

## STRATEGI BISNIS DAN PEMASARAN INOVATIF UNTUK LEMANG TAPAI SEBAGAI KULINER TRADISIONAL BERNILAI EKONOMIS

### *INNOVATIVE BUSINESS AND MARKETING STRATEGY FOR LEMANG TAPAI AS A TRADITIONAL CULINARY DISH WITH ECONOMIC VALUE*

Egi Sri Lestari<sup>1\*</sup>, Dzamratul Fauziah<sup>1</sup>, Elvina Triya Rahmahnuhya<sup>1</sup>, Radiah Aszahrah<sup>1</sup>,  
Uswatun Hasanah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri  
Fatmawati Sukarno Bengkulu

\*Email korespondensi: [egisrilestari99@gmail.com](mailto:egisrilestari99@gmail.com)

#### *Abstract*

*Lemang Tapai is one of Indonesia's traditional culinary delights which has high economic potential. However, limitations in business and marketing strategies often become obstacles for business actors in increasing competitiveness and expanding markets. This community service activity aims to provide assistance to business actors in developing innovative business and marketing strategies that can increase the selling value of Lemang Tapai. The methods used include training, mentoring, and evaluation of the implementation of digital marketing strategies, product diversification, and more attractive packaging. The results of this program show that with the implementation of digital-based marketing strategies and innovation in packaging and product variants, there has been an increase in demand and wider market reach. Thus, innovative business and marketing strategies are proven to be able to increase the economic value of Lemang Tapai and empower local business actors.*

**Keywords:** *Lemang Tapai, Business Strategy, Innovative Marketing, Traditional Culinary, Creative Economy.*

#### **Abstrak**

Lemang Tapai merupakan salah satu kuliner tradisional khas Indonesia yang memiliki potensi ekonomi tinggi. Namun, keterbatasan dalam strategi bisnis dan pemasaran sering kali menjadi kendala bagi pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada pelaku usaha dalam mengembangkan strategi bisnis dan pemasaran inovatif yang dapat meningkatkan nilai jual Lemang Tapai. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi terhadap penerapan strategi pemasaran digital, diversifikasi produk, serta pengemasan yang lebih menarik. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa dengan penerapan strategi pemasaran berbasis digital serta inovasi dalam pengemasan dan varian produk, terjadi peningkatan permintaan dan jangkauan pasar yang lebih luas. Dengan demikian, strategi bisnis dan pemasaran inovatif terbukti mampu meningkatkan nilai ekonomi Lemang Tapai serta memberdayakan pelaku usaha lokal.

**Kata kunci:** Lemang Tapai, Strategi Bisnis, Pemasaran Inovatif, Kuliner Tradisional, Ekonomi Kreatif.



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2025 Author

Diterima: 21 Mei 2025; Disetujui: 31 Mei 2025; Terbit: 2 Juni 2025

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan warisan budaya, termasuk dalam hal kuliner tradisional. Setiap daerah memiliki makanan khas yang tidak hanya menggambarkan cita rasa lokal, tetapi juga mencerminkan identitas budaya masyarakatnya. Salah satu kuliner tradisional yang memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi tinggi adalah lemang tapai. Lemang, yang terbuat dari beras ketan dan dimasak dalam bambu, serta tapai yang merupakan hasil fermentasi singkong atau ketan, merupakan perpaduan makanan yang unik dan kaya cita rasa. Di beberapa daerah, lemang tapai sering disajikan dalam perayaan keagamaan, upacara adat, dan momen kebersamaan keluarga, sehingga menjadikannya tidak hanya sebagai panganan, tetapi juga simbol tradisi dan kebersamaan.

Setiap daerah memiliki makanan khas yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga sarat akan nilai-nilai sejarah, kearifan lokal, dan identitas budaya masyarakatnya. Salah satu contoh kuliner tradisional yang memiliki keunikan tersendiri adalah lemang tapai—perpaduan antara lemang, yakni beras ketan yang dimasak dalam bambu bersama santan, dan tapai, hasil fermentasi ketan atau singkong yang memiliki rasa manis dan sedikit asam. Makanan ini kerap ditemukan dalam berbagai acara adat, perayaan keagamaan, dan momen-momen penting masyarakat lokal, menjadikannya sebagai simbol kebersamaan, tradisi, serta kearifan budaya yang telah diwariskan lintas generasi.

Namun, di tengah derasnya arus modernisasi dan globalisasi, eksistensi makanan tradisional seperti lemang tapai mulai mengalami tekanan. Perubahan pola konsumsi masyarakat, penetrasi makanan instan dan cepat saji, serta minimnya regenerasi pelaku usaha kuliner tradisional menyebabkan semakin menurunnya minat terhadap produk-produk lokal. Selain itu, lemahnya strategi bisnis dan pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, jika dikelola dengan baik dan didukung inovasi serta strategi pemasaran yang adaptif, lemang tapai memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah yang bernilai ekonomis tinggi. Oleh karena itu, diperlukan suatu upaya strategis melalui kegiatan

pengabdian masyarakat yang tidak hanya memberikan solusi praktis, tetapi juga membangun kapasitas pelaku usaha dalam menjalankan bisnis secara berkelanjutan dan profesional.

Lemang Tapai merupakan salah satu kuliner tradisional khas Indonesia yang memiliki cita rasa unik dan nilai budaya tinggi. Lemang yang terbuat dari beras ketan yang dimasak dalam bambu, dipadukan dengan tapai hasil fermentasi beras ketan atau singkong, menciptakan perpaduan rasa yang khas dan sering disajikan dalam berbagai acara adat maupun konsumsi sehari-hari. Meskipun memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi yang besar, keberlanjutan usaha Lemang Tapai masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam industri ini meliputi minimnya inovasi produk, terbatasnya strategi pemasaran, serta persaingan ketat dengan produk makanan modern yang lebih praktis dan memiliki daya tahan lebih lama. Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang belum memahami pentingnya pemasaran digital, sehingga mereka hanya mengandalkan metode penjualan konvensional seperti di pasar tradisional atau warung kecil.

Modernisasi gaya hidup, masuknya budaya luar, serta kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi makanan cepat saji menyebabkan produk-produk tradisional mulai kehilangan daya tarik, terutama di kalangan generasi muda. Selain itu, para pelaku usaha lemang tapai yang umumnya berasal dari sektor usaha mikro dan kecil, belum sepenuhnya memiliki keterampilan dalam mengelola bisnis secara profesional, baik dari sisi produksi yang efisien, inovasi produk yang kreatif, hingga strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan zaman. Lemahnya pemahaman terhadap konsep branding, digitalisasi, serta manajemen usaha yang berkelanjutan menyebabkan produk ini cenderung stagnan dan hanya berputar di pasar lokal dengan jangkauan yang terbatas.

Pada hal ini, jika dikelola secara serius dengan pendekatan strategis, lemang tapai sangat potensial untuk dikembangkan sebagai produk kuliner khas yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke tingkat nasional maupun internasional. Inovasi dalam hal pengemasan, variasi produk, serta pemanfaatan media sosial dan e-commerce

sebagai alat pemasaran modern dapat menjadi kunci penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing produk ini. Dalam konteks inilah, kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi relevan dan penting, karena mampu menjembatani kebutuhan pelaku usaha akan pengetahuan dan keterampilan baru yang sesuai dengan tuntutan zaman.

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya bertujuan untuk mentransfer pengetahuan secara sepihak, tetapi juga untuk menciptakan proses pembelajaran kolaboratif antara akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat, sehingga dapat melahirkan solusi yang kontekstual, aplikatif, dan berkelanjutan. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku usaha lemang tapai dapat meningkatkan kapasitas usahanya, memperluas jaringan pemasaran, serta lebih percaya diri dalam mengembangkan produknya sebagai bagian dari warisan budaya yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi langkah strategis dalam mendorong revitalisasi kuliner tradisional melalui penguatan strategi bisnis dan pemasaran inovatif yang berbasis pada kearifan lokal namun berorientasi global.

Di era globalisasi dan modernisasi yang berlangsung cepat, eksistensi kuliner tradisional seperti lemang tapai mulai mengalami tantangan serius. Masuknya makanan-makanan cepat saji dari luar negeri, perubahan gaya hidup masyarakat urban yang mengutamakan kepraktisan, serta kurangnya regenerasi dalam usaha kuliner tradisional menyebabkan semakin berkurangnya ketertarikan terhadap makanan-makanan lokal. Akibatnya, banyak kuliner khas daerah yang mulai ditinggalkan dan terlupakan. Hal ini juga berdampak pada perekonomian pelaku usaha kecil dan menengah yang mengandalkan produksi serta penjualan makanan tradisional sebagai mata pencaharian utama.

Namun demikian, meskipun memiliki keunikan dan nilai sejarah yang tinggi, eksistensi lemang tapai dalam dunia kuliner modern masih kurang mendapat sorotan yang layak. Banyak generasi muda yang tidak mengenal makanan ini, dan pelaku usaha kecil yang menjajakan lemang tapai masih mengandalkan cara-cara konvensional dalam memproduksi dan memasarkan produk mereka. Di tengah pesatnya perkembangan industri makanan dan minuman serta semakin kuatnya persaingan global, diperlukan strategi bisnis

dan pemasaran yang inovatif agar lemang tapai dapat bertahan dan berkembang sebagai produk kuliner yang tidak hanya lestari secara budaya, tetapi juga bernilai ekonomis tinggi.

Ironisnya, di tengah tren kuliner dunia yang semakin menghargai produk otentik dan berbasis budaya, Indonesia belum sepenuhnya mampu memposisikan makanan tradisional sebagai produk unggulan dengan nilai ekonomi tinggi. Lemang tapai, yang seharusnya dapat menjadi salah satu ikon kuliner nasional dengan potensi ekspor dan pariwisata, masih tertinggal dalam hal branding, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Sebagian besar produsen lemang tapai masih mengandalkan metode produksi dan pemasaran konvensional, seperti penjualan di pasar tradisional atau melalui jalur informal tanpa memperhatikan aspek kemasan, standar higienitas, maupun daya tarik visual yang dibutuhkan pasar modern.

Dalam konteks inilah, inovasi bisnis dan pemasaran menjadi suatu keharusan yang tak dapat dihindarkan. Strategi bisnis yang berbasis pada analisis pasar, keunggulan kompetitif, serta pemanfaatan teknologi digital perlu diterapkan agar lemang tapai tidak hanya menjadi makanan warisan budaya, tetapi juga mampu bersaing dalam pasar kuliner nasional maupun global. Inovasi dalam bentuk diversifikasi produk, misalnya lemang tapai dengan rasa-rasa modern, kemasan siap saji, maupun kolaborasi dengan industri pariwisata dan ekonomi kreatif dapat menjadi langkah konkret untuk menarik minat konsumen generasi muda sekaligus memperluas jangkauan pasar.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, diperlukan strategi. Salah satu strategi penting untuk mencapai tujuan ini adalah melalui pengembangan produk baru yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga mampu menarik minat konsumen secara berkelanjutan. (Lubis, 2016) Strategi pemasaran yang lebih inovatif agar Lemang Tapai dapat bersaing di pasar yang semakin dinamis. Strategi pemasaran adalah suatu alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran (Yani et al., 2022). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih

efektif, melakukan inovasi produk melalui diversifikasi varian rasa dan kemasan, serta memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan pasar. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mempermudah proses pemasaran, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen (Masrukhan & Isnaini, 2025).

Dengan strategi yang tepat, Lemang Tapai tidak hanya dapat bertahan sebagai warisan kuliner tradisional, tetapi juga memiliki daya saing yang tinggi di pasar lokal maupun internasional.

Program ini juga bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan utama terkait keberlanjutan bisnis Lemang Tapai, yaitu bagaimana cara mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif, bagaimana inovasi produk dapat meningkatkan daya tarik Lemang Tapai, serta bagaimana strategi pemasaran digital dapat membantu meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar. Melalui pendekatan ini, diharapkan pelaku usaha dapat memahami pentingnya branding, storytelling produk, dan pemanfaatan media sosial serta e-commerce dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Penerapan strategi bisnis yang tepat dan pemasaran yang kreatif menjadi kunci dalam mengangkat potensi lemang tapai agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Inovasi dalam hal pengemasan, diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi, serta pendekatan yang memahami perilaku konsumen modern menjadi aspek penting yang perlu dikaji. Dengan pengelolaan yang profesional dan strategi yang matang, lemang tapai memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah yang mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat, khususnya para pelaku UMKM.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pelaku usaha UMKM, tetapi juga bagi masyarakat luas dan pihak akademisi. Bagi pelaku usaha, program ini dapat membantu mereka meningkatkan pendapatan dan memperluas pasar melalui strategi pemasaran yang lebih efektif. Bagi masyarakat, program ini berkontribusi dalam melestarikan kuliner tradisional agar tetap dikenal oleh generasi muda dan masyarakat global. Selain itu, bagi akademisi dan pemerintah, hasil dari kegiatan ini dapat menjadi referensi dalam

pengembangan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM di sektor kuliner tradisional berbasis ekonomi kreatif. Dengan adanya inovasi dalam strategi bisnis dan pemasaran, diharapkan Lemang Tapai dapat berkembang menjadi produk bernilai ekonomis tinggi yang mampu bersaing di era modernisasi saat ini.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahap yang mencakup identifikasi permasalahan, perancangan solusi, implementasi strategi, serta evaluasi hasil. Tahap awal dimulai dengan survei dan observasi terhadap pelaku usaha Lemang Tapai untuk mengidentifikasi kendala utama dalam pengembangan bisnis mereka, baik dari segi produksi, inovasi produk, maupun strategi pemasaran. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk merancang program pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program yang telah dilaksanakan serta untuk mengetahui perubahan atau peningkatan yang terjadi pada pelaku usaha, baik dalam hal pemahaman, keterampilan, maupun hasil penjualan. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner, wawancara lanjutan, serta perbandingan data sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil evaluasi ini menjadi dasar dalam menyusun rekomendasi tindak lanjut, termasuk kemungkinan replikasi program ke wilayah atau kelompok usaha lain, serta pelibatan mitra strategis seperti pemerintah daerah atau lembaga keuangan.

Selanjutnya, dilakukan kegiatan pelatihan yang mencakup berbagai aspek, seperti strategi bisnis, inovasi produk, dan pemasaran digital. Dalam pelatihan ini, pelaku usaha diberikan pemahaman tentang pentingnya diversifikasi produk melalui varian rasa dan kemasan yang lebih menarik, serta teknik pemasaran berbasis digital menggunakan media sosial. Setelah pelatihan, pendampingan dilakukan secara langsung untuk memastikan penerapan strategi yang telah dipelajari. Hasil dari implementasi strategi ini dianalisis untuk melihat efektivitas program dan menentukan langkah perbaikan yang diperlukan. Dengan metode ini, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing produk Lemang Tapai dan memperluas jangkauan pasar,

sehingga kuliner tradisional ini tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang sebagai produk bernilai ekonomis tinggi di era modern.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Lemang Tapai Padang Guci menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan daya saing dan nilai ekonomis Lemang Tapai melalui penerapan strategi bisnis dan pemasaran inovatif. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha Lemang Tapai Padang Guci mengalami peningkatan pemahaman dalam hal diversifikasi produk, pengemasan yang lebih menarik, serta pemanfaatan pemasaran digital. Sebelum program ini dijalankan, mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di pasar tradisional atau warung kecil. Namun, setelah diberikan pelatihan mengenai pemasaran digital, mereka mulai memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pengemasan produk yang sebelumnya masih menggunakan daun pisang atau plastik biasa kini telah ditingkatkan dengan kemasan yang lebih higienis dan estetik, sehingga meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan berbagai temuan penting yang menunjukkan adanya perubahan positif pada pelaku usaha lemang tapai, baik dari segi pengetahuan, sikap, maupun praktik usaha. Berdasarkan hasil survei awal, mayoritas pelaku usaha masih menjalankan proses produksi secara konvensional dengan keterbatasan dalam hal inovasi, pengemasan, dan promosi. Mereka umumnya belum mengenal konsep branding, digital marketing, maupun pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar. Mereka harus menyadari pentingnya inovasi produk, seperti menciptakan varian rasa baru, memperhatikan estetika pengemasan, serta membangun citra produk melalui pembuatan logo, label, dan nama merek yang khas dan menarik belajar mengelola konten promosi secara mandiri, dan bahkan mulai menjajaki penggunaan platform e-commerce lokal sebagai saluran penjualan baru.

Dari segi pemasaran, penggunaan media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperluas pasar. Pelaku usaha Lemang Tapai Padang Guci yang sebelumnya hanya menjual secara langsung mulai menerima pesanan secara daring. Selain itu, dengan adanya pelatihan mengenai strategi branding, pelaku usaha mampu menciptakan identitas merek yang lebih kuat, sehingga Lemang Tapai tidak hanya dikenal sebagai makanan tradisional, tetapi juga memiliki nilai jual yang lebih tinggi di kalangan konsumen modern.

Meskipun hasil yang dicapai cukup positif, terdapat beberapa tantangan yang masih perlu diatasi. Pelaku usaha Lemang Tapai Padang Guci mengalami kesulitan dalam konsistensi produksi karena keterbatasan bahan baku dan tenaga kerja. Selain itu, adaptasi terhadap teknologi digital masih menjadi kendala bagi pelaku usaha yang belum terbiasa dengan pemasaran daring. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar strategi yang telah diterapkan dapat berjalan secara berkelanjutan dan memberikan dampak jangka panjang bagi perkembangan bisnis mereka. Kuliner tradisional seperti lemang tapai memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara ekonomis apabila didukung oleh strategi bisnis dan pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan dampak langsung berupa peningkatan kapasitas pelaku usaha, tetapi juga membuka peluang pengembangan ekonomi lokal berbasis budaya yang lebih luas dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, implementasi strategi bisnis dan pemasaran inovatif terbukti memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha Lemang Tapai Padang Guci. Dengan adanya inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, serta pemanfaatan pemasaran digital, Lemang Tapai mampu bersaing dengan produk kuliner modern dan memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang di pasar lokal maupun nasional. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, kuliner tradisional tidak hanya dapat bertahan tetapi juga berkembang menjadi produk bernilai ekonomis tinggi yang mampu menarik minat konsumen di era digital.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa penerapan strategi bisnis dan pemasaran inovatif dapat meningkatkan daya saing dan nilai ekonomis Lemang Tapai sebagai kuliner tradisional. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha Lemang Tapai Padang Guci mampu memahami pentingnya diversifikasi produk, inovasi kemasan, serta pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai pentingnya pendekatan strategis dan inovatif dalam pengembangan usaha kuliner tradisional, khususnya lemang tapai, agar mampu bersaing dan bertahan di tengah dinamika pasar modern. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan analisis yang dilakukan terhadap para pelaku usaha, dapat disimpulkan bahwa kendala utama yang selama ini mereka hadapi berkaitan erat dengan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam hal manajemen bisnis, inovasi produk, serta pemasaran berbasis digital. Banyak dari mereka masih menjalankan usaha secara tradisional dan bersifat turun-temurun, tanpa sentuhan inovasi yang memadai dalam pengemasan, pengolahan, maupun strategi distribusi. Melalui serangkaian kegiatan pelatihan, pendampingan, dan penyuluhan yang terstruktur, para pelaku usaha mendapatkan wawasan baru tentang pentingnya pengembangan model bisnis yang adaptif, penguatan nilai jual melalui branding dan storytelling produk, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran yang efektif dan murah.

Penerapan strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten visual menarik, serta pengenalan

platform e-commerce lokal, terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar dari produk lemang tapai. Selain itu, pelatihan inovasi produk juga berhasil mendorong munculnya varian baru yang lebih sesuai dengan selera konsumen masa kini tanpa menghilangkan nilai-nilai kultural yang melekat pada produk aslinya. Inisiatif seperti penggunaan kemasan yang higienis, label dengan informasi gizi dan sejarah produk, serta penyusunan logo dan merek dagang, memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap citra dan profesionalitas produk. Kegiatan ini juga membuka ruang kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah lokal, serta akademisi untuk membentuk ekosistem usaha mikro yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Inovasi kemasan terbukti mampu menarik minat konsumen, terutama dari kalangan muda yang lebih tertarik pada produk dengan tampilan menarik dan cita rasa unik. Selain itu, penggunaan media sosial telah membantu memperkenalkan Lemang Tapai ke pasar yang lebih luas, meningkatkan keterlibatan pelanggan, serta menciptakan loyalitas konsumen. Meskipun masih terdapat tantangan dalam hal konsistensi produksi dan adaptasi terhadap pemasaran digital, pendampingan yang berkelanjutan dapat membantu pelaku usaha dalam mengatasi kendala tersebut.

Secara keseluruhan, strategi bisnis dan pemasaran yang tepat dapat membantu kuliner tradisional seperti Lemang Tapai berkembang dan bersaing di era modern. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk akademisi, pemerintah, dan komunitas bisnis, untuk memastikan bahwa usaha kecil dan menengah di sektor kuliner tradisional dapat terus bertumbuh dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Dengan inovasi dan strategi yang berkelanjutan, Lemang Tapai memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan yang tidak hanya dikenal secara lokal, tetapi juga dapat menembus pasar nasional dan internasional.

Dengan kata lain, pengabdian ini tidak hanya memberikan solusi praktis terhadap permasalahan yang dihadapi pelaku usaha lemang tapai, tetapi juga mendorong terwujudnya kesadaran kolektif akan pentingnya pelestarian budaya melalui pendekatan kewirausahaan yang inovatif dan visioner. Lemang tapai, yang selama ini hanya

dikenal sebagai hidangan lokal dalam konteks terbatas, memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah yang mampu bersaing secara nasional bahkan internasional jika dikelola secara profesional dan berorientasi pada pasar. Oleh karena itu, dibutuhkan kesinambungan program, dukungan dari berbagai pemangku kepentingan, serta komitmen pelaku usaha untuk terus berinovasi dan belajar agar transformasi usaha ini tidak berhenti pada intervensi sementara, melainkan menjadi gerakan yang mendorong kebangkitan ekonomi berbasis budaya secara menyeluruh dan berkelanjutan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Lemang Tapai yang telah memberikan izin meluangkan waktu, serta terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari survei awal hingga pelatihan dan pendampingan. Antusiasme dan semangat mereka menjadi inspirasi bagi kami untuk terus mengembangkan program yang tidak hanya bersifat akademik, tetapi juga berdampak langsung bagi masyarakat serta dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Tanpa keterbukaan dan kerja sama yang baik dari pihak Lemang Tapai, kegiatan ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Semoga hasil dari pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang nyata, baik bagi pihak Lemang Tapai maupun masyarakat secara umum.

### DAFTAR PUSTAKA

- Lubis, A. L. P. (2024). Strategi Pengembangan Produk Baru Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Pelaku UMKM Kota Depok. *Jurnal Manajemen Riset Bisnis Indonesia*, 13(2).
- Masrukhan, M., & Isnaini, R. K. (2025). Optimalisasi teknologi dan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 282-300.
- Yani, M., Berhan, L., Wibowo, A. K. P., Nugroho, A., Yuniar, I. P., Herliani, K. Y., ... & Andani, P. I. (2022).

PENDAMPINGAN UMKM DALAM STRATEGI PEMASARAN MELALUI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN TAPAI KETAN HIJAU MAMA IYUT KHAS GAMBUT DI SAMPIT. *Profit: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 34-39.