

Pemberdayaan Pelaku UMKM Sate Bulayak di Kecamatan Narmada Melalui Metode Participatory Action Research untuk Mendukung Pengembangan Pariwisata Lombok

Rizki Sumardani¹, Bagas Anggara¹, Muhammad Taufik¹, Muharis Muharis¹, Eman Sulistia¹, Hilman Prayuda², Khalid Prawiranegara²

¹Program Studi Pariwisata, Universitas Bumigora, Indonesia

²Program Studi Hukum, Universitas Bumigora, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diserahkan 08/04/2026
Direvisi 14/04/2026
Diterima 21/04/2026
Diterbitkan 30/04/2026

Kata Kunci:

Participatory,
Action Research,
MSME,
Empowerment,
Culinary Tourism

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Sate Bulayak di Kabupaten Narmada, Lombok Barat, melalui metode Penelitian Tindakan Partisipatif (PTP) guna memperkuat pengembangan pariwisata kuliner lokal. Kegiatan ini melibatkan 20 pengusaha Sate Bulayak yang mengikuti program pelatihan dan pendampingan selama sembilan minggu yang mencakup inovasi produk, desain kemasan, branding, dan pemasaran digital. Pendekatan partisipatif memungkinkan para peserta untuk terlibat secara aktif dalam mengidentifikasi masalah, merencanakan tindakan, dan mengevaluasi hasil, sehingga menumbuhkan kesadaran kolektif dan rasa memiliki terhadap pengembangan usaha. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kapasitas manajerial, inovasi produk, dan literasi digital, termasuk penciptaan produk baru seperti Sate Bulayak Beku dan desain kemasan modern yang meningkatkan daya saing di pasar. Selain itu, pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) menunjukkan upaya kolaboratif yang berkelanjutan di antara para pelaku UMKM. Program ini juga berkontribusi pada promosi Sate Bulayak sebagai daya tarik wisata kuliner yang mendukung diversifikasi pariwisata Lombok Barat. Temuan ini menyoroti bahwa pemberdayaan berbasis partisipatif tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM, tetapi juga memperkuat potensi pariwisata lokal secara berkelanjutan.

Corresponding author email:
rizkisumardani29@gmail.com



Copyright@ Author (2026). Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Di Kabupaten Lombok Barat, salah satu potensi unggulan UMKM terdapat pada kuliner khas Sate Bulayak yang telah menjadi ikon wisata lokal dan daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan cita rasa khas serta penyajian menggunakan lontong berbalut daun aren, Sate Bulayak tidak hanya merepresentasikan kekayaan kuliner tradisional, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat Sasak di Kecamatan Narmada (Hadi & Santosa, 2022).

Meskipun memiliki potensi besar, pelaku UMKM Sate Bulayak masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam manajemen usaha, pemasaran digital, dan inovasi produk. Keterbatasan akses terhadap

pelatihan dan pendampingan menjadi kendala utama yang menghambat peningkatan daya saing di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin ketat (Suryani et al., 2021). Padahal, sektor kuliner merupakan komponen penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism), yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama pembangunan (Suansri, 2020).

Sejumlah studi dan program pendampingan sebelumnya umumnya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis secara parsial, seperti pelatihan produksi atau pemasaran digital secara terpisah. Namun, pendekatan tersebut cenderung belum mengintegrasikan kebutuhan lokal secara partisipatif, serta belum melibatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam seluruh proses perencanaan hingga evaluasi. Akibatnya, intervensi yang dilakukan sering kali kurang berkelanjutan dan belum sepenuhnya menjawab permasalahan kontekstual yang dihadapi pelaku UMKM di tingkat lokal.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) untuk memberdayakan pelaku UMKM Sate Bulayak di Kecamatan Narmada secara kolaboratif. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam mengidentifikasi masalah, merancang tindakan, dan mengevaluasi hasil, sehingga mendorong perubahan yang lebih berkelanjutan dan sesuai kebutuhan lokal (Kemmis, McTaggart, & Nixon, 2014). Melalui pendekatan ini, diharapkan kapasitas pelaku UMKM dapat meningkat, khususnya dalam inovasi produk, pengemasan, branding, dan pemasaran digital guna mendukung pengembangan wisata kuliner di Lombok Barat.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan ekonomi pelaku UMKM, tetapi juga mendukung pengembangan pariwisata Lombok Barat secara lebih terintegrasi, berdaya saing, dan berkelanjutan. Sinergi antara akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah daerah menjadi kunci dalam mewujudkan pemberdayaan ekonomi lokal yang inklusif dan berbasis pariwisata.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh proses kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan kolaborasi antara akademisi, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lokal dalam mengidentifikasi masalah serta merumuskan solusi secara kontekstual dan berkelanjutan (Kemmis, McTaggart, & Nixon, 2014). Pelaksanaan PAR dilakukan melalui empat tahapan siklikal, yaitu perencanaan (planning), tindakan (action), observasi (observation), dan refleksi (reflection). Setiap siklus menjadi dasar perbaikan pada siklus berikutnya, sehingga tercipta proses pembelajaran berkelanjutan dan adaptif terhadap dinamika di lapangan (Stringer, 2014).

Lokasi dan Sasaran Kegiatan, Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat, dengan sasaran utama yaitu pelaku UMKM Sate Bulayak yang berjumlah sekitar 20 orang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi kuliner Sate Bulayak sebagai ikon wisata lokal serta kebutuhan peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan di sektor pariwisata kuliner (Hadi & Santosa, 2022).

Data dikumpulkan menggunakan teknik: Observasi partisipatif, untuk memahami situasi sosial dan kegiatan usaha para pelaku UMKM. Wawancara mendalam, dengan pelaku usaha, tokoh masyarakat, dan pemerintah daerah. Diskusi kelompok terarah (FGD), sebagai sarana merumuskan solusi bersama dan menyusun rencana tindak lanjut. Dokumentasi, berupa foto, video, dan catatan kegiatan. Dengan Prosedur dan Tahapan Pengabdian sebagai berikut.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan pengabdian

Tahap	Kegiatan Utama	Tujuan	Output yang Diharapkan	Waktu Pelaksanaan
1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan	Melakukan observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan utama terkait produksi, pengemasan, dan pemasaran.	Mengetahui kondisi aktual dan kebutuhan pelaku UMKM.	Peta permasalahan UMKM Sate Bulayak.	Minggu 1–2
2. Perencanaan Tindakan (Planning)	Menyusun rencana kegiatan pemberdayaan berbasis hasil identifikasi, melibatkan pelaku UMKM dan pihak terkait (pemerintah desa, dinas pariwisata).	Menyepakati langkah dan bentuk kegiatan penguatan kapasitas.	Rencana aksi pemberdayaan UMKM.	Minggu 3
3. Pelaksanaan Tindakan (Action)	Pelatihan inovasi produk, desain kemasan, branding, dan pemasaran digital; serta pendampingan langsung dalam praktik.	Meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial pelaku UMKM.	Produk inovatif dan akun digital marketing aktif.	Minggu 4–7
4. Observasi dan Evaluasi (Observation)	Melakukan pengamatan dan penilaian terhadap perubahan perilaku dan hasil kegiatan UMKM.	Mengukur efektivitas kegiatan terhadap peningkatan kapasitas usaha.	Laporan hasil observasi dan peningkatan kapasitas.	Minggu 8
5. Refleksi dan Rencana Tindak Lanjut (Reflection)	Diskusi bersama untuk merefleksikan hasil kegiatan, hambatan, serta perencanaan keberlanjutan.	Menyusun strategi lanjutan dan membangun komitmen keberlanjutan.	Laporan refleksi dan rencana keberlanjutan program.	Minggu 9

Dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian melibatkan berbagai pihak, antara lain: Tim akademisi sebagai fasilitator dan pendamping kegiatan. Pelaku UMKM Sate Bulayak sebagai subjek aktif yang merancang dan melaksanakan solusi. Pemerintah desa dan Dinas Pariwisata Lombok Barat sebagai mitra kebijakan dan pendukung promosi. Pendekatan kolaboratif ini bertujuan agar kegiatan tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi berlanjut menjadi gerakan pemberdayaan masyarakat yang mandiri (Wahyuni & Nugroho, 2021).

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung selama sembilan minggu dan melibatkan 20 pelaku UMKM Sate Bulayak di Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan manajerial, inovasi produk, dan pemasaran digital para pelaku UMKM setelah mengikuti serangkaian pelatihan dan pendampingan berbasis Participatory Action Research (PAR).



Gambar 1 pembuatan dan proses pembuatan iklan

3.1 Inovasi Produk dan Pengemasan

Selama tahap pelaksanaan tindakan (action), peserta dilatih untuk mengembangkan variasi produk baru seperti Sate Bulayak Kemasan Siap Saji dan Sate Bulayak Frozen, yang ditujukan untuk memperluas jangkauan pasar, khususnya bagi wisatawan yang ingin membawa produk khas Lombok sebagai oleh-oleh. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan pendampingan dalam desain kemasan yang lebih modern dan informatif, termasuk penambahan label halal, logo, dan informasi gizi. Penerapan desain kemasan inovatif terbukti meningkatkan persepsi nilai produk (perceived value) di mata konsumen, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016) bahwa kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam strategi diferensiasi produk di pasar yang kompetitif. Produk hasil pelatihan kemudian dipamerkan dalam kegiatan “Festival Kuliner Narmada” yang difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Lombok Barat, dan mendapatkan respon positif dari masyarakat serta wisatawan.

Pada aspek inovasi produk dan pengemasan, sekitar 70% peserta berhasil mengembangkan variasi produk baru, seperti Sate Bulayak kemasan siap saji dan produk frozen, yang ditujukan untuk memperluas jangkauan pasar. Seluruh peserta juga telah melakukan perbaikan pada kemasan produk, termasuk penambahan label, logo, dan informasi produk. Penerapan inovasi ini berkontribusi pada peningkatan daya tarik produk, yang tercermin dari hasil uji coba pasar pada kegiatan “Festival Kuliner Narmada”, di mana sebagian besar produk peserta memperoleh respon positif dari pengunjung. Sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016), kemasan menjadi elemen penting dalam meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi produk di pasar yang kompetitif

3.2 Transformasi Digital dan Branding

Kegiatan pelatihan juga difokuskan pada peningkatan literasi digital pelaku UMKM. Sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki akun media sosial usaha. Setelah pelatihan, sebanyak 85% peserta berhasil membuat dan mengelola akun Instagram dan Facebook untuk promosi produk mereka, serta menggunakan platform pesan instan seperti WhatsApp Business untuk melayani pesanan konsumen. Melalui pelatihan digital marketing, peserta diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran konten, storytelling produk, dan strategi branding lokal. Menurut Suryani, Rahmawati, dan Arifin (2021), pemanfaatan media digital oleh UMKM tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar, tetapi juga memperkuat citra merek dan kepercayaan konsumen. Dalam konteks ini, branding “Sate Bulayak Narmada” dikembangkan sebagai identitas kuliner khas yang dapat menjadi bagian dari promosi wisata kuliner Lombok Barat.

Dalam aspek transformasi digital dan branding, terjadi peningkatan yang cukup signifikan, di mana 85% peserta berhasil membuat dan mengelola akun media sosial usaha, serta mulai memanfaatkan WhatsApp

Business untuk melayani konsumen. Selain itu, sekitar 60% peserta telah secara aktif mengunggah konten promosi minimal dua kali dalam seminggu selama periode pendampingan. Upaya ini berkontribusi pada peningkatan jangkauan promosi dan interaksi dengan konsumen. Branding kolektif “Sate Bulayak Narmada” juga mulai diperkenalkan sebagai identitas kuliner lokal, yang berpotensi mendukung penguatan citra destinasi wisata kuliner Lombok Barat (Suansri, 2020; Yudhoyono et al., 2022).

3.3 Dampak terhadap Pengembangan Pariwisata Lokal

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM Sate Bulayak turut memberikan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism) di Kecamatan Narmada. Peningkatan kualitas produk dan kemampuan promosi digital berpotensi memperkuat posisi Sate Bulayak sebagai daya tarik wisata kuliner (culinary attraction) yang mendukung diversifikasi produk wisata Lombok Barat (Suansri, 2020) dan (Yudhoyono et al., 2022).

Dari sisi dampak terhadap pariwisata lokal, peningkatan kualitas produk dan kemampuan promosi digital menunjukkan potensi kontribusi terhadap pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Meskipun demikian, dampak ekonomi secara langsung, seperti peningkatan pendapatan, belum dapat diukur secara komprehensif dalam jangka pendek, sehingga memerlukan pemantauan lanjutan. Hasil evaluasi dan refleksi bersama peserta juga menunjukkan bahwa sekitar 75% peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola usaha, meskipun masih terdapat kendala pada aspek permodalan dan fasilitas produksi. Sebagai tindak lanjut, peserta bersepakat membentuk kelompok usaha bersama (KUB) untuk memperkuat kolaborasi produksi dan pemasaran. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan tidak hanya ditunjukkan oleh capaian jangka pendek, tetapi juga oleh munculnya komitmen kolektif dan kemandirian dalam melanjutkan program (Stringer, 2014).

3.4 Evaluasi dan Refleksi

Hasil refleksi bersama peserta menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini telah memberikan manfaat nyata, terutama dalam peningkatan keterampilan teknis dan kepercayaan diri dalam mengelola usaha. Namun, beberapa tantangan masih dihadapi, seperti keterbatasan modal usaha dan akses terhadap fasilitas produksi. Oleh karena itu, peserta sepakat untuk membentuk kelompok usaha bersama (KUB) guna memperkuat jaringan produksi dan pemasaran kolektif. Refleksi ini menegaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat tidak hanya diukur dari hasil kegiatan, tetapi juga dari munculnya komitmen dan kemandirian dalam melanjutkan program setelah intervensi akademik berakhir (Stringer, 2014).

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa penerapan metode Participatory Action Research (PAR) efektif dalam memberdayakan pelaku UMKM Sate Bulayak di Kecamatan Narmada. Pendekatan partisipatif mendorong keterlibatan aktif pelaku usaha dalam seluruh tahapan kegiatan, sehingga meningkatkan kapasitas mereka dalam manajemen usaha, inovasi produk, dan pemasaran digital. Hasilnya tidak hanya terlihat pada munculnya inovasi produk seperti Sate Bulayak frozen dan kemasan siap saji, tetapi juga pada meningkatnya literasi digital serta terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUB) sebagai bentuk penguatan ekonomi kolektif. Temuan ini menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis partisipasi mampu menghasilkan dampak ekonomi sekaligus mendukung pengembangan pariwisata kuliner lokal. Untuk keberlanjutan program, pelaku UMKM perlu menjaga konsistensi inovasi dan kualitas produk, sementara pemerintah daerah diharapkan memperkuat dukungan melalui akses permodalan, pelatihan lanjutan, dan promosi wisata. Akademisi juga perlu memastikan pendampingan berkelanjutan agar model ini dapat direplikasi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengukur dampak ekonomi dan sosial secara lebih kuantitatif guna memperkuat evidensi keberhasilan program

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan Pelaku UMKM Sate Bulayak di Kecamatan Narmada melalui metode Participatory Action Research. Apresiasi yang tinggi kami sampaikan kepada para pelaku UMKM, pemerintah setempat, tim pendamping, serta seluruh mitra yang telah memberikan dukungan, partisipasi aktif, dan kolaborasi yang konstruktif. Berkat kerja sama dan komitmen bersama, kegiatan ini dapat berjalan dengan baik serta memberikan manfaat nyata dalam upaya pengembangan potensi lokal dan mendukung kemajuan pariwisata Lombok. Semoga sinergi yang telah terjalin dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustina, R., & Sari, D. P. (2021). Model Pemberdayaan UMKM Berbasis Potensi Lokal di Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 115–123. <https://doi.org/10.33019/jpm.v7i2.235>
- [2] Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [3] Hermawan, H. (2017). Dampak Pengembangan Desa Wisata terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 4(1), 65–78. <https://doi.org/10.36275/jpar.v4i1.45>
- [4] Iskandar, D., & Putri, M. A. (2020). *Participatory Action Research: Konsep, Prinsip, dan Implementasinya dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish.
- [5] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Laporan Statistik Pariwisata Nasional 2022*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- [6] Lestari, N. P., & Hidayat, R. (2020). Strategi Pengembangan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata di Lombok Barat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 143–155. <https://doi.org/10.32781/destpar.v8i2.320>
- [7] Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- [8] Nugroho, A., & Rahman, F. (2020). Pendekatan Pemberdayaan UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 22–34. <https://doi.org/10.21009/jmk.v8i1.1562>
- [9] Rahmawati, E., & Wibisono, D. (2019). Sinergi Pengembangan UMKM dengan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 201–210. <https://doi.org/10.32509/jeb.v12i3.276>
- [10] Slamet, M. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan*. Bogor: IPB Press.
- [11] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [12] Supriyadi, B., & Widodo, A. (2021). Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Keuangan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas)*, 9(3), 45–53. <https://doi.org/10.21009/abdimas.v9i3.1123>