

Inovasi Produk GACOK (Gadung Coklat): Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal di Desa Seminar Salit

Siti Khairun Nisa^{1*}, M. Haikal Rabbani², Yunila Cahyani Damarrulan³, Talya Suryani³, Kaisa Aulia⁴, Shela ayuningtyas prawiji³, Asma Ul Husnah³, RizkiTan Sriwijaya⁴, Titin Agustina³, Sinta Maesaifni Adekantari⁵, Junaidi³

¹Fakultas Keguruan dan Ilmu Pengetahuan, Universitas Cordova, Taliwang, Sumbawa Barat

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cordova, Taliwang, Sumbawa Barat

³Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Cordova, Taliwang, Sumbawa Barat

⁴Fakultas Ilmu Sosial Politik dan Hukum, Universitas Cordova, Taliwang, Sumbawa Barat

⁵Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Cordova, Taliwang, Sumbawa Barat



Halaman: 21-28
Tanggal penyerahan:
28 Agustus 2025
Tanggal diterima:
04 September 2025
Tanggal terbit:
28 September 2025

*penulis korespondensi
Email: alamat email
penulis 1,
sitin060124@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal merupakan strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan pedesaan. Salah satu potensi lokal yang belum optimal pemanfaatannya adalah umbi gadung (*Dioscorea hispida*), yang banyak tumbuh di Desa Seminar Salit, Kecamatan Brang Rea, Kabupaten Sumbawa Barat. Masyarakat setempat umumnya hanya memanfaatkan gadung secara tradisional sebagai pangan alternatif dan keripik sederhana, sehingga belum memberikan nilai tambah ekonomi yang signifikan. Program pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi produk GACOK (Gadung Coklat) sebagai strategi pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal, melalui peningkatan kapasitas produksi, pengemasan, dan pemasaran oleh pelaku UMKM desa. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi permasalahan, perencanaan program, penentuan mitra kerja, pelatihan dan pendampingan produksi, identifikasi minat konsumen, pemasaran produk melalui expo dan media sosial, monitoring-evaluasi, serta penguatan kelembagaan. Kegiatan dilaksanakan pada 20–27 Juni 2025 di Aula Kantor Desa Seminar Salit, dengan melibatkan 20 UMKM lokal sebagai peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pengolahan gadung menjadi produk pangan yang aman dan inovatif, serta meningkatnya motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Produk GACOK memperoleh respon positif dari konsumen, baik dari sisi rasa maupun tampilan kemasan, dan berpotensi dipasarkan lebih luas melalui media digital. Kesimpulannya, inovasi produk GACOK tidak hanya mampu mengoptimalkan pemanfaatan gadung, tetapi juga membuka peluang usaha baru, memperkuat ekonomi lokal, serta menjadi contoh praktik pemberdayaan masyarakat berbasis potensi desa yang berkelanjutan.

Kata kunci: pemberdayaan masyarakat, potensi lokal, UMKM, inovasi pangan, gadung

Abstract

*Community economic empowerment based on local potential is an important strategy in improving rural welfare. One of the local potentials that has not been optimally utilized is gadung tubers (*Dioscorea hispida*), which grows a lot in Seminar Salit Village, Brang Rea District, West Sumbawa Regency. The local community generally only uses gadung traditionally as an alternative food and simple chips, so it has not provided significant economic added value. This service program aims to develop GACOK (Gadung Chocolate) product innovation as a community empowerment strategy based on local potential, through increasing production, packaging, and marketing capacity by village MSME actors. The method of implementing activities includes problem observation, program planning, determination of partners, production training and assistance, identification of consumer interests, product marketing through expos and social media, monitoring-evaluation, and institutional strengthening. The activity was held on June 20-27, 2025 at the Salit Seminar Village Office Hall, involving 20 local MSMEs as participants. The results of the activity showed an increase in the understanding and skills of participants in processing gadung into safe and innovative food products, as well as increasing motivation of MSME actors to develop local potential-based businesses. GACOK products have received a positive response from consumers, both in terms of taste and packaging appearance, and have the potential to be marketed more widely through digital media. In conclusion, GACOK product innovation is not only able to optimize the use of gadung, but also opens up new business opportunities, strengthens the local economy, and becomes an example of sustainable village potential-based community empowerment practices.*

Keywords: community empowerment, local potential, MSMEs, food innovation, gadung

Pendahuluan

Pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di pedesaan [1]. Pemanfaatan sumber daya lokal yang tersedia secara melimpah dapat menjadi alternatif dalam memperkuat ketahanan pangan, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kemandirian ekonomi. Salah satu potensi lokal yang menjanjikan namun belum banyak dioptimalkan adalah umbi gadung (*Dioscorea hispida*) [2]. Tanaman ini banyak dijumpai di berbagai wilayah pedesaan di Indonesia, termasuk di Desa Seminar Salit, Kecamatan Brang Rea, Kabupaten Sumbawa Barat. Gadung tumbuh secara alami di pekarangan maupun lahan marginal, sehingga keberadaannya relatif mudah dijumpai dan ketersediaannya melimpah [3].

Sejak dahulu, masyarakat Desa Seminar Salit telah mengenal gadung sebagai bahan pangan alternatif. Pada masa sulit, ketika beras tidak mudah diperoleh, gadung sering dijadikan pengganti nasi setelah melalui proses perendaman dan perebusan untuk mengurangi kandungan racunnya [4]. Selain itu, sebagian masyarakat mengolah gadung menjadi keripik sederhana yang dikonsumsi untuk kebutuhan rumah tangga [5]. Namun, pola pemanfaatan tradisional ini belum mampu memberikan nilai tambah secara signifikan, baik dari segi keamanan pangan, variasi produk, maupun peluang pasar. Akibatnya, potensi ekonomi dari gadung masih terbatas dan belum mampu berkontribusi optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat [6]. Dari sisi penelitian dan pengabdian sebelumnya, berbagai program inovasi pangan lokal telah dilakukan di Indonesia, seperti diversifikasi olahan singkong, ubi jalar, hingga porang. Namun, pengolahan gadung relatif jarang dikembangkan karena adanya tantangan kandungan racun yang memerlukan teknik pengolahan khusus agar aman dikonsumsi. Inilah yang menjadi celah (gap) sekaligus kebaruan dari program ini. Inovasi produk GACOK (Gadung Coklat) bukan hanya memperkenalkan olahan baru dari gadung, tetapi juga memadukannya dengan bahan yang populer dan bernilai ekonomi tinggi, yaitu coklat. Pendekatan ini diharapkan mampu menghadirkan produk yang lebih aman, modern, dan memiliki daya tarik pasar yang lebih luas dibanding olahan gadung konvensional. Dengan demikian, program ini menawarkan novelty dalam bentuk integrasi antara *local wisdom* (pemanfaatan gadung) dan *market-oriented innovation* (pangan sehat dan kekinian berbasis coklat).

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat Desa Seminar Salit adalah pemanfaatan gadung yang masih terbatas pada pengolahan tradisional dengan nilai tambah rendah, sehingga kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga sangat minim. Di sisi lain, keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai teknik pengolahan gadung yang aman membuat potensi ini belum dapat dimaksimalkan secara optimal. Rendahnya kemampuan dalam hal pengemasan dan pemasaran produk juga menjadi kendala, karena produk olahan gadung tradisional sulit bersaing dengan produk pangan modern yang lebih menarik dan memiliki akses pasar lebih luas. Kondisi ini mengakibatkan potensi lokal gadung belum mampu diangkat sebagai salah satu komoditas inovatif yang bernilai ekonomi tinggi. Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat melalui pengembangan produk GACOK di Desa Seminar Salit dirancang dengan tujuan utama untuk: (1) mengatasi keterbatasan pemanfaatan gadung melalui metode pengolahan yang aman dan inovatif; (2) memberikan pelatihan kepada masyarakat mengenai teknik produksi, pengemasan, dan pemasaran produk GACOK; (3) membuka akses pasar yang lebih luas sehingga produk dapat diterima oleh konsumen di luar wilayah desa]. Dengan demikian, kontribusi dari pengabdian ini diharapkan tidak hanya memperkenalkan model inovasi lokal, tetapi juga memperkuat kapasitas UMKM Desa Seminar Salit, mendukung diversifikasi pangan daerah, serta memberi contoh praktik pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Seminar Salit pada tanggal 20–27 Juni 2025. Seluruh rangkaian kegiatan berpusat di aula kantor desa, dengan peserta sebanyak 20 orang pelaku UMKM lokal yang menjadi mitra kerja dalam program pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal. Fokus utama kegiatan adalah pengembangan produk inovasi GACOK (Gadung Coklat) sebagai salah satu strategi

peningkatan nilai tambah hasil pertanian lokal. Selama tujuh hari pelaksanaan, kegiatan meliputi tahapan-tahapan yang dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1. Diagram alir pelaksanaan kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pembuatan gadung coklat ini dilaksanakan melalui beberapa tahap (gambar 1). 1) Observasi Masalah; tahap awal dilakukan observasi langsung ke lapangan untuk mengidentifikasi potensi lokal masyarakat serta masalah yang dihadapi. Kegiatan ini mencakup wawancara dengan warga, tokoh masyarakat, dan kelompok usaha, serta pengumpulan data mengenai ketersediaan bahan baku gadung dan keterampilan masyarakat dalam mengolahnya. 2) Perencanaan Program; berdasarkan hasil observasi, tim merancang program inovasi produk GACOK (Gadung Coklat) dengan menyusun langkah-langkah teknis, kebutuhan sarana-prasarana, materi pelatihan, serta strategi pemberdayaan yang sesuai dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. 3) Penentuan Mitra Kerja; Program melibatkan mitra kerja strategis seperti kelompok tani, UMKM lokal, perangkat desa, serta lembaga pendidikan setempat. Penentuan mitra bertujuan agar program berjalan berkelanjutan dan mendapat dukungan lintas pihak. 4) Pelaksanaan Pendampingan dan Pelatihan; Masyarakat diberikan pendampingan teknis berupa pelatihan pengolahan gadung menjadi produk olahan coklat (GACOK), teknik pengemasan yang higienis, manajemen produksi, hingga strategi pengelolaan usaha.

Selanjutnya 5) Monitoring dan Evaluasi; tim melakukan monitoring secara berkala untuk menilai keberhasilan pelatihan, kualitas produk, serta tantangan yang dihadapi masyarakat. Evaluasi dilakukan dengan diskusi kelompok terarah (FGD) serta penilaian terhadap capaian target program. 6) Identifikasi Minat Konsumen; Untuk mengetahui daya tarik produk GACOK, dilakukan uji coba pasar dengan metode test market, survei kepuasan, serta pengumpulan umpan balik konsumen terkait rasa, tampilan, dan harga produk. 7) Pemasaran Produk; Pelaksanaan tahap pemasaran dilakukan melalui dua jalur, 1) Expo/ Bazaar Lokal: memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, meningkatkan jejaring pasar, serta memperkuat kepercayaan konsumen. 2) Media Sosial: menggunakan platform digital (Instagram, TikTok, dan marketplace lokal) untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun citra produk GACOK sebagai inovasi berbasis potensi lokal. 8) Penguatan Kelembagaan Usaha; Untuk menjamin keberlanjutan program, dibentuk kelompok usaha bersama atau koperasi kecil yang mengelola produksi, keuangan, dan pemasaran secara kolektif. Tahap ini bertujuan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat, menjaga kontinuitas produksi GACOK, serta memudahkan akses terhadap bantuan, permodalan, dan jaringan distribusi.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Seminar Salit pada tanggal 20–27 Juni 2025, dengan melibatkan 20 orang pelaku UMKM lokal sebagai mitra kerja utama. Program ini berfokus pada pengembangan inovasi produk pangan lokal, yaitu *GACOK (Gadung Coklat)*, sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berbasis potensi daerah. Selama tujuh hari pelaksanaan, rangkaian kegiatan meliputi observasi potensi dan permasalahan lokal, penentuan mitra kerja, pendampingan serta pelatihan pengolahan dan manajemen usaha, pemasaran produk melalui expo dan media sosial, hingga pembentukan kelembagaan usaha sederhana untuk menjamin keberlanjutan program. Bagian hasil dan pembahasan berikut menyajikan capaian dari setiap tahapan kegiatan, respon masyarakat, serta analisis terhadap perubahan keterampilan dan peluang pengembangan produk *GACOK* ke depan. Analisis ini tidak hanya menggambarkan luaran kegiatan, tetapi juga mengaitkannya dengan konsep pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi lokal yang relevan.

Observasi Masalah

Hasil observasi awal memperlihatkan bahwa Desa Seminar Salit memiliki potensi lokal berupa tanaman gadung yang cukup melimpah. Namun, selama ini gadung hanya diolah sebatas untuk konsumsi rumah tangga dengan cara tradisional, tanpa adanya diversifikasi produk bernilai tambah. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat belum merasakan manfaat ekonomi signifikan dari potensi lokal yang tersedia. Selain itu, keterbatasan akses terhadap informasi inovasi pangan dan rendahnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi sederhana menjadi kendala utama. Dari sisi sosial ekonomi, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini menjalankan usaha skala kecil dengan keterbatasan modal, jaringan pemasaran, serta minimnya keterampilan pengemasan produk. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya alam yang tersedia dengan kemampuan masyarakat dalam mengelolanya secara optimal. Hal ini sejalan dengan pandangan [4] yang menyatakan bahwa pengembangan produk lokal seringkali terhambat oleh kurangnya inovasi dan keterampilan manajerial pada tingkat komunitas.



Gambar 2. Observasi masalah di Desa Seminar Salit

Penentuan Mitra Kerja

Tahap penentuan mitra kerja melibatkan seleksi terhadap 20 pelaku UMKM lokal yang dinilai memiliki komitmen tinggi untuk mengikuti program secara berkelanjutan. Mitra kerja ini berasal dari berbagai latar belakang, seperti pengolah makanan ringan, pedagang lokal, serta pemilik usaha kecil berbasis keluarga. Keberagaman mitra kerja ini menjadi nilai tambah, karena memungkinkan terjadinya pertukaran pengalaman dan pengetahuan selama proses pendampingan. Keterlibatan mitra kerja sejak tahap awal membuktikan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam menentukan arah kegiatan pengabdian. Dengan adanya rasa memiliki terhadap program, peserta lebih antusias dalam menyerap materi dan berkomitmen untuk menerapkan hasil pelatihan ke dalam usaha mereka. Hal ini sesuai dengan konsep *participatory approach* yang menekankan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat sangat bergantung pada sejauh mana mitra dilibatkan secara langsung dalam proses perencanaan dan implementasi.

Pendampingan dan Pelatihan

Kegiatan pendampingan difokuskan pada pelatihan pengolahan gadung menjadi produk inovatif *GACOK (Gadung Coklat)*. Peserta diperkenalkan pada teknik pengolahan yang higienis, pembuatan varian rasa, hingga cara pengemasan produk yang lebih menarik dan sesuai standar keamanan pangan. Hasilnya, sebagian besar peserta mampu menghasilkan produk *GACOK* dengan kualitas yang cukup baik dalam waktu relatif singkat. Selain aspek teknis, pendampingan juga menekankan pada manajemen usaha sederhana, seperti pencatatan biaya produksi, penentuan harga jual, dan strategi distribusi. Peserta diberikan simulasi perhitungan laba rugi agar memahami pentingnya pengelolaan usaha yang profesional meskipun dalam skala kecil. Keterampilan ini menjadi bekal penting bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka secara mandiri di masa depan.



Gambar 3. Pendampingan dan pelatihan pembuatan Gadung Coklat

Pemasaran Produk

Pemasaran produk dilakukan melalui dua jalur utama. Pertama, expo lokal yang diadakan di Desa Seminar Salit. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperkenalkan produk *GACOK* kepada masyarakat secara langsung, membangun jejaring pasar baru, serta mendapatkan umpan balik konsumen. Kedua, pemasaran berbasis digital melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business. Strategi ini terbukti efektif menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama kalangan muda yang aktif menggunakan media digital. Pendekatan pemasaran ganda ini sesuai dengan tren perkembangan UMKM di era industri 4.0, di mana strategi pemasaran tidak hanya mengandalkan interaksi langsung tetapi juga pemanfaatan teknologi digital. Dengan cara ini, produk *GACOK* tidak hanya dikenal di tingkat desa, tetapi juga memiliki peluang untuk menembus pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke luar daerah.



Gambar 4. Dokumentasi pemasaran produk pada expo UMKM Lokal

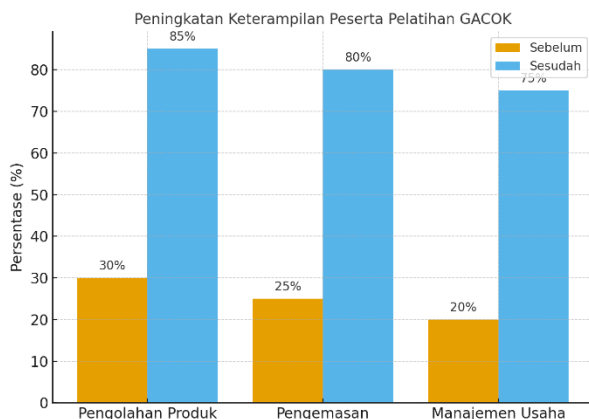
Penguatan Kelembagaan Usaha

Tahap akhir kegiatan adalah pembentukan kelompok usaha bersama yang berfungsi sebagai wadah kelembagaan dalam mengelola produksi dan pemasaran produk *GACOK*. Kelembagaan ini dirancang sederhana menyerupai koperasi, dengan sistem pengelolaan kolektif meliputi pencatatan keuangan, pembagian tugas produksi, serta perencanaan pemasaran. Pembentukan kelembagaan usaha terbukti penting untuk menjamin keberlanjutan program. Dengan adanya struktur kelembagaan, peserta tidak hanya bergerak secara individu, tetapi memiliki organisasi bersama yang mampu mengakses permodalan, membangun jaringan distribusi, serta menjaga kualitas produk. Hal ini sesuai dengan konsep *community-based enterprise*, di mana kekuatan kolektif masyarakat menjadi dasar pengembangan ekonomi yang mandiri dan berkelanjutan.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara berkesinambungan selama kegiatan berlangsung. Hasil pengamatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta, baik dari sisi teknis pengolahan maupun manajemen usaha. Evaluasi yang dilakukan melalui kuisisioner sederhana memperlihatkan bahwa 85% peserta merasa lebih percaya diri untuk mengembangkan produk *GACOK* secara mandiri setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, diskusi kelompok terarah (FGD) juga mengungkap adanya beberapa tantangan, seperti keterbatasan modal usaha, keterampilan desain kemasan, dan kesulitan menjaga konsistensi produksi. Masukan tersebut menjadi catatan penting untuk tindak lanjut program. Dengan demikian, monitoring dan evaluasi bukan hanya menilai capaian, tetapi juga berfungsi sebagai alat refleksi untuk menyusun strategi pendampingan lanjutan yang lebih tepat sasaran. Gambar 5 menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta setelah mengikuti pendampingan dan pelatihan.

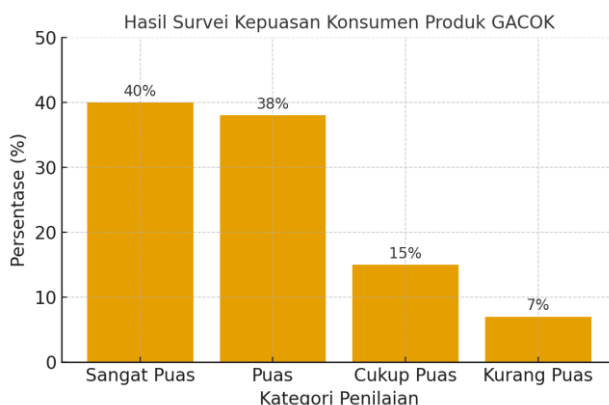
Sebelum kegiatan dilaksanakan, hanya 20–30% peserta yang memiliki pemahaman dasar terkait pengolahan produk, pengemasan, dan manajemen usaha. Namun setelah pelatihan, angka ini meningkat tajam menjadi 75–85%. Peningkatan terbesar terjadi pada aspek pengolahan produk, yang menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam memberikan keterampilan teknis kepada peserta. Di sisi lain, keterampilan manajemen usaha juga meningkat secara signifikan, dari hanya 20% sebelum pelatihan menjadi 75% sesudahnya. Hal ini menegaskan bahwa program pendampingan tidak hanya berfokus pada aspek teknis produksi, tetapi juga memperkuat kapasitas kewirausahaan masyarakat. Peningkatan keterampilan ini menjadi indikator penting keberhasilan kegiatan pengabdian, sekaligus memperlihatkan potensi keberlanjutan usaha *GACOK* apabila didukung dengan pembinaan lanjutan dan akses permodalan.



Gambar 5. Grafik peningkatan keterampilan peserta pelatihan GACOK

Identifikasi Minat Konsumen

Untuk menguji daya tarik produk, tim melakukan *test market* di lingkungan lokal. Respon masyarakat cukup positif, di mana 78% konsumen menyatakan tertarik untuk membeli kembali produk *GACOK*. Faktor utama yang dianggap menarik adalah keunikan rasa, karena gadung yang biasanya dianggap beracun dan hanya dikonsumsi terbatas berhasil diolah menjadi produk olahan coklat yang aman dan lezat. Meskipun demikian, terdapat catatan penting dari konsumen terkait desain kemasan yang masih sederhana. Sebagian besar responden menyarankan adanya kemasan yang lebih modern dan menarik agar produk dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya memperhatikan *customer preferences* dalam pengembangan produk, karena kualitas rasa yang baik perlu diimbangi dengan tampilan kemasan yang sesuai standar pasar.



Gambar 6. Grafik Survei Kepuasan Konsumen

Hasil survei kepuasan konsumen terhadap produk *GACOK (Gadung Coklat)* memperlihatkan bahwa 40% responden merasa sangat puas dan 38% lainnya menyatakan puas, sehingga secara total terdapat 78% konsumen yang memberikan respon positif. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk berbasis potensi lokal ini diterima dengan baik oleh masyarakat dan memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai produk unggulan desa. Namun demikian, masih ada 15% responden yang menilai produk pada kategori cukup puas dan 7% yang menyatakan kurang puas, terutama disebabkan oleh tampilan kemasan yang sederhana dan kurang menarik. Data ini mempertegas bahwa meskipun kualitas rasa produk sudah cukup unggul, faktor visual dan branding tetap menjadi aspek penting dalam memengaruhi minat konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya kombinasi antara kualitas produk dan strategi komunikasi visual untuk menciptakan loyalitas konsumen[2].

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Seminar Salit yang dilaksanakan pada 20–27 Juni 2025 berhasil memberikan dampak nyata dalam pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal. Inovasi produk *GACOK (Gadung Coklat)* mampu mengoptimalkan pemanfaatan gadung yang sebelumnya belum bernilai

tambah, menjadi produk pangan olahan yang unik dan berdaya saing. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada keterampilan teknis peserta dalam hal pengolahan produk, pengemasan, dan manajemen usaha. Respon konsumen juga menunjukkan penerimaan positif dengan tingkat kepuasan mencapai 78% pada kategori puas dan sangat puas. Selain itu, pembentukan kelembagaan usaha sederhana memperkuat peluang keberlanjutan produksi GACOK di masa mendatang. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu peserta, tetapi juga memperkuat basis kolektif masyarakat dalam mengelola potensi lokal secara berkelanjutan. Program ini membuktikan bahwa integrasi antara pelatihan teknis, pemasaran berbasis digital, dan penguatan kelembagaan usaha dapat menjadi strategi efektif dalam mengembangkan ekonomi desa melalui inovasi produk pangan lokal.

Saran dari kegiatan ini adalah perlunya pendampingan berkelanjutan agar UMKM mitra mampu menjaga kualitas dan inovasi produk GACOK. Dukungan pemerintah desa, perguruan tinggi, dan lembaga terkait sangat penting untuk memperluas akses pasar, termasuk melalui media sosial dan platform digital. Dengan upaya ini, diharapkan UMKM Desa Seminar Salit dapat mandiri dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat.

Pengakuan

Penulis mengucapkan terima kasih kepada masyarakat desa Seminar Salit yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini, serta pihak pemerintah desa yang telah memberikan dukungan administratif dan teknis sehingga program dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi juga disampaikan kepada pihak universitas yang telah memberikan fasilitas dan dukungan moral maupun material dalam pelaksanaan kegiatan, khususnya penyediaan bahan serta sarana pelatihan yang dibutuhkan.

Referensi

- [1] Hidayatullah, F. A., & Suminar, T. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Candi Plaosan Melalui Program Desa Wisata Untuk Kemandirian Ekonomi Di Desa Bugisan Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten. *Lifelong Education Journal*, 1(1), 1-11.
Tersedia : <https://journal.imadiklus.or.id/index.php/lej/article/view/4>
- [2] Kartika, A., Sriminingsih, O., Sabriana, O., Muhammad, S., Hafiza, N., Azzahra, F., ... & Sudiarta, I. W. (2023). Pengelolaan Umbi Gadung sebagai Bahan Dasar Pembuatan Produk Lokal Stick Gadung di Dusun Batu Melik, Desa Seminar Salit, Kecamatan Brang Rea, Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Wicara Desa*, 1(5), 673-684.
Tersedia : <https://journal.unram.ac.id/index.php/wicara/article/view/3391>
- [3] Adli, A., & Kusumastuti, A. D. (2025). Inovasi Pemanfaatan Tumbuhan Gadung yang di Anggap Tumbuhan Liar Diolah menjadi Bahan Pangan Bagi Masyarakat dan Mempunyai Nilai Ekonomi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6).
Tersedia : <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/512/485>
- [4] Erinda, S. (2021). Uji Organoleptik Pemanfaatan Garam dan Abu Dapur terhadap Detoksifikasi Umbi Gadung (*Dioscorea Hispida* Dennst) dalam Pembuatan Tepung. *Jurnal sosial dan sains*, 1(8), 881-891.
Tersedia : <https://sosains.greenvest.co.id/index.php/sosains/article/view/182>
- [5] Agustina, A., & Hanifuddin, I. (2021). Peluang Usaha melalui Pengembangan Keterampilan dalam Memanfaatkan Faktor Produksi di Dusun Ngrandu. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 106-116.
Tersedia : https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_ekon/article/view/1847
- [6] Panjaitan, M. H. (2024). Strategi Peningkatan Nilai Tambah dalam Industri Pertanian Tradisional. *Circle Archive*, 1(5).
Tersedia : <https://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/241>
- [7] Kartika, A., Sriminingsih, O., Sabriana, O., Muhammad, S., Hafiza, N., Azzahra, F., ... & Sudiarta, I. W. (2023). Pengelolaan Umbi Gadung sebagai Bahan Dasar Pembuatan Produk Lokal Stick Gadung di

Dusun Batu Melik, Desa Seminar Salit, Kecamatan Brang Rea, Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Wicara Desa*, 1(5), 673-684.

Tersedia : <https://journal.unram.ac.id/index.php/wicara/article/view/3391>

- [8] Nurhayati, F., Putri, S. M., Efendi, D. R., Aprilini, N., & Saputra, F. R. (2024). Eksplorasi Wisata Nagari Sikilang Sas: Menelusuri Keindahan Alam, Destinasi dan Kearifan Lokal. *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, 2(1), 143-150.

Tersedia : <https://malaqbipublisher.com/index.php/MAKSI/article/view/342>

- [9] Hidayat, S. (2024). Food and Religion: Eksplorasi Makanan dalam Tradisi Keagamaan.

Tersedia : <https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/handle/123456789/6065>