



Penyuluhan Pembangunan Ekonomi Lokal Melalui Produk Tradisional yang Berkualitas dan Berkelanjutan

Extension of Local Economic Development through Quality and Sustainable Traditional Products Sustainable

Andrianto Prasetya Nugroho^{1*}, Zulfa Zakiatul Hidayah², Fiqih Maria Rabiatul Hariroh³, Hafsari Prabhmanik Faddila⁴, Rizka Estisia Pratiwi⁵

^{1,2,3,4} Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

⁵ Universitas Buana Perjuangan, Indonesia

Korespondensi Penulis : andrianto.prasetya@pelitabangsa.ac.id

Article History:

Received: Desember 30, 2024;

Revised: Januari 30, 2025;

Accepted: Februari 18, 2025;

Published: Februari 20, 2025;

Keywords: Market, Marketing, Local Economy

Abstract: Building the local economy through quality and sustainable traditional products at Khasanah Sari is a strategic step to improve community welfare and preserve culture. By addressing existing issues through training, digital marketing, product innovation and financial support, Khasanah Sari can grow and contribute positively to the local economy. Clear output targets will be a reference to measure the success of this initiative, making a positive impact on the community and the economy as a whole. Building a local economy through quality and sustainable traditional products involves community empowerment, product development and environmental sustainability. By involving the community in production and marketing, their skills can be enhanced, creating new jobs. Traditional products need to be developed to meet quality standards that appeal to modern consumers, while using environmentally friendly raw materials and sustainable production techniques. Effective marketing, including the utilization of digital platforms, will help reach a wider market. In addition, collaboration between the government, businesses, and non-government organizations is essential to support development and market access. Public education and awareness on the importance of local products will also contribute to stronger economic growth and preservation of cultural heritage. *Abstract and Keywords must be written in English, in italic style, and contain a brief description of the research background, objectives, methods, findings, and implications. The abstract is written in one paragraph with a single space (maximum 200 words), without any reference or formula.*

Abstrak

Membangun ekonomi lokal melalui produk tradisional yang berkualitas dan berkelanjutan di Khasanah Sari adalah langkah strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melestarikan budaya. Dengan mengatasi permasalahan yang ada melalui pelatihan, pemasaran digital, inovasi produk, dan dukungan keuangan, Khasanah Sari dapat tumbuh dan berkontribusi positif terhadap ekonomi lokal. Target luaran yang jelas akan menjadi acuan untuk mengukur keberhasilan inisiatif ini, memberikan dampak positif bagi komunitas dan perekonomian secara keseluruhan. Membangun ekonomi lokal melalui produk tradisional yang berkualitas dan berkelanjutan melibatkan pemberdayaan komunitas, pengembangan produk, dan keberlanjutan lingkungan. Dengan melibatkan masyarakat dalam produksi dan pemasaran, keterampilan mereka dapat ditingkatkan, menciptakan lapangan kerja baru. Produk tradisional perlu dikembangkan agar memenuhi standar kualitas yang menarik bagi konsumen modern, sambil menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dan teknik produksi berkelanjutan. Pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan platform digital, akan membantu menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan organisasi non-pemerintah sangat penting untuk mendukung pengembangan dan akses pasar. Edukasi dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk lokal juga akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat dan pelestarian warisan budaya.

Kata Kunci: Pasar; Pemasaran, Ekonomi Lokal

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini industri khususnya UMKM mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. UMKM terbukti sebagai usaha yang memberikan banyak kontribusi pada PDB (Produk Domestik Bruto) dan ekspor di Indonesia. Sektor yang berperan sebagai penyumbang terbesar struktur PDB dan ekspor yaitu sektor kuliner. Didukung oleh data dari BPS dinyatakan bahwa sektor kuliner memiliki nilai sebesar 41% (9). Perusahaan yang bisa dikatakan mampu dalam bersaing apabila perusahaan tersebut dapat mempertahankan konsumen yang mereka targetkan sebelumnya. Banyaknya jumlah konsumen yang dapat dipertahankan oleh perusahaan akan membuka kesempatan untuk perusahaan mendapatkan lebih banyak lagi keuntungan (profit) dan membantu perusahaan untuk bertumbuh menjadi lebih baik. Pada era globalisasi ini, makin bertambah banyaknya jumlah pesaing dalam bidang tertentu yang juga menjadi penyebab makin banyaknya pertimbangan yang diambil oleh konsumen karena jumlah produk yang ditawarkan makin meningkat. Baku, serta upah yang sia-sia, sehingga biaya yang dikeluarkan pun akan melebihi anggaran yang sudah ditentukan. Hal inilah yang mendasari pemikiran akan perlunya suatu sistem manajemen mutu terpadu seperti Total Quality Management (TQM) agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Kualitas produk yang dihasilkan harus diimbangi dengan pengeluaran biaya seminimal dan seefisien mungkin agar perusahaan dapat mencapai laba yang diharapkan (5).

Banyaknya produk yang bermunculan dalam suatu kategori dan juga standar kualitas yang sama, mudah untuk ditiru bahkan dimiliki oleh banyak orang mengakibatkan perusahaan sulit untuk menjadikan dirinya sebagai market leader. Untuk mengatasi kompetitor dalam melakukan penetrasi, maka perusahaan harus menjaga pangsa pasarnya dengan membentuk citra merek (brand image) yang kuat. Tanpa adanya citra merek yang positif dan juga kuat, akan menjadi sulit untuk perusahaan menarik konsumen baru maupun mempertahankan yang sudah ada (1).

Apabila suatu merek dapat memenuhi harapan konsumen atau bahkan dapat melebihi harapan mereka dan dapat menjamin kualitas pada setiap pengalaman penggunaannya, serta didukung oleh reputasi perusahaan yang baik di mata konsumen maka akan membuka kesempatan untuk konsumen menyukai merek atau bahkan memiliki kepercayaan terhadap merek tersebut. Kepercayaan merek (brand trust) pada akhirnya menjadi penentu kesetiaan konsumen (loyalitas) terhadap suatu merek dan kepercayaan memiliki potensi untuk membangun hubungan-hubungan yang bernilai strategis bagi pemasar (2).

Jika konsumen sudah memiliki kepercayaan terhadap merek maka besar kemungkinan bahwa konsumen tersebut akan memiliki loyalitas terhadap merek yang menjadikan konsumen merasa bahwa merek tersebut adalah bagian dari diri mereka. Loyalitas terhadap merek (brand loyalty) adalah suatu sikap maupun keinginan untuk membeli suatu produk bahkan cenderung mempengaruhi orang lain agar dapat melakukan hal yang serupa(1). Oleh karena itu, hal ini dapat mendatangkan lebih banyak keuntungan bagi perusahaan, dengan makin lamanya loyalitas seorang konsumen maka akan makin banyak mendatangkan laba bagi perusahaan.

2. METODE

Kegiatan ini dilaksanakan secara offline dengan pelaksanaan yang di lakukan di tempat usaha UMKM Khasanah Sari dengan mewawancarai salah satu karyawan UMKM tersebut. Berlokasi di Jl Kedadasih raya Jababeka 2 Cikarang Barat No. A1, RT.17/RW.35, Mekarmukti, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, 17530. Perusahaan membutuhkan manajemen yang dapat meningkatkan kemajuan mereka dengan meningkatkan kualitas. Memastikan kualitas tertinggi membutuhkan upaya terus-menerus untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi karyawan, proses dan kondisi. Cara terbaik untuk terus meningkatkan komponen ini adalah dengan menerapkan Total Quality Management(10). Perkembangan lingkungan bisnis terjadi secara dinamis mempengaruhi setiap perusahaan. Perubahan teknologi dan variasi produk yang cepat mempengaruhi perkembangan semua industri. Era perdagangan bebas akan mereduksi bea masuk antarnegara. Tantangan yang dihadapi adalah terbukanya batas wilayah dan batas persaingan, sehingga kegiatan ekonomi bergantung pada persaingan global yang bebas terbuka, hanya pelaku bisnis yang kuat yang akan menang dan tetap bertahan(11). Pelaksanaan solusi untuk UMKM Khasanah Sari memerlukan pendekatan yang terstruktur dan sistematis. Langkah pertama adalah melakukan analisis situasi awal. Metode ini melibatkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memahami posisi Khasanah Sari saat ini. Dalam tahap ini, penting untuk mengumpulkan data tentang produk, pasar, dan kompetitor, serta melibatkan anggota tim dan komunitas untuk mendapatkan pandangan yang komprehensif. Setelah analisis, langkah berikutnya adalah perencanaan strategis. Metode ini mencakup pembuatan rencana strategis yang mencakup tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Di sini, perlu ditentukan indikator keberhasilan (KPI) untuk setiap solusi yang diusulkan, serta membuat timeline untuk implementasi setiap langkah. Kesadaran kualitas tentu diperlukan bagi UMKM, karena dengan adanya kesadaran kualitas akan meningkatkan kinerja

UMKM, baik dari segi finansial maupun non finansial(12).

Selanjutnya, penerapan pemasaran digital harus dilakukan. Metode yang digunakan adalah pendekatan Agile untuk pengembangan situs web dan pemasaran media sosial. Dalam proses ini, pengujian A/B untuk berbagai konten dan iklan sangat penting untuk mengetahui mana yang paling efektif, dan feedback yang diperoleh harus digunakan untuk perbaikan. Peningkatan keterampilan sumber daya manusia juga menjadi fokus. Metode yang dapat diterapkan adalah blended learning, yaitu kombinasi pelatihan tatap muka dan online. Dalam meningkatkan daya saing usaha, salah satu yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan meningkatkan kualitas produk mereka. Kualitas sangat penting dalam menjaga pelanggan, agar pelanggan selalu mengkonsumsi produk yang ditawarkan(13). Penting untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan melalui survei dan analisis, serta menyelenggarakan sesi pelatihan berkala dan mengevaluasi dampaknya. Akses pembiayaan merupakan langkah krusial berikutnya. Metode yang bisa diterapkan adalah mengadakan workshop interaktif dengan lembaga keuangan untuk memahami berbagai opsi pembiayaan yang ada. Fasilitasi pengisian aplikasi pinjaman dan dokumentasi yang diperlukan untuk pengajuan juga sangat penting dalam langkah ini. Standarisasi dan kualitas produk perlu diperhatikan. Metode yang dapat diterapkan adalah penerapan sistem manajemen kualitas seperti ISO untuk meningkatkan proses produksi. Dalam hal ini, pengembangan panduan prosedur operasional standar (SOP) untuk setiap tahap produksi dan sertifikasi sangat dianjurkan. Dengan perusahaan memaksimalkan penggunaan TQM dengan memanfaatkan industri 4.0 maka akan dapat bersaing di tingkat nasional maupun internasional(14). Memperkuat UMKM agar dapat menguasai pasar domestik dan global menjadi tujuan besar untuk didapatkan, salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan peluang besar untuk segala bentuk kerjasama yang dapat mendorong UMKM dalam memperluas usahanya(15).

3. HASIL

Kegiatan ini dilaksanakan secara offline dengan pelaksanaan yang dilakukan di tempat usaha UMKM Khasanah Sari dengan mewawancarai salah satu karyawan UMKM tersebut. Berlokasi di Jl Kedadisih raya Jababeka 2 Cikarang Barat No. A1, RT.17/RW.35, Mekarmukti, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, 17530. Perusahaan membutuhkan manajemen yang dapat meningkatkan kemajuan mereka dengan meningkatkan kualitas. Memastikan kualitas tertinggi membutuhkan upaya terus-menerus untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi karyawan, proses dan kondisi. Kegiatan ini ditujukan untuk pelaku bisnis dalam meningkatkan

peluang bisnis, tantangan, serta strategi penjualannya. Hasil yang dicapai pada kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan Tinjauan Komprehensif dan Inovasi Strategi UMKM

Keterangan	Sebelum Pengabdian	Sesudah Pengabdian
Memberikan pemahaman tentang manajemen mutu / kualitas	-	√
Memberikan pemahaman tentang 8 elemen dan prinsip TQM, serta tantangan yang dihadapi di era digital akan dapat memberikan informasi yang lengkap bagi pengelola UMKM	-	√
Memberikan contoh sederhana pengimplementasian 8 elemen TQM yang dapat diimplementasikan oleh UMKM Khasanah Sari	-	√
Tersedia media konsultasi yang diberikan guna membantu pelaku usaha meningkatkan pengetahuan dan pemahaman seputar manajemen kualitas serta mengoptimalkan penerapan prinsip TQM guna mendorong perkembangan bisnis UMKM	-	√

Hasil akhir dari PK ini adalah terbukanya pemahaman pelaku usaha dalam peningkatan kinerja dengan meningkatkan skill dan pengimplementasian delapan elemen serta prinsip TQM. dengan begitu, pelaku usaha dapat dengan mudah beradaptasi dan menyeimbangkan diri dalam persaingan usaha di era digital. Agenda Kegiatan yang telah dilaksanakan disusun sebagai berikut:

Tabel 2. Agenda kegiatan yang telah dilaksanakan

No.	Waktu	Durasi	Kegiatan
1	09.30 - 10.00	30'	Persiapan Acara
2	10.00 - 10.10	10'	Pembukaan dan Perkenalan
3	10.10- 10.50	40'	Materi seputar : Manajemen mutu, Delapan elemen serta prinsip TQM, dan Perkembangan Teknologi di era digital.
4	10.50 -11.05	15'	Sesi Konsultasi : Terkait perkembangan usaha yang dihadapi
5	11.05 - 11.25	20'	Tips dan Trik menghadapi persaingan
6	11.25 - 11.55	30'	Ramah Tamah dan Makan Bersama
7	11.55 - 12.00	5'	Penutupan dan Dokumentasi

Foto Produk dan Foto Kegiatan PKM



Gambar 1. Foto Produk dan Foto Kegiatan PKM

4. DISKUSI

UMKM Khasanah Sari memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada ekonomi lokal, namun berbagai tantangan yang dihadapinya memerlukan solusi yang komprehensif dan terintegrasi. Salah satu langkah penting adalah menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Penggunaan platform digital untuk pemasaran dapat membantu Khasanah Sari menjangkau pasar yang lebih luas. Pembuatan situs web yang menarik dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk adalah langkah awal yang penting. Selain itu, menggunakan marketplace online seperti Tokopedia atau Bukalapak dapat membuka akses ke konsumen yang lebih banyak. Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk meningkatkan daya saing dengan memaksimalkan kualitas produk dan layanan. Studi kasus dilakukan pada UMKM Eito Japanese Curry yang menghadapi tantangan dalam pengelolaan operasional, penjualan, dan sistem pembayaran yang kurang efisien. (Hutasoit, 2024)

Membangun identitas merek yang kuat sangat penting. Khasanah Sari perlu menciptakan cerita menarik di balik produknya yang menggambarkan nilai-nilai budaya dan tradisi. Konten visual dan naratif yang mencerminkan keunikan produk dapat meningkatkan daya tarik. Menggandeng influencer yang peduli pada produk lokal dan tradisional juga dapat meningkatkan visibilitas produk, membantu menyebarkan informasi dan menarik perhatian konsumen yang lebih muda. Peningkatan keterampilan sumber daya manusia juga sangat penting. Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan produksi dan pemasaran dapat memberikan keuntungan kompetitif. Kerjasama dengan lembaga pendidikan atau organisasi non-pemerintah dapat menyediakan pelatihan yang relevan dalam manajemen usaha dan teknologi. Selain itu, membangun program mentoring di mana pengusaha berpengalaman membimbing pengusaha baru akan memberikan wawasan praktis yang berharga.

5. KESIMPULAN

Lingkungan bisnis mengalami perubahan yang sangat pesat dan secara terus menerus. Perubahan ini akan terus dihadapi oleh pelaku bisnis sampai beberapa waktu ke depan. Salah satu pelaku bisnis adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Persaingan bisnis antar UMKM juga semakin ketat dan menuntut UMKM untuk berusaha memaksimalkan kemampuan yang dimiliki untuk bersaing dengan pelaku bisnis lainnya (Ch, 2020) Untuk memastikan bahwa solusi yang telah diidentifikasi dapat diimplementasikan dengan se efektif mungkin.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tanpa kerjasama semua pihak, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini tidak akan mencapai kesuksesan. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih khusus saya sampaikan kepada mitra kegiatan ini, beserta karyawan dan pelaku usaha lainnya yang telah membantu memfasilitasi dan berpartisipasi dalam kegiatan ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada rekan-rekan dosen yang telah setia mendampingi tim pengabdian ini dari awal hingga akhir. Tak lupa, saya juga ingin berterima kasih kepada Universitas Pelita Bangsa atas dukungannya yang telah memungkinkan kegiatan ini berjalan dengan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, L. A. (2024). Analisis total quality management pada UMKM Sinar Laut di Kabupaten Bandung. *Jurnal*, 11343–11349.
- Akuntansi, J. (2022). Penerapan manajemen mutu terpadu untuk meningkatkan kinerja UMKM sektor kuliner di Kecamatan Antapani Bandung. *Jurnal*, 111–120.
- Ch, U. H. (2020). Penerapan total quality management terhadap dampak kinerja manajerial dan laba perusahaan pada UMKM Yogyakarta. *Jurnal*, 10–14.
- Dahana, P. T. (2022). Analisis total quality management (TQM) dalam meningkatkan mutu manufaktur dan jasa. *Jurnal*, 2917–2926.
- Dharma, U. B. (2022). Analisis penerapan total quality management (TQM) dan efisiensi biaya produksi terhadap peningkatan kualitas produk pada PT Busana Ragi Inovasi. *Jurnal*.
- Hutasoit, M. (2024). Optimalisasi strategi penjualan melalui penerapan total quality management pada UMKM Eito Japanese Curry. *Jurnal Locus: Penelitian & Pengabdian*, 453–461.

- Integrated, A. (2019). Pengaruh penerapan manajemen mutu terpadu (TQM) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal*, 1–8.
- Lestari, N. A. (2022). Pengaruh total quality management (TQM) terhadap kinerja UMKM yang dimediasi komitmen organisasional. *Jurnal*, 534–542.
- Nugraha, A. A. (2022). Pengaruh penerapan total quality management terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kecamatan Coblong, Bandung. *Jurnal*, 404–411.
- Putri, L. P. (2019). Pelatihan total quality management bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal*, 399–402.
- Setiorini, H. (2021). Peran inovasi dalam total quality management dan kinerja organisasi. *Jurnal*, 150–157.
- Sifa, F. (2020). *STIE Bank BPD Jateng*, 62–76.
- Sunu, J. (2020). Perlukah mempertahankan keunggulan kompetitif oleh UMKM? (Studi kasus UMKM Semarang). *Jurnal*, 123–136.
- Triyanto, I. R. (2023). Systematic literature review penerapan TQM di Indonesia. *Jurnal*, 47–53.