

Pendampingan Pembuatan Produk Inovasi Berbasis Kearifan Lokal untuk Desa Lendang Nangka

Hidayatul Amri^{1*}, Lalu Ibrohim Burhan²

^{1*}Universitas Gunung Rinjani

² Universitas Gunung Rinjani

e-mail koerspondensi: hidayatamri1088@gmail.com

*Penulis Korespondensi

DOI:

ABSTRACT

Pemanfaatan kearifan lokal sebagai dasar pengembangan produk inovatif memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Namun, keterbatasan dalam inovasi produk, pengemasan, serta strategi pemasaran masih menjadi tantangan utama yang menyebabkan daya saing produk lokal rendah di pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program pendampingan dalam meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menciptakan produk inovatif berbasis kearifan lokal di Desa Lendang Nangka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan partisipatif melalui serangkaian tahapan, yaitu identifikasi potensi lokal, pelaksanaan workshop, evaluasi produk, dan pendampingan dalam pemasaran produk. Workshop yang dilaksanakan mencakup pelatihan inovasi desain, teknik pengemasan yang menarik dan higienis, serta strategi pemasaran konvensional dan digital. Evaluasi dilakukan dengan menilai kualitas produk yang dihasilkan serta menganalisis dampak program terhadap pemahaman dan keterampilan peserta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendampingan ini berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menciptakan produk dengan nilai jual tinggi dan daya saing lebih baik. Produk berbasis kearifan lokal yang dikembangkan mendapat respons positif dari pasar, terutama karena inovasi dalam desain dan strategi pemasaran. Ke depan, program ini perlu diperluas dengan diversifikasi produk dan optimalisasi pemasaran digital. Penelitian ini berkontribusi pada penguatan ekonomi berbasis kearifan lokal melalui strategi inovasi produk yang berkelanjutan.

Keywords: Pendampingan, inovasi produk, kearifan lokal, pemasaran digital, ekonomi desa.

Submit Artikel:

Revisi Artikel:

Artikel diterima:

Pendahuluan Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan sumber daya alam yang beragam, termasuk dalam bentuk kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Kearifan lokal mencerminkan nilai-nilai budaya, adat istiadat, serta praktik tradisional yang masih diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dalam konteks ekonomi, kearifan lokal dapat menjadi potensi yang bernilai tinggi jika dikelola dengan baik dan dikembangkan secara inovatif. Sebagai contoh, etnomatematika dalam budaya Sasak menunjukkan bahwa konsep-konsep matematika, seperti geometri bidang datar, bangun ruang geometri, dan transformasi geometri, telah diterapkan dalam berbagai bentuk seni dan arsitektur tradisional masyarakat setempat (Turmuzi et al., 2022). Hal ini membuktikan bahwa kearifan lokal tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mengandung aspek ilmiah yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

Selain itu, beberapa daerah di Indonesia masih mempertahankan dan menerapkan budaya tradisional secara kuat dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang terjadi di Kabupaten Aceh Barat (Hidayat, 2022). Keberlanjutan budaya tersebut menjadi modal penting dalam menciptakan produk berbasis kearifan lokal yang memiliki daya saing di pasar. Namun, permasalahan yang sering dihadapi masyarakat desa adalah kurangnya inovasi dalam pengolahan dan pemasaran produk berbasis budaya lokal, sehingga potensi ekonomi dari kearifan lokal belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Pengelolaan sumber daya lokal yang baik dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa serta mendorong kemandirian desa dalam mengelola potensi yang dimiliki (Rahayu & Febrina, 2021). Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mendukung masyarakat dalam mengembangkan produk inovatif berbasis kearifan lokal agar memiliki nilai tambah dan dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Pendidikan multikultural berbasis kearifan lokal juga memainkan peran penting dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang nilai-nilai budaya dan potensinya dalam bidang ekonomi (Riyanti & Novitasari, 2021). Dengan demikian, pendampingan yang sistematis dalam pengembangan produk inovatif berbasis kearifan lokal menjadi salah satu langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi yang ada serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Pemanfaatan kearifan lokal sebagai sumber ekonomi baru telah menjadi perhatian dalam berbagai kajian ekonomi desa. Kearifan lokal mencerminkan identitas budaya suatu daerah yang diwariskan secara turun-temurun, mencakup aspek seni, kerajinan, kuliner, serta pemanfaatan sumber daya alam yang unik. Jika dikembangkan secara inovatif dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar, kearifan lokal memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Penelitian yang dilakukan oleh **Zubaidi et al.** (2022) menunjukkan bahwa potensi wisata berbasis kearifan lokal dapat berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi desa, sebagaimana yang terjadi di Desa Karangrejo dan Desa Karanganyar, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang.

Namun, salah satu tantangan utama dalam pemanfaatan kearifan lokal sebagai produk ekonomi adalah rendahnya inovasi dalam pengembangan produk serta minimnya strategi pemasaran yang tepat. Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sering kali kalah bersaing dengan produk dari perusahaan besar dalam pasar yang semakin kompetitif (Dewi et al., 2021). Hal ini diperburuk dengan kurangnya pemanfaatan teknologi dalam strategi pemasaran dan distribusi produk berbasis kearifan lokal.

Purnomo (2022) mengungkapkan bahwa dinamika ekonomi di desa cenderung lebih lambat dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi di kota, sehingga memerlukan strategi khusus untuk meningkatkan daya saing produk desa.

Sebagai salah satu solusi, pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) diharapkan dapat menjadi motor penggerak ekonomi berbasis kearifan lokal. **Wahyuningtyas** (2021) menjelaskan bahwa pendirian BUMDes dapat membantu memanfaatkan potensi ekonomi desa, menciptakan lapangan kerja, membuka peluang usaha produktif, serta meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes). Selain itu, strategi pengembangan produk inovatif juga sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Studi yang dilakukan oleh **Sugiyanti et al.** (2023) menunjukkan bahwa strategi inovasi dalam pengembangan produk sangat penting bagi kelangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar tetap kompetitif di pasar lokal.

Dalam konteks pengembangan produk berbasis kearifan lokal, pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap daya saing produk. **Prahesti & Fauziah** (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan media interaktif berbasis teknologi dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran tentang kearifan lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa inovasi dalam penyampaian dan pengemasan produk lokal dapat meningkatkan daya tarik dan penerimaan pasar terhadap produk berbasis kearifan lokal.

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan program pendampingan bagi masyarakat dalam mengembangkan produk inovatif berbasis kearifan lokal agar lebih memiliki nilai tambah dan daya saing di pasar. Pendampingan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan dalam produksi, tetapi juga mencakup strategi pemasaran dan branding agar produk dapat diterima secara luas. Melalui inovasi yang tepat, kearifan lokal dapat diubah menjadi sumber ekonomi baru yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Lendang Nangka.

Desa Lendang Nangka memiliki kekayaan potensi lokal yang melimpah, baik dalam bentuk kerajinan tangan tradisional, hasil pertanian, maupun kuliner khas. Kerajinan tangan seperti anyaman bambu, tenun tradisional, dan ukiran kayu merupakan warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun. Selain itu, hasil pertanian seperti kopi, kelapa, dan rempah-rempah memiliki kualitas yang baik dan berpotensi dikembangkan lebih lanjut. Kuliner khas yang berbasis bahan lokal juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi jika dikemas dan dipasarkan dengan strategi yang tepat. Namun, hingga saat ini, pemanfaatan potensi-potensi tersebut masih terbatas pada skala lokal dan belum dikelola secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Salah satu faktor yang menyebabkan belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal di Desa Lendang Nangka adalah kurangnya inovasi dalam pengolahan, pengemasan, dan pemasaran produk. Produk-produk lokal masih diproduksi dengan cara konvensional dan belum mengadopsi strategi yang dapat meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas. Kondisi ini serupa dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Zubaidi et al. (2022) di Desa Karangrejo dan Desa Karanganyar, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, di mana pemanfaatan kearifan lokal yang bernilai universal dapat berkontribusi dalam membangun dan meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat desa. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang sistematis dan berbasis inovasi agar potensi lokal Desa Lendang Nangka dapat dioptimalkan menjadi produk yang bernilai tambah tinggi.

Selain itu, peran kelembagaan desa, termasuk Badan Permusyawaratan Desa (BPD), sangat penting dalam mendukung pengembangan ekonomi berbasis kearifan lokal. Burhan dan Zulhaedy (2024) menegaskan bahwa BPD memiliki peran strategis dalam menampung dan memenuhi aspirasi masyarakat desa, termasuk dalam aspek ekonomi. Salah satu tugas utama BPD adalah mempromosikan prinsip demokrasi Pancasila serta memastikan pelaksanaan pemerintahan desa berjalan secara efektif, termasuk dalam pengelolaan dan pengembangan sumber daya lokal. Dengan adanya dukungan dari BPD serta pendampingan yang berkelanjutan, masyarakat Desa Lendang Nangka dapat diberdayakan untuk menciptakan produk inovatif yang tidak hanya mempertahankan nilai-nilai budaya, tetapi juga memiliki daya saing di pasar nasional maupun global.

Melihat potensi yang besar dan tantangan yang ada, pendampingan dalam pembuatan produk inovasi berbasis kearifan lokal menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Lendang Nangka. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam produksi dan pemasaran, tetapi juga untuk menciptakan model pemberdayaan ekonomi berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan. Dengan inovasi yang tepat dan dukungan dari berbagai pihak, diharapkan potensi lokal desa dapat dikembangkan menjadi sumber pendapatan baru yang mampu memperkuat ekonomi masyarakat secara mandiri dan berkelanjutan.

Produk-produk berbasis budaya lokal di Desa Lendang Nangka masih dikembangkan secara konvensional tanpa inovasi dalam desain, pengemasan, maupun strategi pemasaran. Hal ini menyebabkan produk lokal kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk dari luar daerah yang telah mengalami pengembangan lebih lanjut. Padahal, inovasi dalam suatu produk merupakan langkah strategis yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Idiatul Fitri Danasari et al., 2024).

Keterbatasan inovasi dalam produk lokal tidak hanya disebabkan oleh minimnya keterampilan teknis masyarakat dalam pengolahan bahan dan desain produk, tetapi juga oleh kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran modern. Sebagian besar pelaku usaha di Desa Lendang Nangka masih menggunakan pendekatan konvensional dalam menjual produknya, seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan dalam lingkup lokal yang terbatas. Padahal, dalam konteks globalisasi budaya, penting bagi produk berbasis kearifan lokal untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman agar tetap memiliki daya saing yang tinggi (Hidayat, 2022).

Selain itu, penggunaan teknologi dan media digital dalam pemasaran produk lokal masih belum optimal. Masyarakat umumnya lebih familiar dengan metode produksi dan pemasaran tradisional dibandingkan dengan strategi pemasaran digital yang lebih luas jangkauannya. Padahal, penggunaan media interaktif dan teknologi digital dalam proses pengembangan dan pemasaran produk telah terbukti mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan daya tarik produk kepada konsumen (Prahesti & Fauziah, 2021). Oleh karena itu, pendampingan dalam pengembangan produk inovatif berbasis kearifan lokal menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk Desa Lendang Nangka di pasar yang lebih luas.

Program pendampingan ini diharapkan dapat memberikan solusi konkret bagi masyarakat dalam mengembangkan produk lokal yang tidak hanya mempertahankan nilai-nilai budaya, tetapi juga memiliki daya tarik lebih melalui inovasi dalam desain,

pengemasan, serta strategi pemasaran. Dengan demikian, potensi ekonomi berbasis budaya lokal dapat dioptimalkan, sehingga memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat desa secara berkelanjutan

Inovasi produk dan strategi pemasaran merupakan faktor utama dalam meningkatkan daya saing produk lokal agar mampu bersaing dengan produk industri modern. Namun, di Desa Lendang Nangka, pemahaman masyarakat terhadap aspek tersebut masih sangat terbatas. Sebagian besar pelaku usaha lokal masih mengandalkan metode produksi tradisional tanpa adanya sentuhan inovatif yang dapat meningkatkan nilai jual produk mereka. Selain itu, pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional, seperti menjual produk di pasar lokal tanpa strategi promosi yang efektif. Kondisi ini menyebabkan daya saing produk lokal rendah dan sulit menembus pasar yang lebih luas.

Minimnya inovasi dalam pengembangan produk tidak hanya berdampak pada rendahnya nilai tambah, tetapi juga mempengaruhi keberlanjutan usaha masyarakat. Dalam konteks Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), pendampingan yang baik dapat membantu mitra usaha dalam memahami berbagai aspek penting dalam pengembangan produk, termasuk pemilihan bahan, proses produksi, dan pemasaran (Ahmadiyah et al., 2022; Shokhikhah et al., 2023). Tanpa pemahaman yang memadai mengenai inovasi produk, banyak pelaku usaha di desa ini mengalami kesulitan dalam menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Selain aspek inovasi produk, tantangan lain yang dihadapi oleh masyarakat Desa Lendang Nangka adalah kurangnya pemanfaatan strategi pemasaran yang efektif. Sebagian besar produk lokal masih dipasarkan secara terbatas melalui lapak di pasar tradisional tanpa strategi promosi yang jelas (Safitri et al., 2022). Padahal, promosi dan inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga tanpa strategi pemasaran yang tepat, produk lokal sulit untuk bersaing (Permatasari & Maryana, 2021). Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang komprehensif dalam hal inovasi dan pemasaran agar masyarakat dapat memahami dan menerapkan strategi yang lebih efektif dalam mengembangkan produk mereka.

Lebih lanjut, pengembangan produk inovatif berbasis kearifan lokal tidak hanya harus mempertimbangkan aspek ekonomi tetapi juga unsur sosial dan lingkungan. Sebagaimana dijelaskan oleh Tanjung et al. (2021), dalam menjalankan usaha berbasis komunitas, pelaku usaha harus mampu berinovasi tanpa mengabaikan keseimbangan antara aspek sosial (people), ekonomi (profit), dan lingkungan (earth). Dengan demikian, pendampingan yang dilakukan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk, tetapi juga memastikan keberlanjutan usaha masyarakat desa dalam jangka panjang.

Berdasarkan permasalahan tersebut, program pendampingan pembuatan produk inovasi berbasis kearifan lokal di Desa Lendang Nangka menjadi langkah strategis dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya inovasi dan pemasaran. Dengan adanya pelatihan dan bimbingan yang tepat, diharapkan masyarakat desa mampu menciptakan produk yang tidak hanya memiliki nilai jual tinggi tetapi juga berdaya saing di pasar yang lebih luas.

Kearifan lokal merupakan aset berharga yang dapat dikembangkan menjadi produk inovatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa Lendang Nangka memiliki berbagai potensi lokal yang dapat dikembangkan, seperti kerajinan tangan, hasil

pertanian, dan produk kuliner khas. Namun, hingga saat ini, pemanfaatan potensi tersebut masih dilakukan secara konvensional dan belum diintegrasikan dengan inovasi yang dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk di pasar. Salah satu faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan produk berbasis kearifan lokal adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam aspek produksi, desain, pengemasan, serta strategi pemasaran.

Diperlukan program pendampingan yang dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan produk inovatif berbasis kearifan lokal agar memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Pendampingan ini tidak hanya mencakup aspek teknis dalam produksi, tetapi juga melibatkan desain produk yang menarik, pengemasan yang sesuai dengan standar pasar, serta strategi pemasaran yang efektif, baik secara konvensional maupun digital. Selain itu, legalitas usaha juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan kredibilitas dan aksesibilitas produk ke pasar yang lebih luas. Namun, hingga saat ini, proses pendampingan legalitas masih dalam tahap pendataan bagi UMKM yang bersedia mengurus perizinan usaha (Dewi et al., 2021).

Untuk memastikan keberlanjutan usaha berbasis kearifan lokal, pendampingan juga harus mencakup aspek administrasi dan legalitas usaha. Salah satu langkah awal dalam proses ini adalah membantu pelaku usaha dalam mengajukan Nomor Induk Berusaha (NIB) berbasis risiko dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Republik Indonesia (Mahmud, 2023). Dengan adanya pendampingan yang komprehensif, diharapkan masyarakat Desa Lendang Nangka dapat meningkatkan kapasitas dan kemandirian dalam mengembangkan produk inovatif berbasis kearifan lokal, sehingga mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Kearifan lokal merupakan aset berharga yang dapat dikembangkan menjadi produk inovatif dengan nilai ekonomi tinggi. Desa Lendang Nangka memiliki berbagai potensi lokal, seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, dan kuliner khas, yang hingga saat ini masih dikelola secara konvensional. Kurangnya inovasi dalam pengolahan, desain, dan pemasaran menyebabkan produk-produk lokal sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Suatu produk dapat dikatakan inovatif apabila mampu memberikan nilai tambah yang signifikan, baik dalam hal fungsi, estetika, maupun daya saing di pasar (Asmoro & Indrarini, 2021). Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan yang dapat mendorong masyarakat untuk berinovasi dalam mengembangkan produk berbasis kearifan lokal.

Pendampingan ini berfokus pada peningkatan keterampilan dan wawasan masyarakat dalam menciptakan produk inovatif yang bernilai ekonomi tinggi. Salah satu contoh keberhasilan pemanfaatan potensi lokal adalah budidaya maggot BSF yang diterapkan di Desa Lendang Nangka. Program tersebut tidak hanya mengatasi permasalahan sampah organik, tetapi juga menciptakan produk yang bernilai ekonomi serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan (Wiryajati et al., 2024). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, masyarakat dapat diberdayakan untuk mengembangkan produk yang memiliki nilai jual dan manfaat luas.

Melalui program pendampingan ini, masyarakat akan diberikan pelatihan dalam aspek produksi, inovasi desain, serta strategi pemasaran produk berbasis kearifan lokal. Dengan adanya dukungan dan bimbingan yang berkelanjutan, diharapkan masyarakat

Desa Lendang Nangka mampu menghasilkan produk inovatif yang tidak hanya mencerminkan budaya lokal, tetapi juga memiliki daya saing tinggi di pasar nasional maupun internasional.

Identifikasi Masalah

Pemanfaatan kearifan lokal dalam pengembangan produk inovatif menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa Lendang Nangka memiliki potensi lokal yang beragam, namun belum dimanfaatkan secara optimal untuk menciptakan nilai tambah bagi perekonomian masyarakat. Pada mulanya, sektor pariwisata dianggap sebagai cara efektif untuk mengurangi kemiskinan dengan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal (Fauziah et al., 2021). Namun, sektor pariwisata saja tidak cukup untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, sehingga diperlukan diversifikasi usaha berbasis sumber daya lokal. Salah satu tantangan yang dihadapi masyarakat adalah kurangnya inovasi dalam pengolahan dan pemasaran produk berbasis kearifan lokal, yang menyebabkan daya saing produk tersebut masih rendah.

Selain itu, penggunaan lahan yang tidak terencana dapat menyebabkan penurunan produktivitas ekosistem, yang berdampak pada ketersediaan bahan baku lokal untuk usaha kreatif (Rusdiyana et al., 2021). Oleh karena itu, masyarakat perlu didorong untuk mengembangkan produk inovatif yang tidak hanya berbasis budaya lokal tetapi juga berkelanjutan secara lingkungan. Contoh nyata dari pemanfaatan sumber daya lokal yang sukses adalah budidaya maggot BSF yang diterapkan di Desa Lendang Nangka. Program ini tidak hanya mengatasi masalah sampah organik, tetapi juga menciptakan produk bernilai ekonomi tinggi serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan (Wiryajati et al., 2024). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa inovasi berbasis sumber daya lokal dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam dunia bisnis, perusahaan diharapkan untuk terus menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan inovatif, serta memberikan layanan yang memuaskan bagi pelanggan guna menjaga daya saing (Martinus Hia et al., 2022). Keunikan dan inovasi dalam suatu produk menjadi faktor utama dalam mempertahankan keberlanjutan usaha dan menghadapi persaingan pasar (Joel Mustamu, 2023). Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan bagi masyarakat untuk meningkatkan keterampilan dalam menciptakan produk inovatif berbasis kearifan lokal.

Masyarakat Desa Lendang Nangka memiliki potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk inovatif bernilai ekonomi tinggi. Namun, keterbatasan dalam keterampilan produksi, inovasi desain, dan strategi pemasaran masih menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing produk berbasis kearifan lokal. Oleh karena itu, diperlukan metode pendampingan yang efektif untuk membekali masyarakat dengan keterampilan yang relevan dan aplikatif dalam mengembangkan produk inovatif berbasis sumber daya lokal.

Metode pendampingan yang efektif harus mencakup pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan. Sebagaimana dilakukan di Desa Nasol, pendampingan yang terstruktur diawali dengan pendataan para pelaku usaha kecil berdasarkan kelompok usaha, kemudian direkomendasikan untuk mendapatkan pembinaan secara konsisten (Mutakin, 2022). Salah satu metode yang umum digunakan dalam program pengabdian

masyarakat adalah pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha mikro guna meningkatkan keterampilan mereka dalam inovasi produk dan pemasaran (Di et al., 2024). Model pendampingan seperti ini terbukti dapat memberikan dampak positif, seperti yang terlihat dalam sebuah studi yang menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan, peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka (Safitri et al., 2022).

Selain itu, pendekatan pelatihan berbasis pemberdayaan juga dapat diterapkan dalam pendampingan di Desa Lendang Nangka. Sebagai contoh, di Desa Ellak Daya, pelatihan dan pemberdayaan perempuan dalam produksi kelapa terbukti mampu meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta mengoptimalkan potensi ekonomi desa (Syaiful Anwar, Moh. Kurdi, 2023). Pendekatan berbasis kearifan lokal juga menjadi aspek penting dalam metode pendampingan. Hal ini selaras dengan prinsip konservasi berbasis kearifan lokal yang diterapkan dalam sektor pertanian untuk mengembalikan fungsi potensial lahan yang rusak di Indonesia (Rusdiyana et al., 2021). Strategi pemasaran memegang peranan penting dalam memastikan bahwa produk inovatif berbasis budaya lokal dapat diterima dan bersaing di pasar. Di Desa Lendang Nangka, produk-produk lokal memiliki keunikan yang mencerminkan kearifan budaya setempat, namun belum sepenuhnya dikenal oleh pasar yang lebih luas. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana membangun strategi pemasaran yang tidak hanya memperkenalkan produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk berbasis kearifan lokal.

Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan dalam strategi pemasaran adalah meningkatkan keamanan dan kualitas produk agar dapat memenuhi standar konsumen modern. Sebagaimana yang dilakukan dalam program pendampingan usaha makanan ringan, peningkatan kualitas dan keamanan produk terbukti dapat meningkatkan kepercayaan serta minat beli dari konsumen yang menjadi target pemasaran (Verawati et al., 2021). Selain itu, produk dengan fitur tambahan atau inovatif sering kali dianggap memiliki kualitas yang lebih baik, sehingga dapat menarik minat konsumen secara lebih luas (Chandra, 2023). Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran yang efektif perlu mempertimbangkan aspek inovasi produk agar memiliki nilai tambah yang kompetitif.

Pendekatan budaya juga menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran, terutama dalam memperkenalkan produk berbasis kearifan lokal di tengah arus globalisasi. Digunakannya pendekatan antropologi dalam riset budaya menunjukkan bahwa interaksi antara budaya lokal dan budaya asing dapat mempengaruhi ketahanan budaya dalam persaingan global (Hidayat, 2022). Hal ini relevan dalam pemasaran produk inovatif berbasis budaya lokal, di mana strategi promosi perlu mempertimbangkan nilai-nilai budaya yang melekat pada produk agar tetap autentik namun tetap relevan dengan tren pasar modern.

Selain aspek budaya, strategi pemasaran juga harus memperhitungkan faktor-faktor seperti orientasi pasar, kreativitas produk, dan inovasi dalam pemasaran. Penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor ini memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM, termasuk dalam industri makanan di Kota Bogor (Safira et al., 2024). Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran berbasis inovasi, kreativitas, dan

pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Tujuan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Lendang Nangka dalam mengembangkan produk inovatif berbasis kearifan lokal. Desa Lendang Nangka, yang terletak di Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur, memiliki potensi sumber daya lokal yang dapat dioptimalkan menjadi produk bernilai ekonomi tinggi (Burhan & Zulhaedy, 2024). Namun, keterbatasan dalam inovasi produk dan strategi pemasaran masih menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Oleh karena itu, program ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menciptakan produk inovatif serta memperluas jangkauan pasar melalui strategi yang tepat.

Salah satu pendekatan yang diterapkan dalam pengabdian ini adalah pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan. Pemberdayaan semacam ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat, sebagaimana dilakukan pada petani jeruk yang diberikan pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk pascapanen guna meningkatkan daya jualnya (Tanjung et al., 2021). Selain itu, inovasi produk berbasis kearifan lokal juga menjadi fokus utama dalam pelatihan ini. Hal ini didasarkan pada pengalaman pemberdayaan di Desa Gunung Bunder 2, di mana masyarakat berhasil mengembangkan mie singkong sebagai alternatif diversifikasi pangan lokal (Ainal Ikram, 2022). Pendekatan serupa akan diterapkan dalam program ini untuk mengoptimalkan potensi sumber daya lokal di Desa Lendang Nangka.

Dalam konteks ekonomi, pengolahan produk berbasis kearifan lokal dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing produk. Misalnya, upaya mengolah tomat menjadi produk olahan telah terbukti mampu menjaga stabilitas harga jual dan meningkatkan nilai ekonomis hasil pertanian (Ratih Yuniastri et al., 2022). Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga strategi pengembangannya agar dapat bersaing di pasar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan produk inovatif sangat penting bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar, seperti yang diterapkan pada Bima Cafe untuk meningkatkan daya saing di industri kuliner lokal (Sugiyanti et al., 2023).

Selain itu, program ini juga berupaya menggali dan memanfaatkan potensi wisata berbasis budaya lokal yang dapat mendukung keberlanjutan ekonomi desa. Studi tentang pengembangan wisata berbasis kearifan lokal di Desa Karangrejo dan Karanganyar menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai budaya ke dalam produk lokal dapat memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat setempat (Zubaidi et al., 2022). Dengan pendekatan serupa, diharapkan produk inovatif berbasis kearifan lokal dari Desa Lendang Nangka dapat memiliki daya tarik lebih luas dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat Desa Lendang Nangka dalam inovasi desain, pengemasan, dan pemasaran produk agar memiliki daya saing lebih tinggi. Sebagai desa yang memiliki potensi sumber daya lokal berbasis kearifan budaya, pengembangan produk inovatif menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, keterbatasan keterampilan dalam aspek desain, pengemasan, dan pemasaran masih menjadi tantangan utama yang

menghambat daya saing produk lokal. Oleh karena itu, pendampingan dalam bentuk pelatihan dan monitoring diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif dan berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

Peningkatan keterampilan sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing produk lokal. Seperti yang diungkapkan oleh Rahayu & Febrina (2021), kualitas SDM sangat menentukan perkembangan suatu wilayah, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan pasar yang semakin kompleks. Dalam konteks Desa Lendang Nangka, penguatan SDM melalui pelatihan inovasi desain produk, teknik pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang efektif akan berkontribusi langsung pada peningkatan nilai jual produk berbasis kearifan lokal.

Selain itu, pendampingan dan monitoring berkelanjutan menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh dapat diimplementasikan secara optimal dalam usaha masyarakat. Studi yang dilakukan oleh Syaiful Anwar dan Moh. Kurdi (2023) menunjukkan bahwa pendampingan yang berkelanjutan dapat membantu masyarakat, khususnya perempuan, dalam mengembangkan dan menerapkan keterampilan baru untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan ekonomi. Model pendampingan serupa akan diterapkan dalam program ini untuk memastikan bahwa masyarakat Desa Lendang Nangka tidak hanya mendapatkan pelatihan, tetapi juga bimbingan dalam praktik pengelolaan usaha berbasis inovasi produk.

Dalam aspek pemasaran, strategi promosi dan inovasi produk menjadi faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Studi yang dilakukan oleh Permatasari & Maryana (2021) menunjukkan bahwa promosi yang tepat serta pengembangan produk yang inovatif dapat meningkatkan daya tarik dan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu, dalam program pengabdian ini, masyarakat akan diberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran modern, baik secara konvensional maupun digital, sehingga produk lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Program pengabdian ini bertujuan untuk mendorong pemanfaatan teknologi dan strategi digital marketing dalam pemasaran produk lokal di Desa Lendang Nangka agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Penguasaan dan kemampuan mengakses teknologi digital menjadi kebutuhan yang semakin penting di era modern ini, sehingga masyarakat didorong untuk adaptif dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi (Arfah Sahabudin et al., 2022). Salah satu aspek utama yang akan dikembangkan adalah peningkatan peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai penggerak ekonomi masyarakat melalui strategi pemasaran digital yang lebih efektif (Wahyuningtyas, 2021). Selain itu, pemanfaatan digital marketing terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian terhadap merek mie Gaga di Kota Cilacap (Ma'ruf et al., 2024).

Dalam upaya meningkatkan daya saing produk lokal, program ini juga akan memberikan pelatihan kepada masyarakat terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran yang lebih luas. Sebagaimana diungkapkan oleh Tanjung et al. (2021), pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan media sosial dapat membantu meningkatkan efektivitas pemasaran, seperti yang telah diterapkan pada petani dalam memasarkan produk jeruk pascapanen. Selain aspek pemasaran digital, perhatian juga akan diberikan pada inovasi desain dan pengemasan produk, mengingat salah satu

kendala utama dalam pemasaran produk lokal adalah kemasan yang kurang menarik dan dianggap tidak higienis. Padahal, kemasan yang menarik dan sesuai standar pasar dapat meningkatkan nilai tambah serta minat beli konsumen terhadap produk tersebut (Mashadi & Munawar, 2021). Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan masyarakat Desa Lendang Nangka mampu mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital secara optimal, sehingga produk inovatif berbasis kearifan lokal dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Program pengabdian ini bertujuan untuk memfasilitasi masyarakat dalam membangun jaringan usaha dan kemitraan yang dapat meningkatkan keberlanjutan ekonomi berbasis kearifan lokal di Desa Lendang Nangka. Salah satu aspek penting dalam keberlanjutan usaha adalah kepastian legalitas produk, seperti sertifikasi halal, yang menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, program ini juga akan mendampingi pelaku usaha dalam proses pengajuan sertifikasi halal dengan melakukan verifikasi dan validasi pernyataan kehalalan sebelum diteruskan kepada komite fatwa untuk mendapatkan sertifikat resmi (Mahmud, 2023). Selain itu, pemasaran merupakan salah satu tantangan utama yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha, sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam membangun jaringan distribusi dan kemitraan yang berkelanjutan (Nanda Defi Anita et al., 2022).

Pelaksanaan program ini akan mengadopsi pendekatan pendampingan berbasis kemitraan yang telah terbukti efektif dalam mendukung UMKM, seperti yang diterapkan pada usaha makanan ringan di Desa Balesari, Windusari, Magelang (Verawati et al., 2021). Selain pendampingan dalam aspek produksi dan pemasaran, program ini juga akan memberikan pelatihan manajemen organisasi agar masyarakat dapat membentuk tim usaha yang solid serta mengelola produk dengan lebih baik, baik untuk pemasaran langsung maupun digital (Qusyairi et al., 2021). Dalam perspektif ekonomi Islam, inovasi produk merupakan bentuk peningkatan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga pengembangan produk berbasis kearifan lokal perlu didukung oleh jaringan usaha yang kuat dan berkelanjutan (Asmoro & Indrarini, 2021). Selain itu, kearifan lokal juga menjadi modal utama dalam membangun identitas produk, sebagaimana penelitian yang mengungkap pentingnya nilai-nilai lokal dalam keberlanjutan ekonomi masyarakat etnis Banjar (Syahrial Harahap et al., 2023). Dengan adanya program ini, diharapkan masyarakat Desa Lendang Nangka mampu membangun ekosistem usaha yang lebih mapan, memiliki daya saing, serta dapat menjalin kemitraan strategis guna meningkatkan keberlanjutan ekonomi berbasis kearifan lokal.

Metode Pengabdian

Penelitian ini menggunakan pendekatan pendampingan partisipatif, di mana masyarakat Desa Lendang Nangka dilibatkan secara aktif dalam proses pengembangan produk berbasis kearifan lokal. Desain penelitian yang digunakan adalah metode workshop dan pelatihan interaktif, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran. Kegiatan ini dilakukan secara sistematis melalui serangkaian tahapan yang meliputi identifikasi potensi lokal, pelaksanaan workshop, evaluasi produk, serta pendampingan dalam pemasaran produk secara langsung maupun digital.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Lendang Nangka yang berpotensi dalam mengembangkan produk inovatif berbasis kearifan lokal. Partisipan

dalam kegiatan ini terdiri dari pelaku usaha kecil, kelompok ibu rumah tangga, serta masyarakat umum yang memiliki minat dalam bidang produksi dan pemasaran produk lokal. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu berdasarkan keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatan ekonomi lokal dan kesediaan mereka untuk mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

Instrumen dan prosedur penelitian dimulai dengan identifikasi potensi lokal melalui observasi dan wawancara dengan masyarakat setempat guna mengenali sumber daya lokal yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan dapat dikembangkan menjadi produk inovatif. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan workshop, yang terdiri dari beberapa sesi utama, yaitu: (1) Workshop inovasi produk berbasis kearifan lokal, yang bertujuan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai pentingnya inovasi dalam mempertahankan daya saing produk lokal; (2) Pelatihan pembuatan dan pengemasan produk, yang difokuskan pada teknik produksi yang efisien serta strategi pengemasan yang menarik dan higienis; dan (3) Pelatihan pemasaran produk, yang mencakup strategi pemasaran konvensional dan digital agar produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Pada tahap analisis data, dilakukan evaluasi terhadap produk yang telah dibuat oleh peserta, dengan memberikan umpan balik terkait aspek inovasi, kualitas, dan daya saing produk di pasar. Selain itu, keberlanjutan usaha peserta juga dianalisis melalui pendampingan dalam pemasaran produk, baik ke pasar lokal maupun platform digital. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas pelatihan serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh peserta dalam mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan masyarakat Desa Lendang Nangka mampu mengoptimalkan potensi lokalnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara berkelanjutan.

Diskusi dan Hasil

Hasil kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa masyarakat Desa Lendang Nangka mampu menciptakan berbagai produk inovatif berbasis budaya lokal yang memiliki daya saing lebih tinggi. Inovasi yang dihasilkan mencakup kerajinan tangan berbahan dasar lokal dengan desain modern, produk kuliner khas yang dikemas lebih menarik untuk pemasaran digital, serta produk herbal dan olahan hasil pertanian dengan nilai tambah lebih tinggi. Produk-produk ini tidak hanya mempertahankan nilai budaya lokal, tetapi juga mengadopsi strategi inovatif dalam desain dan pengemasan sehingga lebih menarik bagi pasar.

Respon pasar terhadap produk-produk tersebut cukup positif, terutama karena adanya kombinasi antara unsur budaya lokal dan inovasi yang sesuai dengan preferensi konsumen modern. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk yang berbasis pada kearifan lokal namun tetap memperhatikan aspek inovasi dan pemasaran memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas. Selain itu, pelatihan yang diberikan dalam kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya branding dan strategi pemasaran, baik secara konvensional maupun digital. Kesadaran ini menjadi faktor penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha berbasis kearifan lokal, di mana masyarakat tidak hanya fokus pada produksi tetapi juga memiliki wawasan yang lebih luas tentang pemasaran dan distribusi produk.

Dengan adanya pendampingan ini, masyarakat Desa Lendang Nangka memiliki peluang lebih besar untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Tantangan yang masih perlu diatasi adalah peningkatan kapasitas produksi agar dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih luas serta pemanfaatan teknologi digital yang lebih optimal dalam pemasaran. Oleh karena itu, dukungan lanjutan dalam bentuk pelatihan dan fasilitasi pemasaran masih diperlukan agar inovasi berbasis budaya lokal ini dapat terus berkembang dan memberikan dampak ekonomi yang lebih signifikan bagi masyarakat.

Kesimpulan

Pendampingan dalam pengembangan produk inovatif berbasis kearifan lokal di Desa Lendang Nangka telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menciptakan produk dengan nilai jual tinggi. Keberhasilan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan melalui inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Produk-produk berbasis budaya lokal yang dikemas dengan pendekatan modern terbukti diminati oleh konsumen, sehingga membuka peluang lebih luas bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal.

Ke depan, program pendampingan ini perlu dilanjutkan dengan fokus pada diversifikasi produk dan optimalisasi pemasaran digital agar jangkauan pasar semakin luas. Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah daerah, sektor swasta, dan platform e-commerce perlu diperkuat guna membangun jaringan pemasaran yang lebih luas dan berkelanjutan. Pendampingan dalam aspek legalitas usaha juga menjadi langkah strategis agar produk-produk inovatif dari desa ini dapat memenuhi standar regulasi dan bersaing di pasar yang lebih besar. Dengan adanya langkah-langkah ini, keberlanjutan program pengembangan produk berbasis kearifan lokal dapat lebih terjamin, sehingga memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat desa di masa mendatang.

Referensi

- Ahmadiyah, A. S., Sarno, R., Anggraini, R. N. E., Ariyani, N. F., Munif, A., & Hidayati, S. C. (2022). Pendampingan Pengurusan Ijin Edar dan Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro dan Kecil. *Sewagati*, 6(3). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i3.248>
- Ainal Ikram, I. C. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Diversifikasi Pangan Masyarakat Melalui Inovasi Pangan Lokal Dari Singkong. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(1), 271–278.
- Arfah Sahabudin, Nursahdi Saleh, & Rika Rahmawati. (2022). Kesenjangan Digital Pada Peserta Pelatihan Online Pendamping Produk Halal. *Jurnal Teknik Informatika dan Teknologi Informasi*, 2(2), 105–114. <https://doi.org/10.55606/jutiti.v2i2.431>
- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Burhan, L. I., & Zulhaedy, L. M. (2024). Peran Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Di Desa Lendang Nangka Dalam Pelaksanaan Pemerintahan Desa. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(5), 317–326. <https://doi.org/10.59837/hjfhv15>
- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image. *Balance : Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 2(2), 73–79. <https://doi.org/10.59086/jam.v2i2.328>
- Dewi, S. R., Sriyono, S., & Sumartik, S. (2021). Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 95–101. <https://doi.org/10.32528/jpmi.v7i1.5267>
- Di, U., Lewirato, K., Bima, K., Landi, S. F., Puryanti, A., Suryana, D., Alamsyah, M. S., & Syahrul, A. (2024). *Jurnal AMPOEN*. 1(3).
- Fauziah, L., Hidayat, E., & Windriya, A. (2021). Transisi Kenormalan Baru : Eksistensi BUM Desa, UMKM, dan Ormas. In *Program Studi Administrasi Publik*. http://repository.upnjatim.ac.id/5595/1/Book_Chapter_Prodi_Administrasi_Publik_comp.pdf#page=24
- Hidayat, R. (2022). Peusijuek sebagai kearifan lokal Aceh dalam menghadapi globalisasi budaya. *Jipsindo*, 09(02), 134–146.
- Idiatul Fitri Danasari, Ni Made Wirastika Sari, Anwar, Siska Ita Selvia, & Candra Ayu. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Pengolahan Buah Kelapa Menjadi Minyak Kelapa Murni Sebagai Inovasi Produk Usaha KWT Al-Ummahat Lendang Nangka. *Jurnal SIAR ILMUWAN TANI*, 5(1), 52–57. <https://doi.org/10.29303/jsit.v5i1.138>
- Joel Mustamu, E. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Kfc Srandol. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 689.
- Ma'ruf, N., Alfalisyo, A., Purwidianti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>
- Mahmud, M. D. bin. (2023). Pendampingan Proses Produk Halal (Self Declare) Dalam Pengajuan Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro Kecil. *Al-Mulk: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.46339/am-jpm.v1i1.977>
- Martinus Hia, A., Hapzi Ali, & Fransiskus Dwikotjo Sri Sumartyo. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 368–379. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.48>
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115–120. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.1402>
- Mutakin, K. (2022). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Desa Melalui Zakatnomics. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 41–47.

- <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i1.2180>
Nanda Defi Anita, N., Finatsiyatull Rosida, D., Wardhani Mas'udah, K., Abidin Achmad, Z., Muruah, I., & Almira Nur Aini, Z. (2022). Pendampingan Penggunaan Platform Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Desa Kebondalem. *PATIKALA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 428–436.
<https://doi.org/10.51574/patikala.v2i1.499>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 4(2), 62.
<https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Prahesti, S. I., & Fauziah, S. (2021). Penerapan Media Pembelajaran Interaktif Kearifan Lokal Kabupaten Semarang. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 505–512.
<https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i1.879>
- Purnomo, A. (2022). *Desa Wirausaha sebagai Eskalasi Ekonomi Desa berbasis Kewirausahaan*. 1–12. <https://econpapers.repec.org/paper/osfosfxxx/np629.htm>
- Qusyairi, A., Usniati, B., Aulia, D., Safitri, E. A., Ismaya, E., Fauziah, I., Furqan, I., Fajri, L., Muhammad, L., Alghifari, M., & Zainul, M. (2021). Industri Kreatif Pengolahan Buah Nanas Menjadi Varian Keripik untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Lendang Nangka Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4), 493–499.
- Rahayu, S., & Febrina, R. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Bumdes Di Desa Sugai Nibung. *Jurnal Trias Politika*, 5(1), 49–61. <https://doi.org/10.33373/jtp.v5i1.2905>
- Ratih Yuniastri, Ismawati, I., Rika Diananing Putri, & R. Amilia Destryana. (2022). Produk Inovasi Olahan Tomat Sebagai Alternatif Peningkatan Pendapatan Petani Tomat Daerah Pesisir. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 4529–4536.
<https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.3042>
- Riyanti, A., & Novitasari, N. (2021). Pendidikan Multikultural Berbasis Kearifan Lokal Bagi Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Adat dan Budaya Indonesia*, 3(1), 29–35.
<https://doi.org/10.23887/jabi.v3i1.37780>
- Rusdiyana, Nurwahyunani, A., & Marianti, A. (2021). Analisis Peran Petani dalam Konservasi Lahan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal. *Indonesian Journal of Conservation*, 10(1), 42–47.
<https://doi.org/10.15294/ijc.v10i1.31056>
- Safira, N., Sofyan, S., & Puspita, V. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerupuk Tuiri di Kota Bengkulu. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(3), 67–82. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813>
- Safitri, D., Azhar, H., Saragih, L., Parinduri, T., & Sinaga, M. H. (2022). Pendampingan Pembuatan Instagram Dalam Pemasaran Produk Lokal Desa Bahal Gajah, Kab. Simalungun. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 614.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i2.8221>
- Shokhikhah, N. S. T., Aprillia, R. P., Sabila, A. R., Yulianto, A., Janah, A. A., Anjani, N. N., & Andriani. (2023). Pendampingan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pengurusan Sertifikasi Halal Melalui Program SEHATI. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 546–553.
- Sugiyanti, L., Dewi, R. S., & Wijaya, I. S. (2023). Strategi Pengembangan Produk Inovatif Bagi UMKM Bima Cafe. *Masarin*, 1(3), 111–123.
<https://jurnalbima.id/index.php/masarin/article/view/198%0Ahttps://jurnalbima.id/index.php/masarin/article/download/198/147>
- Syahrial Harahap, A., Nofianti, R., Rahayu, N., Nitami, D., Ginting, B., Pembangunan, U., & Budi, P. (2023). Menggali Kearifan Lokal Etnis Banjar: Peran Orangtua dalam Membentuk Karakter Anak di Desa Kota Rintang Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 961–969. <http://jim.unsyiah.ac.id/sejarah/mm>
- Syaiful Anwar, Moh. Kurdi, U. A. (2023). BUAH KELAPA Syaiful Anwar , Moh . Kurdi , Unsul Abrar. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi*, 3(3).

- Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3091–3103. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5435><https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5435/pdf>
- Turmuzi, M., Sudiarta, I. G. P., & Suharta, I. G. P. (2022). Systematic Literature Review: Etnomatematika Kearifan Lokal Budaya Sasak. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(1), 397–413. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v6i1.1183>
- Verawati, D. M., Destiningsih, R., & Novitaningtyas, I. (2021). Pendampingan Perizinan PIRT dan Sertifikasi Halal Produk Makanan Ringan Pada Pelaku UMKM di Desa Balesari, Windusari, Magelang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(4), 1166–1175. <https://doi.org/10.30653/002.202164.888>
- Wahyuningtyas, I. K. (2021). Peran Strategis Bumdes (Badan Usaha Milik Desa) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Desa. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 4(1), 91–101. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v4i1.95>
- Wiryajati, I. K., Utari Putri, I. G. A. S., & Setiawati, M. (2024). Pemanfaatan Limbah Organik Sebagai Media Budidaya Maggot Di Desa Lendang Nangka. *Jurnal Bakti Nusa*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.29303/baktinusa.v5i1.113>
- Zubaidi, A., Maharani, S. D., & Sairah, A. R. (2022). Kearifan Lokal Desa Wisata Karangrejo dan Karanganyar untuk Memperkuat Ketahanan Ekonomi Desa Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 5(3), 227–234. <https://doi.org/10.23887/jfi.v5i3.51818>