

PENGARUH KEUNIKAN RASA, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP DAYA SAING UMKM DODOL PASAR BENGKEL DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Fristya Sugesty

Prodi Sastra Inggris, Universitas Islam Sumatera Utara

Email: fristya1402@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of unique flavor, product quality, and price on the competitiveness of dodol producers at Pasar Bengkel in Serdang Bedagai Regency. As a regional specialty, dodol producers face increasingly fierce competition, necessitating appropriate strategies to maintain and enhance their competitiveness. This study used a quantitative approach with a survey of consumers purchasing dodol products at Pasar Bengkel. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that unique flavor, product quality, and price simultaneously significantly influence the competitiveness of dodol. Partially, unique flavor and product quality exert the most dominant influence, while price remains an important consideration for consumers in purchasing decisions. These findings confirm that flavor innovation, consistent quality, and pricing appropriate to product value can be key strategies for enhancing the competitiveness of dodol producers at Pasar Bengkel.

Keywords: *Unique flavor, Product quality, Price, Competitiveness*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keunikan rasa, kualitas produk, dan harga terhadap daya saing UMKM dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai. UMKM dodol sebagai salah satu produk khas daerah menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap konsumen yang membeli produk dodol di Pasar Bengkel. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunikan rasa, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM dodol. Secara parsial, keunikan rasa dan kualitas produk memberikan pengaruh paling dominan,

Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

sementara harga tetap menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi rasa, konsistensi kualitas, serta penetapan harga yang sesuai dengan nilai produk dapat menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM dodol di Pasar Bengkel.

Kata kunci: Keunikan rasa, Kualitas produk, Harga, Daya saing

I. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta menjaga keberlangsungan produk khas lokal. Salah satu produk kuliner tradisional yang masih bertahan dan berkembang hingga saat ini adalah dodol, khususnya yang diproduksi oleh UMKM di Pasar Bengkel, Kabupaten Serdang Bedagai. Kawasan ini dikenal sebagai sentra oleh-oleh khas daerah yang banyak dikunjungi wisatawan dan masyarakat lokal, sehingga memiliki potensi pasar yang cukup besar.

Namun, seiring dengan meningkatnya persaingan antar pelaku usaha, UMKM dodol di Pasar Bengkel dituntut untuk memiliki daya saing yang kuat. Menurut (Hanifah & Raharja, 2025) Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap daya saing UMKM di sektor kuliner. Daya saing tidak hanya ditentukan oleh kemampuan produksi, tetapi juga oleh bagaimana produk mampu menarik perhatian konsumen dan memenuhi harapan mereka. Dalam konteks produk makanan tradisional seperti dodol, terdapat beberapa faktor penting yang dapat memengaruhi daya saing, di antaranya adalah keunikan rasa, kualitas produk, dan harga.

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

Keunikan rasa menjadi salah satu daya tarik utama produk dodol. Inovasi dalam varian rasa, penggunaan bahan baku khas, serta cita rasa yang berbeda dari produk pesaing dapat menciptakan identitas produk yang kuat di benak konsumen. Menurut (Arianto & Purwatiningsih, 2025) cita rasa mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, Semakin tinggi kualitas cita rasa yang disajikan, maka semakin besar tingkat kepuasan konsumen yang dapat dicapai. Produk dengan rasa yang khas dan tidak mudah ditemukan di tempat lain cenderung memiliki nilai tambah dan lebih mudah diingat oleh konsumen.

Selain itu, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Kualitas produk dodol dapat dilihat dari tekstur, kebersihan, kemasan, daya tahan produk, serta konsistensi rasa. Konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya enak, tetapi juga aman dikonsumsi dan memiliki tampilan yang menarik. Kualitas yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan berpotensi menciptakan pembelian ulang. Menurut (Anggraeni & Ali, 2025) pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap strategi penjualan" dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap strategi penjualan sebagai faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian dan daya saing

Dalam pasar oleh-oleh, konsumen sering kali membandingkan harga antar produk sebelum memutuskan untuk membeli. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat beli, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi kualitas yang kurang baik. Menurut (Tiara, dkk, 2025) menyatakan bahwa harga jual tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, mengindikasikan bahwa konsumen UMKM

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

kuliner lebih mempertimbangkan aspek nilai tambah dibandingkan harga semata. Oleh karena itu, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan keunikan produk menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, UMKM dodol di Pasar Bengkel memiliki karakteristik sebagai sentra usaha makanan tradisional yang telah lama dikenal sebagai ikon oleh-oleh khas Sumatera Utara serta memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi antar pelaku usaha sejenis. UMKM dodol di Pasar Bengkel menghadapi tantangan nyata dalam mempertahankan eksistensi usahanya di tengah perubahan preferensi konsumen dan meningkatnya persaingan pasar. Meskipun produk yang dijual relatif serupa, setiap pelaku usaha berupaya menciptakan diferensiasi melalui cita rasa, kualitas produk, dan penetapan harga agar mampu menarik minat konsumen. Penting untuk mengetahui sejauh mana keunikan rasa, kualitas produk, dan harga memengaruhi daya saing UMKM dodol di Pasar Bengkel.

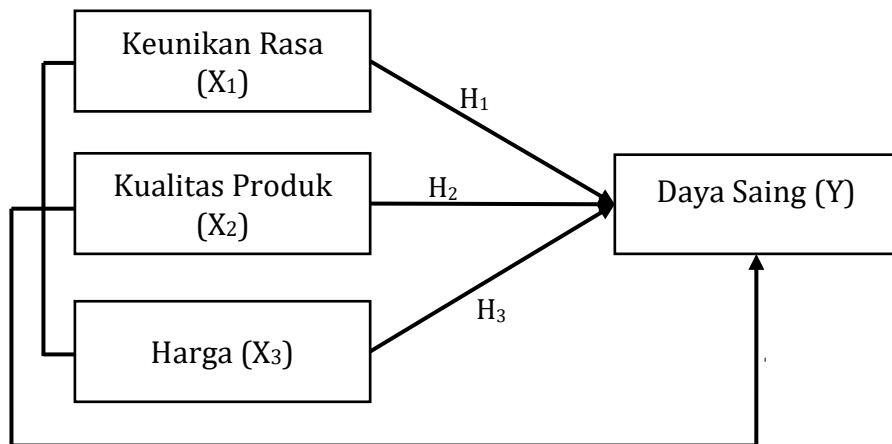
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang paling berperan dalam meningkatkan daya saing produk, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pengembangan usaha. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh keunikan rasa, kualitas produk, dan harga terhadap daya saing UMKM dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM lokal serta memperkuat posisi produk tradisional di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

Kerangka Pemikiran Berdasarkan pengamatan tentang pengaruh keunikan rasa, kualitas produk, harga terhadap daya saing, maka penulisan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Metode Penelitian

Sumber: Data Olahan

Keterangan:

- X₁: Kualitas Produk
- X₂: Kualitas Pelayanan
- X₃: Harga
- Y: Kepuasan Konsumen

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei deskriptif dan analitik. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur secara objektif pengaruh variabel independen yaitu keunikan rasa, kualitas produk, dan harga terhadap variabel dependen daya saing UMKM dodol

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

yang dihasilkan oleh UMKM dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai.

Penelitian dilaksanakan di UMKM dodol Pasar Bengkel yang berada di Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara, karena merupakan kawasan produksi dan pusat pemasaran utama produk dodol lokal. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli dodol di UMKM Pasar Bengkel dalam periode penelitian, diperkirakan mencapai ±200 orang berdasarkan catatan penjualan mingguan dari pelaku UMKM.

Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (e) 5%:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Sehingga:

$$n = \frac{500}{1 + 500(0,05)^2} = \frac{500}{1 + 1,25} \approx 222 \text{ responden}$$

Dengan demikian, diperoleh 222 responden sebagai sampel penelitian menggunakan teknik purposive sampling, yaitu konsumen yang telah membeli dodol lebih dari 1 kali dan bersedia mengisi kuesioner.

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

Tabel.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala
Keunikan Rasa (X1)	Perbedaan rasa dibanding pesaing, variasi rasa, kepuasan citarasa	Likert
Kualitas Produk (X2)	Tekstur, kebersihan, kemasan, daya tahan simpan	Likert
Harga (X3)	Kesesuaian harga dengan kualitas, harga relatif, daya beli konsumen	Likert
Daya Saing (Y)	Preferensi konsumen, loyalitas, volume pembelian, rekomendasi	Likert

Sumber: Data Olahan

Instrumen utama penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel. Kuesioner terdiri dari pernyataan tertutup dengan skala Likert 1-5 (1=sangat tidak setuju hingga 5=sangat setuju). Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitas dengan uji *Cronbach's Alpha* menggunakan program SPSS 26.

Teknik Pengumpulan Data, dikumpulkan melalui:

1. Kuesioner langsung kepada konsumen yang sedang atau telah bertransaksi di UMKM dodol Pasar Bengkel.
2. Observasi lapangan untuk mengamati proses produksi dan tampilan produk dodol.
3. Wawancara singkat dengan pemilik UMKM untuk mendapatkan data sekunder seperti volume penjualan dan strategi penetapan harga.

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

Data dianalisis secara kuantitatif menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26 dengan langkah analisis sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan instrumen mencerminkan ukuran yang valid dan konsisten.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Menyajikan gambaran umum data responden berdasarkan karakteristik seperti usia, jenis kelamin, dan frekuensi pembelian.

3. Uji Asumsi Klasik

Meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan data memenuhi asumsi regresi linier berganda.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel keunikan rasa (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) secara bersama-sama dan parsial terhadap daya saing (Y).

Persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Daya Saing,

a = Konstanta,

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi,

e = Error term.

Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

Uji Signifikansi Statistik

- Uji F untuk melihat pengaruh simultan semua variabel independen terhadap variabel dependen.
- Uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan etika, yaitu memastikan bahwa responden mengisi kuesioner secara sukarela, data yang dikumpulkan dijaga kerahasiaannya, serta hasil penelitian digunakan hanya untuk kepentingan akademik.

III. Diskusi dan Hasil

Penelitian ini melibatkan 222 responden yang merupakan konsumen dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai. Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh karakteristik sebagai berikut: Jenis kelamin: 58% perempuan dan 42% laki-laki, Usia: 21–30 tahun (34%), 31–40 tahun (29%), 41–50 tahun (22%), >50 tahun (15%), Frekuensi pembelian: 1–2 kali (40%), 3–5 kali (37%), >5 kali (23%). Data ini menunjukkan bahwa konsumen dodol tidak hanya wisatawan, tetapi juga pembeli berulang yang sudah mengenal kualitas produk.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel (0,132), sehingga dinyatakan valid.

Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

Uji Reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha: Keunikan Rasa = 0,81 ; Kualitas Produk = 0,85 ; Harga = 0,78 ; Daya Saing = 0,83 Seluruh variabel memiliki nilai >0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	Rata-rata Skor	Kategori
Keunikan Rasa	4,32	Sangat Baik
Kualitas Produk	4,25	Sangat Baik
Harga	3,98	Baik
Daya Saing	4,18	Baik

Sumber: Data Olahan

Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen menilai rasa dodol Pasar Bengkel memiliki ciri khas yang kuat, kualitas produknya baik, dan harga relatif terjangkau.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi:

$$Y=2,145+0,352X_1+0,401X_2+0,214X_3$$

Keterangan:

X1 = Keunikan Rasa

X2 = Kualitas Produk

X3 = Harga

Y = Daya Saing

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

Uji F (Simultan)

Nilai F-hitung = 48,62 dengan sig. 0,000 < 0,05, artinya keunikan rasa, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM dodol.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai $R^2 = 0,58$, berarti 58% daya saing UMKM dodol dipengaruhi oleh keunikan rasa, kualitas produk, dan harga, sedangkan 42% dipengaruhi faktor lain seperti promosi, lokasi, dan pelayanan.

Uji t (Parsial)

Berikut penjelasan dari hasil Uji t (parsial) yang dilakukan selama penelitian, dari tabel dibawah ini:

Tabel.3 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
Keunikan Rasa	5,87	0,000	Signifikan
Kualitas Produk	6,41	0,000	Signifikan
Harga	3,12	0,002	Signifikan

Sumber: Data Olahan

Semua variabel berpengaruh signifikan secara parsial terhadap daya saing.

Pembahasan

1. Pengaruh Keunikan Rasa terhadap Daya Saing

Dari hasil analisis pengaruh keunikan rasa terhadap daya saing melalui Uji F (Simultan) dan bersama mendapatkan Nilai F-hitung = 48,62 dengan sig. 0,000 < 0,05, artinya keunikan rasa, kualitas produk, dan harga

Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM dodol. Begitu juga dengan Uji t (Parsial) mendapatkan hasil 5,87, yaitu berpengaruh signifikan terhadap daya saing. Hal ini menunjukkan bahwa variasi rasa seperti dodol durian, nenas, pandan, susu, cokelat, dan rasa khas lainnya menjadi faktor utama yang membedakan produk Pasar Bengkel dari daerah lain. Keunikan rasa menjadi bentuk diferensiasi produk yang memperkuat posisi UMKM dalam persaingan.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lestari, dkk, 2023) menyatakan bahwa sentuhan unik pada cita rasa dan tekstur hidangan, yang menarik minat para pecinta kuliner, keunikan rasa ini kemudian terjaga dan menjadi salah satu identitas kuliner khas daerah tersebut. Keunikan dan kelezatan toge goreng menjadi makanan lokal dapat menjadi daya tarik dari suatu tempat dan memberikan pengalaman kultural yang berharga bagi wisatawan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Daya Saing

Dari hasil analisis pengaruh keunikan rasa terhadap daya saing melalui Uji F (Simultan) dan bersama mendapatkan Nilai F-hitung = 48,62 dengan sig. $0,000 < 0,05$, artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM dodol. Hasil analisis deskriptif variabel mendapatkan score rata-rata 4,25 yaitu sangat baik. Temuan ini menegaskan bahwa UMKM tidak cukup hanya mengandalkan rasa, tetapi juga harus menjaga standar mutu produksi. Ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Helsanti, dkk, 2025) menyatakan bahwa kualitas produk turut menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha UMKM itu sendiri. Dan juga menurut penelitian terdahulu oleh

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

(Apiatno, 2025) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Chandra Wulan.

3. Pengaruh Harga terhadap Daya Saing

Dari hasil analisis pengaruh keunikan rasa terhadap daya saing melalui Uji F (Simultan) dan bersama mendapatkan Nilai F-hitung = 48,62 dengan sig. $0,000 < 0,05$, artinya keunikan rasa, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM dodol. Begitu juga dengan Uji t (Parsial) mendapatkan hasil 3,12, yaitu berpengaruh signifikan terhadap daya saing walaupun tidak sebesar dari nilai keunikan rasa. Konsumen menilai harga dodol Pasar Bengkel masih sesuai dengan kualitas dan porsi produk. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rahmadani, dkk, 2023) menyatakan bahwa harga yang kompetitif membuat produk tetap terjangkau oleh berbagai segmen konsumen, terutama wisatawan yang membeli dalam jumlah banyak sebagai oleh-oleh. Juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Anggraeni & Ali, 2025) menyimpulkan bahwa penetapan harga yang tepat, transparan, dan sesuai nilai produk menarik pelanggan, sementara strategi harga dinamis penting untuk adaptasi pasar. Harga mencerminkan persepsi pelanggan, bersaing, mencakup biaya, dan responsif terhadap perubahan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing UMKM dodol Pasar Bengkel dapat ditingkatkan melalui inovasi varian rasa baru tanpa menghilangkan rasa khas tradisional, menjaga konsistensi kualitas bahan baku dan proses produksi, penetapan harga yang seimbang dengan

Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

kualitas produk. Ketiga faktor ini saling melengkapi dalam membangun keunggulan kompetitif umkm dodol di pasar oleh-oleh khas daerah.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa keunikan rasa, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM dodol. Ketiga variabel ini saling melengkapi dalam membangun keunggulan kompetitif. Daya saing tidak hanya dibentuk oleh satu faktor saja, melainkan kombinasi antara diferensiasi rasa, mutu produk, dan strategi harga yang tepat.

Kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan daya saing. Konsumen menilai kualitas dari segi tekstur, kebersihan, kemasan, serta daya tahan produk. Kualitas yang baik meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh inovasi rasa, tetapi juga oleh kemampuan menjaga standar mutu produksi secara konsisten.

Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, meskipun tidak sebesar dua variabel lainnya. Harga yang sesuai dengan kualitas produk membuat konsumen merasa memperoleh nilai yang seimbang. Harga yang kompetitif juga membantu produk dodol tetap terjangkau oleh berbagai kalangan, terutama wisatawan yang membeli dalam jumlah banyak sebagai oleh-oleh.

Dengan demikian, peningkatan daya saing UMKM dodol Pasar Bengkel sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

mengelola inovasi produk, menjaga kualitas, dan menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen.

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Pelaku UMKM Dodol Pasar Bengkel

- Mengembangkan inovasi rasa baru tanpa meninggalkan cita rasa tradisional sebagai identitas utama produk. Misalnya varian rasa buah lokal atau kombinasi rasa modern yang tetap sesuai selera konsumen.
- Menjaga konsistensi kualitas produk, terutama pada tekstur, kebersihan, dan standar pengemasan. Penggunaan kemasan yang lebih menarik dan higienis dapat meningkatkan nilai jual.
- Menetapkan harga secara strategis, dengan mempertimbangkan biaya produksi, daya beli konsumen, dan harga pesaing. Paket harga khusus untuk pembelian dalam jumlah besar juga dapat meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Pihak Terkait

- Memberikan pelatihan peningkatan kualitas produk dan pengemasan bagi pelaku UMKM agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.
- Mendukung promosi produk dodol Pasar Bengkel sebagai ikon oleh-oleh khas Serdang Bedagai melalui event daerah, pameran UMKM, dan media digital.

Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

- Memfasilitasi akses UMKM terhadap sertifikasi pangan (P-IRT/Halal) untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Menambahkan variabel lain untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM dan menggunakan metode penelitian kualitatif atau kombinasi (mixed method) agar dapat menggali lebih dalam strategi bisnis dan kendala yang dihadapi pelaku UMKM.

V. Bibliografi

Anggraeni, D., & Ali, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Strategi Penjualan. *Dinasti Information And Technology*. 2(4). 185-194 DOI: <https://doi.org/10.38035/dit.v2i4.1795>

Apiatno. (2025). Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Produk: Analisis pada Produk Dodol CV. Chandra Wulan. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*. 8(2). 603-614. DOI: <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1179>

Arianto, A.D., & Purwatiningsih. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran HokBen Atrium. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*. 2 (4). 41-57. DOI : <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i4.821>

Baharsyah, S., Septia, R., dkk. (2024). Mutu Produk, Kemasan Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Daya Saing Pada Umkm Bidang Kuliner Di Desa Cileungsi - Bogor. *Jurnal Manajemen Retail Dan Bisnis Digital*. 1(1). 23-32.

Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

- Dermawan, D., & Harahap, N. (2021). Pengaruh Inovasi Rasa Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen (JUPREMM)*. 1(1). 122-130.
- Hanifah, S., & Raharja, I. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus UMKM Kuliner Kabupaten Cianjur). *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*. 5(3). 1905-1916. DOI:<https://doi.org/10.54082/jupin.1471>
- Helsanti, N.F., Danial, D.M., Mulia, F.Z. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Daya Saing terhadap Kinerja UMKM. *JMPIS: Jurnal manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. 6(5). 3905-3914. DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i5>
- Lestari, N.S., Krisnanditya, M., dkk. (2023). Mengeksplorasi Keunikan dan Kelezatan Toge Goreng yang Menggugah Selera. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. 25(4). 65-74. DOI: <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i4.7386>
- Liwandy, A., Harun, R., Daud, S. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Kuliner Studi Kasus “Pempek 58 Pahoman” Di Bandar Lampung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 9(1). 892-900.
- Ningsih, L.K., Gorda, A.A.N.E.S., dkk. (2025). Penguatan Pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah Dodol Riska. *ARSY : Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*. 6 (2). 365-372. DOI: <https://doi.org/10.55583/arsy.v6i2.1323>

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

- Rahmadani, N., Wirangga, R., dkk. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Geprek Abu Ahda. *Journal for Management Student (JFMS)*. 3.(1). 9-25. DOI: <https://doi.org/10.35706/jfms.v3i2.10767>
- Romadon, A.S., Pramusinto, M.A., dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 21(3). 259-269. DOI: <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7080>
- Sari, P.D., & Astuti, D. (2025). Penerapan Digital Marketing pada UMKM Dodol Hawa Desa Pakning Asal Kabupaten Bengkalis. *ABDIMAS TERAPAN : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Terapan*. 3(2). 84-94. DOI: <https://doi.org/10.59061/abdimasterapan.v3i2.1175>
- Sapelege, Y.D., & Prakoso, Y. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Modal Terhadap Daya Saing Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Molen Di Tawangmangu. *Mount Hope Economic Journal (MEGA)*. 3(2). 218-221.
- Sundoro, A., Mulyana, A., dkk. (2024). Sosialisasi Pembuatan Produk Dodol Tenjo Boga Rasa Kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis & Humaniora Universitas Tangerang Raya. *Communnity Development Journal*. 5(4). 8167-8171 DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.33735>
- Suryasa, G.A. (2025). Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Dodol Bu Mawar di Desa Penglatan. *Jurnal Artha Satya Dharma*. 18(1). 1-6.
- Syahailatua, G.A., & Maura, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Sangkar

**Pengaruh Keunikan Rasa, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Daya Saing
UMKM Dodol Pasar Bengkel di Kabupaten Serdang Bedagai**

Fristya Sugesty

Vol. 05 No. 01 Tahun 2026

- Burung Yogi Homebird. JHR 247: Jurnal Bisnis dan Manajemen. 1(3). 16-29.
- Tiara, S., Irama, O.N., Noviani, D.F., dkk. (2025). Pengaruh Strategi Penentuan Harga Dan Daya Saing Terhadap Volume Penjualan Umkm Kuliner Di Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Jurnal Valuasi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan. 5 (2). 778-790. DOI: <https://doi.org/10.46306/vls.v5i2.407>
- Wirsa, I.N. (2024). Pengaruh Keunikan Produk, Inovasi Produk, Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir V T-Lab Wood Rockstampaksiring, Gianyar. Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi, 11(2). 79-95. DOI: <https://doi.org/10.37637/wa.v11i2.2158>
- Zebua, F., Hulu, T.H.S., Lase, D., Baene, E. (2025). Inovasi Desain Kemasan Dodol Durian Nias sebagai Strategi Peningkatan Daya Tarik dan Penjualan di UD Tanda Setia Gunungsitoli. Management Perspective: Jurnal Penelitian Manajemen. 2(2). 80-97. DOI: <https://10.62138/management.v2i2.124>
- Zunitha, I., Pramutoko, B., Afrianto, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Lokasi dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Jajanan di UD Dian Coklat Papar. Nian Tana Sikka : Jurnal Ilmiah Mahasiswa. 1 (6). 100-110. DOI: <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v1i6.143>