



ANALISIS PENGEMBANGAN INOVASI BALADO KERING LABU SIAM PADA UMKM DESA BALEDONO MELALUI SALURAN PENJUALAN, PERSEPSI NILAI PRODUK, DAN BIAYA PRODUKSI

Rezza Dwi Amalia^{1*}, Ragil Irsyad Maulana²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

²Program Studi Agroteknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*E-mail: amaliasdwi9303@gmail.com

ABSTRAK

Desa Baledono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan memiliki ketersediaan labu siam yang cukup melimpah, namun pemanfaatannya masih didominasi dalam bentuk bahan pangan segar sehingga peluang peningkatan nilai tambahnya belum dimanfaatkan secara optimal. Kegiatan ini bertujuan untuk mengkaji pengembangan inovasi balado kering labu siam sebagai produk UMKM dengan memperhatikan aspek saluran penjualan, persepsi nilai produk, dan biaya produksi. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan partisipatif melalui tahapan identifikasi potensi, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi. Peserta kegiatan berjumlah tujuh orang yang terdiri atas perangkat desa dan anggota Kelompok Tani Wanita Lestari. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa labu siam dapat diolah menjadi balado kering yang memiliki karakteristik berbeda dari produk segar, lebih praktis, dan berpotensi memberikan nilai ekonomi tambahan. Saluran penjualan dapat dikembangkan melalui penjualan langsung, penitipan produk, dan pemanfaatan media sosial. Nilai produk dapat diperkuat melalui peningkatan cita rasa, tekstur, kualitas, kepraktisan, dan tampilan kemasan. Perhitungan menunjukkan biaya produksi sebesar Rp50.100 untuk tujuh kemasan atau rata-rata Rp7.157 per kemasan. Dengan harga jual Rp10.000 per kemasan, diperoleh selisih Rp2.843 per kemasan. Dengan demikian, pengembangan balado kering labu siam berpotensi menjadi alternatif usaha berbasis komoditas lokal apabila didukung oleh strategi pemasaran, pengelolaan biaya, dan peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan.

Kata kunci: Saluran penjualan, persepsi nilai produk, biaya produksi, inovasi produk, UMKM.

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF DRIED CHIEF PUMPKIN BALADO INNOVATION IN BALEDONO VILLAGE UMKM THROUGH SALES CHANNELS, PRODUCT VALUE PERCEPTION, AND PRODUCTION COSTS

ABSTRACT

Baledono Village in Tosari District, Pasuruan Regency, has an abundant supply of chayote; however, its utilization is still dominated by fresh consumption, meaning opportunities for value addition remain underutilized. This activity aimed to explore the development of an innovative dried chayote *balado* product for MSMEs, considering sales channels, perceived product value, and production costs. A qualitative descriptive and participatory approach was employed, comprising stages of potential identification, planning, implementation, and evaluation. Participants included seven individuals, consisting of village officials and members of the "Lestari" Women Farmers Group. Data collection involved observation, interviews, documentation, and evaluation. The results indicate that chayote can be processed into dried *balado*, offering characteristics distinct from the fresh product—such as greater convenience—and the potential for economic value addition. Sales channels can be developed through direct sales, consignment, and social media utilization. Product value can be enhanced by improving flavor, texture, quality, convenience, and packaging appearance. Cost calculations show a production cost of IDR 50,100 for seven packages, averaging IDR 7,157 per package. With a selling price of IDR 10,000 per package, a margin of IDR 2,843 per package is realized. Thus, the development of dried chayote *balado* holds potential as a local commodity-based business venture, provided it is supported by appropriate marketing strategies, effective cost management, and continuous product quality improvement.

Keywords: Sales channels, perceived product value, production costs, product innovation, MSMEs.



PENDAHULUAN

Salah satu industri yang saat ini sangat penting bagi perkembangan ekonomi dunia adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang berupaya menghasilkan nilai tambah melalui pengembangan kreativitas dan potensi lokal, sekaligus memperkuat citra serta budaya daerah (Agustina, 2025). Penerapan konsep tersebut dapat dilakukan melalui pemanfaatan komoditas lokal menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Sektor ini mencakup berbagai domain industri, termasuk desain, seni, gastronomi, fashion, dan pemasaran digital, yang didasarkan pada kreativitas, inovasi, dan penggunaan teknologi (Qusairy et al., 2025). Dalam perkembangannya, usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu bagian penting dalam mendorong aktivitas ekonomi masyarakat, terutama melalui pemanfaatan sumber daya lokal dan penciptaan nilai tambah terhadap hasil produksi daerah (Yolanda et al., 2024). Pada wilayah pedesaan, keberadaan UMKM dapat menjadi sarana untuk mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat agar tidak hanya menghasilkan komoditas dalam bentuk bahan mentah, tetapi juga mampu menghasilkan produk olahan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM perlu didukung oleh inovasi yang disesuaikan dengan potensi daerah serta kebutuhan dan karakteristik pasar.

Dalam media berita pwmu.co menyatakan bahwa Desa Baledono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi hasil pertanian berupa labu siam (Sidoarjo, 2026). Komoditas tersebut umumnya dimanfaatkan sebagai bahan pangan dan diolah untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari. Meskipun tanaman labu siam tumbuh dengan subur dan tersedia secara melimpah, masyarakat Desa Baledono belum memaksimalkan pemanfaatannya sebagai produk olahan bernilai ekonomi. Pemanfaatan labu siam yang masih berfokus pada konsumsi rumah tangga menyebabkan potensi komoditas tersebut sebagai bahan baku diversifikasi pangan belum dikembangkan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang untuk mengolah labu siam menjadi produk pangan inovatif yang memiliki daya simpan dan nilai jual lebih tinggi. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah mengembangkan labu siam menjadi produk balado kering. Inovasi ini diharapkan mampu memberikan bentuk pemanfaatan baru terhadap hasil pertanian sekaligus menciptakan produk olahan yang memiliki karakteristik berbeda, lebih praktis, dan memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai produk UMKM maupun oleh-oleh dari wilayah Tosari (Ipteks et al., 2024)

Inovasi ini dilakukan sebagai alternatif pemanfaatan komoditas lokal agar tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk segar, tetapi dapat dikembangkan menjadi produk olahan yang memiliki karakteristik dan nilai jual berbeda. Pengembangan produk tersebut juga telah diperkenalkan dan dipraktikkan bersama Kelompok Tani Lestari di Desa Baledono, yang menunjukkan adanya respons positif terhadap peluang pemanfaatan labu siam sebagai produk usaha. Produk balado kering labu siam dinilai memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai tambahan produk UMKM karena bahan bakunya mudah diperoleh dan kebutuhan modal produksinya relatif terjangkau (Ipteks et al., 2024)

Namun, pengembangan inovasi produk UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan mengolah bahan baku menjadi produk baru. Keberlanjutan suatu inovasi juga perlu didukung oleh pengelolaan usaha yang mempertimbangkan saluran penjualan, nilai yang dirasakan konsumen, serta biaya produksi. Biaya produksi perlu diperhatikan agar proses pengembangan produk dapat dilakukan secara efisien serta menghasilkan harga jual yang sesuai dengan kondisi usaha. Analisis biaya produksi pada UMKM pangan menunjukkan pentingnya pengelolaan biaya bahan baku, tenaga kerja, pengolahan, dan pengemasan dalam menentukan struktur biaya produk (Issue et al., 2025). Saluran penjualan menjadi aspek penting dalam menentukan bagaimana produk diperkenalkan dan disalurkan kepada konsumen. Sementara itu, persepsi nilai produk (*perceived value*) berkaitan dengan bagaimana konsumen menilai manfaat, kualitas, cita rasa, kemasan, keunikan, dan kesesuaian harga dari produk yang ditawarkan (Laksmiana et al., 2026). Di sisi lain, biaya produksi perlu diperhatikan agar proses pengembangan produk dapat dilakukan secara efisien serta menghasilkan harga jual yang tetap sesuai dengan kondisi pasar dan keberlanjutan usaha (Khairunisa et al., 2024).

Kajian terhadap ketiga aspek tersebut menjadi penting karena inovasi balado kering labu siam tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan produk baru, tetapi juga untuk melihat peluang pengembangannya sebagai produk UMKM berbasis potensi lokal. Melalui analisis saluran penjualan, persepsi nilai produk, dan biaya produksi, dapat diketahui berbagai faktor yang mendukung maupun menjadi kendala dalam

pengembangan produk. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai upaya meningkatkan nilai tambah labu siam sekaligus memperkuat kapasitas UMKM dalam mengembangkan produk olahan yang memiliki peluang pasar dan dapat diproduksi secara berkelanjutan (Wijana et al., 2026).

Secara akademik, kajian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya pembahasan mengenai pengembangan inovasi produk UMKM berbasis potensi pertanian lokal dengan mengintegrasikan aspek pemasaran, nilai produk, dan pengelolaan biaya produksi. Secara praktis, hasil kajian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM Desa Baledono dalam mengembangkan balado kering labu siam sebagai produk bernilai tambah, serta mendukung pemanfaatan komoditas lokal yang sebelumnya memiliki keterbatasan nilai ekonomi. Dengan demikian, inovasi produk tidak hanya menjadi alternatif pengolahan hasil pertanian, tetapi juga dapat menjadi bagian dari upaya penguatan dan pengembangan UMKM di Desa Baledono.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan partisipatif yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan, meliputi identifikasi potensi, penyusunan rencana kegiatan, pelaksanaan, dan evaluasi pengembangan produk balado kering berbahan dasar labu siam pada UMKM Desa Baledono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan. Pendekatan tersebut menempatkan masyarakat dan pelaku UMKM sebagai pihak yang terlibat secara aktif dalam setiap proses pengembangan produk. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada bulan Agustus 2026 yang berlokasi di Desa Baledono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan. Peserta yang menjadi sasaran kegiatan terdiri atas perangkat desa dan anggota Kelompok Tani Wanita Lestari dengan jumlah sebanyak 7 orang.



Gambar 1. Masyarakat Desa Baledono dalam Kegiatan Edukasi dan Pengembangan Produk Olahan Labu Siam



Gambar 2. Peserta Kegiatan Sosialisasi dan Edukasi Pemanfaatan Labu Siam Menjadi Produk Olahan

Kegiatan pengabdian ini menerapkan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya berupa penyampaian pengetahuan, tetapi juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk berpartisipasi secara langsung dalam proses pengolahan dan pengembangan komoditas lokal menjadi produk bernilai tambah. Sasaran kegiatan ditujukan kepada pelaku UMKM dan masyarakat Desa Baledono yang berkaitan dengan pemanfaatan dan pengolahan labu siam. Penentuan peserta dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan keterlibatan, minat, dan relevansi peserta terhadap kegiatan pengembangan produk olahan labu siam. Pelaksanaan kegiatan mencakup beberapa tahapan, yaitu pengenalan potensi serta permasalahan pemanfaatan labu siam, pemberian materi mengenai pengembangan produk, praktik pembuatan balado kering labu siam,

serta pembahasan mengenai saluran penjualan, persepsi nilai produk (*perceived value*), dan biaya produksi sebagai aspek pendukung pengembangan usaha.

Instrumen yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan terdiri atas lembar observasi, pedoman wawancara, dokumentasi, dan lembar evaluasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pemanfaatan labu siam serta proses pengembangan produk. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, tanggapan, dan kendala yang dihadapi peserta dalam mengembangkan produk. Dokumentasi digunakan untuk merekam seluruh rangkaian kegiatan, sedangkan lembar evaluasi digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman serta tanggapan peserta setelah kegiatan dilaksanakan.



Gambar 3. Mahasiswa KKN-P UMSIDA Memberikan Pelatihan dan Pengolahan Inovatif Berbasis Labu Siam Kepada Masyarakat Desa Baledono

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Informasi yang berasal dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan evaluasi selanjutnya dikategorikan berdasarkan aspek pengembangan produk yang meliputi saluran penjualan, persepsi nilai produk (*perceived value*), dan biaya produksi. Analisis tersebut digunakan untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, serta peluang pengembangan balado kering labu siam sebagai produk olahan berbasis potensi lokal yang dapat mendukung penguatan UMKM di Desa Baledono.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi dan Pemanfaatan Labu Siam di Desa Baledono

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa Desa Baledono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan, memiliki potensi komoditas labu siam yang cukup melimpah. Ketersediaan bahan baku tersebut menjadi peluang untuk dikembangkan menjadi produk pangan inovatif yang memiliki nilai tambah. Sebelumnya, pemanfaatan labu siam masih didominasi dalam bentuk bahan pangan segar sehingga sebagian hasil produksi belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya diversifikasi pengolahan agar komoditas lokal dapat memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Pengembangan labu siam menjadi produk balado kering merupakan salah satu bentuk diversifikasi yang dapat memberikan alternatif pemanfaatan hasil pertanian masyarakat. Produk tersebut tidak hanya mengubah bentuk dan karakteristik labu siam, tetapi juga memberikan peluang untuk menghasilkan produk pangan yang lebih praktis, memiliki cita rasa berbeda, dan berpotensi dipasarkan sebagai produk UMKM.

Dengan demikian, inovasi pengolahan dapat menjadi salah satu langkah dalam meningkatkan pemanfaatan komoditas lokal sekaligus mendukung pengembangan usaha masyarakat. Selain aspek ketersediaannya, pemilihan komoditas lokal sebagai bahan baku produk inovatif juga perlu didukung oleh potensi pangan dan nilai gizi yang dimilikinya. Salah satu komoditas yang memiliki potensi

tersebut adalah labu siam (*Sechium edule*). Labu siam (*Sechium edule*) tidak hanya memiliki potensi dari segi ketersediaan dan pemanfaatannya sebagai komoditas lokal, tetapi juga memiliki kandungan gizi yang mendukung pengembangannya sebagai bahan pangan. Dalam setiap 100 gr labu siam, terkandung sekitar 19 kkal energi, 0,82 gr protein, 0,13 gr lemak, dan 4,51 gr karbohidrat.

Labu siam juga mengandung berbagai mineral, seperti kalium, kalsium, magnesium, fosfor, natrium, zat besi, seng, dan mangan, serta vitamin, antara lain vitamin C, vitamin B1, vitamin B2, vitamin B3, vitamin B6, folat, dan vitamin A. Kandungan tersebut menjadikan labu siam sebagai bahan pangan yang relatif rendah kalori namun tetap mengandung berbagai zat gizi yang dibutuhkan tubuh. Kandungan gizi tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam pengembangan labu siam menjadi produk olahan, karena proses diversifikasi tidak hanya bertujuan meningkatkan nilai ekonomi komoditas, tetapi juga mempertahankan potensi nilai gizi bahan pangan (Saputro et al., 2023). Meskipun demikian, proses pengolahan, terutama pengeringan dan penggorengan dalam pembuatan balado kering, dapat memengaruhi karakteristik serta kandungan gizi produk akhir. Oleh karena itu, inovasi balado kering labu siam perlu memperhatikan tidak hanya aspek cita rasa dan daya simpan, tetapi juga proses pengolahan, kualitas produk, kemasan, serta nilai yang dirasakan konsumen.



Gambar 4. Praktek Pengolahan Labu Siam



Gambar 5. Sosialisasi Penjelasan Label Sticker

2. Pelaksanaan Inovasi Produk Balado Kering Labu Siam

Kegiatan pengembangan produk dilakukan melalui praktik secara langsung yang melibatkan peserta dalam setiap tahapan pengolahan. Proses dimulai dari persiapan bahan, pencucian dan pemotongan labu siam, pengolahan, pengeringan atau penggorengan, pemberian bumbu balado, pendinginan, hingga pengemasan. Keterlibatan langsung peserta memberikan pengalaman praktis mengenai proses mengolah bahan baku lokal menjadi produk pangan yang memiliki nilai tambah. Tahapan pengolahan tersebut juga menunjukkan bahwa inovasi produk membutuhkan perhatian terhadap kualitas pada setiap proses produksi.

Pemilihan bahan baku, ketepatan proses pengolahan, tingkat kekeringan, pemberian bumbu, serta proses pendinginan sebelum pengemasan menjadi bagian penting dalam menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik. Pengemasan dilakukan setelah produk berada dalam kondisi yang sesuai agar kualitas produk dapat dipertahankan selama penyimpanan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa labu siam dapat dikembangkan menjadi produk olahan dengan karakteristik yang berbeda dari bentuk segarnya. Pengolahan tersebut memberikan peluang bagi masyarakat untuk tidak hanya menjual labu siam sebagai komoditas pertanian, tetapi juga mengembangkan produk jadi yang memiliki nilai jual lebih tinggi.



Gambar 6. Contoh Kemasan Produk Balado Kering Labu Siam



Gambar 7. Kemasan Balado Kering

3. Pengembangan Saluran Penjualan Produk

Pengembangan produk perlu diikuti dengan penentuan saluran penjualan yang sesuai agar produk dapat menjangkau konsumen. Berdasarkan hasil kegiatan, saluran penjualan dapat dikembangkan melalui penjualan secara langsung, penitipan produk pada toko atau warung, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Pemilihan saluran tersebut perlu disesuaikan dengan kemampuan produksi dan karakteristik konsumen yang menjadi sasaran. Desa Baledono yang berada di wilayah Tosari juga memberikan peluang pengembangan pasar yang berkaitan dengan aktivitas wisata di kawasan Bromo.

Balado kering labu siam dapat diarahkan sebagai salah satu alternatif makanan ringan atau oleh-oleh berbasis potensi lokal. Pemanfaatan media digital dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas melalui penyajian informasi mengenai produk, kemasan, harga, serta keunggulan bahan baku lokal (Khairunisa et al., 2024). Penggunaan beberapa saluran penjualan secara bersamaan dapat menjadi alternatif untuk mengurangi ketergantungan UMKM pada satu bentuk pemasaran. Namun, penerapannya tetap perlu mempertimbangkan kapasitas produksi, biaya distribusi, kemampuan pengelolaan, serta respons konsumen terhadap produk (Samionno et al., 2026).



Gambar 8. Pemaparan Materi Strategi Pemasaran dan Penjualan Produk Secara Online melalui Pemanfaatan Media Sosial

4. Persepsi Nilai Produk (*Perceived Value*)



Nilai suatu produk tidak hanya ditentukan oleh bahan baku yang digunakan, tetapi juga oleh manfaat dan pengalaman yang diperoleh konsumen. Balado kering labu siam memiliki potensi nilai tambah karena menghadirkan bentuk konsumsi labu siam yang berbeda dari pemanfaatan pada umumnya. Cita rasa balado, tekstur produk, kepraktisan konsumsi, serta kemasan menjadi beberapa aspek yang dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap produk. Dalam pengembangan produk UMKM, kesesuaian antara harga dengan kualitas yang diterima konsumen perlu menjadi perhatian. Produk dengan kualitas rasa dan tekstur yang baik, kemasan yang menarik, serta informasi produk yang jelas berpotensi memberikan persepsi nilai yang lebih positif. Oleh karena itu, pengembangan balado kering labu siam tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga perlu memperhatikan bagaimana produk tersebut dipandang oleh konsumen.

5. Biaya Produksi dan Penentuan Harga Produk

Biaya produksi menjadi salah satu aspek penting dalam menentukan keberlanjutan pengembangan balado kering labu siam. Komponen biaya yang perlu diperhitungkan meliputi bahan baku, bumbu, minyak, bahan bakar atau energi, tenaga kerja, dan kemasan. Perhitungan biaya diperlukan agar pelaku UMKM dapat mengetahui besarnya pengeluaran dalam menghasilkan produk dan menentukan harga jual secara lebih tepat (1, 2, 3, 4, 2024). Penggunaan labu siam sebagai bahan baku lokal memberikan peluang untuk mendukung efisiensi bahan baku karena komoditas tersedia di lingkungan sekitar. Namun, biaya pendukung lainnya tetap perlu diperhatikan, terutama penggunaan minyak, bumbu, energi, dan kemasan. Kemasan yang lebih menarik dapat meningkatkan daya tarik produk, tetapi pada saat yang sama dapat meningkatkan biaya produksi. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara kualitas kemasan, harga jual, dan daya beli konsumen. Berdasarkan perhitungan biaya produksi yang diperoleh selama kegiatan, total biaya produksi sebesar Rp50.100 dapat menghasilkan sebanyak 7 kemasan/pouch dengan biaya produksi rata-rata sebesar Rp7.157 per kemasan. Apabila produk ditetapkan dengan harga jual sebesar Rp10.000, maka terdapat selisih sebesar Rp2.843 per kemasan yang dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan keuntungan usaha. Perhitungan tersebut dapat membantu pelaku UMKM dalam menetapkan harga berdasarkan kondisi biaya produksi secara lebih terukur.

6. Pengembangan Balado Kering Labu Siam sebagai Produk UMKM

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan balado kering labu siam memiliki peluang untuk menjadi salah satu produk olahan berbasis potensi lokal Desa Baledono. Ketersediaan labu siam menjadi modal bahan baku, sedangkan inovasi pengolahan memberikan nilai tambah terhadap komoditas tersebut. Namun, keberlanjutan produk membutuhkan dukungan dari aspek penjualan, nilai produk yang dirasakan konsumen, dan pengelolaan biaya produksi. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam pengembangan produk. Saluran penjualan berperan dalam memperluas akses produk kepada konsumen, perceived value berkaitan dengan kemampuan produk memberikan manfaat dan daya tarik bagi konsumen, sedangkan pengelolaan biaya produksi berhubungan dengan kemampuan UMKM menjaga harga dan keuntungan usaha.

Dengan mengembangkan ketiga aspek tersebut secara terpadu, balado kering labu siam memiliki peluang untuk tidak hanya menjadi hasil inovasi kegiatan pengabdian, tetapi juga dikembangkan sebagai produk UMKM yang berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat berupa peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan labu siam sebagai bahan baku produk pangan inovatif. Selain menghasilkan alternatif produk olahan, kegiatan ini juga memberikan gambaran mengenai aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha, mulai dari proses produksi hingga pemasaran dan penentuan biaya. Pengembangan lebih lanjut dapat diarahkan pada penyempurnaan resep, peningkatan kualitas kemasan, penguatan identitas produk, pemanfaatan pemasaran digital, serta perluasan jaringan penjualan agar produk memiliki daya saing dan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, labu siam yang tersedia di Desa Baledono memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk olahan bernilai tambah melalui inovasi balado kering. Proses pengolahan yang melibatkan peserta secara langsung mampu memberikan pengalaman dalam mengolah komoditas lokal menjadi produk pangan dengan bentuk, cita rasa, dan karakteristik yang berbeda.



Pengembangan produk tersebut perlu disertai dengan strategi penjualan yang tepat, baik melalui pemasaran secara langsung maupun pemanfaatan media sosial dan jaringan penitipan produk. Dari aspek nilai produk, daya tarik balado kering labu siam dapat dibangun melalui kualitas rasa, tekstur, kepraktisan, tampilan kemasan, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima konsumen. Sementara itu, perhitungan biaya menunjukkan bahwa produksi tujuh kemasan membutuhkan biaya sebesar Rp50.100 atau rata-rata Rp7.157 per kemasan.

Apabila harga jual ditetapkan sebesar Rp10.000 per kemasan, terdapat selisih Rp2.843 per kemasan yang dapat menjadi pertimbangan dalam memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, pengembangan balado kering labu siam perlu dilakukan secara terpadu dengan memperhatikan pemasaran, kualitas produk, kemasan, serta efisiensi biaya produksi. Pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada peningkatan kualitas dan konsistensi produk, penguatan merek dan desain kemasan, pemanfaatan media digital secara lebih optimal, serta perluasan jaringan pemasaran sehingga produk dapat berkembang sebagai salah satu produk unggulan UMKM Desa Baledono.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Pemerintah Desa Baledono, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan, serta Kelompok Tani Wanita Lestari Desa Baledono atas dukungan dan keterlibatannya selama pelaksanaan kegiatan pengembangan produk balado kering labu siam. Terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata, mulai dari tahap persiapan hingga penyelesaian kegiatan. Partisipasi dan kerja sama yang diberikan oleh berbagai pihak menjadi bagian penting dalam terlaksananya kegiatan pemanfaatan potensi lokal melalui inovasi pengolahan labu siam menjadi produk pangan bernilai tambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. P. (2025). *Strategi Pengembangan UMKM di Sektor Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing*. 5, 5123–5135.
- Ipteks, J. A., Issn, M., & Maret, B. (2024). *INOVASI PRODUK UNGGULAN DESA BERBASIS POTENSI LOKAL LABU SIAM (SECHUM EDULE) DI WILAYAH PEMBERDAYAAN DESA CIPAGANTI, KABUPATEN GARUT*. 13(1), 26–35.
- Issue, V., Riski, L., & Sulistyowati, E. (2025). *JUTIN : Jurnal Teknik Industri Terintegrasi Analisis Biaya Produksi dengan Pendekatan Activity Based Costing (ABC) (Studi Kasus : UMKM Keripik Singkong di Pasuruan)*. 8(3).
- Khairunisa, A. N., Misidawati, D. N., Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., & Pekalongan, W. (2024). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI INDONESIA*. 3(1), 184–190.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. (Membahas aspek saluran penjualan/distribution channels dan penciptaan nilai/perceived value bagi konsumen).
- Laksmiana, I. N. H., Kemala, L., Widhiari, P., Rinaldi, E., & Fauziah, L. (2026). *Perceived Value Mediates Product Quality and Price Effects on Purchases at Pandang Kopi , Gianyar , Bali*. 06(01). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v6i1.43299>
- Qusairy, R., Ramadhan, N. S., Adani, A., & Firdaus, R. (2025). *Peran ekonomi kreatif terhadap peningkatan kesejahteraan umkm di indonesia*. 4(April), 264–272.
- Samionno, B. E., Satria, I., & Wijaya, A. (2026). *Pengaruh Omni Channel terhadap Sales Performance dengan CRM sebagai Variabel Mediasi pada UMKM Sukabumi*. 10(1), 41–54. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol10.iss1.art4>
- Saputro, C. H., Khoirunnisa, I., & Wirayudha, R. (2023). *PELATIHAN PEMBUATAN SELAI DARI LABU SIAM (Sechium edule (Jacq .) Sw .) SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN*. 3(2), 159–165.



- Sidoarjo, G. U. M. (2026). *Tak Lagi Dibuang, Labu Siam Baledono Diolah Jadi Camilan Kering Balado*. Pmcu.Co.
- Wijana, M., Wijaya, M. R., Nurholiza, Y., & Antika, R. (2026). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal melalui Pelatihan Produksi dan Pemasaran Dodol Labu Siam*. 6(1), 44–53.
- Yolanda, C., Hasanah, U., Tjut, U., Dhien, N., Studi, P., Pembangunan, E., Tjut, U., Dhien, N., & Manajemen, P. S. (2024). *Peran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) dalam pengembangan ekonomi indonesia*. 2(3), 170–186.