

Penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan bagian penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di komunitas pedesaan. Usaha kecil tidak hanya membantu menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penopang utama ekonomi lokal, dengan potensi untuk mengembangkan produk unik menjadi produk yang sangat kompetitif. Dalam konteks kuliner tradisional, salah satu produk yang berpotensi adalah bolu tapai, yaitu makanan khas lokal yang

terbuat dari bahan- bahan tradisional dan memiliki nilai budaya yang tinggi. Namun, di tengah pasar yang semakin kompetitif, usaha kecil sering menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberlanjutannya jika inovasi tidak terus dilakukan.<sup>1</sup>

Inovasi produk sangat penting untuk bersaing di sektor UMKM yang semakin kompetitif , terutama untuk produk makanan yang menghadapi banyak pesaing di pasar. Menurut berbagai penelitian, produk inovatif tidak hanya menambah nilai pada produk itu sendiri tetapi juga meningkatkan daya tarik konsumen dengan menawarkan variasi unik dalam rasa, kemasan, dan desain. Dengan berinovasi, usaha kecil tidak hanya dapat memenuhi perubahan preferensi konsumen tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka baik secara lokal maupun di wilayah lain.

Inovasi seperti rasa baru, penggabungan bahan baku lokal, perubahan bentuk, dan perbaikan kemasan dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat posisi produk mereka di pasar. Studi tentang UMKM makanan lainnya menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki korelasi positif dengan peningkatan daya saing dan kemungkinan perluasan pasar. Ini mendorong UMKM untuk berpikir kreatif saat membuat produk mereka.<sup>2</sup>

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bolu tapai di Desa Penandingan, Kecamatan Sungai Rotan, adalah salah satu yang memiliki potensi ekonomi besar karena bahan bakunya mudah diakses dan nilai tradisionalnya yang kuat. Namun, variasi rasa dan pendekatan pemasaran inovatif produk ini membuatnya sulit bersaing dengan produk makanan serupa dari kota lain. Di tengah persaingan pasar yang selalu berubah dan menuntut inovasi, kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku UMKM untuk terus berkembang.

Jika UMKM mampu memanfaatkan sumber daya internalnya untuk melakukan inovasi produk, mereka dapat mencapai lebih dari sekedar menambah variasi rasa. Sejalan dengan teori *resource-based view (RBV)*, yang menyatakan bahwa kemampuan internal UMKM seperti inovasi produk dan pemasaran adalah sumber daya strategi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.<sup>3</sup>

Desa Penandingan di Kecamatan Sungai Rotan mengelola UMKM bolu, suatu produk kuliner khas yang menggunakan bahan baku lokal dan memiliki nilai budaya yang tinggi. Walaupun memiliki

---

<sup>1</sup> Hadiyati, Fatkhurahman, and Arizal, "Peningkatan Daya Saing Produk Jajanan Pasar Melalui Inovasi Pada Kub Graha Permai Di Kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru," *JPK: Jurnal Pengabdian Kompetitif* 3, no. 2 (2024).

<sup>2</sup> Faiz Ahmad Sibuea, Muhammad Buhari Sibuea, and Apip Gunaidi Dalimuthe, "The Influence of Innovation on the Competitiveness of Frozen Food MSMEs in Medan City," *Economic: Journal Economic and Business* 5, no. 1 (2026).

<sup>3</sup> Ayman Sadik et al., "Resource-Based View of Marketing Innovation in SMEs: A Multi-Country Empirical Analysis Based on the Global Competitiveness Project," *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 14, no. 49 (2025).

potensi yang signifikan, UMKM ini sering kali menghadapi hambatan dalam pengembangan produk serta strategi pemasaran, yang membuatnya kurang berdaya saing dibandingkan dengan produk kuliner lainnya yang lebih inovatif. Situasi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan inovasi yang lebih mendalam agar dapat meningkatkan daya saing dan menjaga kelangsungan usaha di pasar yang terus berkembang.

Dengan demikian, produk makanan khas bolu menginovasi menambah varian rasa bolu tapai keju yang memiliki peluang untuk diversifikasi dengan membuat varian baru yang lebih menarik. Misalnya, membuat varian rasa yang lebih modern atau menambah karakter khusus pada produk dan kemasan serta logo dapat menjadi daya tarik baru yang membedakan bolu tapai dari produk sejenisnya. Diharapkan bahwa inovasi ini akan meningkatkan nilai estetika dan rasa serta meningkatkan reputasi produk sebagai makanan khas yang kreatif dan bernilai tinggi.

### **Pengembangan UMKM**

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah dimulai dengan pemahaman tentang pengertian UMKM. UMKM merupakan jenis bisnis yang dikelola oleh individu atau kelompok dengan ukuran modal, jumlah tenaga kerja, dan cara produksi tertentu. Biasanya, usaha ini lebih mudah beradaptasi dan responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar jika dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM memiliki posisi penting dalam perekonomian karena dapat menyerap banyak tenaga kerja, mendistribusikan pendapatan, dan mendorong kemajuan perekonomian di tingkat lokal. Di daerah pedesaan, UMKM sering kali menjadi motor penggerak perekonomian masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya yang ada serta memenuhi kebutuhan konsumen di sekitar.

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah mencakup berbagai pendekatan, seperti peningkatan kemampuan manajerial, akses ke modal, pengelolaan proses produksi, serta pengembangan variasi produk. Menurut Tjiptono, strategi untuk pengembangan UMKM seharusnya mencakup penguatan sumber daya manusia, teknologi dalam produksi, inovasi produk, dan pemasaran yang efektif agar usaha tersebut dapat bersaing dalam pasar yang penuh persaingan. Pendekatan ini memberikan kesempatan bagi UMKM lokal untuk meningkatkan standar produk dan memperluas jangkauan pasar. Misalnya, peluncuran varian baru dalam produk makanan seperti Bolu Tapai dapat menarik perhatian konsumen baru dan meningkatkan kesetiaan pelanggan, yang pada pasangannya akan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> M Anugrah Jaya Tanjung, Rifki Anwar Sagala, and Wulan Cintami Sri Rezeki Manurung, "Strategi Inovasi Dan Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Era Digital," *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 10, no. 1 (2025): 46–60.

Daya saing UMKM Merujuk pada kapasitas bisnis untuk mempertahankan posisinya di pasar sekaligus tumbuh di tengah persaingan. Menurut Porter (1985), faktor yang menentukan daya saing meliputi kualitas barang, efisiensi dalam operasional, kemampuan untuk berinovasi, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Usaha mikro, kecil, dan menengah yang memiliki inovasi serta kemampuan beradaptasi cenderung lebih sukses dalam memperbesar pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan mereka. Di pedesaan, pengembangan UMKM melalui produk inovasi seperti Bolu Tapai dapat memperkuat posisi bisnis di pasar baik lokal maupun regional. Oleh karena itu, pengembangan UMKM yang mengedepankan inovasi produk, penerapan manajemen usaha yang efektif, dan strategi pemasaran yang tepat akan meningkatkan kinerja bisnis serta menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.<sup>5</sup>

Strategi pengembangan UMKM dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan, seperti pelatihan dan pendidikan kewirausahaan, pendampingan usaha, pemberian kredit atau modal kerja, serta peningkatan akses pasar dan teknologi. Pemerintah dan lembaga swasta seringkali memberikan program pembinaan untuk UMKM agar mampu bersaing dengan perusahaan besar.

Secara ekonomi, pengembangan UMKM mendorong pertumbuhan usaha, peningkatan pendapatan, dan penciptaan lapangan kerja. Secara sosial, pengembangan UMKM dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat, memberdayakan kelompok usaha lokal, serta mendorong keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Dengan demikian, pengembangan UMKM bukan hanya sekadar upaya ekonomi, tetapi juga strategi untuk memperkuat ketahanan sosial dan pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Dengan melihat kondisi tantangan yang terjadi pada UMKM Bolu di Desa Penandingan, maka perlunya pengembangan UMKM Bolu untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar lebih luas dengan berinovasi menambah varian rasa yang berbeda, kemasan, dan menambahkan logo produk untuk lebih menarik.

## **Inovasi**

Inovasi adalah konsep penting dalam bidang manajemen dan kewirausahaan yang berkaitan dengan proses pengembangan atau penyesuaian ide-ide baru yang memberikan manfaat tambahan bagi organisasi atau produk. Secara umum, inovasi tidak hanya mencakup penciptaan produk yang

---

<sup>5</sup> Bahrul Helmi, Dedy Heriwibowo, and Universitas Teknologi Sumbawa, "ANALISIS INOVASI PELAKU UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING , STUDI KASUS PADA CV MSME INNOVATION ANALYSIS IN IMPROVING COMPETITIVENESS , CASE STUDY ON CV KARYA IWIN INSANI AND CV ORGANIC LOMBOK" 10, no. 1 (2022): 139–50.

sama sekali baru, tetapi juga bisa mencakup perubahan atau penyesuaian pada produk yang telah ada untuk lebih memenuhi kebutuhan pelanggan atau lebih bersaing di pasar. Schumpeter (1934) mengemukakan bahwa inovasi melibatkan penerapan ide-ide segar dalam menghasilkan produk, layanan, atau proses yang lebih efisien dan memiliki nilai ekonomi. Dalam konteks usaha kecil dan menengah, inovasi berfungsi sebagai strategi utama untuk mempertahankan keberadaan bisnis serta meningkatkan daya saing di tengah lingkungan pasar yang selalu berubah.<sup>6</sup>

Inovasi pada UMKM dapat hadir dalam berbagai macam bentuk, termasuk pengembangan produk, cara produksi, strategi pemasaran, dan pengelolaan organisasi. Pengembangan produk berhubungan dengan penciptaan variasi baru, perbaikan pada kualitas, penyesuaian cita rasa, atau perubahan desain yang menarik minat pelanggan. Di sisi lain, cara produksi merujuk pada teknik-teknik baru dalam pembuatan atau distribusi yang meningkatkan efisiensi operasi bisnis. Strategi pemasaran mencakup pendekatan baru dalam menyampaikan manfaat produk kepada pelanggan, seperti menggunakan pemasaran digital atau penjualan melalui internet. Semua jenis inovasi ini saling berkaitan dan secara bersama-sama dapat meningkatkan kinerja serta daya saing UMKM di pasaran.<sup>7</sup>

Inovasi memainkan peranan penting dalam membangun keunggulan kompetitif usaha karena dapat memisahkan produk UMKM dari kompetitornya. Penelitian menyatakan bahwa inovasi diakui sebagai faktor utama dalam meningkatkan kinerja dan perkembangan UMKM karena dapat menciptakan nilai lebih yang dirasakan oleh pelanggan, menarik kelompok pasar baru, serta memperkuat posisi bisnis dalam persaingan. Inovasi memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen, tren pasar, dan tantangan teknologi saat ini, agar usaha tidak berhenti tetapi terus maju.

Penerapan inovasi telah terbukti meningkatkan kinerja UMKM, baik dalam hal peningkatan penjualan, kualitas produk, maupun kepuasan pelanggan. Pengembangan produk, seperti penambahan variasi Bolu Tapai, dapat memenuhi beragam kebutuhan konsumen, meningkatkan nilai persepsi, dan memperluas cakupan pasar. Secara keseluruhan, inovasi merupakan elemen penting dalam memperkuat daya saing dan keberlangsungan UMKM, serta memungkinkan bisnis untuk tumbuh secara berkelanjutan di tengah persaingan ekonomi yang modern.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Arya Abdul Jabbar Muttaqin and Deri Apriadi, "Pengaruh Sumber Daya Manusia Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Kewirausahaan," *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, Dan Kewirausahaan* 3, no. 3 (2025).

<sup>7</sup> Syukri Hadi and Astri Ayu Purwati, "Modal Sosial Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM," *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 4, no. 1 (2020).

<sup>8</sup> Nur Fitri et al., "Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim," *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Manajemen & Bisnis (MUANOMI)* 1, no. 4 (2025): 174–82.

## Daya Saing

Daya saing UMKM dapat dipahami sebagai kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam berkompetisi secara efektif di pasar dengan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Nilai tambah tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai strategi, salah satunya inovasi produk yang mampu membedakan usaha dari para pesaing. Dengan adanya pembeda yang jelas, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk menarik dan mempertahankan konsumen.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil analisis empiris, daya saing juga berkaitan dengan kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, khususnya perkembangan pasar digital. UMKM yang mampu memanfaatkan inovasi dan teknologi digital secara optimal terbukti dapat meningkatkan pangsa pasar secara signifikan, bahkan hingga 35% dalam kurun waktu satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dan adaptasi menjadi faktor penting dalam memperkuat posisi usaha di tengah persaingan.<sup>10</sup>

Pendekatan daya saing ini menekankan pentingnya keseimbangan antara efisiensi biaya dan strategi diferensiasi produk. Efisiensi biaya membantu UMKM menjaga harga tetap kompetitif, sementara diferensiasi produk memberikan keunikan yang sulit ditiru oleh pesaing. Kombinasi kedua strategi tersebut menjadi kunci bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam kondisi persaingan yang semakin ketat.<sup>11</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Penelitian yang dilakukan di lapangan meneliti secara mendalam mengenai kondisi saat ini, melalui interaksi antara individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat. Penelitian lapangan juga dianggap sebagai metode yang komprehensif dalam penelitian kualitatif. Penelitian ini melibatkan wawancara langsung dengan pelaku UMKM dan pelanggan, serta melibatkan pemeriksaan sumber tertulis yang relevan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang peran inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Proses pengumpulan data melibatkan penggunaan jurnal ilmiah, artikel penelitian, laporan UMKM, dan dokumen pendukung lainnya yang membahas inovasi produk, daya saing strategi pemasaran, dan pengembangan UMKM. Setiap

---

<sup>9</sup> Puja Andini et al., "Pengaruh Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Daya Saing UMKM Dikota Bengkulu The Influence Of Product Innovation And Digital Marketing On The Competitiveness Of Msmes In Bengkulu City," *Jurnal Ekonomi Islam, Akuntansi, Dan Manajemen* 2, no. 1 (2025): 41–50.

<sup>10</sup> Syarif Hidayatullah et al., "Perang Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Journal of Applied Economics and Business Global* 1, no. 1 (2025): 16–23.

<sup>11</sup> Universitas Gadjah Mada, "STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING," *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 02, no. 02 (2025): 1–6.

sumber dibaca dengan cermat untuk menemukan informasi penting tentang bentuk inovasi, faktor pendukung, hambatan, dan dampaknya terhadap daya saing. Temuan dari berbagai sumber kemudian dianalisis dengan membandingkan persamaan dan perbedaan di seluruh literatur, yang mengarah pada pemahaman yang lebih komprehensif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Bolu di Desa Penandingan yang sebelumnya hanya memiliki dua varian rasa (original dan pandan), kemasan sederhana tanpa merek atau logo, serta pemasaran terbatas di lingkungan sekitar desa. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing produk relatif rendah.

Hasil analisis terhadap 50 responden menunjukkan bahwa 72% menginginkan tambahan varian rasa dan 68% menilai kemasan kurang menarik. Sebanyak 80% responden menyatakan lebih tertarik membeli jika tersedia kemasan yang layak dijadikan oleh-oleh. Berdasarkan temuan tersebut, dikembangkan empat varian baru, yaitu tapai, dan tapai keju. Varian Tapai keju menjadi yang paling diminati dengan tingkat kesukaan 85%. Selain itu, dilakukan inovasi kemasan menggunakan kemasan mika kue yang lebih aman dengan mencantumkan logo identitas produk.

Setelah 1 minggu implementasi, penjualan meningkat sebesar 35% dan jangkauan pasar mulai meluas ke luar desa. Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi varian dan kemasan efektif dalam meningkatkan minat beli serta daya saing UMKM Bolu Tapai Keju di Desa Penandingan.



**Gambar 1. Kemasan dan Logo Produk Bolu Tapai Keju**



**Gambar 2. Anggota Tim dan Pemilik UMKM**

### **Deskripsi Umum Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah UMKM Bolu Tapai yang beroperasi di Desa Penandingan. Usaha ini merupakan industri rumahan yang memproduksi bolu berbahan dasar tapai singkong dengan varian rasa original sebagai produk utama. Sebelum dilakukan pengembangan, usaha ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

- a. Produk hanya tersedia dalam satu varian rasa.
- b. Kemasan masih menggunakan plastik transparan sederhana tanpa identitas merek.
- c. Sistem pemasaran dilakukan secara langsung berdasarkan pesanan konsumen.
- d. Pangsa pasar terbatas pada masyarakat sekitar desa.
- e. Kondisi tersebut menyebabkan produk memiliki tingkat daya saing yang relative rendah dibandingkan produk sejenis di wilayah lain.

### **Hasil Identifikasi Kebutuhan Konsumen**

Berdasarkan hasil wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 50 responden, diperoleh beberapa temuan utama sebagai berikut:

- a. Sebanyak 72% responden mengharapkan adanya tambahan varian rasa.
- b. Sebanyak 68% menilai kemasan produk kurang menarik.
- c. 85% responden menyatakan minat beli meningkat apabila tersedia kemasan khusus untuk oleh-oleh.
- d. 64% responden mempertimbangkan desain kemasan sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian.

Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi pada aspek produk dan kemasan sangat dibutuhkan guna meningkatkan minat konsumen.

### **Hasil Pengembangan Varian Produk**

Sebagai tindak lanjut dari analisis kebutuhan pasar, dikembangkan tambahan 2 varian rasa baru, yaitu:

Bolu Tapai

Bolu Tapai Keju

Hasil uji coba produk menunjukkan tingkat penerimaan konsumen sebagai berikut:

85% responden menyukai varian tapai keju.

78% responden menyukai varian tapai.

Varian Tapai keju menjadi pilihan paling diminati karena memiliki cita rasa yang lebih manis, gurih dan sesuai dengan preferensi pasar, khususnya kalangan orang tua, remaja dan dewasa muda.

### **Hasil Inovasi Kemasan**

Perubahan kemasan dilakukan untuk meningkatkan nilai estetika dan daya tarik produk. Inovasi yang diterapkan meliputi:

- a. Penggunaan mika kue yang tebal dan aman dari air dan debu.
- b. Penambahan logo dan identitas merek.

Berdasarkan evaluasi konsumen, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. 88% responden menilai kemasan baru lebih menarik dibandingkan sebelumnya.
- b. 82% menyatakan kemasan baru layak dijadikan produk oleh-oleh.

### **Dampak Pengembangan terhadap Daya Saing**

Implementasi inovasi selama 1 minggu menunjukkan adanya peningkatan kinerja usaha, yaitu:

- a. Penjualan meningkat sebesar 35%.
- b. Bertambahnya konsumen dari luar Desa Penandingan.
- c. Produk mulai dipasarkan melalui media sosial.
- d. Meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.
- e. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi varian rasa dan kemasan memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap produk.

### **Analisis Peningkatan Daya Saing**

Analisis SWOT pasca pengembangan menunjukkan:

Kekuatan:

- a. Memiliki cita rasa khas berbahan dasar tapai.
- b. Varian produk lebih beragam.

c. Kemasan lebih aman dan menarik.

Kelemahan:

- a. Biaya produksi mengalami peningkatan.
- b. Kapasitas produksi masih terbatas.

Peluang:

- a. Potensi sebagai produk oleh-oleh khas daerah.
- b. Pemanfaatan pemasaran digital.
- c. Meningkatnya minat terhadap produk lokal.

Ancaman:

- a. Persaingan dengan produk roti modern.

Ketidakstabilan harga bahan baku.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM Bolu Tapai melalui inovasi varian rasa dan kemasan serta logo baru secara efektif mampu meningkatkan minat beli konsumen, memperluas pasar, serta meningkatkan penjualan. Strategi inovasi produk dan kemasan terbukti menjadi langkah yang tepat dalam memperkuat daya saing UMKM di Desa Penandingan. Berbagai studi pada UMKM menunjukkan bahwa inovasi mampu meningkatkan diferensiasi, kualitas, dan persepsi konsumen. Keberhasilan inovasi tersebut, dipengaruhi modal, keterampilan, waktu, dan sumber daya. Jadi, dengan inovasi UMKM menjadi strategi utama yang dapat mempertahankan dan bersaing di pasar lebih luas dan terus berubah.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dengan terselesaikan penelitian tersebut, penyusun mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat membantu penyusun, sehingga mampu menyelesaikan kegiatan penelitian sehingga berjalan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada anggota tim penelitian serta semua pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu yang telah membantu terlaksananya kegiatan penelitian ini. Penyusun berharap semoga artikel ini dapat memenuhi salah satu tugas wajib dalam mata kuliah Kuliah Kerja Nyata. Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penyusun pada khususnya dan umumnya bagi semua pihak yang terkait dalam kegiatan ini

## **DAFTAR PUSTAKA**

Andini, Puja, Suswati Nasution, Yun Fitriano, and Universitas Dehasen Bengkulu. "Pengaruh Inovasi Produk

- Dan Digital Marketing Terhadap Daya Saing UMKM Dikota Bengkulu The Influence Of Product Innovation And Digital Marketing On The Competitiveness Of Msmes In Bengkulu City.” *Jurnal Ekonomi Islam, Akuntansi, Dan Manajemen* 2, no. 1 (2025): 41–50.
- Fitri, Nur, Ayu Nandini, Winda Yuniar, and Yulia Novita. “Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM Program Studi Pendidikan Ekonomi , Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Manajemen & Bisnis (MUANOMI)* 1, no. 4 (2025): 174–82.
- Hadi, Syukri, and Astri Ayu Purwati. “Modal Sosial Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM.” *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 4, no. 1 (2020).
- Hadiyati, Fatkhurahman, and Arizal. “Peningkatan Daya Saing Produk Jajanan Pasar Melalui Inovasi Pada Kub Graha Permai Di Kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru.” *JPK: Jurnal Pengabdian Kompetitif* 3, no. 2 (2024).
- Helmi, Bahrul, Dedy Heriwibowo, and Universitas Teknologi Sumbawa. “ANALISIS INOVASI PELAKU UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING , STUDI KASUS PADA CV MSME INNOVATION ANALYSIS IN IMPROVING COMPETITIVENESS , CASE STUDY ON CV KARYA IWIN INSANI AND CV ORGANIC LOMBOK” 10, no. 1 (2022): 139–50.
- Hidayatullah, Syarif, Didin Pratama, Article Info, and Usaha Mikro. “Perang Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM.” *Journal of Applied Economics and Business Global* 1, no. 1 (2025): 16–23.
- Mada, Universitas Gadjah. “STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING.” *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 02, no. 02 (2025): 1–6.
- Muttaqin, Arya Abdul Jabbar, and Deri Apriadi. “Pengaruh Sumber Daya Manusia Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Kewirausahaan.” *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, Dan Kewirausahaan* 3, no. 3 (2025).
- Sadik, Ayman, Andres Rideg, Narbert Sipos, and Livvia. “Resource-Based View of Marketing Innovation in SMEs: A Multi-Country Empirical Analysis Based on the Global Competitiveness Project.” *Journal of Innovaton and Entrepreneurship* 14, no. 49 (2025).
- Sibuea, Faiz Ahmad, Muhammad Buhari Sibuea, and Apip Gunaidi Dalimuthe. “The Influence of Innovation on the Competitiveness of Frozen Food MSMEs in Medan City.” *Economic: Journal Economic and Business* 5, no. 1 (2026).
- Tanjung, M Anugrah Jaya, Rifki Anwar Sagala, and Wulan Cintami Sri Rezeki Manurung. “Strategi Inovasi Dan Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Era Digital.” *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 10, no. 1 (2025): 46–60.