



Servitia: Journal of Community Service and Engagement

Vol 1 No 1 Agustus 2025, Hal 1-9
ISSN: XXXX-XXXX (Print) ISSN: XXXX-XXXX (Electronic)
Open Access: <https://scriptaintelektual.com/servitia>

Pemberdayaan UMKM melalui Pengembangan Minuman Sarabba Instan di Kelurahan Amborawang Laut

Mirza Noor Qolbi^{1*}, Putri Dwi Melani Maulidya², Nanda Nania Pratiwi³, Nina Pebriani⁴, Bima Sakti⁵, Alya Ananda Putri⁶, M. Aldo Saputra⁷, Jumardi⁸, Hendri Wijaya⁹, Yoga Aprianda Putra¹⁰, Bayu Irwansyah¹¹, Siti Aminah¹²

¹⁻¹² Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong, Indonesia

email: putrimelani757@gmail.com

Article Info :

Received:
04-7-2025
Revised:
29-7-2025
Accepted:
03-8-2025

Abstract

This Community Service Program (KKN) was implemented with the aim of enhancing the capacity and independence of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) engaged in the processing of instant Sarabba beverages in Amborawang Laut Village, Kutai Kartanegara District. Sarabba, a traditional beverage from South Sulawesi made from ginger and spices, holds significant local economic potential. However, MSMEs still face several challenges, particularly related to limited marketing strategies, uncompetitive packaging design, and restricted product distribution networks. The implementation methods include participatory observation, in-depth interviews, digital marketing training, business mentoring, packaging design development, and social media-based promotion. The results of the activities showed an increase in the skills and knowledge of SME actors in managing digital marketing, the creation of new packaging designs that are more attractive and in line with market standards, and the expansion of product distribution reach beyond the Amborawang Laut area. The tangible impact of this program is the increased competitiveness of local SMEs while strengthening the sustainability of the community's economy based on traditional food potential. This program underscores that collaboration between students and the community can serve as a catalyst for strengthening the creative economy, with sustainability supported through ongoing mentoring and the strengthening of networks among SMEs.

Keywords: MSMEs, Sarabba, Empowerment, Digital Marketing, Amborawang Laut.

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pengolahan minuman Sarabba instan di Kelurahan Amborawang Laut, Kabupaten Kutai Kartanegara. Sarabba, sebagai minuman tradisional khas Sulawesi Selatan yang berbasis jahe dan rempah, memiliki potensi ekonomi lokal yang signifikan. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama terkait keterbatasan strategi pemasaran, desain kemasan yang kurang kompetitif, serta terbatasnya jaringan distribusi produk. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup observasi partisipatif, wawancara mendalam, pelatihan pemasaran digital, pendampingan usaha, perancangan desain kemasan, serta promosi berbasis media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran digital, terciptanya desain kemasan baru yang lebih menarik dan sesuai standar pasar, serta meluasnya jangkauan distribusi produk hingga di luar wilayah Amborawang Laut. Dampak nyata dari program ini adalah meningkatnya daya saing UMKM lokal sekaligus memperkuat keberlanjutan ekonomi masyarakat berbasis potensi pangan tradisional. Program ini menegaskan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat mampu menjadi katalisator penguatan ekonomi kreatif, dengan keberlanjutan yang dapat didukung melalui pendampingan berkelanjutan dan penguatan jejaring antar-UMKM.

Kata kunci: UMKM, Sarabba, Pemberdayaan, Pemasaran Digital, Amborawang Laut.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang sangat signifikan dalam perekonomian nasional, baik dari aspek penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, maupun pemerataan Pembangunan (Munthe & Siregar, 2023). Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2022), UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional dan menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM

merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, terutama di daerah pedesaan yang mengandalkan potensi lokal sebagai basis pengembangan usahanya.

Salah satu bentuk UMKM berbasis potensi lokal adalah produk minuman tradisional yang berasal dari kearifan lokal dan warisan budaya Masyarakat (Vitantri et al., 2025). Di Kelurahan Amborawang Laut, Kabupaten Kutai Kartanegara, berkembang UMKM minuman *Sarabba*, yaitu minuman khas Sulawesi Selatan berbahan dasar jahe, gula merah, krimer, lada, dan serai. Minuman ini dikenal memiliki khasiat kesehatan, seperti meningkatkan daya tahan tubuh dan memberikan efek hangat bagi tubuh, sehingga memiliki daya tarik tersendiri di pasar kuliner tradisional.

Keberadaan *Sarabba* sebagai produk unggulan lokal sebenarnya memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan. Produk berbasis rempah-rempah saat ini semakin diminati seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan tren *back to nature* (Aulia et al., 2025). Namun, meskipun memiliki potensi pasar yang luas, UMKM *Sarabba* di Kelurahan Amborawang Laut masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM *Sarabba* terletak pada aspek inovasi produksi, teknik pengemasan, serta strategi pemasaran. Produk yang masih dipasarkan secara konvensional belum mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, baik melalui distribusi fisik maupun media digital. Desain kemasan yang sederhana belum sesuai dengan standar pasar modern yang menuntut tampilan menarik, higienis, dan praktis. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya saing produk dibandingkan dengan minuman instan lain yang telah lebih dahulu beredar di pasaran.

Kendala tersebut semakin kompleks dengan terbatasnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran berbasis digital. Padahal, perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jaringan pemasaran melalui e-commerce, media sosial, dan platform digital lainnya (Yusnita et al., 2024). Keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital menyebabkan UMKM *Sarabba* belum mampu mengoptimalkan potensi penjualan di luar wilayah lokal, sehingga ruang lingkup distribusinya masih sempit.

Dari permasalahan tersebut maka diperlukan adanya program pendampingan dan pemberdayaan UMKM yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produksi, tetapi juga pada aspek pengemasan dan pemasaran digital. Pendampingan yang dilakukan secara sistematis diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan manajerial, mengembangkan inovasi produk, serta memperluas pasar melalui strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Putra & Kurnia, 2025).

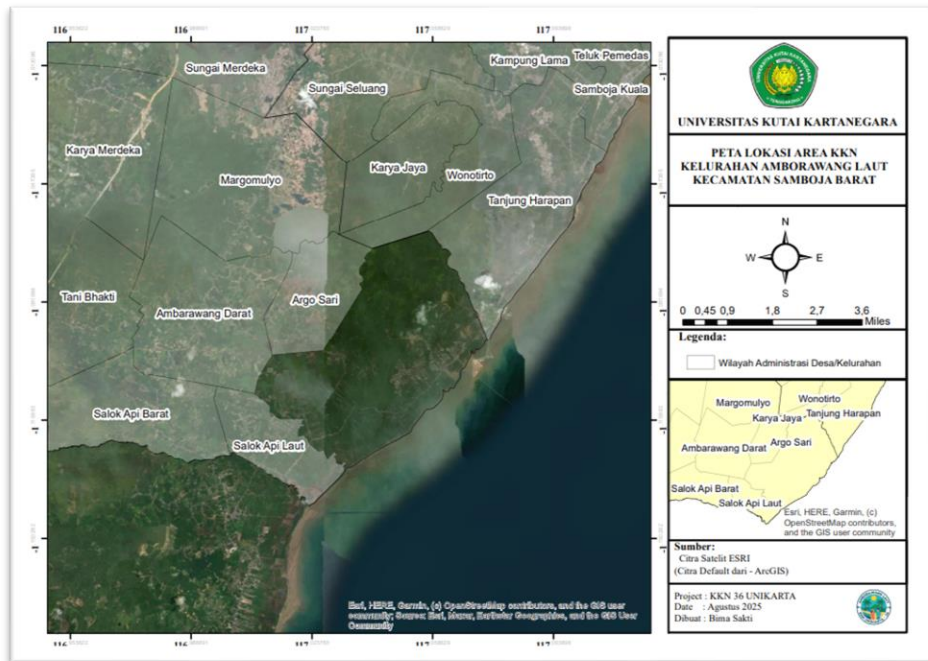
Pengembangan UMKM *Sarabba* juga memiliki dimensi sosial dan budaya. Produk ini merupakan bagian dari identitas kuliner tradisional yang perlu dilestarikan agar tidak tergerus oleh produk modern yang terus bermunculan. Sehingga pemberdayaan UMKM *Sarabba* bukan hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga terhadap pelestarian budaya lokal dan penguatan kearifan tradisional yang diwariskan secara turun-temurun.

Dengan melihat potensi dan tantangan tersebut, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) difokuskan pada upaya pemberdayaan UMKM *Sarabba* di Kelurahan Amborawang Laut melalui pelatihan, pendampingan, dan penguatan strategi pemasaran. Program ini diharapkan dapat menghasilkan dampak yang berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing produk lokal, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat. Inisiatif ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan UMKM berbasis potensi lokal yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

METODE PENELITIAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan pada tanggal 06 Juli sampai 19 Agustus 2025 di Kelurahan Amborawang Laut Kabupaten Kutai Kartanegara. Metode pengabdian dilakukan melalui pendampingan dan saran kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya kepada ibu-ibu PKK pemilik usaha *Sarabba* Instan di daerah kelurahan Amborawang Laut. Pendampingan dilakukan melalui serangkaian kegiatan, termasuk wawancara, observasi langsung, dan analisis dokumen. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara lebih baik manfaat dari minuman *Sarabba* instan serta membantu dalam mempromosikan produk UMKM tersebut. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat UMKM di Kelurahan Amborawang Laut dan mendukung pertumbuhan dan kesejahteraan ekonomi lokal di daerah tersebut.

Untuk memberikan gambaran lokasi dan kondisi geografis area kegiatan, Peta batas Wilayah disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Peta Batas Wilayah KKN Amborawang Laut

Tim pengabdian ikut serta dari awal penanaman jahe sehingga menjadi minuman sarabba instan. Tim pengabdian melakukan wawancara dengan para pengusaha mikro, untuk memahami bagaimana proses pembuatan minuman sarabba instan sehingga bagaimana mereka melakukan penawaran dan permintaan terhadap pembeli serta penjual. Selain itu, tim juga menanyakan strategi apa yang mereka terapkan untuk menjual dagangan mereka. Observasi secara mendalam dilakukan terhadap UMKM mikro, seperti minuman sarabba instan. Berdasarkan analisis tersebut, tim memberikan arahan dan rekomendasi kepada ibu-ibu PKK untuk pengayaan usaha mereka sehingga mereka dapat meningkatkan kinerja dan daya saing usaha mereka.

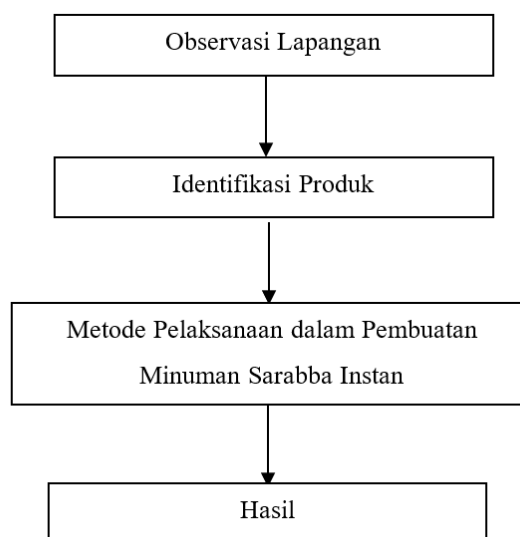


Diagram 2. Diagram Alir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Sarabba Instan dan Tahapan Pendampingan

Kegiatan pendampingan UMKM Sarabba instan dimulai dengan pemetaan wilayah kerja, sebagaimana ditunjukkan pada *Gambar 1* mengenai peta batas wilayah Kelurahan Amborawang Laut. Pemetaan ini penting untuk memahami kondisi geografis, demografi, serta potensi lokal yang dapat mendukung pengembangan UMKM Sarabba. Melalui pendekatan berbasis wilayah, program pendampingan lebih terarah dalam memberikan solusi sesuai kebutuhan masyarakat.

Tahapan awal pendampingan difokuskan pada kegiatan observasi, wawancara, dan analisis kondisi UMKM. *Diagram 2* memperlihatkan alur kegiatan pendampingan yang terstruktur, mulai dari identifikasi masalah, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi hasil. Dengan alur tersebut, pendampingan berlangsung sistematis dan terukur sehingga capaian yang diperoleh dapat dievaluasi secara objektif.

Pada tahap produksi, kegiatan dimulai dari penanaman bahan baku utama, yakni jahe merah, sebagaimana terlihat dalam *Gambar 2*. Penanaman dilakukan melalui kerja sama dengan kelompok masyarakat setempat, khususnya organisasi pendekar kelurahan, dengan jumlah lebih dari 500 polybag. Kegiatan ini tidak hanya memastikan ketersediaan bahan baku, tetapi juga meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam rantai produksi.



Gambar 2. Penanaman Jahe
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Proses pembuatan Sarabba instan dimulai dengan pemilahan jahe merah berukuran besar agar menghasilkan sari jahe yang lebih banyak. Jahe kemudian dikupas, dicuci, dan dipotong kecil-kecil sebelum diblender bersama gula aren. Tahap awal produksi ini ditunjukkan dalam *Gambar 3*, di mana pelarutan gula aren dan sari jahe merah menjadi tahap dasar penciptaan cita rasa khas Sarabba.



Gambar 3. Proses Pembuatan Sarabba
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Setelah proses pelarutan, campuran jahe dan gula aren dimasak hingga mendidih, lalu ditambahkan bahan rempah seperti serai, merica, dan garam. Proses ini menghasilkan adonan karamelisasi yang menjadi inti dari sarabba instan. *Gambar 4* menunjukkan tahap kristalisasi, yaitu ketika adonan mulai mengeras dan membentuk tekstur khas sebelum digiling halus.



Gambar 4. Terjadinya Kristalisasi
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Tahap berikutnya adalah penghalusan adonan yang telah mengeras dengan cara diblender hingga menjadi butiran halus, kemudian diayak agar serbuk lebih lembut dan tidak menggumpal. *Gambar 5* mendokumentasikan tahap penghalusan tekstur, yang menjadi salah satu faktor penting dalam kualitas produk instan, karena mempengaruhi tingkat kelarutan saat diseduh.



Gambar 5. Penghalusan Tekstur
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Setelah penghalusan, produk masuk pada tahap pengemasan yang menjadi bagian krusial dalam menentukan daya saing suatu produk di pasaran. *Gambar 6* memperlihatkan proses pengemasan serbuk Sarabba instan ke dalam kemasan berukuran 300 gram yang telah ditetapkan sebagai ukuran standar. Proses pengemasan ini dilakukan dengan prosedur higienis, mulai dari penimbangan serbuk instan menggunakan takaran digital hingga proses *sealing* kemasan dengan mesin *press* agar produk terjaga kualitas dan keamanannya. Selain itu, kemasan dilengkapi dengan label halal resmi yang menambah kepercayaan konsumen, terutama di pasar yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap kehalalan suatu produk.

Desain kemasan dirancang agar lebih modern dan menarik, dengan memadukan elemen warna, logo khas, dan informasi produk yang jelas. Strategi ini tidak hanya meningkatkan estetika, tetapi juga memberikan nilai tambah karena konsumen menilai kualitas produk dari visual kemasan yang ditampilkan. Kemasan yang lebih profesional menjadikan Sarabba instan karya UMKM Amborawang

Laut memiliki peluang lebih besar untuk bersaing dengan produk serupa yang sudah lebih dahulu ada di pasaran. Melalui inovasi ini, kemasan tidak sekadar berfungsi sebagai wadah, melainkan juga sebagai media promosi yang efektif, memperkuat identitas produk, dan membangun citra positif di mata konsumen.



Gambar 6. Proses Pengemasan Produk
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Produk akhir yang dihasilkan ditunjukkan pada *Gambar 7*. Sarabba instan karya UMKM Amborawang Laut tetap mempertahankan cita rasa khas minuman tradisional, meskipun telah diolah dalam bentuk serbuk siap seduh. Produk ini memiliki keunggulan dari segi rasa pedas jahe, manis gula aren, serta tekstur halus yang cepat larut dalam air panas maupun dingin.



Gambar 7. Produk Sarabba Instan Karya Ambalat
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pendampingan dalam aspek produksi tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga mendorong penerapan standar mutu. Dengan keterampilan baru, ibu-ibu PKK selaku pelaku UMKM dapat menjaga konsistensi kualitas produk, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini menjadi modal penting dalam pengembangan usaha berbasis lokal. Hasil tahapan produksi menunjukkan bahwa kolaborasi mahasiswa dan masyarakat mampu meningkatkan efisiensi serta kualitas produk. Pendampingan berbasis praktik langsung menjadikan pelaku UMKM lebih percaya diri dalam mengelola usaha, sehingga tahapan produksi yang semula dilakukan secara sederhana kini telah mengalami transformasi menuju standar yang lebih modern dan berdaya saing.

Dampak Pendampingan terhadap Pemasaran, Inovasi, dan Pemberdayaan UMKM

Pendampingan juga difokuskan pada pengembangan strategi pemasaran produk Sarabba instan agar mampu menjawab kebutuhan pasar modern. Pelaku UMKM diperkenalkan dengan berbagai platform digital seperti e-commerce, media sosial, hingga aplikasi pesan instan yang kini menjadi saluran utama dalam distribusi produk. Penerapan strategi ini didukung dengan pelatihan pembuatan konten visual, fotografi produk, serta teknik penulisan promosi yang persuasif. Melalui langkah tersebut, UMKM Sarabba tidak hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, tetapi mulai membangun citra merek secara lebih profesional. Upaya ini pada akhirnya bertujuan agar produk tidak hanya dipasarkan secara lokal, tetapi juga mampu menjangkau konsumen di tingkat regional bahkan nasional.

Pengemasan produk yang lebih menarik, sebagaimana ditunjukkan dalam *Gambar 6*, memiliki peran strategis dalam meningkatkan nilai jual serta daya saing produk di pasar. Desain kemasan yang dilengkapi label halal, komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, dan logo merek menjadikan produk Sarabba instan lebih sesuai dengan standar pemasaran modern. Faktor visual ini terbukti meningkatkan minat konsumen karena dianggap lebih higienis, praktis, dan memiliki *value* yang lebih tinggi dibandingkan kemasan sebelumnya. Dalam teori pemasaran, Kotler & Keller (2022) menegaskan bahwa kemasan bukan sekadar wadah, melainkan bagian dari strategi komunikasi merek yang memengaruhi persepsi konsumen. Desain baru tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk (Sawhani, 2021).

Dampak pendampingan juga terlihat dari meningkatnya pengetahuan ibu-ibu PKK mengenai manajemen usaha yang sebelumnya masih minim. Melalui sesi wawancara, diskusi, dan praktik langsung, para pelaku UMKM memperoleh pemahaman tentang pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan stok bahan baku, serta perencanaan biaya produksi. Kegiatan ini menjadi penting, karena UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam membedakan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha (Manginda et al., 2025). Dengan adanya pencatatan terstruktur, UMKM dapat memantau laba-rugi, menentukan strategi pengendalian biaya, dan menyiapkan rencana pengembangan usaha. Hal ini menjadikan usaha lebih terorganisasi, akuntabel, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang (Ramadhani & Faizal, 2025).

Inovasi produk menjadi salah satu capaian penting dari program pendampingan karena langsung berhubungan dengan daya tarik konsumen (Yuniarti et al., 2024). Dengan teknik produksi yang lebih baik, produk Sarabba instan kini memiliki tekstur halus, mudah larut, dan cita rasa yang konsisten. Karakteristik ini penting karena konsumen cenderung menyukai produk yang praktis tanpa mengurangi rasa khas tradisional. Keunggulan tersebut membuat produk lebih diterima di pasar, bahkan berpotensi dipasarkan ke luar daerah Kutai Kartanegara. Inovasi juga membuka peluang diversifikasi produk, misalnya dengan menghadirkan varian rasa atau ukuran kemasan yang berbeda (Parwati, 2024). Hal ini selaras dengan konsep inovasi Schumpeter yang menekankan pentingnya *product innovation* untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang dinamis.

Pendampingan juga memperkuat aspek pemberdayaan masyarakat, khususnya perempuan yang menjadi tulang punggung kegiatan produksi Sarabba instan. Keterlibatan aktif ibu-ibu PKK dalam seluruh tahapan produksi memperlihatkan bahwa UMKM bukan hanya sarana ekonomi, tetapi juga instrumen sosial yang memberdayakan perempuan di tingkat lokal. Melalui kegiatan ini, para perempuan memperoleh keterampilan teknis, manajerial, dan pemasaran, sehingga mampu meningkatkan kontribusi ekonomi keluarga. Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) poin 5 tentang kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan. Dengan begitu, pendampingan UMKM tidak hanya berdampak pada pendapatan rumah tangga, tetapi juga meningkatkan posisi tawar perempuan dalam masyarakat (Hidayah, 2024).

Promosi berbasis media sosial membawa dampak signifikan terhadap perluasan jangkauan pemasaran produk Sarabba instan. Dokumentasi kegiatan produksi, seperti yang ditunjukkan dalam *Gambar 3–7*, digunakan sebagai materi promosi yang autentik dan meyakinkan. Konten visual ini menampilkan proses produksi yang higienis, bahan baku alami, dan keterlibatan langsung masyarakat, sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen. Platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business dimanfaatkan untuk menampilkan testimoni konsumen, paket promosi, serta layanan pemesanan online. Dengan strategi ini, UMKM dapat bersaing secara digital dengan produk serupa yang lebih dahulu beredar di pasaran, sekaligus memperkuat citra merek berbasis potensi lokal.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan permintaan produk setelah strategi pemasaran digital diterapkan secara konsisten. Jangkauan distribusi produk kini tidak hanya terbatas pada wilayah Amborawang Laut, tetapi juga mulai merambah ke daerah sekitar seperti Samarinda dan Balikpapan. Hal ini menegaskan bahwa pemasaran digital mampu membuka peluang pasar baru sekaligus mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran tradisional. Dalam perspektif teori pemasaran digital menurut Chaffey Smith (2022) menyatakan bahwa penggunaan *multi-channel marketing* memungkinkan UMKM menjangkau konsumen dengan lebih efektif, efisien, dan terukur. Sehingga, pelaku UMKM Sarabba memiliki potensi untuk memperluas jaringan hingga tingkat provinsi bahkan nasional apabila strategi ini dijalankan secara berkelanjutan.

Keberhasilan pendampingan juga memberikan dampak psikologis positif bagi para pelaku UMKM, terutama dalam hal kepercayaan diri dan motivasi. Sebelumnya, sebagian besar pelaku usaha merasa ragu bahwa produk lokal tradisional dapat bersaing di pasar modern. Setelah mendapatkan pendampingan, mereka menjadi lebih optimis dan bersemangat dalam mengembangkan usaha. Keberhasilan memasarkan produk ke luar daerah menjadi bukti nyata bahwa potensi lokal mampu bersaing apabila dikelola dengan baik.

Program ini menegaskan pentingnya sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mengembangkan ekonomi lokal. Mahasiswa yang terlibat berperan sebagai fasilitator transfer pengetahuan, teknologi, dan keterampilan, sementara masyarakat berperan sebagai pelaku utama yang mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam praktik usaha (Yaqutunnafis et al., 2025). Kolaborasi ini menciptakan model pemberdayaan yang efektif, karena melibatkan *knowledge sharing* dan *capacity building* secara langsung. Dengan melihat seluruh capaian, dapat disimpulkan bahwa pendampingan UMKM Sarabba instan tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperluas akses pasar, memperkuat kemandirian masyarakat, dan melestarikan budaya lokal. Produk yang awalnya hanya dikonsumsi secara tradisional kini telah diolah menjadi bentuk modern yang lebih praktis, higienis, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Program ini dapat dijadikan contoh praktik baik dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal, yang tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan budaya. Keberhasilan ini diharapkan dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa, sehingga memperluas dampak positif pemberdayaan berbasis masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan UMKM Sarabba instan di Kelurahan Amborawang Laut menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat mampu meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, serta daya saing UMKM lokal. Proses pendampingan yang meliputi penanaman bahan baku, pengolahan produk, pengemasan, hingga strategi pemasaran berbasis digital terbukti efektif dalam memperbaiki mutu serta memperluas jangkauan distribusi. Produk Sarabba instan yang semula diproduksi secara sederhana kini hadir dalam bentuk yang lebih higienis, praktis, dan memiliki nilai tambah melalui kemasan modern yang dilengkapi label halal. Hal ini menegaskan bahwa inovasi produksi dan pemasaran yang terarah dapat menjadikan potensi lokal lebih berdaya saing di pasar modern.

Program ini juga memberikan dampak sosial yang signifikan melalui pemberdayaan masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK yang menjadi pelaku utama UMKM. Peningkatan keterampilan manajerial, pemasaran digital, dan kesadaran akan pentingnya pengemasan menjadikan pelaku UMKM lebih percaya diri serta optimis dalam mengembangkan usahanya. Lebih jauh, keberhasilan pendampingan Sarabba instan tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal, sehingga program ini dapat dijadikan model praktik baik bagi pengembangan UMKM berbasis potensi lokal yang terintegrasi dengan strategi pemberdayaan ekonomi, sosial, dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, L. D., Khasanah, S. S., Suryanto, D. A., Indra, F. A. P., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Pengembangan produk aromaterapi AURUME sebagai alternatif relaksasi non-medis yang ramah lingkungan. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat*, 2(3), 112–124.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429287644>.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Hidayah, F. N. (2024). Peran perempuan melalui UMKM pada mitra sentral klaning dalam meningkatkan perekonomian keluarga di Desa 37 Ganti Mulyo (Doctoral dissertation). IAIN Metro. <http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/>.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In K. L. Keller & P. Kotler (Eds.), *Handbook of business-to-business marketing* (pp. 205–224). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781781002445.00018>.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan data UMKM tahun 2022*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Manginda, F., Fattah, V., Kasim, M. Y., & Fera, F. (2025). Analisis tingkat literasi keuangan pada pelaku UMKM yang terdaftar di inkubator bisnis Kota Palu tahun 2023–2024. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(4), 737–749. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1234567>.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan usaha mikro kecil menengah terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/10.5555/jebma.v2i3.2023>.
- Putra, R. I. M., & Kurnia, A. C. (2025). Peran pendampingan UMKM terhadap penguatan strategi bisnis lokal di era digital. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(4), 789–794. <https://doi.org/10.1234/aksioma.v2i4.5678>.
- Putri Parwati, E. (2024). Strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan volume penjualan (Studi pada UD. Merah Delima Bakery Penanggungungan Bandar Lor Kota Kediri) (Doctoral dissertation). IAIN Kediri. <http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/>.
- Ramadhani, Z. F., Alhidayatullah, A., & Faizal, M. (2025). Peran akuntansi biaya dalam penyusunan laporan keuangan UMKM. *Geunjeung: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 11–22.
- Sawlati, D. K., & Se, M. (2021). *Keputusan pembelian online: Kualitas website, keamanan dan kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Vitantri, V., Ramadhani, N. T., Hudi, I., Lubis, A. A., Faradiva, A., Nurazila, R., ... & Putra, P. H. (2025). Warisan budaya dalam segelas Laksamana Mengamuk: Edukasi minuman tradisional di sekolah menengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(5), 1830–1841.
- Yaqutunnafis, L., Yuniati, M., Hully, H., & Apriani, A. (2025). Kontribusi mahasiswa terhadap UMKM antara edukasi dan praktik kewirausahaan. *Economica Insight*, 1(2), 59–63.
- Yuniarti, F., Rovita, A., Wulandari, H., Putri, S. N., Janah, L. N., & Oktalia, N. D. (2024). Inovasi produk unggulan daerah: Program pendampingan UMKM dalam meningkatkan daya saing pasar. *Bagimu Negeri: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 303–309. <https://doi.org/10.1234/bagimunegeri.v8i2.7890>.
- Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2024). Pengembangan platform e-commerce dan konten media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM keripik pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan [JURANTAS]*, 2(3), 200–210.