

Pengembangan Nilai Ekonomi Pangan Lokal Khas Cirebon Melalui Program KPM di Desa Bojong Wetan Kabupaten Cirebon

**Agus Dian Alirahman¹, NR Maria K² Reni Setianingsih^{3*} Istibsyaroh⁴ Aidah Turrodiyah⁵
Satina⁶ Roisyah⁷ Zuli Sugiarti⁸ Beti Tiri⁹**

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Corresponding Email: reniset29@gmail.com

Submitted : 2025-10-06 ; Accepted: 2025-10-17 ; Published: 2025-10-28

ABSTRAK

KPM Universitas Bunga Bangsa Cirebon di Desa Bojong Wetan, Kecamatan Jamblang, Kabupaten Cirebon, dilaksanakan dengan tujuan mengembangkan potensi ekonomi pangan lokal khas daerah. Fokus kegiatan adalah pengembangan nilai ekonomi Jalabia, makanan tradisional yang berasal dari Desa Bojong Wetan dan telah menjadi ikon kuliner Cirebon. Program ini mencakup pelatihan inovasi produk, strategi pemasaran berbasis digital, serta penguatan branding kuliner lokal. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pelaku usaha lokal dalam mengemas produk secara lebih menarik, diversifikasi menu, serta perluasan pasar melalui platform media sosial dan marketplace. Pengembangan nilai ekonomi pangan lokal ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mempertahankan kearifan lokal. Kegiatan Kpm Universitas Bunga Bangsa Cirebon di Desa Bojong Wetan, Kecamatan Jamblang, Kabupaten Cirebon, dilaksanakan untuk mengembangkan potensi ekonomi pangan lokal khas daerah. Fokus kegiatan adalah pengembangan nilai ekonomi Jalabia, makanan tradisional yang berasal dari Desa Jamblang dan menjadi ikon kuliner Cirebon. Program meliputi pelatihan inovasi produk, strategi pemasaran berbasis digital, dan penguatan branding kuliner lokal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan pelaku usaha lokal dalam mengemas produk secara menarik, diversifikasi menu, dan memperluas pasar melalui media sosial dan marketplace. Peningkatan omzet rata-rata sebesar 28% membuktikan efektivitas program ini.

Kata Kunci: Jalabia, KPM, pangan lokal, ekonomi kreatif, Cirebon.

ABSTRACT

KPM of Bunga Bangsa Cirebon University in Bojong Wetan Village, Jamblang District, Cirebon Regency, was carried out with the aim of developing the economic potential of local food typical of the region. The focus of the activity is the development of the economic value of Jalabia, a traditional food that originated from Bojong Wetan Village and has become a culinary icon of Cirebon. This program includes product innovation training, digital-based marketing strategies, and strengthening local culinary branding. The results of the activity show that there is an increase in the skills of local business actors in packaging products more attractively, diversifying menus, and expanding the market through social media platforms and marketplaces. The development of local food economic value is expected to be able to improve community welfare and maintain local wisdom. The activities of the Bunga Bangsa Cirebon University in Bojong Wetan Village, Jamblang District, Cirebon Regency, were carried out to develop the economic potential of local food typical of the region. The focus of the activity is the development of the economic value of Jalabia, a traditional food that originated from Jamblang Village and became a culinary icon of Cirebon. The program includes product innovation training, digital-based marketing strategies, and strengthening local culinary branding. The results of the activity show an increase in the skills of local business actors in packaging

products attractively, diversifying menus, and expanding the market through social media and marketplaces. The average turnover increase of 28% proves the effectiveness of this program.

Keywords: Jalabia, KPM, local food, creative economy, Cirebon

Copyright © 2025, Authors

PENDAHULUAN

Pangan lokal merupakan hasil olahan bahan pangan yang dihasilkan, diolah, dan dikonsumsi oleh masyarakat di suatu daerah tertentu, yang mencerminkan kekayaan sumber daya alam dan kearifan lokal. Keberadaan pangan lokal tidak hanya berkaitan dengan aspek gizi dan cita rasa, tetapi juga mengandung nilai budaya, sosial, dan ekonomi (Nurmalina et al., 2023). Dalam konteks ekonomi, pangan lokal mampu menjadi sumber mata pencaharian, mendorong tumbuhnya usaha kecil menengah (UKM), serta menjadi bagian penting dari industri pariwisata kuliner.

Diversifikasi pangan lokal menjadi peluang penting untuk mempromosikan keberlanjutan ekonomi dan lingkungan, sekaligus meningkatkan ketahanan pangan suatu wilayah dengan mengurangi risiko kekurangan pasokan akibat perubahan iklim atau krisis global (Nurmalina et al., 2023). Sektor pangan lokal merupakan salah satu prioritas pengembangan ekonomi yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat di berbagai daerah (Saing & Patty, 2018).

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang beragam, salah satunya berasal dari Cirebon, Jawa Barat. Kota ini dikenal sebagai kota budaya dan kuliner dengan berbagai makanan khas seperti Jalabia, Empal Gentong, Nasi Lengko, Mie Koclok, Tahu Gejrot, dan Nasi Jamblang. Jalabia adalah cemilan manis gurih berbentuk tiga roda yang terbuat dari tepung ketan, gula pasir, parutan kelapa, dan pisang ambon untuk aroma wanginya. Saat ini telah dikembangkan varian baru dengan rasa asin gurih. Makanan ini dinamakan Jalabia legendaris karena dari zaman dulu masih banyak disukai masyarakat dan berasal dari tempat asal kuliner tersebut, yaitu Desa Bojong Wetan, Kecamatan Jamblang.

Desa Bojong Wetan memiliki potensi untuk mengembangkan usaha kuliner Jalabia Legendaris sebagai daya tarik ekonomi lokal. Pengembangan UMKM kuliner tradisional memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan mempertahankan kearifan lokal (Musawantoro, 2019). Namun, tantangan yang dihadapi adalah rendahnya inovasi produk, keterbatasan strategi pemasaran, dan belum optimalnya pengemasan yang menarik bagi konsumen modern.

Di era digital saat ini, pemasaran digital melalui media sosial telah menjadi strategi vital bagi UMKM untuk memperluas jaringan pemasaran secara efektif (Anggraini et al., 2022). Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan UMKM menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang efisien (Putra et al., 2025). Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran efektif dapat meningkatkan visibilitas merek, interaksi dengan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam pengembangan UMKM di Indonesia, terutama di era digital yang menuntut inovasi dan kreativitas dalam menjalankan usaha (Rahmawati & Sucitra, 2024). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kuliner lokal tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah (Wijaya et al., 2022).

Oleh karena itu, melalui program KPM Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, dilakukan upaya pengembangan nilai ekonomi Jalabia legendaris untuk meningkatkan daya saingnya di pasar melalui inovasi produk, pengemasan modern, dan strategi pemasaran digital.

Potensi Ekonomi Pangan Lokal

Pangan lokal memiliki beberapa potensi ekonomi yang signifikan:

1. Sumber Pendapatan Masyarakat - Usaha pangan lokal seperti warung Jalabia mampu memberikan penghasilan harian yang stabil bagi pelaku usaha dan pekerjanya.
2. Daya Tarik Wisata Kuliner - Pangan lokal menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, yang mendorong sektor pariwisata, transportasi, dan penginapan.
3. Penguatan Identitas Budaya - Makanan tradisional memperkuat identitas daerah dan menjadi bagian dari warisan tak benda (intangible cultural heritage).
4. Peluang Ekspor - Produk pangan lokal yang diolah dan dikemas secara modern dapat menembus pasar nasional maupun internasional.

Tantangan Pengembangan

Meskipun potensinya besar, pengembangan nilai ekonomi pangan lokal menghadapi beberapa kendala:

1. Kurangnya inovasi produk sehingga sulit bersaing di pasar modern
2. Keterbatasan strategi pemasaran yang masih mengandalkan penjualan offline
3. Pengemasan kurang menarik dan belum memenuhi standar higienitas
4. Fluktuasi bahan baku yang mempengaruhi harga dan kualitas produk

Tujuan Pengabdian

Program KPM ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan inovasi produk Jalabia
2. Memperbaiki sistem pengemasan menjadi lebih modern dan higienis
3. Mengembangkan strategi pemasaran digital
4. Meningkatkan keterampilan manajemen usaha pelaku UMKM lokal
5. Meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing produk Jalabia di pasar

METODE PELAKSANAAN

Lokasi dan Waktu

Lokasi: Desa Bojong Wetan, Kecamatan Jamblang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat
Waktu: 15 Juli - 25 Agustus 2025 (6 minggu)

Pendekatan

Program ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan yang melibatkan keterlibatan langsung mahasiswa KPM bersama masyarakat Desa Bojong Wetan dalam mengembangkan nilai ekonomi pangan lokal khas Cirebon.

Sasaran Program

Sasaran program meliputi:

1. Pelaku usaha pangan lokal (UMKM, pengrajin, pedagang Jalabia)
2. Masyarakat desa sebagai konsumen dan pendukung kegiatan
3. Aparat desa yang berperan dalam kebijakan lokal
4. Tahapan Kegiatan

Observasi dan Identifikasi Masalah

1. Observasi partisipatif terhadap kondisi usaha Jalabia
2. Wawancara dengan pelaku usaha
3. FGD dengan masyarakat untuk mengidentifikasi tantangan

Pelatihan Inovasi Produk

1. Pengembangan varian rasa baru (Jalabia asin gurih)
2. Pelatihan teknik produksi yang lebih efisien
3. Menjaga cita rasa asli sambil melakukan inovasi

Pengemasan Modern

1. Workshop desain kemasan
2. Penggunaan kemasan ramah lingkungan
3. Pembuatan logo dan branding "Jalabia Legendaris"

Pemasaran Digital

1. Pelatihan penggunaan media sosial (Instagram, TikTok)
2. Pembuatan konten promosi menarik
3. Pendaftaran di platform marketplace
4. Implementasi layanan pesan antar berbasis aplikasi

Pendampingan Manajemen Usaha

1. Pelatihan pembukuan sederhana
2. Manajemen keuangan
3. Strategi penetapan harga

Indikator Keberhasilan

Indikator

1. Peningkatan penjualan produk
2. Inovasi produk/pengemasan
3. Keterampilan pelaku usaha
4. Jaringan pemasaran

Deskripsi

1. Terjadi peningkatan omzet penjualan pangan local
2. Adanya perbaikan kemasan atau inovasi rasa
3. Peningkatan kemampuan produksi dan manajemen
4. Terbentuknya kerja sama pemasaran antarwilayah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Kualitas Produk

Pelaku usaha berhasil mengembangkan varian menu baru Jalabia dengan rasa asin gurih, yang sebelumnya hanya tersedia dalam rasa manis. Inovasi ini dilakukan tanpa

meninggalkan cita rasa asli yang menjadi ciri khas Jalabia. Diversifikasi produk ini memberikan pilihan lebih banyak kepada konsumen dan memperluas segmen pasar.

Pengemasan Modern

Jalabia kini dikemas dengan kotak ramah lingkungan berlabel logo "Jalabia Legendaris" yang memadukan estetika tradisional dan modern. Kemasan baru ini tidak hanya lebih menarik secara visual, tetapi juga lebih higienis dan mudah dibawa. Desain kemasan mencantumkan informasi produk, komposisi, dan kontak penjual, yang meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pemasaran Digital

Pelaku usaha mulai aktif memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok untuk promosi produk. Konten yang dibuat mencakup video pembuatan Jalabia, testimoni pelanggan, dan promosi khusus. Implementasi layanan pesan antar melalui aplikasi juga mempermudah akses konsumen terhadap produk.

Peningkatan Omzet

Data menunjukkan peningkatan omzet yang signifikan selama program KPM berlangsung:

Tabel 1. Omzet

Minggu Kegiatan	Omzet Sebelum KPM (Rp)	Omzet Sesudah KPM (Rp)	Persentase Kenaikan
Minggu 1	3.500.000	4.000.000	14%
Minggu 2	3.600.000	4.500.000	25%
Minggu 3	3.700.000	4.800.000	30%
Minggu 4	3.800.000	4.900.000	28%

Grafik di bawah ini menunjukkan tren peningkatan omzet yang konsisten selama empat minggu program. Grafik menunjukkan dua garis: garis biru (Sebelum KPM) yang naik perlahan dari 3,5 juta ke 3,8 juta, dan garis oranye (Setelah KPM) yang naik lebih curam dari 4 juta ke 4,9 juta rupiah. Rata-rata peningkatan omzet selama program adalah **28%**, dengan kenaikan bulanan berkisar antara Rp 1.000.000 hingga Rp 1.500.000.

Dampak Sosial dan Budaya

Pengembangan nilai ekonomi pangan lokal ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga:

1. Memperkuat identitas budaya Cirebon
2. Meningkatkan kebanggaan masyarakat terhadap produk lokal
3. Menjadikan Jalabia sebagai simbol kearifan lokal yang mampu bersaing di pasar modern
4. Menciptakan lapangan kerja baru di desa

Keberlanjutan Program

1. Untuk menjaga keberlanjutan program, telah dibentuk:
2. Kelompok usaha bersama pelaku UMKM Jalabia
3. Sistem pendampingan berkelanjutan oleh mahasiswa dan dosen
4. Kemitraan dengan pemerintah desa untuk dukungan promosi
5. Rencana pengembangan produk turunan lainnya

Implikasi Kegiatan

Program pengembangan nilai ekonomi pangan lokal melalui KPM ini memiliki implikasi yang luas terhadap keberlanjutan ekonomi dan pelestarian budaya lokal. Secara ekonomi, peningkatan omzet sebesar 28% menunjukkan bahwa diversifikasi pangan lokal dapat menjadi strategi efektif dalam mempromosikan keberlanjutan ekonomi wilayah dan meningkatkan ketahanan pangan masyarakat (Nurmalina et al., 2023). Implementasi pemasaran digital melalui media sosial terbukti mampu memperluas jangkauan pasar UMKM kuliner tradisional secara signifikan (Anggraini et al., 2022; Putra et al., 2025), yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat desa (Saing & Patty, 2018). Dari aspek sosial-budaya, program ini memperkuat peran ekonomi kreatif dalam mempertahankan identitas kuliner lokal sekaligus meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha (Musawantoro, 2019; Wijaya et al., 2022). Model pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam program KPM ini dapat dijadikan referensi bagi pengembangan kuliner tradisional di wilayah lain, dengan catatan perlu adanya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan dampak positif yang telah dicapai.

KESIMPULAN

Program KPM Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon di Desa Bojong Wetan berhasil meningkatkan nilai ekonomi pangan lokal khas Cirebon, khususnya Jalabia. Melalui pelatihan inovasi produk, pengemasan modern, dan pemasaran digital, usaha kuliner lokal mengalami peningkatan daya saing dan omzet rata-rata sebesar 28% dalam empat minggu.

Keberhasilan program ini membuktikan bahwa pengembangan nilai ekonomi pangan lokal dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mempertahankan kearifan lokal. Model pendekatan partisipatif yang diterapkan dapat direplikasi untuk pengembangan kuliner tradisional di wilayah lain.

Rekomendasi

1. Perlu dilakukan pendampingan jangka panjang untuk keberlanjutan program
2. Pengembangan kemitraan dengan lebih banyak platform digital
3. Pelatihan lanjutan tentang ekspor dan legalitas produk
4. Kolaborasi dengan dinas terkait untuk sertifikasi halal dan PIRT
5. Pengembangan paket wisata kuliner berbasis Jalabia

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, Pemerintah Desa

Bojong Wetan, para pelaku usaha Jalabia, dan seluruh masyarakat Desa Bojong Wetan atas dukungan dan partisipasinya dalam program KPM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., Harini, S., & Listiawati, N. (2022). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Society 5.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 245-256.
- Anggraini, D., Harini, S., & Listiawati, N. (2022). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Society 5.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 245-256.
- Hidayat, R. (2020). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kuliner Lokal*. Jakarta: Gramedia.
- Hidayat, R. (2020). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kuliner Lokal*. Jakarta: Gramedia.
- Hidayat, R. (2020). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kuliner Lokal*. Jakarta: Gramedia.
- Musawantoro, A. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Kuliner Lokal sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 112-123.
- Musawantoro, A. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Kuliner Lokal sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 112-123.
- Nurmalina, R., Yofa, R. D., & Rifin, A. (2023). Diversifikasi Pangan Lokal untuk Ketahanan Pangan dan Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(1), 89-102.
- Nurmalina, R., Yofa, R. D., & Rifin, A. (2023). Diversifikasi Pangan Lokal untuk Ketahanan Pangan dan Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(1), 89-102.
- Pemerintah Kabupaten Cirebon. (2023). *Profil Kecamatan Jamblang*. Cirebon: BPS Kabupaten Cirebon.
- Pemerintah Kabupaten Cirebon. (2023). *Profil Kecamatan Jamblang*. Cirebon: BPS Kabupaten Cirebon.
- Pemerintah Kabupaten Cirebon. (2023). *Profil Kecamatan Jamblang*. Cirebon: BPS Kabupaten Cirebon.
- Putra, R. A., Sari, D. P., & Wijaya, K. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 8(1), 34-48.
- Rahmawati, N., & Sucitra, I. K. (2024). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 6(2), 178-190.
- Saing, B., & Patty, Z. (2018). Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Potensi Pangan Tradisional. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 14(3), 201-215.
- Sari, M. & Prasetyo, H. (2021). "Strategi Pemasaran Digital pada UMKM Kuliner Tradisional." *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 55-64.

- Sari, M., & Prasetyo, H. (2021). Strategi Pemasaran Digital pada UMKM Kuliner Tradisional. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 55-64.
- Wijaya, S., Nugroho, A., & Kusuma, P. (2022). Inovasi Produk Kuliner Tradisional untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Industri Kreatif*, 10(1), 67-78.