



Penguatan Profitabilitas UMKM Camilan Tradisional Melalui Inovasi Cita Rasa dan Tata Kelola Usaha Sederhana

Strengthening the Profitability of Traditional Snack MSMEs through Local Flavor Innovation and Simple Business Governance

Sofyan Hakim^{1*}, Dian Ana Mutriqah², Hilmi Satria Himawan³, Karina Awalia Zahra⁴,
Irdayani Sagita Anindi⁵, Nurlusiana⁶, Ade Widya Rahmah⁷

^{1,3-7}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Palangka Raya, Indonesia

²Fakultas Gizi dan Manajemen Informasi Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Palangka, Indonesia

Email: sofyan.hakim@uin-palangkaraya.ac.id^{1*}, dian_ana@umpr.ac.id², himawanhs@uin-palangkaraya.ac.id³,
karina-awalia-zahra@uin-palangkaraya.ac.id⁴, adewidyarahmah@gmail.com⁵, nurlusiana218@gmail.com⁶,
irdayani.sagita.anindi@gmail.com⁷

*Penulis korespondensi: sofyan.hakim@uin-palangkaraya.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 12 November, 2025;

Revisi: 16 Desember, 2025;

Diterima: 02 Januari, 2025;

Tersedia: 08 Januari, 2025

Keywords: Action Research; Governance; MBKM Program; Taste Innovation; Traditional MSMEs

Abstract: Traditional snack micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia face increasing market competition and rapidly changing consumer preferences, particularly among younger consumers seeking innovative and symbolic food experiences. This community engagement study aims to strengthen the profitability and sustainability of traditional snack MSMEs by integrating local flavor innovation with simple business governance practices. Using a participatory action research approach under the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program in Palangka Raya, this study involved co-creation between students and local entrepreneurs in product development, production standardization, and basic financial management. Qualitative data were collected through participatory observation and stakeholder discussions, while quantitative data were obtained from sales records and simple financial reports. The results demonstrate that local flavor-based innovation, combined with standardized operating procedures and cost control mechanisms, improved product differentiation, operational efficiency, and financial performance. The intervention generated a positive net profit and strengthened the partner's capacity for independent business management. This study contributes to the literature by positioning traditional food MSMEs as sites of cultural innovation and micro-governance, while supporting Sustainable Development Goals related to inclusive economic growth, cultural preservation, and responsible production.

Abstrak

UMKM camilan tradisional di Indonesia menghadapi tantangan berupa meningkatnya persaingan pasar dan perubahan preferensi konsumen, khususnya generasi muda yang menuntut pengalaman rasa inovatif dan bernilai simbolik. Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat profitabilitas dan keberlanjutan UMKM camilan tradisional melalui integrasi inovasi cita rasa berbasis kearifan lokal dan penerapan tata kelola usaha sederhana. Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif dan *action research* dalam skema Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dilaksanakan di Kota Palangka Raya. Proses pengabdian melibatkan kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku usaha dalam pengembangan produk, standarisasi proses produksi, serta penguatan manajemen keuangan dasar. Data kualitatif dikumpulkan melalui observasi partisipatif dan diskusi dengan mitra, sedangkan data kuantitatif diperoleh dari catatan penjualan dan laporan keuangan sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi cita rasa lokal yang dipadukan dengan penerapan SOP dan pengendalian biaya mampu meningkatkan diferensiasi produk, efisiensi operasional, dan kinerja keuangan usaha. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur pengabdian dengan menempatkan UMKM pangan tradisional sebagai ruang inovasi budaya dan praktik mikro-governance, serta mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan terkait pertumbuhan ekonomi inklusif, pelestarian budaya, dan konsumsi yang bertanggung jawab.

Kata Kunci: Inovasi Rasa; MBKM Program; Penelitian Tindakan; Tata Kelola; UMKM Tradisional

1. PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, UMKM camilan tradisional di Indonesia menghadapi tekanan ganda berupa persaingan pasar yang semakin ketat dan perubahan preferensi konsumen yang dinamis (Anita Anung, Sri Indah, and As'adi 2025; Manalu 2025). Produk pangan tradisional yang sebelumnya dipersepsikan sebagai makanan sederhana mulai ditinggalkan oleh konsumen muda yang menginginkan pengalaman rasa baru dan bernilai simbolik (Apriyanto, Hasni, and Zulkifali 2025; Zulkifali et al. 2025). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi cita rasa berbasis kearifan lokal mampu membalikkan kecenderungan tersebut dengan meningkatkan daya tarik dan profitabilitas usaha. Fenomena ini mencerminkan perubahan sosial yang lebih luas, di mana identitas budaya lokal tidak lagi dipertentangkan dengan modernitas pasar. Sebaliknya, budaya lokal justru menjadi sumber diferensiasi yang strategis dalam ekonomi kreatif. Fakta ini mengindikasikan bahwa transformasi UMKM tradisional tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial dan kultural (Guiné et al. 2021; Raihan and Nurelisah 2025; Vasconcelos-Ramírez, Tapia-Guerrero, and López-Cruz 2020).

Literatur sebelumnya menegaskan bahwa inovasi produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sejumlah studi menunjukkan bahwa inovasi rasa dapat meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen pada produk pangan (Wardani and Swasti 2024; Yasa et al. 2025). Namun, sebagian besar penelitian tersebut menempatkan inovasi dalam kerangka komersial semata dan kurang menyoroti dimensi budaya lokal (Hakim, Himawan, et al. 2023). Di sisi lain, kajian tata kelola UMKM lebih banyak berfokus pada aspek formal dan struktural yang sering kali sulit diterapkan oleh usaha mikro (Hwititi and Dumbu 2025). Penelitian ini menempati posisi yang berbeda dengan mengintegrasikan inovasi cita rasa lokal dan tata kelola usaha sederhana. Dengan demikian, riset ini mengisi celah literatur yang belum banyak mengeksplorasi UMKM pangan tradisional sebagai arena inovasi budaya dan mikro-governance.

Tema penelitian ini memiliki relevansi kuat dengan agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Penguatan profitabilitas UMKM camilan tradisional secara langsung mendukung SDG 8 terkait pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Inovasi berbasis kearifan lokal juga berkontribusi pada SDG 11 melalui pelestarian warisan budaya dalam konteks perkotaan dan ekonomi kreatif. Selain itu, penerapan tata kelola sederhana dan efisiensi produksi sejalan dengan SDG 12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan praktik usaha yang adaptif, UMKM dapat tumbuh tanpa meningkatkan tekanan lingkungan secara signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa transformasi UMKM

pangan tradisional merupakan bagian integral dari strategi pembangunan berkelanjutan berbasis lokal (Belyaeva, Rudawska, and Lopatkova 2020; Kawane et al. 2023).

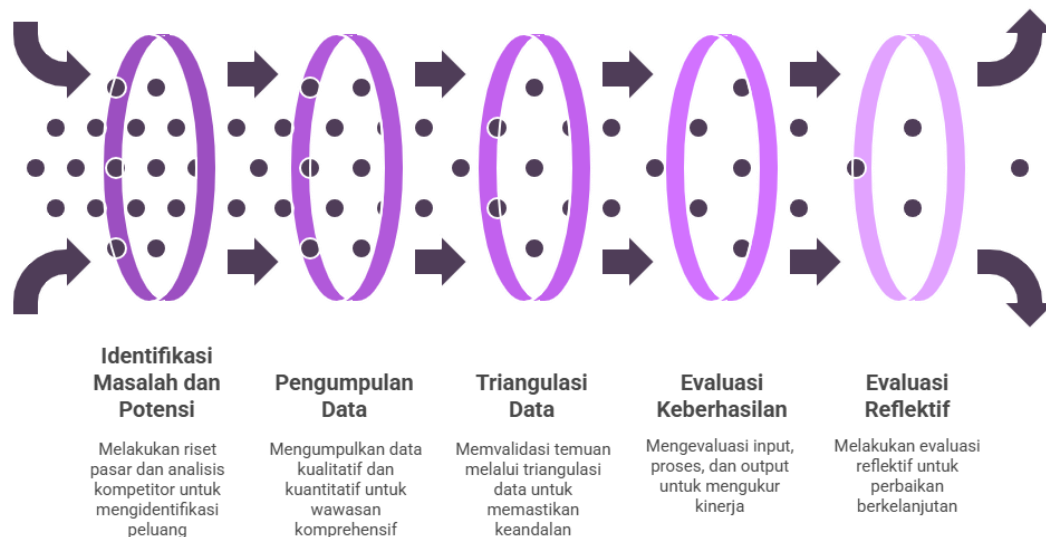
Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dirancang untuk menjawab beberapa pertanyaan kunci. Pertama, bagaimana inovasi cita rasa berbasis kearifan lokal memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai camilan tradisional? Kedua, sejauh mana tata kelola usaha sederhana berkontribusi terhadap efisiensi dan profitabilitas UMKM camilan tradisional? Pertanyaan-pertanyaan ini disusun untuk menggali keterkaitan antara inovasi produk, praktik pengelolaan usaha, dan strategi pemasaran digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada hasil ekonomi, tetapi juga pada mekanisme sosial dan kultural yang melatarbelakanginya. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang transformasi UMKM tradisional (Y. Hu et al. 2024; Yin and Ooi 2024; Zheng 2023).

Berdasarkan kerangka teoretis dan temuan awal dalam diskusi, penelitian ini yang Pertama, inovasi cita rasa berbasis kearifan lokal berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai simbolik dan komersial camilan tradisional. Kedua, penerapan tata kelola usaha sederhana melalui SOP dan pengendalian biaya berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan keberlanjutan UMKM. Hipotesis ini mencerminkan dugaan bahwa transformasi UMKM tidak bergantung pada satu faktor tunggal, melainkan pada integrasi inovasi, tata kelola, dan digitalisasi. Dengan menguji hipotesis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang UMKM pangan tradisional di negara berkembang (Adimas et al. 2024; Belyaeva et al. 2020; L. Hu et al. 2024; Kawane et al. 2023; Krismajayanti et al. 2024; Syahrial et al. 2024; Wilson and Liu 2011; Yin and Ooi 2024; Zheng 2023).

2. METODE

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, dengan fokus pada pemberdayaan usaha mikro melalui pengelolaan dan inovasi produk berbasis pisang kepok khas lokal. Subjek terdiri dari mahasiswa program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan pelaku usaha lokal sebagai dampingan aktif. Dalam proses perencanaan, subjek dampingan dilibatkan penuh melalui diskusi awal untuk mengidentifikasi permasalahan, potensi usaha, preferensi konsumen, serta analisis rantai pasok dan persaingan usaha. Strategi riset yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan *action research*, yang memungkinkan mahasiswa dan pelaku usaha bekerja secara kolaboratif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini mengintegrasikan praktik kewirausahaan nyata dengan refleksi akademik, sehingga setiap perbaikan atau inovasi produk dapat dilakukan secara simultan

berdasarkan masukan lapangan. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat meliputi: (1) identifikasi masalah dan potensi melalui riset pasar partisipatif, pemetaan rantai pasok, dan analisis preferensi konsumen; (2) pengumpulan data kualitatif melalui observasi partisipatif dan diskusi informal, serta data kuantitatif dari catatan penjualan dan laporan keuangan; (3) evaluasi keberhasilan program menggunakan kerangka *input–proses–output–outcome*; dan (4) refleksi berulang untuk perbaikan berkelanjutan dan penguatan kemandirian pelaku usaha:



Gambar 1. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat meliputi.

Diagram ini menggambarkan tahapan pengabdian masyarakat secara partisipatif, mulai dari perencanaan, identifikasi masalah, riset pasar, pemetaan rantai pasok, analisis preferensi konsumen, pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, evaluasi *input–proses–output–outcome*, hingga refleksi berulang untuk perbaikan berkelanjutan dan penguatan kemandirian pelaku usaha.

3. HASIL

Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa proses pendampingan UMKM camilan tradisional di Kota Palangka Raya berlangsung secara dinamis dan kolaboratif. Ragam kegiatan yang dilaksanakan mencakup identifikasi masalah dan potensi usaha, riset pasar partisipatif, pemetaan rantai pasok, analisis preferensi konsumen, pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, serta penerapan SOP produksi dan strategi pemasaran. Bentuk-bentuk aksi teknis yang diterapkan meliputi pengembangan inovasi cita rasa berbasis kearifan lokal, pengendalian biaya produksi, optimasi proses operasional, dan penerapan praktik tata kelola usaha sederhana yang dapat langsung diimplementasikan oleh pelaku usaha.

Proses pendampingan ini menghasilkan perubahan sosial yang nyata, antara lain munculnya kesadaran baru di kalangan pelaku usaha tentang pentingnya integrasi inovasi dan

tata kelola untuk meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Selain itu, pendampingan mendorong terbentuknya perkembangan baru, seperti SOP lokal dan mekanisme kolaborasi antar-pelaku usaha, serta munculnya agen perubahan dalam komunitas UMKM. Transformasi perilaku juga terlihat dari meningkatnya disiplin produksi, keterlibatan aktif dalam pengembangan produk, dan adaptasi terhadap preferensi konsumen modern. Secara keseluruhan, pengabdian ini memicu kesadaran kolektif untuk transformasi sosial, memperkuat kapasitas komunitas dalam mengelola usaha secara mandiri, serta menjadikan UMKM camilan tradisional sebagai sarana inovasi budaya dan penguatan ekonomi lokal.

4. DISKUSI

Output dan Capaian Program

Hasil program menunjukkan capaian nyata pada level produk dan sistem pengelolaan usaha (Azisah et al. 2025a). Output utama berupa lahirnya produk inovatif “Produk pisang Goreng Sambal Maknyus” dengan *Unique Selling Point* yang jelas, yaitu kombinasi pisang goreng renyah dan sambal terasi khas Dayak hasil modifikasidan inovasi. Proses *co-creation* menghasilkan formulasi adonan dan sambal yang distandardisasi melalui uji coba berulang, sehingga kualitas rasa dan tekstur menjadi konsisten. Selain output produk, capaian program juga terlihat pada tersusunnya Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi yang terdokumentasi. Di bidang manajerial, tersedianya perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) yang akurat menjadi indikator peningkatan kapasitas pengelolaan usaha (Fathurrahman, Hakim, and Geovani 2025). Output ini bersifat terukur karena dapat diidentifikasi secara fisik, administratif, dan operasional. Dengan demikian, program tidak hanya menghasilkan produk baru, tetapi juga sistem kerja yang dapat direplikasi (Indiarto, Fedryansyah, and Subroto 2024; Maudi Dian Tairas et al. 2024).

Tabel 1: berikut menyajikan laporan laba rugi usaha “Pisang Goreng Sambal Maknyus” selama periode 2 Oktober hingga 27 November sebagai hasil implementasi program pengabdian masyarakat. Laporan ini digunakan untuk menggambarkan kinerja keuangan usaha setelah penerapan inovasi produk dan tata kelola usaha sederhana

Tabel 1. Laporan Laba Rugi 2 Oktober – 27 November

Pendapatan	Total	
penjualan	Rp	5.712.000,00
potongan penjualan	-	
Total pendapatan	Rp	5.712.000,00
Harga pokok penjualan	Rp	3.000.000,00
Lab a (Rugi) Kotor	Rp	2.712.000,00
Biaya usaha	-	
biaya gaji	-	
biaya transportasi	Rp	70.000,00
biaya operasional	Rp	295.000,00
Total biaya usaha	Rp	365.000,00
Lab a (Rugi) Bersih	Rp	2.347.000,00

Berdasarkan data pada tabel 1 tersebut, usaha mitra mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp2.347.000, yang menunjukkan bahwa intervensi program pengabdian berkontribusi positif terhadap peningkatan efisiensi biaya dan profitabilitas UMKM camilan tradisional.

Tabel 2: berikut menyajikan neraca saldo usaha “Pisang Goreng Sambal Maknyus” untuk periode 2 Oktober hingga 27 November sebagai hasil pendampingan pengelolaan keuangan dalam program pengabdian masyarakat. Neraca saldo ini digunakan untuk menunjukkan keseimbangan pencatatan transaksi keuangan serta peningkatan kemampuan mitra dalam menerapkan pembukuan usaha sederhana.

Tabel 2. Neraca Saldo 2 Oktober – 27 November

Nama Akun	Debit (Rp)		Kredit (Rp)	
Kas / Bank	Rp	2.347.000,00		
Persediaan				
HPP	Rp	3.000.000,00		
Beban Operasional	Rp	365.000,00		
Pendapatan			Rp	5.712.000,00
TOTAL	Rp	5.712.000,00	Rp	5.712.000,00

Berdasarkan data pada tabel 2 tersebut, total nilai debit dan kredit menunjukkan keseimbangan yang sama, yang mengindikasikan bahwa mitra telah mampu melakukan pencatatan keuangan secara tertib dan sistematis. Temuan ini menegaskan bahwa intervensi

pengabdian berkontribusi pada penguatan tata kelola keuangan UMKM secara sederhana namun akuntabel.

Tabel 3: berikut menyajikan laporan perubahan modal usaha “Pisang Goreng Sambal Maknyus” selama periode 2 Oktober hingga 27 November sebagai hasil penerapan tata kelola keuangan sederhana dalam program pengabdian masyarakat. Laporan ini digunakan untuk menggambarkan perkembangan modal usaha setelah implementasi inovasi produk dan pengelolaan usaha yang lebih terstruktur.

Tabel 1. Laporan Perubahan Modal 2 Oktober – 27 November

Modal Awal	Rp	1.000.000,00
Laba Bersih	Rp	2.347.000,00
Modal Akhir	Rp	3.347.000,00

Berdasarkan data pada tabel 3 tersebut, terjadi peningkatan modal usaha dari Rp1.000.000 menjadi Rp3.347.000, yang menunjukkan bahwa program pengabdian memberikan dampak positif terhadap penguatan permodalan dan keberlanjutan usaha mitra.

Perubahan Kapasitas, Perilaku, dan Tata Kelola Komunitas

Program ini memicu perubahan signifikan pada kapasitas dan perilaku pengelolaan usaha mitra. Sebelum intervensi, pengambilan keputusan usaha cenderung berbasis intuisi dan kebiasaan, tanpa perhitungan biaya yang terstruktur. Setelah penguatan kapasitas, mitra mampu melakukan pencatatan keuangan sederhana dan memahami hubungan antara biaya produksi, harga jual, dan keuntungan. Perubahan perilaku juga terlihat pada penerapan SOP yang meningkatkan kedisiplinan produksi dan konsistensi kualitas. Dalam konteks tata kelola, terjadi pergeseran menuju praktik mikro-*governance* yang lebih sistematis, meskipun dalam skala usaha kecil. Kolaborasi melalui *co-creation* juga meningkatkan rasa kepemilikan mitra terhadap inovasi yang dihasilkan (Azisah et al. 2025b; Luthfi Iznillah et al. 2025; Rahma Ma et al. 2025). Dengan demikian, komunitas tidak hanya mengalami peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga transformasi cara berpikir dalam mengelola usaha.

Interpretasi Hasil Berdasarkan Teori dan Praktik

Hasil program menunjukkan bahwa pendekatan *co-creation* efektif dalam menghasilkan inovasi produk yang relevan secara kultural dan kompetitif secara ekonomi. Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori penciptaan nilai bersama yang menekankan pentingnya kolaborasi antara aktor akademik dan komunitas dalam menghasilkan solusi kontekstual. Dalam praktik pengabdian, kolaborasi ini memungkinkan pengetahuan lokal mitra usaha terintegrasi dengan pengetahuan manajerial mahasiswa. Inovasi “Pisang Goreng Sambal

Maknyus” merepresentasikan transformasi camilan tradisional menjadi produk bernilai tambah. Pendekatan ini membuktikan bahwa inovasi tidak harus bersumber dari teknologi tinggi, melainkan dari proses sosial yang terstruktur. Dengan demikian, hasil program mengonfirmasi relevansi teori *co-creation* dalam konteks UMKM kuliner lokal (Khairunnisa et al. 2025; Putri et al. 2025).

Terlepas dari keterbatasannya, hasil program memiliki relevansi yang luas bagi pengembangan UMKM di berbagai konteks. Model *co-creation* dan penguatan kapasitas yang diterapkan dapat direplikasi pada sektor kuliner tradisional lain di daerah berbeda. Pendekatan ini juga relevan bagi komunitas dengan keterbatasan sumber daya, karena tidak bergantung pada teknologi atau investasi besar. Selain itu, integrasi nilai budaya lokal dalam inovasi produk dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, hasil pengabdian ini berkontribusi pada wacana global tentang pengembangan ekonomi berbasis komunitas (Hakim, Hafizi, et al. 2023). Relevansi ini menunjukkan potensi adaptasi model pada konteks lintas wilayah dan sektor.

Efektivitas relevan Intervensi UMKM lokal

Dibandingkan kondisi awal, intervensi program terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja usaha secara menyeluruh. Pada tahap awal, produk belum memiliki diferensiasi yang kuat dan daya saingnya rendah di tengah persaingan camilan tradisional. Melalui *co-creation*, produk berkembang menjadi memiliki identitas unik yang berbasis kearifan lokal dan preferensi pasar. Dari sisi manajerial, sebelumnya tidak terdapat perhitungan HPP yang jelas, sehingga penetapan harga cenderung tidak optimal. Setelah intervensi, penetapan harga menjadi lebih rasional dan berorientasi pada keberlanjutan keuntungan. Efektivitas intervensi juga terlihat pada peningkatan efisiensi penggunaan bahan baku dan pengendalian biaya operasional (Fattah et al. 2024; Moh. Ubaidillah 2025). Secara keseluruhan, program berhasil mengubah kondisi usaha dari yang bersifat reaktif menjadi lebih strategis dan terencana.

Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi *co-creation* dan penguatan kapasitas merupakan model intervensi yang relevan dan berdampak bagi UMKM kuliner lokal. Program ini menunjukkan perbedaan pendekatan yang signifikan. Banyak program pengabdian masih berfokus pada pelatihan satu arah dan transfer pengetahuan yang bersifat *top-down* (Shara et al. 2025; Sudaryanti et al. 2025). Dalam konteks tersebut, keberlanjutan sering menjadi tantangan karena rendahnya rasa kepemilikan mitra. Sebaliknya, pendekatan partisipatif dan *co-creation* dalam program ini menghasilkan keterlibatan aktif dan komitmen jangka panjang. Praktik serupa di sektor kerajinan dan pertanian menunjukkan hasil yang sejalan, meskipun belum banyak diterapkan pada UMKM kuliner (Abdul Wahab et al. 2024; Alfarizi et al. 2023).

Oleh karena itu, program ini memperluas praktik pengabdian dengan menempatkan inovasi produk sebagai hasil kolaboratif. Temuan ini menunjukkan keunggulan pendekatan kolaboratif dibandingkan model konvensional.

Implikasi Kelembagaan dan Kebijakan

Hasil pengabdian ini memiliki implikasi penting bagi penguatan kelembagaan dan perumusan kebijakan. Pada level institusional, pendekatan MBKM terbukti mampu menjembatani kepentingan akademik dan kebutuhan nyata masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi dapat berperan sebagai aktor pembangunan lokal melalui pendampingan berbasis riset. Pada level kebijakan, hasil ini mengindikasikan perlunya dukungan terhadap program penguatan kapasitas UMKM yang bersifat kontekstual dan partisipatif. Kebijakan UMKM yang terlalu menekankan bantuan modal tanpa pendampingan manajerial berpotensi kurang efektif. Dengan demikian, temuan ini mendorong pergeseran kebijakan menuju integrasi inovasi, tata kelola, dan pendampingan berkelanjutan (Fauzan and Sudrajat 2025).

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan co-creation yang dipadukan dengan penguatan kapasitas manajerial mampu mendorong transformasi UMKM camilan tradisional secara signifikan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa inovasi cita rasa berbasis kearifan lokal tidak hanya meningkatkan penerimaan pasar, tetapi juga memperkuat identitas produk. Selain itu, penerapan tata kelola usaha sederhana melalui SOP dan perhitungan HPP terbukti meningkatkan efisiensi dan profitabilitas usaha. Strategi pemasaran yang terintegrasi turut memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan UMKM tidak bergantung pada skala usaha, melainkan pada kualitas kolaborasi dan pengelolaan. Usaha ini menemukan penerapan manajemen bisnis yang sistematis, mulai dari riset pasar hingga strategi pemasaran *omni-channel* yang memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengayaan literatur tentang inovasi berbasis komunitas dan mikro-governance UMKM. Kelebihan utama penelitian ini terletak pada pendekatan partisipatif dan berbasis praktik nyata yang memungkinkan integrasi antara teori dan implementasi lapangan. Penggunaan data empiris dari aktivitas kewirausahaan memberikan gambaran kontekstual yang kuat tentang dinamika UMKM kuliner lokal. Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan, terutama terkait skala dan cakupan wilayah yang masih terbatas. Durasi pengamatan yang relatif singkat membatasi analisis dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha. Selain

itu, sebagian besar temuan masih bersifat kontekstual sehingga generalisasi perlu dilakukan dengan hati-hati. Meskipun demikian, keterbatasan tersebut tidak mengurangi kontribusi konseptual penelitian ini.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa MBKM yang telah berperan aktif sebagai pendamping, serta pelaku usaha lokal di Kota Palangka Raya atas kerja sama dan partisipasinya. Penghargaan juga diberikan kepada fakultas, departemen, dan lembaga pendukung yang menyediakan fasilitas dan bimbingan, serta kepada rekan-rekan peneliti dan pihak eksternal yang memberikan masukan dan dukungan teknis sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi komunitas.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Wahab, D., Anggadini, S. D., Soegoto, D. S., & Yunanto, R. (2024). Building the success of culinary SMEs in food processing: Perspectives on business ecosystem analysis and digital transformation in West Java, Indonesia. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 8281–8293. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.3791>
- Adimas, I., Saputra, G., Subroto, W. T., Sakti, N. C., & Mahendra, A. M. (2024). Catalysing the people's economy in the era of global transformation: Innovation and digitalization of MSMEs. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(4), 264–280. <https://doi.org/10.61132/IJEMA.V1I4.270>
- Alfarizi, M., Hanum, R. K., Anggraeni, D. G., Qanita, A., Al Hakim, M. R., & Ngatindriatun. (2023). Accelerative capacity of key resources Industry 4.0 in metropolitan culinary micro-small sector and green business sustainability impact. *Journal of Applied Business Administration*, 7(2), 186–200. <https://doi.org/10.30871/jaba.v7i2.6166>
- Anung, A., Indah, S., & As'adi. (2025). Experience and challenges of medium and small enterprises (MSMEs) of tofu factories in increasing competitiveness. *International Journal of Management and Business*, 2(3), 18–23. <https://doi.org/10.64515/ijmb.v2i3.131>
- Apriyanto, Y., Hasni, W. A., & Zulkifali, W. A. (2025). Will traditional food survive the trends? Investigating Lombok young generations' consumption. *International Journal of Social Science*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.53625/IJSS.V5I1.10377>
- Azisah, A., Asriyani, Hajar, Arifin, Sadat, M. A., & Pata, A. A. (2025). Pemberdayaan KWT Cahaya Tani Lappo Ase melalui diversifikasi produk olahan pisang di Desa Lappo Ase Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 8(2), 919–940. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i2.17671>
- Belyaeva, Z., Rudawska, E. D., & Lopatkova, Y. (2020). Sustainable business model in food and beverage industry: A case of Western and Central and Eastern European countries. *British Food Journal*, 122(5), 1573–1592. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2019-0660>

Entri Azisah et al. (2025a & 2025b) memiliki judul, jurnal, volume, halaman, dan DOI yang sama

- Fathurrahman, S. H., & Geovani, A. (2025). Analisis faktor yang mempengaruhi prediksi peringkat obligasi (Studi kasus perusahaan keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024). *Jurnal Media Informatika (JUMIN)*, 6(3), 1680–1686.
- Fattah, T. K., Amelia, R., Feriyadi, Pebriadi, M. S., & Fitria. (2024). Perhitungan harga pokok produksi pada UMKM kerupuk Kuin Utara untuk meningkatkan keberlanjutan usaha masyarakat. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 558–571. <https://doi.org/10.36312/LINOV.V9I3.2093>
- Fauzan, T. R., & Sudrajat, A. S. S. N. (2025). Sustainable supply chain practices and business performance of culinary MSMEs in West Java. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 585–602. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i2.1956>
- Guiné, R. P. F., Florença, S. G., Barroca, M. J., & Anjos, O. (2021). The duality of innovation and food development versus purely traditional foods. *Trends in Food Science & Technology*, 109, 16–24. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.01.010>
- Hakim, S., Hafizi, M. R., Hasnita, & Widagdo, H. H. (2023). Bisnis dan marketing mix home industry jamu tradisional Sinoman di Kota Palangka Raya. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat*, 1(4), 124–133. <https://doi.org/10.59246/ALKHIDMAH.V1I4.523>
- Hakim, S., Himawan, H. S., Geovani, A., Asianingrum, A. H., Wehdawati, Julianti, N. S., Clara, L. C., & Putri, B. S. (2023). Go green ekonomi: Edukasi pembuatan pupuk organik media eco enzyme Desa Kelampangan Kota Palangkaraya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 3(1), 69–78. <https://doi.org/10.55606/JPKMI.V3I1.1259>
- Hu, L., Liu, T., Deng, J., Yu, X., Liao, S., & Shen, K. (2024). The importance, performance analysis, and improvement of township traditional market environment based on behavioural demand: Taking Taoyuan County market in Hunan Province as an example. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 23(5), 1500–1517. <https://doi.org/10.1080/13467581.2023.2278454>
- Hu, Y., Pan, Y., Yu, M., & Chen, P. (2024). Navigating digital transformation and knowledge structures: Insights for small and medium-sized enterprises. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(4), 16311–16344. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-01754-x>
- Hwititi, A., & Dumbu, E. (2025). Importance, challenges and limitations of management control systems' capability in owner-managed MSMEs for sustainable growth in Zimbabwe. *Kuveza NeKuumba: The Zimbabwe Ezekiel Guti University Journal of Design, Innovative Thinking and Practice*, 378–403. <https://doi.org/10.71458/kb1tx056>
- Indiarto, R., Fedryansyah, M., & Subroto, E. (2024). Peningkatan mutu, kemasan, dan digital marketing pada UKM keripik pisang dalam upaya kebangkitan ekonomi pasca pandemik. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1347–1359. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20672>
- Kawane, T., Zhao, R., Ozaki, Y., Otaki, T., Mazumder, S., & Shaw, R. (2023). Local production, consumption, and innovation: Enhancing sustainability through SMEs in Japan. *Rural and Regional Development*, 1(2), Article 10008. <https://doi.org/10.35534/rrd.2023.10008>

- Khairunnisa, D., Rohman, A., Agustina, D., Rubiah, Wahid, A., & Opis. (2025). Peningkatan ekonomi Desa Pasak Piang melalui pemanfaatan bahan lokal berbasis kreativitas. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Inovasi Kepada Masyarakat (PENAMAS)*, 3(2), 13–24. <https://doi.org/10.60046/penamas.v3i2.164>
- Krismajayanti, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Martini, I. A. O. (2024). Drivers, barriers and key success of digital transformation on SMEs: A systematic literature review. *JASF: Journal of Accounting and Strategic Finance*, 7(1), 158–180. <https://doi.org/10.33005/jasf.v7i1.505>
- Luthfi Iznillah, M., Andini, F. K., Ningrum, D. S., Gusnawati, R. A., Azzahra, F., & Maharani, L. (2025). Penguatan kapasitas produksi dan manajemen usaha berbasis komunitas melalui pemberdayaan kelompok usaha bersama. *Jurnal Abdi Insani*, 12(8), 3723–3735. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i8.2781>
- Manalu, E. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pasar terhadap UMKM makanan tradisional. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 6(1), 46–54. <https://doi.org/10.47747/jbme.v6i1.2694>
- Putri, I. Y., Azhari, R., Putra, I. P. E. W. S., & Mahendra, M. (2025). Pengembangan produk inovatif sambal cumi sebagai inspirasi usaha masyarakat Desa Keruak. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(8), 1299–1308. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i08.2544>
- Rahma, S. M., Ma, S. Z., Syamsinar, & Wahid, A. (2025). Pengembangan kapasitas kelompok usaha kecil gula aren: Studi kasus pada Kelompok Kamibisa. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 615–623. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v8i2.58943>
- Raihan, M. A., & Nurelisah, S. H. (2025). Tangerang Old Market MSMEs as culinary tourism drivers: The impact of economic, social and culture. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.59422/lmp.v3i01.806>
- Shara, Y., Akmal, O., Ongah, H., & Syahrizal, M. (2025). Pelatihan masakan Thailand berbasis bahan lokal untuk UMKM kuliner di Kecamatan Deli Serdang sebagai strategi diversifikasi produk ekonomi kreatif. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 5(3), 114–120. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v5i3.7201>
- Sudaryanti, D. S., Munawar, A. H., Suryanugraha, D. Z., Patmawati, H., & Nisa, A. S. (2025). Co-innovation kelapa sangrai naik kelas: Strategi diversifikasi kuliner lokal menuju ikon ekonomi kreatif. *Masyarakat: Jurnal Pengabdian*, 2(3), 398–410. <https://doi.org/10.58740/m-jp.v2i3.535>
- Syahrial, H., Lores, L., Siregar, D., & Nazwa, S. (2024). Crucial factors influencing the success of SMEs in the digital transformation era. *Information Management and Business Review*, 16(3(S)), 181–187. [https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3\(S\).4053](https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(S).4053)
- Tairas, M. D., Anggara, O., Saputri, D., Azizah, A., Mardian, Maharani, L., & Pandiangan, D. (2024). Banana roll: Pemanfaatan pisang di Masamba menjadi cemilan yang bikin nagih dan bernilai jual. *Vivabio: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 6(1), 73–77. <https://doi.org/10.35799/vivabio.v6i1.54197>
- Ubaidillah, M. (2025). Pelatihan penentuan harga pokok penjualan pada UMKM Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(2), 122–131. <https://doi.org/10.70248/jpmebd.v2i2.2495>
- Vasconcelos-Ramírez, A., Tapia-Guerrero, L. A., & López-Cruz, J. Y. (2020). Transferencia

- de saberes tradicionales alimentarios: El caso de las productoras de tlayudas en Tlalixtac de Cabrera, Oaxaca (México). *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(55). <https://doi.org/10.24836/es.v30i55.866>
- Wardani, A. S., & Swasti, I. K. (2024). Peran produk inovatif Cibay dalam peningkatan daya saing UMKM Pawon Bu Tina di Kelurahan Kutisari. *Al-Hayat: Natural Sciences, Health & Environment Journal*, 2(2), 129–137. <https://doi.org/10.47467/alhayat.v2i2.2141>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28–42. <https://doi.org/10.1108/17590831111115222>
- Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., Ekawati, N. W., Guntara, A. A., Pharamadita, I. P. A. W., Rahmayanti, P. L. D., & Tirtayani, I. G. A. (2025). Impact of product innovation and digital marketing strategy on competitive advantage: Brand image as a mediating factor. *Corporate and Business Strategy Review*, 6(3), Article 20. <https://doi.org/10.22495/cbsrv6i3art20>
- Yin, D., & Ooi, C. L. (2024). The application of knowledge management (KM) by small and medium-sized enterprises (SME) in manufacturing industry. *Proceedings of Business and Economic Studies*, 7(4), 293–299. <https://doi.org/10.26689/pbes.v7i4.8119>
- Zheng, S. (2023). Analysis of the digital transformation of SMEs. *Academic Journal of Business & Management*, 5(16), 133–137. <https://doi.org/10.25236/ajbm.2023.051618>
- Zulkifali, W. A. H. W., Adam, S. H., Sharif, M. S. M., & Apriyanto, Y. (2025). The future of Malay kueh: Exploring factors influencing its acceptance among young consumers in Kelantan. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(4), 299–308. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.90400024>