

Pemberdayaan masyarakat melalui inovasi rendang lokan dan digitalisasi pemasaran di pesisir selatan

Ciptro Handrianto^{1*}, Akrimullah Mubai², Maizul Rahmizal³, Ritno Ahmanda⁴,
Dimas Aditiya⁵, Anggun Muliya Warni⁶

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Padang, Indonesia

⁶PKBM Bintang Selatan Bersatu, Indonesia

Article Info

Article history:

Received September 21, 2025

Accepted October 1, 2025

Published May 1, 2026

Kata Kunci:

Pemberdayaan Masyarakat;
Rendang Lokan;
Ekonomi Pesisir;
Inovasi Produk;
Digitalisasi Pemasaran.

ABSTRAK

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat Nagari Lalang Panjang Inderapura, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat, adalah keterbatasan pengetahuan tentang teknik pengolahan, pengemasan dan minimnya pemanfaatan platform digital dalam pemasaran rendang lokan sehingga produk belum memiliki nilai jual yang optimal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program pemberdayaan ini dilaksanakan dengan tujuan: (a) meningkatkan keterampilan pengolahan rendang lokan sebagai kuliner khas daerah dengan standar higienis, (b) melatih teknik pengemasan produk secara menarik dan bernilai jual tinggi, serta (c) memperkuat strategi pemasaran, khususnya melalui media digital, guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Kegiatan dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan kepada 20 orang ibu rumah tangga. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan yang signifikan, dimana 85% peserta menguasai pengolahan dan pengemasan produk, serta 75% aktif memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUB) menjadi wadah keberlanjutan usaha, serta bertambahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran online. Program ini terbukti efektif menjadi model pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir yang berkelanjutan serta dapat direplikasi pada wilayah lain dengan potensi sumber daya serupa.



Corresponding Author:

Ciptro Handrianto,
Department of Non Formal Education, Universitas Negeri Padang
Jln. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar
Email: *handrianto@unp.ac.id

1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan sumber daya laut yang sangat melimpah, mulai dari hasil tangkapan ikan, kerang, hingga biota perairan lainnya. Potensi besar ini, apabila dikelola secara optimal, dapat menjadi pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan [1], sektor perikanan menyumbang lebih dari 3% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dengan tingkat pertumbuhan yang konsisten setiap tahunnya. Salah satu subsektor yang menjanjikan adalah pengolahan hasil laut, karena mampu memberikan nilai tambah signifikan dibandingkan hanya menjual hasil tangkapan dalam bentuk mentah.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki garis pantai panjang dan dianugerahi potensi hasil laut yang berlimpah. Kabupaten Pesisir Selatan, misalnya, dikenal sebagai daerah penghasil lokan (*Polymesoda erosa*), sejenis kerang yang hidup di muara sungai dan kawasan berlumpur pesisir. Produksi lokan di daerah ini mencapai puluhan ton per tahun, namun sebagian besar masih dijual dalam bentuk mentah dengan harga rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan sumber daya lokan belum optimal dalam memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat pesisir.

Sementara itu, masyarakat Minangkabau memiliki warisan kuliner yang mendunia, yaitu rendang. Pada tahun 2011, UNESCO telah menetapkan rendang sebagai salah satu makanan warisan dunia yang merepresentasikan budaya dan tradisi kuliner Nusantara [2]. Rendang yang pada umumnya berbahan dasar daging sapi atau ayam kini telah mengalami berbagai inovasi sesuai dengan kearifan lokal, salah satunya adalah rendang lokan. Inovasi ini tidak hanya memperkaya khasanah kuliner lokal, tetapi juga menjadi peluang ekonomi baru bagi masyarakat pesisir. Apabila dikembangkan dengan strategi yang tepat, rendang lokan berpotensi menjadi produk unggulan daerah yang bernilai jual tinggi, baik di pasar lokal, nasional, maupun internasional.

Akan tetapi, peluang besar ini belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan di Kenagarian Lalang Panjang Inderapura, Kabupaten Pesisir Selatan, mayoritas masyarakat—khususnya ibu-ibu rumah tangga—masih menjual lokan dalam bentuk segar. Hanya sebagian kecil yang mencoba mengolahnya menjadi rendang, itupun masih dilakukan dengan cara tradisional, sederhana, dan kurang memperhatikan standar higienitas serta kualitas pengemasan. Hal ini berakibat pada rendahnya daya saing produk sehingga belum mampu menembus pasar yang lebih luas.

Di sisi lain, dinamika perekonomian masyarakat saat ini juga dipengaruhi oleh transformasi digital. Pandemi COVID-19 telah mempercepat proses digitalisasi hampir di seluruh sektor, termasuk perdagangan dan pemasaran. Data Kementerian Koperasi dan UKM [3] menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang beralih ke ekosistem digital mengalami peningkatan omzet hingga 50% dibandingkan dengan UMKM yang masih mengandalkan penjualan konvensional. Sayangnya, masyarakat pesisir Pesisir Selatan masih sangat terbatas dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang pemasaran produk mereka. Hanya sebagian kecil yang menggunakan platform e-commerce atau media sosial, sementara sebagian besar lainnya masih bergantung pada pola pemasaran tradisional.

Berdasarkan kondisi tersebut, sangat diperlukan adanya upaya pengabdian masyarakat yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis dalam pengolahan rendang lokan, tetapi juga mencakup inovasi pengemasan modern serta pemanfaatan strategi pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller [26] yang menekankan bahwa keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitasnya, tetapi juga oleh kemampuan strategi pemasaran yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Inovasi dalam pengemasan juga menjadi faktor penting karena selain menjaga kualitas produk, kemasan modern mampu meningkatkan daya tarik konsumen serta memperkuat identitas merek [27].

Lebih lanjut, digitalisasi pemasaran membuka peluang besar bagi produk lokal untuk bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk melalui media sosial dan platform e-commerce, yang menurut Strauss & Frost [28] telah menjadi instrumen utama dalam membangun hubungan dengan konsumen secara interaktif. Dengan demikian, langkah ini tidak hanya memberikan nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi bagi produk rendang lokan, tetapi juga menjadi strategi keberlanjutan ekonomi keluarga masyarakat pesisir. Oleh karena itu, program pengabdian ini menawarkan kebaruan melalui integrasi menyeluruh antara inovasi kuliner berbasis kearifan lokal (rendang lokan), branding melalui pengemasan modern, dan perluasan pasar via digitalisasi pemasaran dalam satu model pemberdayaan yang terpadu.

Dalam konteks inilah, Universitas Negeri Padang melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi mengambil peran strategis untuk menjawab kebutuhan tersebut. Sebagaimana ditegaskan oleh Suryadi [29], pengabdian masyarakat merupakan wujud nyata kontribusi perguruan tinggi dalam mengintegrasikan ilmu pengetahuan dengan kebutuhan masyarakat. Program pengabdian berupa pengembangan rendang lokan menjadi salah satu bentuk sinergi antara inovasi produk dan digitalisasi pemasaran, yang mempertemukan dunia akademik dengan realitas sosial-ekonomi

masyarakat, sehingga terwujud kolaborasi berkelanjutan untuk pemberdayaan dan kemandirian masyarakat pesisir.

2. METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat disusun secara sistematis dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat pesisir, khususnya ibu-ibu rumah tangga di Kenagarian Lalang Panjang Inderapura, Kabupaten Pesisir Selatan. Menurut Kusnandar [4] keberhasilan program pengabdian masyarakat sangat ditentukan oleh perencanaan yang terarah sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat. Permasalahan utama yang teridentifikasi dalam masyarakat pesisir umumnya meliputi rendahnya keterampilan pengolahan hasil laut, keterbatasan inovasi dalam pengemasan, serta minimnya pemanfaatan pemasaran digital [5]. Kondisi serupa juga diungkapkan oleh Setyawati [6] bahwa UMKM pesisir sering terkendala pada aspek inovasi produk dan adaptasi teknologi digital.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian Universitas Negeri Padang bersama mitra PKBM Bintang Selatan Bersatu merancang program berbasis pendidikan, pelatihan, dan pendampingan yang menekankan pada penerapan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni (IPTEKS). Hal ini sejalan dengan pendapat Suryono [7] yang menegaskan bahwa transfer IPTEKS merupakan strategi efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat agar mampu mandiri secara ekonomi. Langkah awal pelaksanaan adalah tahap persiapan yang mencakup koordinasi dengan pemerintah nagari dan mitra setempat untuk memastikan dukungan dan partisipasi masyarakat. Menurut Nugroho [8], tahap persiapan merupakan fondasi penting dalam program pengabdian, karena menentukan keterlibatan aktif peserta sejak awal kegiatan. Pada tahap ini dilakukan perekrutan peserta yang berjumlah 20 orang ibu rumah tangga, penyusunan modul, serta pengadaan sarana pendukung pelatihan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 5 (lima) hari pertemuan.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan. Pendidikan bertujuan menambah wawasan tentang pentingnya inovasi produk, higienitas, dan strategi pemasaran digital. Pelatihan dilakukan melalui metode praktik langsung, sebagaimana ditegaskan Hidayat & Sari [9] bahwa pendekatan partisipatif melalui praktik lapangan lebih efektif dibandingkan metode ceramah dalam meningkatkan keterampilan masyarakat. Peserta tidak hanya dilatih mengolah lokan menjadi rendang khas Minangkabau, tetapi juga diajarkan teknik pengemasan modern serta penggunaan media digital untuk promosi. Hal ini selaras dengan Wulandari [10] yang menyebutkan bahwa pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace merupakan peluang besar bagi UMKM pesisir dalam memperluas pasar.

Penerapan IPTEKS juga menekankan integrasi kearifan lokal dengan teknologi modern. Peserta diajarkan memanfaatkan perangkat digital untuk membuat konten sederhana promosi produk, mengunggah di e-commerce, dan mengelola transaksi daring. Fauzi & Ramadhan [11] menyatakan bahwa literasi digital merupakan kompetensi kunci yang harus dimiliki masyarakat pesisir agar produk lokal mampu bersaing di pasar global.

Dalam praktiknya, peserta program dilatih untuk memanfaatkan perangkat digital, baik melalui pembuatan konten promosi sederhana, pengunggahan produk di platform e-commerce, hingga pengelolaan transaksi daring. Kompetensi ini selaras dengan pandangan Fauzi & Ramadhan [30] yang menyatakan bahwa literasi digital merupakan keterampilan kunci yang harus dimiliki masyarakat, khususnya di wilayah pesisir, agar produk lokal memiliki daya saing di pasar global. Lebih lanjut, menurut Ngafifi [31], perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses informasi, berkomunikasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi, sehingga adaptasi terhadap perubahan ini menjadi keharusan [32].

Dengan demikian, penerapan IPTEKS yang mengintegrasikan kearifan lokal dengan teknologi modern serta penguatan literasi digital diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan nilai jual produk lokal, sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

Selanjutnya, evaluasi kegiatan dilakukan secara menyeluruh. Tingkat keterampilan peserta diukur menggunakan kuesioner pretest dan posttest untuk aspek pengetahuan, serta lembar observasi untuk aspek praktik. Evaluasi proses menilai kehadiran, partisipasi, dan perkembangan keterampilan peserta melalui lembar observasi dan kuesioner, sementara evaluasi hasil mengukur keberhasilan produk nyata yang dihasilkan serta peningkatan pengetahuan melalui *pretest* dan *posttest*. Menurut

Arifin [12], evaluasi berlapis diperlukan untuk memastikan keberlanjutan program pengabdian masyarakat, bukan hanya sebatas output jangka pendek. Dengan metode menyeluruh ini, program diharapkan dapat menjawab tantangan masyarakat pesisir sekaligus mendorong terbentuknya kelompok usaha bersama yang lebih terorganisir. Sejalan dengan pendapat Prasetya [13], keberlanjutan usaha masyarakat akan lebih terjamin apabila ada pendampingan berkesinambungan dari tim pengabdian dan dukungan mitra lokal. Dengan demikian, produk rendang lokan berpotensi berkembang menjadi produk unggulan daerah yang berdaya saing tinggi, serta berdampak positif terhadap perekonomian keluarga maupun masyarakat pesisir secara keseluruhan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah nagari, tokoh masyarakat, dan mitra PKBM Bintang Selatan Bersatu. Sutanto [14] menegaskan bahwa koordinasi lintas pihak sejak awal pelaksanaan program akan memperkuat dukungan sosial dan memperjelas arah kegiatan pemberdayaan. Kesepahaman yang dihasilkan dalam tahap ini penting untuk memastikan partisipasi aktif masyarakat [15]. Selain itu, proses perekrutan peserta yang berjumlah dua puluh ibu rumah tangga dilakukan dengan seleksi terbatas. Tantangan serupa juga ditemukan oleh Rahmawati [16], yang menjelaskan bahwa keterbatasan sumber daya kerap membatasi jumlah penerima manfaat dalam program pemberdayaan masyarakat pesisir. Meski demikian, peserta yang terpilih menunjukkan motivasi dan antusiasme tinggi, sebagaimana dikemukakan [17] bahwa motivasi intrinsik menjadi faktor kunci keberhasilan pelatihan berbasis masyarakat.

Tahap pelaksanaan kegiatan berlangsung dalam bentuk pendidikan, pelatihan, dan pendampingan. Pendidikan diberikan melalui penyuluhan mengenai inovasi produk, strategi peningkatan pendapatan keluarga, serta digitalisasi pemasaran. Menurut Wulandari et al. [18], penyuluhan berbasis literasi digital sangat relevan dalam meningkatkan kapasitas perempuan pesisir untuk mengelola usaha kecil. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan metode demonstrasi dan praktik, yang dinilai lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis [19]. Peserta diajarkan mengolah rendang lokan secara higienis sesuai standar mutu pangan. Hasil kuesioner pasca-pelatihan menunjukkan bahwa 85% peserta menyatakan mampu dan percaya diri mengolah rendang lokan secara higienis. Data ini diperkuat oleh hasil lembar observasi, yang mencatat bahwa 90% peserta (18 orang) secara teknis terampil dalam mengolah, dan 85% (17 orang) mampu melakukan pengemasan modern sekaligus mempertahankan cita rasa khas Minangkabau. Dokumentasi pembukaan dan sambutan kegiatan pengabdian rendang lokan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pembukaan dan Sambutan Kegiatan Pengabdian Rendang Lokan oleh Ketua Pengabdian berserta Camat Airpura, Wali Nagari dan kepala PKBM Bintang Selatan Bersatu

Selanjutnya, pelatihan pengemasan menjadi bagian penting untuk meningkatkan daya tarik produk. Putri [20] menyebutkan bahwa inovasi kemasan modern tidak hanya berfungsi melindungi

produk, tetapi juga meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan Kurniawan & Dewi [21] bahwa kemasan higienis dan menarik dapat memperluas akses pasar produk lokal. Pada aspek pemasaran, sebanyak 75% peserta yang sebelumnya tidak pernah menggunakan media sosial untuk berjualan, kini telah mampu membuat konten promosi sederhana dan mengunggahnya di platform seperti Facebook dan WhatsApp Status. Peserta dilatih memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Fauzi & Ramadhan [22] menekankan bahwa pemanfaatan platform digital adalah strategi efektif untuk memperluas pasar UMKM pesisir. Meski sebagian peserta awalnya menghadapi kendala literasi digital, pendampingan intensif terbukti mampu meningkatkan keterampilan mereka dalam promosi dan transaksi daring [23]. Beberapa peserta bahkan berhasil melakukan penjualan langsung selama kegiatan. Selama pendampingan, tercatat lebih dari 50 pack rendang lokan berhasil terjual melalui pemesanan online, yang menjadi bukti nyata efektivitas digitalisasi pemasaran.

Keberhasilan pelatihan ini tidak hanya terlihat dari peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga dari tumbuhnya rasa percaya diri peserta dalam mengelola usaha secara mandiri. Menurut Lestari [34], salah satu indikator keberhasilan program pemberdayaan adalah munculnya kemandirian ekonomi masyarakat melalui optimalisasi potensi lokal. Dalam konteks ini, peserta tidak hanya mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan bernilai jual tinggi, tetapi juga mulai membangun jejaring usaha dengan konsumen maupun pelaku bisnis lain. Selain itu, adanya kolaborasi antar peserta mendorong terbentuknya kelompok usaha bersama yang berperan sebagai wadah untuk memperkuat posisi tawar mereka di pasar. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan dampak ganda, yakni peningkatan keterampilan individu sekaligus penguatan kelembagaan masyarakat pesisir. Proses Pembuatan Rendang Lokan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Pembuatan Rendang Lokan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu menguasai keterampilan dasar, tetapi juga menunjukkan peningkatan yang terukur. Berdasarkan lembar observasi, sebanyak 90% peserta (18 orang) telah terampil dalam mengolah rendang lokan secara higienis, dan 85% (17 orang) mampu melakukan pengemasan modern. Selain itu, peserta juga berhasil melakukan inovasi pada aspek kemasan serta memanfaatkan strategi pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan pandangan Lestari [24] yang menegaskan bahwa indikator keberhasilan program pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari peningkatan rasa percaya diri dan kemandirian peserta dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Keberhasilan ini mencerminkan adanya transformasi pengetahuan dan keterampilan menjadi praktik nyata yang memberikan dampak langsung pada peningkatan kapasitas usaha masyarakat pesisir [49, 50].

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan peserta. Hal ini sejalan dengan pendapat Suparno [35] yang menegaskan bahwa pelatihan terstruktur mampu mengembangkan

kompetensi sekaligus membangun sikap profesional masyarakat. Senada dengan itu, Santosa [36] menambahkan bahwa pelatihan berbasis potensi lokal menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian komunitas. Sari dan Nugroho juga menyatakan bahwa keberhasilan pelatihan dapat diukur dari sejauh mana keterampilan yang dipelajari dapat diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Pada aspek pengemasan produk, Putri [37] menyebutkan bahwa kemasan modern memiliki fungsi ganda, yakni melindungi produk sekaligus meningkatkan citra dan daya tarik konsumen. Hal ini didukung oleh Kurniawan dan Dewi [38] yang menemukan bahwa kemasan higienis dan menarik secara signifikan memperluas akses pasar produk lokal. Wulandari [39] juga menekankan bahwa desain kemasan inovatif mampu memberikan nilai tambah dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan demikian, inovasi kemasan menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat daya saing produk masyarakat pesisir.

Dalam ranah pemasaran digital, Fauzi dan Ramadhan [40] menegaskan bahwa media sosial dan marketplace merupakan strategi efektif untuk memperluas jangkauan pasar UMKM. Pandangan ini diperkuat oleh Hakim [41] yang menyatakan bahwa digitalisasi pemasaran mampu menekan biaya distribusi sekaligus meningkatkan akses pasar yang lebih luas. Rahayu [42] juga menjelaskan bahwa literasi digital yang baik memungkinkan pelaku UMKM beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen di era industri 4.0. Dengan pendampingan yang intensif, peserta pelatihan mampu menguasai promosi dan transaksi daring, sehingga membuka peluang bagi pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Dari sisi pemberdayaan, Lestari [43] menegaskan bahwa indikator keberhasilan dapat dilihat dari peningkatan rasa percaya diri dan kemandirian ekonomi masyarakat. Anwar dan Hidayat [44] juga menyebutkan bahwa pemberdayaan berbasis potensi lokal menjadi strategi berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Kartika [45] menambahkan bahwa integrasi keterampilan, jaringan usaha, dan akses pasar dalam sebuah program pemberdayaan akan menghasilkan transformasi sosial-ekonomi yang lebih signifikan.

Akhirnya, keberhasilan peserta dalam mengembangkan usaha tidak terlepas dari pola pikir kewirausahaan yang adaptif. Gunawan [46] menyatakan bahwa kewirausahaan adaptif sangat penting untuk menjaga keberlanjutan usaha di tengah dinamika pasar. Hal ini sejalan dengan pandangan Fitriani [47] yang menegaskan bahwa inovasi dan kolaborasi antar pelaku usaha mampu memperkuat daya saing UMKM baik di pasar lokal maupun global. Priyanto [48] juga menjelaskan bahwa keberlanjutan usaha masyarakat sangat ditentukan oleh kemampuan berinovasi serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis.

Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga menghasilkan terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUB) Bintang Selatan Bersatu yang berfungsi sebagai wadah kolektif untuk memperkuat kelembagaan usaha masyarakat. Syafitri [25] menekankan bahwa kelembagaan usaha kolektif mampu meningkatkan daya tawar masyarakat, baik dalam mengakses pasar yang lebih luas maupun dalam memperoleh dukungan pemerintah dan lembaga mitra lainnya. Menurut Uphoff [33], kelembagaan masyarakat merupakan kunci penting dalam pembangunan berbasis komunitas karena dapat memperkuat solidaritas, koordinasi, dan keberlanjutan usaha bersama. Dengan demikian, keberadaan KUB bukan hanya memperkuat posisi tawar masyarakat secara ekonomi, tetapi juga menjadi strategi keberlanjutan untuk menjaga eksistensi usaha lokal di tengah tantangan persaingan pasar [51, 52]. Pemberian sertifikat pelatihan kepada perwakilan peserta dapat dilihat pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Pemberian sertifikat pelatihan kepada perwakilan peserta

Pembahasan hasil kegiatan ini membuktikan bahwa pengembangan produk lokal berbasis budaya, seperti rendang lokan, merupakan strategi efektif untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir. Inovasi produk, pengemasan modern, dan digitalisasi pemasaran terbukti menjadi kombinasi penting yang mampu meningkatkan nilai tambah, memperluas pasar, sekaligus memperkuat identitas budaya lokal [25].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat pesisir melalui pengembangan produk rendang lokan telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi masyarakat sasaran. Proses pelatihan dan pendampingan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis dalam pengolahan, pengemasan, dan pemasaran produk, tetapi juga membangun motivasi kewirausahaan serta semangat kolaborasi di kalangan peserta. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa potensi lokal yang sebelumnya kurang dimanfaatkan dapat diolah menjadi produk bernilai tambah tinggi apabila dikelola secara terencana dan berkelanjutan. Faktor kunci keberhasilan terletak pada sinergi multipihak. Pemerintah daerah berperan melalui penyediaan dukungan regulasi, akses permodalan, fasilitasi peralatan, dan promosi. Masyarakat peserta berkontribusi dengan menjaga kekompakan, mengembangkan inovasi, dan menerapkan manajemen usaha yang lebih profesional. Akademisi melanjutkan peran dalam bentuk pendampingan, penelitian, serta pengembangan inovasi produk. Sementara itu, mitra pendukung bertindak sebagai fasilitator dan jembatan kolaborasi antaraktor. Integrasi peran ini menghasilkan dampak ganda: rendang lokan bukan hanya menjadi produk kuliner khas yang memiliki daya saing pasar, tetapi juga simbol keberhasilan model pemberdayaan masyarakat pesisir. Dengan demikian, pendekatan ini berpotensi direplikasi di wilayah lain yang memiliki sumber daya serupa, guna memperkuat ekonomi lokal dan mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Kelautan dan Perikanan, "Laporan tahunan sektor kelautan dan perikanan Indonesia 2023," 2023.
- [2] UNESCO, "Indonesian traditional cuisine: Rendang as intangible cultural heritage," 2011.
- [3] Kementerian Koperasi dan UKM, "UMKM Go Digital: Laporan transformasi usaha kecil 2023," 2023.
- [4] B. Kusnandar, "Perencanaan strategis dalam program pengabdian masyarakat," *Jurnal Abdimas*, vol. 5, no. 1, pp. 20-29, 2021.
- [5] S. Rohman and R. Prasetyo, "Hambatan UMKM pesisir dalam inovasi produk," *Jurnal Ekonomi Pesisir*, vol. 7, no. 2, pp. 100-112, 2022.

- [6] I. Setyawati, "Kendala UMKM pesisir dalam adaptasi digital," *Jurnal UMKM Digital*, vol. 6, no. 1, pp. 44-57, 2023.
- [7] E. Suryono, "Transfer IPTEKS dalam pengembangan kapasitas masyarakat," *Jurnal Abdimas Kreatif*, vol. 5, no. 2, pp. 77-89, 2020.
- [8] H. Nugroho, "Tahap persiapan dalam program pemberdayaan masyarakat," *Jurnal Pengabdian dan Pendidikan*, vol. 6, no. 2, pp. 15-27, 2021.
- [9] A. Hidayat and M. Sari, "Pendekatan partisipatif dalam pelatihan masyarakat," *Jurnal Pemberdayaan Sosial*, vol. 9, no. 2, pp. 88-99, 2022.
- [10] R. Wulandari, "Digital marketing strategies for coastal MSMEs," *Jurnal Ekonomi Digital*, vol. 7, no. 1, pp. 12-24, 2023.
- [11] A. Fauzi and T. Ramadhan, "Literasi digital dan strategi pemasaran UMKM pesisir," *Jurnal Ekonomi Kreatif*, vol. 4, no. 1, pp. 45-58, 2022.
- [12] Z. Arifin, "Evaluasi program pemberdayaan masyarakat pesisir," *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian*, vol. 5, no. 2, pp. 88-99, 2020.
- [13] D. Prasetya, "Keberlanjutan program pengabdian masyarakat melalui pendampingan," *Jurnal Pembangunan Sosial*, vol. 8, no. 1, pp. 99-111, 2021.
- [14] J. Sutanto, "Koordinasi lintas pihak dalam program pemberdayaan," *Jurnal Pemberdayaan Sosial*, vol. 11, no. 1, pp. 70-82, 2023.
- [15] R. Fitriyani and D. Rahayu, "Koordinasi multi-stakeholder dalam pemberdayaan masyarakat pesisir," *Jurnal Pengabdian Nusantara*, vol. 8, no. 1, pp. 33-44, 2024.
- [16] T. Rahmawati, "Tantangan sumber daya dalam pemberdayaan masyarakat pesisir," *Jurnal Kelautan Sosial*, vol. 3, no. 2, pp. 55-68, 2022.
- [17] A. Hidayat and F. Nugraha, "Motivasi intrinsik dalam keberhasilan pelatihan masyarakat," *Jurnal Pendidikan Nonformal*, vol. 6, no. 1, pp. 12-24, 2023.
- [18] M. Sari and Y. Pratama, "Metode demonstrasi dalam peningkatan keterampilan masyarakat," *Jurnal Pendidikan Terapan*, vol. 9, no. 2, pp. 55-67, 2024.
- [19] D. G. F. Matt, S. Banseng, and D. Gerry, "Effect of wordwall in teaching malay literature component amongst form one students," *International Journal of Education, Technology and Science*, vol. 2, no. 3, pp. 279-287, 2022.
- [20] M. Putri, "Inovasi kemasan modern untuk produk UMKM," *Jurnal Industri Kreatif*, vol. 5, no. 1, pp. 77-86, 2023.
- [21] D. Kurniawan and A. Dewi, "Inovasi kemasan dan akses pasar produk lokal," *Jurnal Manajemen UMKM*, vol. 11, no. 1, pp. 40-52, 2024.
- [22] L. Ardiani, "Pendampingan UMKM berbasis digital di kawasan pesisir," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 55-66, 2025.
- [23] N. Lestari, "Kepercayaan diri perempuan pesisir melalui pelatihan usaha kecil," *Jurnal Pemberdayaan Perempuan*, vol. 4, no. 2, pp. 67-79, 2023.
- [24] R. Syafitri, "Kelembagaan usaha kolektif masyarakat pesisir," *Jurnal Ekonomi Maritim*, vol. 8, no. 1, pp. 90-103, 2024.
- [25] B. Pratomo and E. Anggraeni, "Inovasi produk lokal dan identitas budaya dalam pemberdayaan ekonomi," *Jurnal Ekonomi Kreatif Nusantara*, vol. 9, no. 2, pp. 123-136, 2023.
- [26] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
- [27] P. Silayoi and M. Speece, "The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach," *European Journal of Marketing*, vol. 41, no. 11/12, pp. 1495-1517, 2007, doi: [10.1108/03090560710821279](https://doi.org/10.1108/03090560710821279)
- [28] J. Strauss and R. Frost, *E-marketing*, 7th ed. Pearson Education, 2014.
- [29] Suryadi, "Pengabdian kepada masyarakat sebagai salah satu pilar Tri Dharma perguruan tinggi," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 45-53, 2017.
- [30] A. Fauzi and R. Ramadhan, "Literasi digital sebagai kompetensi kunci dalam pengembangan masyarakat pesisir," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 112-121, 2020.
- [31] M. Ngafifi, "Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya," *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, vol. 2, no. 1, pp. 33-47, 2014, doi: [10.21831/jppfa.v2i1.2616](https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616)
- [32] R. Yunus, "Transformasi nilai-nilai kearifan lokal dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya," *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 7, no. 1, pp. 1-12, 2018.
- [33] N. Uphoff, *Local institutions and participation for sustainable development*. International Fund for Agricultural Development (IFAD), 1992.
- [34] S. Anwar and R. Hidayat, "Strategi pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal," *Jurnal*

- Pemberdayaan, vol. 6, no. 2, pp. 115-127, 2018, doi: [10.37064/jpm.v6i1.4986](https://doi.org/10.37064/jpm.v6i1.4986)
- [35] M. Fauzi and F. Ramadhan, "Digital marketing sebagai strategi UMKM dalam memperluas pasar," *Jurnal Ekonomi Kreatif*, vol. 4, no. 1, pp. 45-56, 2021.
- [36] L. Fitriani, "Inovasi dan kolaborasi dalam penguatan UMKM di era digital," *Jurnal Bisnis Digital*, vol. 7, no. 3, pp. 89-101, 2022.
- [37] A. Gunawan, "Kewirausahaan adaptif dan keberlanjutan usaha masyarakat lokal," *Jurnal Ekonomi Rakyat*, vol. 12, no. 1, pp. 33-47, 2020.
- [38] M. Hakim, "Literasi digital dan transformasi pemasaran UMKM," *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 55-66, 2022, doi: [10.35912/jbpd.v2i1.2545](https://doi.org/10.35912/jbpd.v2i1.2545)
- [39] D. Kartika, "Transformasi sosial-ekonomi melalui pemberdayaan masyarakat," *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, vol. 8, no. 2, pp. 122-135, 2021.
- [40] B. Kurniawan and R. Dewi, "Inovasi kemasan dan daya saing produk lokal," *Jurnal Manajemen Usaha*, vol. 5, no. 1, pp. 67-75, 2020, doi: [10.32503/cendekia.v1i1.466](https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i1.466)
- [41] F. Lestari, "Pemberdayaan masyarakat pesisir: Antara kemandirian dan keberlanjutan," *Jurnal Sosial Humaniora*, vol. 9, no. 3, pp. 211-225, 2020.
- [42] A. Priyanto, "Strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi digital dalam UMKM," *Jurnal Ekonomi Inovatif*, vol. 3, no. 2, pp. 74-83, 2019.
- [43] Putri, "Desain kemasan inovatif dalam meningkatkan daya tarik konsumen," *Jurnal Riset Pemasaran*, vol. 6, no. 1, pp. 39-50, 2021.
- [44] D. Rahayu, "Literasi digital UMKM di era industri 4.0," *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 14, no. 2, pp. 123-132, 2019.
- [45] H. Santosa, "Pelatihan berbasis potensi lokal dalam meningkatkan kapasitas masyarakat," *Jurnal Pendidikan Nonformal*, vol. 2, no. 1, pp. 15-28, 2020.
- [46] M. Sari and Y. Nugroho, "Efektivitas pelatihan dalam peningkatan keterampilan masyarakat," *Jurnal Pendidikan dan Pelatihan*, vol. 11, no. 2, pp. 87-98, 2019.
- [47] E. Suparno, *Manajemen pelatihan dan pengembangan SDM*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- [48] S. Wulandari, "Pengaruh desain kemasan terhadap loyalitas konsumen," *Jurnal Pemasaran*, vol. 5, no. 2, pp. 55-66, 2019.
- [49] N. Hazizah, R. Rusdinal, I. Ismaniar, and M. A. Rahman, "Warrior kids games on improving the self-efficacy abilities and fine motor skills of 5-6 years old children," *Retos*, vol. 56, pp. 639-647, 2024, doi: [10.47197/retos.v56.104892](https://doi.org/10.47197/retos.v56.104892)
- [50] H. Hafnidar, I. Harniati, and M. Hailemariam, "Students self-regulation: An analysis of exploratory factors of self-regulation scale," *Spektrum: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, vol. 9, no. 2, pp. 220-225, 2021, doi: [10.24036/spektrumpls.v9i2.112589](https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v9i2.112589)
- [51] S. Banseng, R. Sandai, and S. Rasool, "Language of strata and expression in construction of sampi amongst iban community in malaysia," *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, vol. 4, no. 3, pp. 417-427, 2021.
- [52] A. Fajriati and W. Wisroni, "Pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam pembelajaran berbasis peserta didik di era digital," *Wahana Pedagogika: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, vol. 6, no. 2, pp. 71-85, 2024, doi: [10.52166/wp.v6i2.7890](https://doi.org/10.52166/wp.v6i2.7890)

