

Pendampingan UMKM Kuliner Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Gerung dan Sekitarnya dalam Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha di Kabupaten Lombok Barat

Enhancing the Competitiveness and Sustainability of Local Potential-Based Culinary MSMEs through Community Assistance in Gerung District, West Lombok Regency

Ida Ayu Nursanty*, Lalu Takdir Jumaidi, Lilik Handajani, Baiq Anggun Hilendri Lestari, Elin Erlina Sasanti, Wahyu Jekti Handayani

Universitas Mataram, Indonesia

* idaayunursanty@staff.unram.ac.id (Primary Contact)

ABSTRACT

Culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in promoting regional economic development through job creation, income generation, and the utilization of local resources. However, many culinary MSMEs in Gerung District and its surrounding areas face challenges related to limited product innovation, weak business management, inadequate financial record-keeping, and the underutilization of digital marketing. These constraints reduce business competitiveness and long-term sustainability. This community service program aimed to strengthen the capacity of culinary MSMEs through assistance in production, business management, and local potential-based marketing. A participatory approach was employed, involving needs assessment, training, mentoring, monitoring, and evaluation. The results indicate improved partner understanding of product innovation, simple financial recording, product branding, and digital marketing practices. The mentoring program also enhanced managerial capabilities and encouraged more systematic and sustainable business management. This program is expected to serve as a practical model for empowering local potential-based culinary MSMEs and strengthening the local economy in West Lombok Regency.

Keywords

business sustainability;
culinary MSMEs; local
potential; mentoring;
competitiveness

Article History

Received: 2026-07-20
Accepted: 2026-08-04

Copyright © 2026, Nursanty et al.
Published by MAN 4 Kota Pekanbaru
DOI: [10.56113/takuana.v5i2.686](https://doi.org/10.56113/takuana.v5i2.686)

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan

pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi daerah melalui pemanfaatan sumber daya lokal. Di Indonesia, UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta mampu menyerap sebagian besar tenaga kerja, sehingga penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional (Tambunan, 2019; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023; Badan Pusat Statistik, 2023). Salah satu sektor UMKM yang memiliki prospek besar untuk terus dikembangkan adalah UMKM kuliner. Sektor ini tidak hanya menyediakan kebutuhan pangan masyarakat, tetapi juga menjadi bagian dari pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan bahan baku lokal yang memiliki nilai tambah. Produk kuliner berbasis potensi lokal mampu memperkuat identitas daerah, meningkatkan daya tarik wisata, serta membuka peluang pasar yang lebih luas apabila didukung oleh inovasi produk, kualitas yang terjaga, dan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, pengembangan UMKM kuliner menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi daerah (Kotler & Keller, 2022; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM kuliner karena didukung oleh ketersediaan sumber daya alam, hasil pertanian, perkebunan, dan perikanan yang dapat diolah menjadi berbagai produk pangan bernilai ekonomi. Kecamatan Gerung sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Lombok Barat memiliki jumlah pelaku UMKM yang cukup berkembang, namun sebagian besar masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usahanya. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan inovasi produk, belum optimalnya pengelolaan usaha, rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, serta masih terbatasnya kemampuan pelaku usaha dalam menyusun pencatatan keuangan secara sederhana (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat, 2024; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak cukup hanya melalui dukungan permodalan, tetapi juga memerlukan pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku usaha mampu meningkatkan kompetensi dalam aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pendampingan menjadi salah satu strategi pemberdayaan yang efektif karena memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, sekaligus bimbingan dalam menerapkan hasil pelatihan sesuai dengan kondisi usahanya. Melalui pendekatan tersebut diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan kualitas produk, memperbaiki tata kelola usaha, memperluas akses pasar, dan membangun usaha yang lebih berdaya saing serta berkelanjutan (Chambers, 1994; Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2020). Meskipun berbagai program pemberdayaan UMKM telah dilaksanakan oleh pemerintah maupun perguruan tinggi, sebagian besar kegiatan masih berfokus pada aspek tertentu, seperti pelatihan kewirausahaan, akses permodalan, atau pemasaran digital. Sementara itu, kebutuhan pelaku UMKM di lapangan menunjukkan bahwa peningkatan daya saing usaha memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif melalui integrasi aspek produksi, pengelolaan keuangan, penguatan identitas produk, dan strategi pemasaran. Pendekatan yang terintegrasi tersebut diharapkan mampu menghasilkan perubahan yang lebih berkelanjutan karena setiap aspek saling mendukung dalam pengembangan usaha (Rahayu & Day, 2015; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

Hasil observasi awal pada UMKM kuliner di Kecamatan Gerung dan sekitarnya menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki potensi untuk berkembang karena didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal dan pengalaman dalam menjalankan

usaha. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya mampu dioptimalkan akibat masih rendahnya kemampuan dalam melakukan inovasi produk, pengelolaan administrasi usaha, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi dan pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing produk masih relatif rendah dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat, 2024; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM kuliner berbasis potensi lokal di Kecamatan Gerung dan sekitarnya melalui pendampingan pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk, memperbaiki tata kelola usaha melalui penerapan pencatatan keuangan sederhana, memperkuat identitas produk melalui pengembangan kemasan dan *branding*, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui pemanfaatan media digital. Keberhasilan program diukur melalui beberapa indikator, antara lain meningkatnya jumlah UMKM yang menerapkan kemasan produk yang lebih baik, bertambahnya pelaku UMKM yang mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, meningkatnya kemampuan mitra dalam menyusun pencatatan keuangan sederhana berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, serta meningkatnya pemahaman peserta mengenai pengelolaan usaha yang lebih sistematis. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program pendampingan dan capaian kegiatan secara lebih objektif. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM sekaligus memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal di Kabupaten Lombok Barat (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023; Kotler & Keller, 2022).

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan mahasiswa KKN dan pelaku UMKM secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar mitra dapat berperan aktif serta memperoleh pengalaman praktis dalam peningkatan kualitas produksi dan pengemasan produk. Melalui keterlibatan langsung tersebut, solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan nyata di lapangan serta mendukung keberlanjutan program pengabdian. Pendekatan partisipatif juga memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan secara langsung antara mahasiswa dan pelaku UMKM sehingga peningkatan kapasitas mitra dapat berlangsung secara berkelanjutan (Rahmawati & Putra, 2023; Yuliana & Kurniawan, 2024).

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini terdiri atas 5 (lima) UMKM kuliner berbasis potensi lokal yang berada di Kecamatan Gerung dan sekitarnya, Kabupaten Lombok Barat. Kelima mitra merupakan usaha mikro yang telah menjalankan kegiatan usaha secara aktif dengan memanfaatkan potensi lokal sebagai bahan baku utama maupun sebagai ciri khas produk yang dihasilkan. Meskipun memiliki potensi untuk berkembang, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar mitra masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan inovasi produk, pencatatan keuangan yang belum tertata, kemasan produk yang masih sederhana, serta belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai media promosi dan pemasaran.

Pemilihan kelima mitra dilakukan secara purposive berdasarkan hasil observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan yang dilakukan oleh tim pengabdian. Adapun kriteria pemilihan mitra meliputi: (1) memiliki usaha kuliner yang aktif beroperasi; (2) menggunakan potensi lokal sebagai keunggulan produk; (3) menghadapi kendala pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran; serta (4) bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pendampingan mulai dari identifikasi kebutuhan, pelatihan, implementasi program, hingga evaluasi. Karakteristik tersebut menjadikan kelima UMKM sebagai mitra yang sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian, yaitu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui pendekatan pendampingan yang partisipatif.

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa langkah yang dilakukan secara sistematis, yaitu observasi lapangan, identifikasi permasalahan, pendampingan proses produksi, pelatihan pengemasan produk, serta evaluasi kegiatan. Setiap tahapan dirancang untuk menjawab permasalahan mitra terkait higienitas produksi dan pengemasan produk UMKM telur asin. Tahap pertama adalah observasi lapangan. Tim pengabdian melakukan survei awal untuk mengidentifikasi kondisi awal UMKM telur asin, proses produksi, serta kebutuhan mitra. Observasi dilakukan melalui wawancara langsung dan pengamatan di lokasi usaha untuk memperoleh gambaran nyata terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Data yang diperoleh pada tahap ini digunakan sebagai dasar dalam merancang program pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra (Hidayat & Nurhayati, 2021; Saputra & Hadi, 2020).

Tahap kedua adalah identifikasi permasalahan dan perencanaan program. Berdasarkan hasil observasi, dilakukan identifikasi permasalahan yang berkaitan dengan higienitas produksi dan pengemasan produk. Tim pengabdian bersama mitra kemudian menyusun rencana pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha serta kemampuan mitra. Perencanaan program dilakukan secara partisipatif agar kegiatan yang dilaksanakan dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh mitra (Wahyuni et al., 2021; Kurniawan et al., 2023). Tahap ketiga adalah pendampingan proses produksi. Pada tahap ini dilakukan pendampingan proses produksi telur asin yang meliputi pencucian telur, pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga penataan produk. Mahasiswa memberikan contoh langsung kepada mitra agar proses produksi lebih higienis, terstruktur, dan efisien. Pendampingan dilakukan secara praktik agar mitra dapat memahami dan menerapkan standar produksi yang lebih baik (Putri et al., 2022; Firmansyah & Utami, 2019).

Tahap keempat adalah pelatihan pengemasan produk. Tim pengabdian memberikan pelatihan pengemasan produk menggunakan kemasan yang lebih menarik dan rapi. Selain itu, mitra juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya label produk dan kerapian kemasan untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik konsumen. Pendampingan pengemasan dilakukan secara langsung agar mitra mampu menerapkan teknik pengemasan secara mandiri (Pratama & Lestari, 2022; Sari & Wahyudi, 2020). Tahap kelima adalah evaluasi dan dokumentasi kegiatan. Pada tahap akhir, evaluasi dilakukan untuk mengetahui dampak pendampingan terhadap peningkatan kualitas produksi dan pengemasan produk UMKM. Evaluasi dilaksanakan melalui observasi langsung dan diskusi dengan mitra untuk mengidentifikasi perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah kegiatan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi setelah pendampingan. Proses analisis dilakukan secara sistematis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Tahap reduksi data dilakukan dengan

menyederhanakan dan mengelompokkan data hasil observasi serta wawancara sesuai dengan fokus kegiatan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk memudahkan interpretasi hasil. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kondisi Awal Mitra

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa UMKM kuliner di Kecamatan Gerung dan sekitarnya memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang karena didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal serta pengalaman pelaku usaha dalam mengolah produk pangan. Namun demikian, potensi tersebut belum diikuti oleh kemampuan pengelolaan usaha yang optimal. Sebagian besar mitra masih menjalankan usaha secara konvensional dengan pencatatan keuangan yang sederhana, inovasi produk yang terbatas, serta pemasaran yang masih mengandalkan penjualan langsung kepada konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan perkembangan usaha berjalan relatif lambat dan belum mampu meningkatkan daya saing produk secara optimal.

Hasil identifikasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar mitra belum memisahkan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga sehingga mengalami kesulitan dalam menghitung biaya produksi, menentukan harga jual, maupun mengetahui keuntungan usaha secara pasti. Selain itu, desain kemasan produk masih sederhana dan belum mampu mencerminkan identitas produk lokal yang dapat menarik minat konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan UMKM tidak hanya terletak pada aspek permodalan, tetapi juga pada rendahnya kapasitas manajerial dan pemasaran. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian Aribawa (2016) yang menyatakan bahwa kemampuan manajemen usaha berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM. Temuan tersebut juga didukung oleh Narsa, Widodo, dan Kurnianto (2012) yang menjelaskan bahwa pencatatan keuangan sederhana menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung pengambilan keputusan usaha.



01 **Gambar 1. Proses Produksi Manual pada UMKM Mitra**

Gambar 1 menunjukkan proses produksi yang masih dilakukan secara manual menggunakan peralatan sederhana oleh mitra UMKM. Kondisi ini mencerminkan bahwa proses pengolahan produk masih mengandalkan tenaga kerja keluarga dengan teknologi yang terbatas sehingga efisiensi produksi belum optimal.

-  Manual
-  Sederhana
-  Tenaga Kerja Keluarga



02 **Gambar 2. Kondisi Lingkungan dan Area Produksi UMKM Mitra**

Gambar 2 menunjukkan kondisi lingkungan dan area produksi yang masih sederhana dengan penggunaan tungku tradisional sebagai media pengolahan. Penataan ruang produksi serta penerapan aspek kebersihan dan sanitasi belum optimal sehingga masih memerlukan pendampingan dalam penerapan praktik produksi yang lebih baik.

-  Tungku Tradisional
-  Lingkungan Sederhana
-  Kebersihan & Sanitasi Belum Optimal



03 **Gambar 3. Kegiatan Observasi Awal dan Diskusi Tim Pengabdian Bersama Mitra**

Gambar 3 menunjukkan kegiatan observasi lapangan dan diskusi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian bersama mitra UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, menggalang permasalahan yang dihadapi mitra, serta menentukan kebutuhan pendampingan sebagai dasar penyusunan program pengabdian.

-  Observasi Lapangan
-  Diskusi Bersama
-  Identifikasi Masalah & Kebutuhan Mitra



Kesimpulan: Sketsa ini menggambarkan kondisi awal mitra UMKM yang masih menggunakan proses manual, fasilitas sederhana, dan perlunya pendampingan untuk meningkatkan higienitas, efisiensi produksi, dan keberlanjutan usaha.



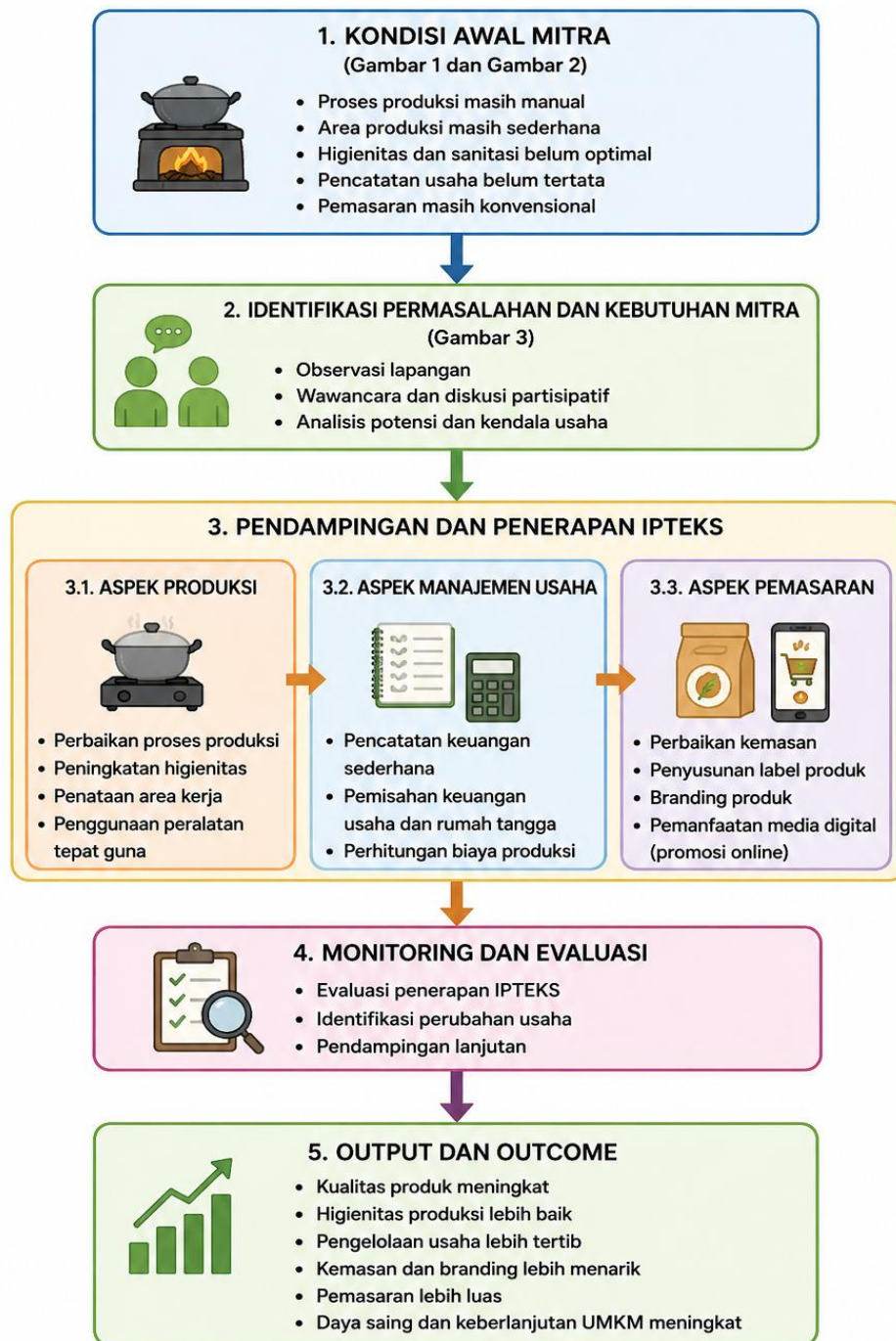
Dokumentasi pada Gambar 1, Gambar 2, dan Gambar 3 memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi awal UMKM mitra sebelum pelaksanaan program pengabdian. Gambar 1 menunjukkan bahwa proses produksi masih dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana dan mengandalkan tenaga kerja keluarga. Gambar 2 memperlihatkan kondisi lingkungan dan area produksi yang masih memerlukan perbaikan, terutama pada aspek higienitas, sanitasi, dan penataan ruang kerja. Sementara itu, Gambar 3 menggambarkan kegiatan observasi awal dan diskusi bersama mitra sebagai upaya untuk mengidentifikasi permasalahan, potensi usaha, serta kebutuhan pendampingan. Secara keseluruhan, ketiga gambar tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM masih menghadapi berbagai kendala pada aspek produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran sehingga memerlukan program pendampingan yang terintegrasi.

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan mitra tersebut, tim pengabdian menyusun model penerapan IPTEKS yang dirancang secara sistematis untuk menjawab berbagai permasalahan yang ditemukan di lapangan. Model tersebut mengintegrasikan tahapan identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pendampingan pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran, serta monitoring dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan program. Hubungan antara kondisi awal mitra, proses pendampingan, dan luaran yang diharapkan disajikan secara ringkas pada Gambar 4 sebagai skema penerapan IPTEKS dalam pemberdayaan UMKM kuliner berbasis potensi lokal di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat.

Gambar 4 menggambarkan skema penerapan IPTEKS yang dirancang berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan mitra sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, Gambar 2, dan Gambar 3. Skema tersebut menunjukkan bahwa kondisi awal mitra menjadi dasar dalam penyusunan program pendampingan yang dilakukan secara bertahap melalui pendekatan partisipatif. Tahapan tersebut diawali dengan identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, kemudian dilanjutkan dengan penerapan IPTEKS yang berfokus pada peningkatan kualitas produksi, penguatan manajemen usaha, dan pengembangan pemasaran berbasis potensi lokal. Selanjutnya, setiap kegiatan pendampingan diikuti dengan proses monitoring dan evaluasi untuk mengukur efektivitas program serta mengidentifikasi perubahan yang terjadi pada mitra. Pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan peningkatan kualitas produk, pengelolaan usaha yang lebih tertib, penguatan identitas produk, serta perluasan pemasaran melalui pemanfaatan media digital. Dengan demikian, penerapan IPTEKS tidak hanya memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra, tetapi juga mendorong peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM kuliner di Kecamatan Gerung dan sekitarnya.

3.2. Pelaksanaan Pendampingan

Pendampingan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan mitra dalam setiap proses kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, penyusunan solusi, hingga penerapan hasil pendampingan. Pendekatan ini memberikan ruang kepada pelaku UMKM untuk menyampaikan kebutuhan dan kendala yang dihadapi sehingga materi pendampingan lebih sesuai dengan kondisi riil usaha. Konsep tersebut sesuai dengan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan pemberdayaan (Chambers, 1994).



Gambar 4. Skema penerapan IPTEKS pada UMKM kuliner berbasis potensi lokal di kecamatan Gerung, kabupaten Lombok Barat

Kegiatan pendampingan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu peningkatan kualitas produksi, penguatan manajemen usaha, dan pengembangan pemasaran berbasis digital. Ketiga aspek tersebut dipilih karena saling berkaitan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Peningkatan kualitas produk tanpa diikuti dengan pengelolaan usaha dan strategi pemasaran yang baik akan sulit memberikan dampak terhadap perkembangan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pendampingan dilakukan secara terpadu agar setiap perubahan yang dicapai mampu memberikan manfaat yang lebih optimal bagi mitra. Pendekatan yang mengintegrasikan berbagai aspek pengelolaan usaha juga banyak direkomendasikan dalam program pemberdayaan UMKM untuk menghasilkan perubahan yang berkelanjutan (Kotler & Keller, 2022; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

3.3. Hasil Pendampingan

Aspek Produksi

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kualitas produk sebagai faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, proses produksi masih dilakukan secara sederhana dengan variasi produk yang terbatas serta belum menerapkan standar kebersihan dan higienitas secara konsisten. Setelah memperoleh pendampingan, mitra mulai memperhatikan pemilihan bahan baku, proses pengolahan, kebersihan lingkungan produksi, serta konsistensi mutu produk. Perubahan tersebut menjadi langkah awal dalam menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan memiliki nilai tambah sehingga lebih mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Selain peningkatan kualitas produk, kegiatan pendampingan juga mendorong pelaku UMKM untuk melakukan inovasi produk melalui pemanfaatan potensi lokal sebagai keunggulan kompetitif. Penggunaan bahan baku lokal tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga memperkuat identitas daerah sehingga produk memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan produk sejenis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa inovasi berbasis potensi lokal dapat menjadi strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM sekaligus mendukung pengembangan ekonomi kreatif daerah. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa inovasi produk dan kualitas merupakan faktor penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Hasil tersebut juga didukung oleh Tjiptono (2019) yang menjelaskan bahwa kualitas produk menjadi salah satu determinan utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen.

Aspek Manajemen Usaha

Pendampingan pada aspek manajemen usaha memberikan perubahan terhadap pemahaman mitra mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang tertib dan terencana. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur sehingga mengalami kesulitan dalam mengetahui biaya produksi, arus kas, maupun keuntungan usaha. Setelah mengikuti kegiatan pendampingan, mitra mulai menyusun pencatatan transaksi harian, memisahkan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga, serta memahami pentingnya informasi keuangan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pencatatan keuangan sederhana merupakan langkah awal dalam membangun tata kelola usaha yang lebih baik. Meskipun masih dilakukan secara sederhana, kemampuan mitra dalam menyusun pencatatan keuangan diharapkan mampu membantu pelaku usaha dalam melakukan evaluasi perkembangan usaha secara berkala. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aribawa (2016) yang menyatakan bahwa kemampuan manajerial dan pengelolaan keuangan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Narsa, Widodo, dan Kurnianto (2012) yang menjelaskan bahwa penerapan pembukuan sederhana membantu pelaku UMKM dalam mengendalikan aktivitas usaha dan mendukung pengambilan keputusan bisnis secara lebih efektif.

Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran, kegiatan pendampingan memberikan penguatan terhadap kemampuan mitra dalam membangun identitas produk melalui perbaikan kemasan, penyusunan label produk, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar produk dipasarkan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Setelah memperoleh pendampingan, mitra mulai memahami pentingnya kemasan sebagai media komunikasi dengan konsumen serta mulai memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas.

Penguatan *branding* dan pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM kuliner di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi. Identitas produk yang semakin kuat diyakini mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan pemanfaatan media digital memberikan peluang yang lebih luas bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya promosi yang relatif rendah. Temuan tersebut sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran yang efektif harus didukung oleh penguatan merek serta komunikasi pemasaran yang tepat. Selain itu, penelitian Purwana, Rahmi, dan Aditya (2017) juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan promosi dan pemasaran produk UMKM.

Untuk memperkuat hasil pendampingan, evaluasi menunjukkan bahwa seluruh 5 UMKM mitra telah menerapkan perbaikan pada aspek pemasaran setelah kegiatan dilaksanakan. Seluruh mitra mulai menggunakan kemasan produk yang lebih menarik dan informatif sebagai bagian dari upaya penguatan identitas produk. Selain itu, 5 UMKM telah memanfaatkan media digital, seperti WhatsApp dan media sosial, sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hasil evaluasi juga menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya *branding* dan pemasaran digital dibandingkan dengan kondisi sebelum pendampingan, sehingga program yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing usaha.

3.4. Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang dilaksanakan secara partisipatif mampu memberikan penguatan terhadap kapasitas pelaku UMKM kuliner dalam mengelola usahanya. Peningkatan tersebut tidak hanya terlihat pada aspek teknis, seperti kualitas produk dan pencatatan keuangan, tetapi juga pada perubahan pola pikir pelaku usaha dalam memandang pentingnya inovasi, pengelolaan usaha yang tertib, dan pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh bantuan yang diberikan, tetapi juga oleh keterlibatan aktif mitra selama proses pendampingan. Temuan ini sesuai dengan konsep PRA yang dikemukakan oleh Chambers (1994), bahwa partisipasi aktif masyarakat merupakan faktor utama dalam menciptakan program pemberdayaan yang berkelanjutan.

Peningkatan kualitas produk yang dicapai melalui perbaikan proses produksi, pemanfaatan bahan baku lokal, dan inovasi produk menunjukkan bahwa kualitas menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan daya saing UMKM. Produk yang memiliki kualitas baik akan lebih mudah diterima oleh konsumen dan mampu menciptakan

keunggulan dibandingkan produk sejenis. Hasil ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan elemen penting dalam menciptakan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa kualitas produk yang konsisten akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk sehingga mampu memperkuat posisi produk di pasar. Pada aspek manajemen usaha, penerapan pencatatan keuangan sederhana memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam memahami kondisi keuangan usahanya secara lebih sistematis. Kemampuan mitra dalam memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga menjadi langkah awal menuju tata kelola usaha yang lebih profesional. Kondisi ini mendukung hasil penelitian Aribawa (2016) yang menyatakan bahwa kemampuan manajerial dan pengelolaan keuangan mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian Narsa, Widodo, dan Kurnianto (2012) juga menjelaskan bahwa pembukuan sederhana membantu pelaku usaha dalam mengendalikan arus kas, menghitung laba usaha, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

Penguatan pada aspek pemasaran melalui perbaikan kemasan, pengembangan identitas produk, dan pemanfaatan media digital menunjukkan bahwa UMKM mulai beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen pada era digital. Kemasan tidak lagi berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen. Di sisi lain, pemanfaatan media sosial memberikan peluang yang lebih luas bagi UMKM untuk menjangkau pasar tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Temuan ini mendukung pendapat Kotler dan Keller (2022) bahwa keberhasilan pemasaran dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membangun merek dan menjalin komunikasi yang efektif dengan konsumen. Hasil penelitian Purwana, Rahmi, dan Aditya (2017) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan dampak positif terhadap peningkatan promosi dan pemasaran produk UMKM. Kegiatan pendampingan membuktikan bahwa pemberdayaan UMKM perlu dilakukan secara terpadu dengan mengintegrasikan aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pendekatan yang hanya berfokus pada satu aspek belum mampu menghasilkan perubahan yang optimal karena setiap komponen saling berkaitan dalam mendukung keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku UMKM menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem usaha yang lebih kompetitif, inovatif, dan berkelanjutan. Temuan ini juga sejalan dengan berbagai kajian mengenai pemberdayaan UMKM yang menekankan pentingnya pendekatan multidimensional dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Pelaksanaan program pendampingan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kapasitas UMKM kuliner berbasis potensi lokal di Kecamatan Gerung dan sekitarnya. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, mitra menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya penerapan proses produksi yang lebih baik, pengelolaan usaha yang sistematis, serta pemanfaatan strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pendampingan yang dilakukan secara partisipatif juga mendorong keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan sehingga proses transfer pengetahuan berlangsung secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan usaha.

Sebagaimana disajikan pada Tabel 1, dampak kegiatan tidak hanya terlihat pada peningkatan kualitas produk dan penguatan kapasitas manajerial, tetapi juga pada berkembangnya identitas produk melalui perbaikan kemasan dan branding serta meningkatnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Perubahan tersebut menjadi indikator bahwa program pendampingan mampu meningkatkan daya saing usaha

sekaligus memperkuat keberlanjutan UMKM berbasis potensi lokal. Dengan demikian, model pendampingan yang diterapkan memiliki potensi untuk direplikasi pada UMKM lain yang memiliki karakteristik dan tantangan yang serupa.

Tabel 1. Ringkasan dampak kegiatan pengabdian

No.	Aspek	Deskripsi Dampak	Indikator Keberhasilan
1	Peningkatan Produksi	Mitra memahami pentingnya peningkatan kualitas proses produksi melalui pemanfaatan bahan baku lokal, penerapan proses produksi yang lebih baik, dan inovasi produk.	Terjadi peningkatan kualitas produk, variasi produk, dan konsistensi proses produksi.
2	Penguatan Manajemen Usaha	Mitra memperoleh pendampingan dalam pengelolaan usaha, penyusunan pencatatan keuangan sederhana, serta pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga.	Mitra mampu menyusun pencatatan keuangan sederhana dan mengelola usaha secara lebih sistematis.
3	Penguatan Identitas Produk	Mitra mendapatkan pendampingan dalam mengembangkan kemasan, branding, dan identitas produk berbasis potensi lokal.	Produk memiliki kemasan yang lebih menarik, informatif, dan mencerminkan identitas lokal.
4	Pengembangan Pemasaran Digital	Mitra memperoleh pengetahuan mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.	Mitra mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran.
5	Peningkatan Kapasitas Mitra	Pendampingan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.	Mitra lebih mandiri dalam mengelola usaha, melakukan inovasi, serta menyusun strategi pengembangan usaha.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan UMKM kuliner berbasis potensi lokal di Kecamatan Gerung dan sekitarnya telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pendampingan yang dilakukan secara partisipatif mampu meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya inovasi produk, penerapan pencatatan keuangan sederhana, penguatan identitas produk, serta pemanfaatan media digital sebagai media promosi. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam mendukung pengembangan UMKM yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Peningkatan kualitas produk melalui pemanfaatan bahan baku lokal, penerapan proses produksi yang lebih baik, serta pengembangan inovasi produk menjadi langkah strategis dalam meningkatkan nilai tambah produk UMKM. Selain itu, penerapan pencatatan keuangan sederhana memberikan manfaat bagi mitra dalam mengelola keuangan usaha secara lebih tertib sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha. Pada aspek pemasaran, penguatan branding, perbaikan kemasan, dan pemanfaatan media digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Temuan ini mendukung pendapat Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk, penguatan merek, dan strategi pemasaran merupakan elemen penting dalam menciptakan

keunggulan bersaing. Di sisi lain, Chambers (1994) menegaskan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pendampingan menjadi faktor utama dalam mewujudkan keberlanjutan program pemberdayaan. Berdasarkan hasil kegiatan, program pendampingan UMKM berbasis potensi lokal perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha. Sinergi tersebut diharapkan mampu memperkuat ekosistem UMKM yang lebih inovatif, adaptif, dan berdaya saing sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat serta pembangunan daerah secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat. (2024). *Kabupaten Lombok Barat dalam angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat.
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah tahun 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Statistik pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia 2023*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th global ed.). Pearson Education.
- Narsa, I. M., Widodo, A., & Kurnianto, S. (2012). Mengungkap kesiapan UMKM dalam implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) untuk meningkatkan akses modal perbankan. *Majalah Ekonomi*, 22(3), 204–214.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi 5). Andi.