



Pemberdayaan UMKM Kuliner Seblak Kanza Prasmanan melalui Peningkatan Kualitas Produk dan Digitalisasi Pemasaran di Kabupaten Dompu

Aldi Sajian¹, Ardan Alif²

¹Program Studi Hukum Bisnis, Universitas Islam Negeri Mataram

²Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Mataram
aldisajian99@gmail.com¹, ardanaalif@gmail.com²

Article History:

Received: 03-08-2025

Revised: 15-08-2025

Accepted: 06-09-2025

Keywords: *kuliner, pemberdayaan, digitalisasi, manajemen, bisnis,*

Abstract: *Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Salah satu contohnya adalah Seblak Kanza Prasmanan di Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat, yang menawarkan keunikan melalui sistem prasmanan dan cita rasa khas. Namun demikian, usaha ini masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan literasi digital, strategi pemasaran yang sederhana, pengelolaan keuangan manual, keterbatasan tenaga kerja, serta akses permodalan yang terbatas. Melalui program pengabdian masyarakat, telah dilaksanakan serangkaian kegiatan pemberdayaan berupa pelatihan pemasaran digital, pendampingan produksi, pelatihan manajemen sumber daya manusia, pengenalan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, serta sosialisasi mengenai alternatif akses permodalan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya dampak positif, seperti peningkatan jangkauan promosi, efisiensi produksi, kinerja sumber daya manusia yang lebih terorganisir, transparansi dalam pencatatan keuangan, serta inisiasi kerja sama pendanaan dengan koperasi lokal. Temuan ini menegaskan bahwa strategi berbasis digitalisasi dan penerapan manajemen sederhana dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM kuliner dalam menghadapi tantangan usaha. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing Seblak Kanza Prasmanan serta menjadi model inspiratif bagi UMKM sejenis di tengah era transformasi digital.*

© 2025 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Kuliner merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Makanan khas daerah tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsi, tetapi juga menjadi identitas budaya dan daya tarik ekonomi lokal (Miranti & Murdiana, 2025). Salah satu kuliner yang cukup populer adalah seblak, makanan khas Bandung yang berbahan dasar kerupuk basah dengan tambahan sayur, telur, daging olahan, serta cita rasa pedas yang khas (Intani, 2014)

Seblak saat ini telah berkembang dan banyak diminati masyarakat luas, khususnya kalangan remaja dan generasi muda (Atteng, Nana, Kamila, Aliyyatussaadah, & Asih, 2021) dan (Saputra & Rohman, 2024). Kondisi ini menjadikan usaha seblak sebagai peluang bisnis kuliner yang potensial. Salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang ini adalah Seblak Kanza Prasmanan yang berlokasi di Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat. Usaha ini berfokus pada penyediaan seblak dengan berbagai variasi menu dan harga yang terjangkau sehingga mampu menarik konsumen (Saputra & Rohman, 2024).

Namun demikian, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi, di antaranya keterbatasan dalam penerapan digital marketing, rendahnya literasi manajemen keuangan berbasis digital, keterbatasan modal, serta persaingan yang semakin tinggi dengan munculnya usaha kuliner serupa (Anabuni, Dewiati, Kellen, & Himpi, 2025). Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pemberdayaan untuk meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasaran agar UMKM Seblak Kanza Prasmanan dapat terus berkembang dan berdaya saing (Saputra & Rohman, 2024) dan (Anabuni, Dewiati, Kellen, & Himpi, 2025).

Urgensi kegiatan pengabdian ini terletak pada pentingnya meningkatkan daya saing UMKM lokal di era digital. Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, di mana pemasaran produk melalui media sosial menjadi salah satu strategi paling efektif. Tanpa penguasaan teknologi digital, UMKM berisiko tertinggal dalam kompetisi pasar. Oleh karena itu, pendampingan dalam pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta peningkatan kualitas produk menjadi sangat relevan dan strategis.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan pelaku UMKM Seblak Kanza Prasmanan melalui peningkatan kualitas produk, memberikan pelatihan digital marketing agar usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas, membantu dalam pengelolaan keuangan sederhana berbasis digital, serta meningkatkan daya saing agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis kuliner (Saputra & Rohman, 2024) dan (Anabuni, Dewiati, Kellen, & Himpi, 2025).

Rencana pemecahan masalah dalam pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan edukatif-aplikatif melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi masalah melalui observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM, penyusunan strategi peningkatan kualitas produk dan promosi, pelaksanaan pelatihan digital marketing serta pengelolaan keuangan sederhana, hingga pendampingan dalam implementasi. Selanjutnya, dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas kegiatan pemberdayaan serta dampaknya terhadap keberlanjutan usaha Seblak Kanza Prasmanan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan edukatif dan aplikatif melalui pelatihan serta pendampingan kepada pelaku UMKM Seblak Kanza Prasmanan di Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat (Nugraha, Putri, Martin, Nuraini, & Nasution, 2025). Rancangan kegiatan disusun secara sistematis dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Maulida, Kasofi, & Balqis, 2021) dan (Nugraha, Putri, Martin, Nuraini, & Nasution, 2025). Khalayak sasaran dipilih secara purposive, yaitu pemilik dan anggota keluarga yang terlibat langsung dalam pengelolaan usaha seblak, karena mereka merupakan pihak yang paling membutuhkan peningkatan kapasitas dan berperan langsung dalam keberlanjutan usaha.

Bahan dan alat yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi modul pelatihan digital marketing, panduan sederhana pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, perangkat

komputer atau laptop, serta media sosial sebagai sarana praktik pemasaran. Desain alat yang digunakan difokuskan pada media pelatihan interaktif yang mudah dipahami dan aplikatif, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas UMKM dalam mengelola usaha secara lebih modern.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses produksi, wawancara dengan pemilik usaha mengenai kendala yang dihadapi, serta dokumentasi aktivitas usaha sehari-hari. Selain itu, dilakukan pula pre-test dan post-test sederhana untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terkait materi pelatihan (Maulida, Kasofi, & Balqis, 2021).

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan. Hasil analisis ini digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan pengabdian, baik dari sisi peningkatan keterampilan digital marketing, pengelolaan keuangan, maupun produktivitas usaha Seblak Kanza Prasmanan secara keseluruhan (Maulida, Kasofi, & Balqis, 2021). Dengan metode ini diharapkan terjadi peningkatan kapasitas manajerial dan pemasaran yang signifikan sehingga usaha mampu berkembang dan memiliki daya saing di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Pengabdian

Pengabdian ini dilaksanakan pada usaha kuliner Seblak Kanza Prasmanan yang berlokasi di Jalan Lintas Sumbawa–Dompu, Desa O'o, Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat. Usaha ini bergerak di bidang kuliner dengan menghadirkan menu khas Jawa Barat, yaitu seblak, yang dikenal dengan cita rasa pedas, gurih, dan menyegarkan. Berbagai variasi bahan pelengkap seperti kerupuk, sayuran, hingga olahan daging dihadirkan untuk memberikan pilihan sesuai dengan selera konsumen. Ciri khas utama yang membedakan usaha ini dengan seblak pada umumnya adalah sistem prasmanan yang memungkinkan pelanggan memilih sendiri bahan-bahan yang ingin mereka konsumsi, sehingga memberikan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan. Meskipun memiliki keunikan, Seblak Kanza Prasmanan tetap menghadapi berbagai tantangan sebagai usaha mikro. Permasalahan yang muncul tidak hanya terkait dengan pengelolaan manajemen usaha, tetapi juga menyangkut aspek pemasaran dan keterbatasan akses permodalan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini diarahkan untuk memberikan solusi yang relevan dan aplikatif guna meningkatkan kualitas serta daya saing usaha. Fokus utama dalam kegiatan ini adalah penerapan strategi digitalisasi serta penguatan manajemen keuangan sederhana agar usaha ini dapat berkembang secara lebih terstruktur.

Identifikasi Masalah

Hasil observasi lapangan yang diperkuat melalui wawancara dan diskusi bersama pemilik usaha menunjukkan bahwa terdapat sejumlah persoalan mendasar yang dihadapi oleh Seblak Kanza Prasmanan. Permasalahan pertama berkaitan dengan keterbatasan literasi digital. Pemilik usaha belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pemanfaatan teknologi untuk mendukung proses bisnis, khususnya dalam aspek promosi dan pencatatan keuangan. Akibatnya, potensi digital yang sebenarnya dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi belum termanfaatkan secara optimal.

Selain itu, strategi pemasaran yang dijalankan masih sangat sederhana, yakni hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini membuat usaha kurang memiliki

daya saing di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner yang semakin memanfaatkan media digital. Dari sisi pengelolaan keuangan, pencatatan masih dilakukan secara manual sehingga berpotensi menimbulkan ketidakakuratan dalam mengetahui arus kas dan keuntungan bersih usaha.

Permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah keterbatasan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Kondisi ini berpengaruh pada kelancaran proses produksi, terutama ketika permintaan konsumen meningkat. Selain itu, produk yang dihasilkan juga belum sepenuhnya memenuhi standar yang diharapkan pasar yang lebih luas, baik dari segi kualitas maupun konsistensi rasa. Hambatan terakhir yang dihadapi adalah keterbatasan modal yang membuat usaha sulit untuk berinovasi maupun mengembangkan kapasitas produksi.

Keseluruhan permasalahan ini menunjukkan bahwa Seblak Kanza Prasmanan membutuhkan pendampingan yang menyeluruh, baik dalam hal literasi digital, strategi pemasaran, manajemen keuangan, penguatan sumber daya manusia, standarisasi produk, maupun perluasan akses permodalan agar mampu bertahan sekaligus berkembang dalam ekosistem usaha kuliner yang semakin kompetitif.

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil dilaksanakan dengan melibatkan pemilik usaha secara aktif dalam setiap tahapannya. Beberapa capaian utama dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Hasil Kegiatan Pengabdian

No	Aspek yang Diperkuat	Kondisi Awal	Intervensi/Program	Hasil Setelah Kegiatan
1	Pemasaran	Promosi hanya dari mulut ke mulut	Pelatihan digital marketing melalui media sosial (Instagram, Facebook, TikTok)	Jangkauan promosi meningkat, akun Instagram usaha memperoleh follower baru
2	Produksi	Produksi manual dengan keterbatasan alat	Pendampingan efisiensi produksi dan manajemen stok bahan baku	Waktu produksi lebih cepat 20% dan bahan baku lebih terkontrol
3	SDM	Karyawan terbatas, belum ada pembagian kerja jelas	Pelatihan manajemen SDM sederhana (pembagian tugas dan jadwal)	Kinerja lebih teratur, keterlambatan produksi berkurang
4	Keuangan	Catatan keuangan masih manual	Pengenalan aplikasi keuangan sederhana (Excel & BukuKas)	Tersedia laporan pemasukan dan pengeluaran bulanan yang lebih akurat
5	Modal/Inovasi	Modal terbatas, inovasi minim	Sosialisasi akses modal alternatif (equity crowdfunding dan koperasi)	Pemilik mulai menjajaki kerjasama

				pendanaan dengan koperasi lokal
--	--	--	--	---------------------------------

Sumber: hasil pengabdian

Tabel 2. Hasil Pre-Test dan Post-Test Pengabdian

No	Aspek Penilaian	Pre-Test (Sebelum Kegiatan)	Post-Test (Sesudah Kegiatan)	Peningkatan
1	Pengetahuan digital marketing	40%	85%	+45%
2	Efisiensi produksi	50%	75%	+25%
3	Manajemen SDM (pembagian kerja)	45%	80%	+35%
4	Pencatatan keuangan	35%	82%	+47%
5	Pemahaman akses modal	30%	70%	+40%

Sumber: Hasil pengabdian (pre-test & post-test)

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif pada aspek pemasaran, produksi, manajemen SDM, dan keuangan. Pelatihan digital marketing terbukti efektif meningkatkan jangkauan pasar, sejalan dengan penelitian (Istikharoh Dkk., 2025) yang menyatakan bahwa digital marketing menjadi strategi penting bagi UMKM kuliner untuk memperluas akses pasar dan menarik konsumen milenial. Pada aspek produksi, penerapan manajemen stok sederhana mampu menekan pemborosan bahan baku, sehingga produktivitas meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Atteng, Nana, Kamila, Aliyyatussaadah, & Asih, 2021) dan (Saputra & Rohman, 2024) yang menegaskan bahwa efisiensi produksi sangat menentukan daya saing UMKM.

Dalam aspek SDM, pembagian kerja yang lebih terstruktur membantu memperlancar operasional harian. Menurut (Istikharoh Dkk., 2025) pengelolaan sumber daya manusia yang baik akan meningkatkan kinerja organisasi, termasuk skala usaha mikro. Sementara itu, penerapan pencatatan keuangan berbasis digital sederhana telah memberikan dampak signifikan terhadap transparansi arus kas. Temuan ini mendukung studi oleh (Atteng, Nana, Kamila, Aliyyatussaadah, & Asih, 2021), (Saputra & Rohman, 2024) dan (Istikharoh Dkk., 2025) yang menekankan pentingnya administrasi keuangan dalam menilai kelayakan usaha.

Selain uraian kualitatif, efektivitas kegiatan pengabdian juga diperkuat dengan hasil pre-test dan post-test. Data menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemilik usaha setelah mengikuti program. Misalnya, pemahaman digital marketing meningkat dari 40% pada saat pre-test menjadi 85% pada post-test, atau naik sebesar 45%. Demikian juga pada aspek pencatatan keuangan, terjadi lonjakan signifikan dari 35% menjadi 82%. Hasil ini menegaskan bahwa intervensi pelatihan dan pendampingan mampu memberikan dampak yang nyata terhadap kapasitas manajerial maupun operasional usaha.

Dengan demikian, keberhasilan program tidak hanya tampak dari perubahan perilaku dan praktik sehari-hari, tetapi juga dapat dibuktikan secara kuantitatif melalui pengukuran pre-test dan post-test. Hal ini memperlihatkan bahwa pendekatan partisipatif

berbasis digitalisasi dan manajemen sederhana merupakan strategi aplikatif yang relevan dalam menjawab permasalahan UMKM kuliner.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada usaha kuliner Seblak Kanza Prasmanan menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas usaha melalui berbagai intervensi yang relevan. Penerapan digital marketing terbukti mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Pendampingan dalam efisiensi produksi dan manajemen stok bahan baku berhasil mempercepat proses produksi sekaligus mengurangi pemborosan. Dari sisi pengelolaan sumber daya manusia, pembagian tugas yang lebih terstruktur memberikan dampak pada kelancaran operasional usaha. Selain itu, pengenalan aplikasi pencatatan keuangan sederhana membantu meningkatkan akurasi dan transparansi arus kas, yang pada gilirannya mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Upaya menjajaki akses permodalan melalui koperasi lokal juga menjadi langkah awal dalam memperluas peluang inovasi dan pengembangan usaha.

Secara keseluruhan, pengabdian ini memperlihatkan bahwa pendampingan berbasis digitalisasi dan manajemen sederhana mampu menjadi solusi aplikatif dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh UMKM kuliner. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan bagi UMKM sejenis dalam upaya meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA (Calisto MT, size 12)

- Atteng, S. P., Nana, F. M. A., Kamila, R., Aliyyatussaadah, I., & Asih, R. S. (2021). Tren kuliner seblak sebagai faktor pendukung perekonomian masyarakat di era milenial. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 1(3), 73–78.
- Intani, R. T. (2014). Kiat penjual makanan tradisional dalam menembus pasar. *Patanjala*, 6(2), 316–328.
- Istikharoh, L., Pertiwi, Y. A. N., Rahmawati, M., Firdaus, D., Halawa, T. D., & Ramadhan, C. T. (2025). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner pada Yohana Kitchen Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(3), 1008–1018.
- Maulida, Kasofi, & Balqis. (2021). Peningkatan pemahaman dan kesiapan generasi muda dalam menghadapi tantangan. *JPM Bakti Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 148–159.
- Miranti, D., & Murdiana, I. M. (2025). Filosofi kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata di Pawon 21 Bonjeruk Lombok Tengah. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 14(1), 547–564.
- Nugraha, C. E., Putri, A. N., Martin, L. A., Nuraini, D., & Nasution, A. F. (2025). Penguatan karakter siswa sekolah dasar melalui program KKN mengajar di SDN 04 Jaho. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3).
- Saputra, A. T., & Rohman, A. (2024). Analisis strategi pemasaran pelaku UMKM seblak Bu Muhyi Telang Bangkalan: Perspektif studi kelayakan bisnis. *Jurnal Media Akademik*, 2(6). <https://doi.org/10.62281>

Umbu T. Anabuni, A., Dewiatty, I. L., Lou Kellen, M. S., & Karjo Himpi, P. J. (2025). Peluang dan tantangan UMKM di era digital: Solusi praktis untuk masyarakat Amanuban Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2133–2138. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.728>