JURNAL ABDIMAS INDONESIA Vol. 5, No. 4, 2025
E-ISSN 2797-2887
Copyright © 2025 The Author(s)

Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Agrowisata: Diversifikasi Produk Lokal Pertanian di Kelompok Dasawisma Kuta, Desa Kuta, Kabupaten Sumba Timur

Uska Peku Jawang[1], Melycorianda H. Ndapamuri[2] , Elfis Umbu Katongu Retang[3], Mikel Nikolas Djo[4], Regina Hara Adji[5], Friscila Anggreni Kasa[6], Anggareni Bora[7]

[1,2,4,5,6]Program Studi Agroteknologi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba
[3,7]Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

Penulis Korespondensi:
Uska Peku Jawang
uska@unkriswina.ac.id

Abstrak:

Desa Kuta di Kecamatan Kanatang, Kabupaten Sumba Timur memiliki potensi wisata alam, pertanian, dan kuliner khas lokal yang besar untuk dikembangkan, namun masih terkendala keterbatasan pengetahuan, minimnya diversifikasi produk, serta kurangnya pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berbasis agrowisata dengan mengintegrasikan sektor pertanian, pariwisata, dan kuliner lokal. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan identifikasi masalah, sosialisasi, pelatihan dan praktik, pendampingan, hingga evaluasi, dengan sasaran utama kelompok Dasawisma Kuta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan masyarakat, terutama pada diversifikasi produk olahan, inovasi pengemasan, branding, serta pemasaran digital melalui media sosial. Evaluasi memperlihatkan tingkat kepuasan mitra sebesar 74,1% pada kategori puas dan sangat puas, dengan aspek kreativitas dan inovasi memperoleh nilai tertinggi. Program ini terbukti meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus membuka peluang kerja baru, dengan rekomendasi tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan, penguatan kelompok menjadi UMKM desa, serta dukungan legalitas produk melalui izin edar dan uji keamanan pangan.

Kata Kunci: Agrowisata, Diversifikasi Produk, Ekonomi Kreatif, Inovasi, Pemasaran Digital

Pendahuluan

Pembangunan wilayah berbasis potensi merupakan strategi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta dapat meningkat kesejahteraan masyarakat dan dapat mengurangi terjadi kesenjangan dalam pembangunan suatu wilayah. (Susanti & Erlin Kurniati, 2025) Pembangunan wilayah berbasis keunggulan daerah adalah strategi optimal dalam peningkatan ekonomi yang berkelanjutan dan berdaya saing, sebab diketahui bahwa setiap wilayah memilki karakteristik berbeda-beda. Desa merupakan unit administratif pemerintahan terkecil di bawah kecamatan. Desa memiliki otonom tersendiri dengan hak dalam mengatur dan mengurus wilayah sendiri. Setiap desa dalam membangun ekonomi masyarakat, strategi yang perlu dilakukan adalah optimalisasi potensi sumber daya desa (Krusdewinta & Ajhuri, 2025), selain itu mengatasi keterbatasan tenaga lapangan kerja, pendidikan, atau meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa.

Copyright © 2025 The Author(s)

Namun, pada kenyataannya bahwa dalam pengembangan potensi mengalami permasalahan atau kendala yaitu masih minimnya pengetahuan dan keterampilan, akses terhadap pasar dan teknologi, dan terbatasnya infrastruktur pendukung.

Desa Kuta, Kecamatan Kanatang, Kabupaten Sumba Timur memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan dalam memperbaiki kualitas ekonomi masyarakat. Desa ini memiliki potensi wisata yaitu pantai londa lima, bukit savana dan air terjun gunung meja yang menawarkan pemandangan yang indah dan menakjubkan yang menawarkan daya tarik wisata lokal, nasional dan internasional. Keberadaan destinasi wisata mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal sekitar lokasi wisata (Ndjurumbaha et al., 2024). Desa Kuta memiliki potensi hasil pertanian seperti kacang tanah, ubi kayu, jagung, sorgum dan pisang kepok. Potensi ini didukung adanya warisan kuliner khas yaitu manggulu, kaparak, lua kambau, dan kabambang. Komoditas dengan hasil produksi yang optimal yaitu kacang tanah, sebab kacang tanah sangat cocok pada daerah lahan kering dengan karakteristik tanah lempung berpasir, liat berpasir dan lempung liat berpasir. Hasil kajian (Anggrayani et al., 2018) menunjukkan bahwa Kecamatan Kanatang penghasil kacang tanah nomor satu di Kabupaten Sumba Timur pada tahun 2015. Desa kuta juga memiliki potensi akses pasar yang relatif dekat dengan kota waingapu yaitu 12 Km yang dapat dimanfaatkan dalam memasarkan produk-produk hasil pertanian, serta potensi teknologi yang sudah berkembang yaitu tersedia media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk.

Walaupun Desa Kuta memiliki potensi ekonomi yang melimpah, tetapi mengalami berbagai kendala terhadap pemanfaatan potensi ekonomi, terkhusus dalam pengembangan potensi pertanian antara lain 1) Penjualan hasil pertanian dalam bentuk mentah seperti kacang tanah dijual dalam bentuk kacang tanah kulit rebus di mok (500gr) dengan harga 5000 di kios maupun di tempat wisata, sedangkan dalam bentuk isi kacang tanah mentah dijual dipasar kota waingapu harga 25.000/kg, jagung dengan harga 3000-4000/kg, ubi kayu 25.000/kg, sedangkan pisang marmi yang telah matang dijual 75.000-100.000/tandan, sorgum untuk konsumsi rumah tangga, 2) minimnya pengetahuan dan keterampilan terkait diversifikasi pangan, 3) belum adanya inovasi terhadap pangan khas lokal, dan 4) pengetahuan terkait merek serta strategi pemasaran. Tantangan di atas juga diperparah oleh keadaan ekonomi Kabupaten Sumba Timur yang masih dalam angka kemiskinan sebanyak 27,04% atau sekitar 23,81 Juta Jiwa (BPS, 2024).

Dasawisma Kuta merupakan kelompok perempuan atau ibu-ibu desa yang dibentuk oleh pemerintah Desa Kuta pada 1 November 2022 guna memberikan peran yang inklusif dalam pembangunan desa terkhususnya dalam pertumbuhan ekonomi keluarga. Aktivitas dari anggota kelompok ini dibidang pertanian, di mana pekerjaan yang ditekuni yaitu petani. Seperti persoalan di atas rata-rata anggota kelompok memiliki keterbatasan pengetahuan terhadap diversifikasi produk pertanian, sehingga bahan mentah yang langsung dijual ke pasar, tanpa menghasilkan produk turunan dari hasil pertanian. Baseline permasalahan yang dialami oleh mitra dari yaitu minimnya pengetahuan terhadap teknologi diversifikasi olahan, kurangnya pengetahuan terhadap pemanfaatan teknologi informasi, dan minimnya SDM terhadap pemasaran produk lokal bidang pertanian.

Adapun tujuan dari kegiatan ini untuk mengembangkan potensi desa dengan metode pendekatan terintegrasi antara sektor pariwisata dan sektor produk olahan pertanian serta kuliner khas lokal desa. Fokus dalam kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat desa kuta dalam diversifikasi produk pertanian, inovasi kuliner khas lokal, pengembangan merek lokal, peningkatan akses pasar serta pemasaran berbasis digital dan pengembangan wisata berbasis potensi

unggulan pertanian. Harapan dari dari kegiatan ini adalah meningkatkan pendapatan masyarakat, menghasilkan lapangan kerja baru, dan mendorong terciptanya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Desa Kuta.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyrakat (PkM) dilaksakan bertempat di Aula Kantor Desa Kuta pada Juni-September 2025. Pada kegiatan PkM ini yang menjadi mitra sasaran adalah kelompok dasawisma kuta, penentuan kelompok ini didasarkan pada peran perempuan dalam peningkatan ekonomi keluarga dan berdekatan dengan lokasi wisata londalima. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini yaitu 30 orang dimana terdapat 15 anggota kelompok dasawisma 15 orang yang merupakan ibu-ibu Desa Kuta, ibu PKK Desa Kuta berjumlah 7 orang, pemerintah desa 1 orang, 3 orang dosen, dan 4 mahasiswa . Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan yaitu mengidentifikasi masalah mitra, melakuakn sosialisasi/ penyuluhan, melakukan pelatihan dan praktik, melakukan pendampingan dan monitoring dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program.

Pada tahap identifikasi masalah terdapat beberapa tahapan yaitu 1) melakukan tinjauan literatur terkait potensi-potensi maupun masalah yang terjadi di desa kuta melalaui media online berupa berita, buku statistik, dan jurnal; 2) melakukan wawancara langsung dengan bapak desa untuk mengkonfirmasi data yang diperoleh serta mendapatkan informasi-informasi terkai desa baik potensi maupun masalahnya; dan 3) melakukan komunikasi dengan kelompok dasawisma yang memiliki potensi dan persoalan dalam pemenuhan ekonomi keluarga.

Pada tahap sosialisai terdapat beberapa tahapan yaitu 1) pemateri memarkan materi-materi yang berkaitan dengan rencana kegiatan, dan peserta dapat mencatat hal-hal apa saja yang dibahas; 2) Melakukan diskusi bersama peserta dimana peserta diberikan kesempatan untuk memberikan pandangan, komentar dan pertanyaan terhadap materi yang diperoleh;

Pada tahap pelatihan dan praktik terdapat beberapa tahapan yaitu 1) Pemateri memberikan buku panduan kepada peserta untuk dipelajari beberapa saat; 2) melakukan demontrasi pengolahan produk, inovasi kemasan, branding dan pemasaran digital; dan 3) secara mandiri peserta melakukan praktik sambil diskusi dengan pemateri mendampingi selama proses dilakukan.

Pada tahap pendampingan dan monitoring terdapat beberapa tahapan yaitu 1) pendamping dan peserta membuat perjanjian terhadap rencana kerja serta pemasaran produk; 2) peserta melaksanakan hasil sosialisasi dan pelatihan dan didampingi oleh pemateri; 3) pada pemasaran produk peserta diminta untuk memasarkan produk olahan pada lokasi wisata maupu pameran dan pemanfataan ruang media sosial.

Pada tahap evaluasi peserta diberikan kuisioner dan wawancara terkait pelaksnaan kegiatan PkM, dimana untuk mengukur ketercapain program untuk memperoleh rencana tindaklanjut dalam pelaksanan PkM. Aspek yang diukur dalam evaluasi ini yaitu aspek perencnaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi.

Hasil dan Pembahasan

Kelompok Dasawisma Kuta berdasarkan surat keputusan kepala desa terbentuk pada tanggal 01 November 2023. Adapun petimbangan dalam pembentukan kelompok ini untuk meningkatkan peran perempuan di desa dalam pemenuhan kebutuhan keluarga serta upaya memasyaratkan dan kesetaraan gender dalam kehidupan bermasyrakat serta peran perempuan dan pembangunan desa secara berkelanjutan. Kelompok masyarakat ini merupakan ibu yang pekerjaannya sebagai petani, peternak, dan nelayan.

Copyright © 2025 The Author(s)

Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Melalui Sosialiasi

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 04 Juli 2025, Pada kegiatan sosialisasi peserta sangat antusias sekali dalam menerima materi dan aktif dalam diskusi. Materi-materi sosialisasi dalam kegiatan ini yaitu 1) pengembangan ekonomi kreatif berbasis agrowisata: Integrasi potensi pertanian, wisata dan kuliner khas lokal; 2) Kretifitas dan Inovasi : Diversifikasi Produk Pertanian, Inovasi Kuliner Lokal dan Branding; dan 3) Digital Marketing: Manajemen dan Pemasaran Digital. Tujuan kegiatan sosialisasi guna meningkatkan pengetahuan masyrakat desa kuta terkait pemanfataan potensi lokal yang luar biasa untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Kegiatan sosialisasi ini diharapkan membangun motivasi ibu-ibu kelompok dasawisma kuta sedapat mungkin berperan dalam melakukan pemberdayaan ekonomi. (Katili et al., 2019) hal terpenting yang perlu dilakukan dalam pemberdayaan masyrakat yaitu sosialisasi, karena menekankan pemberian pengetahuan dan keterampilan dapat mentranfer kekuatan. Melalui sosialisasi juga dapat membangkitkan motivasi untuk masyarakat dapat berperan aktif dalam pembangunan ekonomi keluarga maupun wilayah.

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis agrowisata yaitu dimana dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dengan cara memanfaatkan potensi yang ada dalam satu wilayah. (Suryani et al., 2021) Peningkatan ekonomi desa dengan melakukan pengembangan ataupun menciptakan mata pencaharian ekonomi kreatif, yang memanfaatkan potensi-potensi yang ada merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Misalnya mengintegrasikan olahan produk hasil pertanian dan adanya inovasi pada kuliner khas lokal serta potensi wisata yang ada pada suatu wilayah. (Dalman et al., 2024) Kreatifitas dan Inovasi terhadap pangan berbasis pada kearifan lokal wilayah adalah strategi yang sangat efektif dalam meningkatkan pendapatan serta ekonomi masyarakat desa. Adanya potensi wisata lokal seperti wisata pantai londa lima, wisata alam padang savana dan air terjun dan didukung oleh potensi pertanian, peternakan dan perikanan perlu ada perpaduan untuk meningkatkan perekonomian suatu wilayah. Kelompok Dasawisma dibekali pengetahuan terkait potensi yang ada yang dapat dimanfaatkan untuk membangun ekonomi keluarga melalui diversifikasi produk pertanian, inovasi terhadap kuliner khas lokal dan penguatan branding serta pemasaran digital. Menciptakan agrowisata yang berkelanjutan untuk pertumbuhan ekonomi pada wilayah Desa Kuta.

Diversifikasi produk pertanian merupakan strategi guna menghasilkan berbagai macam keanekaragaman tanaman, hewan maupun hasil pertanian dengan tujuan mengurangi risiko dan meningkatkan pendapatan petani. Diversifikasi produk olahan pertanian adalah menjadikan produk hasil olahan bernilai tambah. Diversifikasi produk olahan lokal untuk menjaga ketahanan pangan lokal wilayah serta meningkatkan kreatifitas masyrakat sekitar dalam memenuhi kebutan ekonomi keluarga. Kelompok Dasawisma Kuta untuk mengenal produk olahan yang dihasilkan dari hasil pertanian seperti kacang tanah, jagung, pisang, ubi kayu, sorgum serta manambah nilai jual dari produk lokal yang ada. Adanya pengetahuan diversifikasi produk olahan sehingga kelompok tersebut tidak lagi menjual hasil mentahan tetapi menghasilkan nilai tambah sendiri terhadap hasil-hasil pertanian yang ada didesa. (Sembiring & Trivana, 2024) Diversifikasi pangan horizontal untuk memenuhi kebutuhan pangan keluarga untuk tidak bergantung hanya pada satu komoditi saja dan secara vertikal dimana mengoah hasil pertanian untuk meningkatkan nilai tambah produk serta layak di komersil. (Marsigit, 2010) Diversifikasai pangan dapat menunjang ketahana pangan keluarga, baik dari aspek konsumsi pangan beragam, aspek pemenuhan gizi keluarga, dan aspek pemberdayaan ekonomi masyrakat.

Inovasi kuliner khas lokal yaitu menginputkan kebaharuan terhadap kuliner khas lokal. Inovasi baik dari bahan yang digunakan, tambahan bahan lain dengan tetap mempertahan khas lokal, dan inovasi terhadap pemberian kemasan dan labeling. Pada kegiatan di Kelompok Dasawisma Kuta melakukan inovasi dalam bentuk pengemasan dan labeling guna menjaga kualitas produk dan memberikan tampilan yang menarik. Inovasi terhadap kemasan serta branding produk memberikan khas tersendiri terhadap produk lokal dan dapat bersaing. (Sari et al., 2025) Warisan kuliner merupkan kekhasan suatu daerah, inovasi terhadap kuliner untuk memberikan sentuhan baru yang sesuai dengan selera dan gaya hidup modern dengan tetap memperthankan esensi aslinya. Dalam usaha bisnis kreatif pada kuliner khas lokal dimana memanfaatkan ide-ide baru, teknologi dan pendekatan pemasaran yang inovatif untuk menciptakan nilai tambah terhadap produk kuliner.

Perkembangan teknologi mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia, termasuk usaha atau bisnis dapat berinteraksi dengan konsumen dan memasarkan produk atau layanan yang kita punya. Strategi pemasaran yang biasanya dengan menggunaka media cetak serta saluran komunikasi tradisional kini perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan digital, dimana konsumen lebih banyak generasi yang melek dengan digital dan memanfaatkan untuk mempermudah dengan apa saja. Salah satu strategi pemsaran yang digunakan yaitu media sosial. Platform media sosial sepeti facebook, instagram, tiktok, whatsapp maupun twitter memungkinkan kita dapat terhubung dengan pelanggan secara langsung, membangun komunikasi. Dengan media sosial mampu mempromosikan merek, produk dan lain sebagainya. Terdapat 80% anggota kelompok dasawisma kuta memiliki media sosial baik facebook atau instagram dan whatsapp, sehingga memungkin bahwa mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk lokal yang tersedia. (Sijabat et al., 2024) Kemajuan teknologi dan informasi telah mengubah dari komunikasi tradisional ke digital, sehingga untuk dapat bersaing dan bertahan maka perlu penguasaan dan komonikasi digital. Media sosial sangat berperan penting dalam komunikasi digital, khususnya dalam bidang pemasaran, sebab dapat diketahui bahwa pemasaran dengan media sosial dapat meningkatkan penjualan produk.



Gambar 1. Penyampaian Materi Sosialisasi

Peningkatan Keterampilan Masyarakat Melalui Demontrasi dan Praktik Langsung

Peningkatan keterampilan dalam diversifikasi produk olahan, pengemasan, branding dan pemasaran digital dapat dicapai melalui kegiatan pelatihan dengan metode demontrasi dan praktik langsung. Pada kegiatan ini peserta dapat mempelajari terkait teknik pemilihan bahan baku, takaran bahan campuran, teknik pengolahan, penerapan varian, teknik pemelihan kemasan, teknik pengemasan, teknik penentuan nama brand

Copyright © 2025 The Author(s)

dan pengenalan brand serta penggunaan media sosial untuk pemasaran produk. Tujuan dari kegiatan ini guna meningkatkan keterampilan anggota kelompok daswisma kuta untuk dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Pada praktik langsung terkait pemasaran peserta dapat memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk lokal, pemasaran di lokasi wisata Pantai Londalima setiap sabtu, dan terlibat dalam pameran UMKM yang berlokasi di Kota Waingapu.



Gambar 2. Kelompok Dasawisma Melakukan Demontrasi dan Praktik Langsung

Hasil giat yang dilakukan oleh anggota kelompok dasawiswa kuta dalam pengolahan produk hasil pertanian dalam kegiatan diversifikasi produk dan inovasi produk diperoleh 3 jenis hasil diversifikasi hasil produksi dan 2 jenis kuliner hasil inovasi. Berdasarkan kesepakatan antar kelompok menentukan nama brand yaitu *"LONDALIMA"* kalimat ini sudah sangat familiar di masyarakat Sumba Timur, dan menunjukkan satu lokasi yang sangat dikenal. Londalima tersendiri memiliki arti bergandengan tangan atau beramai-ramai, arti ini memiliki makna yang sangat dalam. Kemudian menghasil 5 jenis usaha produksi yang juga menunjukkan bahasa lokal daerah yaitu matahamu kuta biscuit, kalu kuta kripik, manila kuta kribo, manggulu dan kaparak. Setiap jenis usaha produksi terdapat 3 varian rasa yang berbeda yaitu original, taro dan kelor.



Gambar 3. Produk Pangan Lokal Hasil Olahan Dasawisma Kuta

Pendampingan dan Monitoring Terhadap Penerapan Teknologi

Pendampingan dan monitoring sangat perlu dilakukan guna memastikan penerapan hasil pelatihan dapat berjalan sesuai rencana yang telah ditetap, mengidentifikasi masalah yang terjadi dalam penerapan hasil pelatihan, dan melakukan perbaikan bila perlu agar dapat mencapai tujuan yang inginkan. Berdasarkan kesepakatan bahwa pendampingan dilakukan setiap sabtu & minggu bertepatan dengan pemasaran produk olahan di Wisata Pantai Londa Lima. Peserta didampingi dalam pemasaran pada ruang media sosial dan juga mendampingi dalam dalam pameran-pameran yang tersedia di Sumba Timur untuk memperkenalkan produk kepada khayak masyarakat, sehingga produk lokal Desa Kuta dikenal.



Gambar 4. Pendampingan dan Monitoring Terhadap Dasawisma Kuta

Evaluasi dan Rencana Tindak Lanjut

Pada tahap ini guna mengidentifikasi persoalan dan potensi yang terjadi selama kegiatan dilakukan guna menyusun langkah-langkah konkrit untuk mengatasinya. Berdasarkan hasil evaluasi yang tertera pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa rata-rata dari persiapan, sosialisasi, pelatihan dan evaluasi menunjukkan tingkat pada kategori puas dan sangat puas adalah 74,1%, sedangkan kurang puas dan tidak puas terdapat 25,9%. Indiktor dengan presentase tertinggi pada kategori sangat puas yaitu aspek kreativitas dan inovasi yang diberikan pelaksana memberikan solusi dan meningkatkan produktivitas dan pemasaran produk mitra, sedangkan kategori sangat memiliki presentase terting pada pengenalan tim, kejelasan program yang akan dilaksanakan, respon pelaksana terhadap kebutuhan kelompok, materi yang disampaikan cukup sederhana dan dimegerti. Mitra puas terhadap pelaksanaan PkM yang dapat memberikan pengetahuan baru dan keterampilan.

Tabel 1. Evaluasi Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat di Kelompok Dasawiswa Kuta

No	Pertanyaan	Tingkat kepuasan			
		SP	P	CP	TP
Indikator Perencanaan					
1	Pengenalan Tim dan Rencana Kegiatan membantu Mitra memahami Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat	33,3%	**60,0%**	6,7%	0,00%

Copyright © 2025 The Author(s)

No	Pertanyaan	Tingkat kepuasan			
		SP	P	CP	TP
	(PKM) yang ingin dilaksanakan oleh Tim Pelaksana				
2	Materi Sosialisasi Kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	33,3%	**46,7%**	13,3%	0,00%
3	Penjajakan dan identifikasi masalah dilaksanakan sebelum dirumuskan kegiatan PKM telah sesuai dengan Kebutuhan Mitra, bukan berdasarkan keinginan tim pelaksana	26,7%	**46,7%**	26,7%	0,00%
Indikator Pelaksanaan					
4	Tim Pelaksana memberikan pelayanan atau program sesuai dengan kebutuhan mitra	26,7%	**53,3%**	20,0%	0,00%
5	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan dapat ditindaklanjuti dengan baik oleh Tim Pelaksana	26,7%	**60,0%**	13,3%	0,00%
6	Aspek kreatifitas dan inovasi yang diberikan Pelaksana memberikan solusi dan meningkatkan Produktivitas dan Pemasaran Produk Mitra.	**60,0%**	33,3%	6,7%	0,00%
7	Materi Pelatihan dan Praktik yang disampaikan jelas dan mudah dipahami	33,3%	**60,0%**	6,7%	0,00%
8	Tim Pelaksana melakukan kunjungan lapangan secara bertahap dan berkesinambungan	40,0%	**46,7%**	13,3%	0,00%
Indikator Evaluasi					
9	Setiap hal yang direncanakan dan disampaikan oleh Tim Pelaksana telah dilaksanakan secara keseluruhan	**40,00%**	33,33%	26,67%	0,00%
10	Hasil Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat sesuai dengan solusi yang diharapkan oleh mitra	31,25%	**40,00%**	26,67%	0,00%
11	Kegiatan PKM berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra	40,00%	**60,00%**	0,00%	0,00%
12	Bersedia untuk melanjutkan semua kegiatan PKM yang telah saya peroleh.	**46,67%**	**46,67%**	6,67%	0,00%
13	Keberlanjutan Program berupa penggunaan Alat TTG atau Materi tetap digunakan/dilaksanakan meskipun kegiatan pengabdian sudah selesai	40,00%	**46,67%**	13,33%	0,00%

Keterangan : SP: sangat puas; P: puas; CP: cukup puas; dan TP: tidak puas

Rencana tindak lanjut dalam kegiatan ini yaitu terus mendampingi kelompok dasawisma kuta untuk menjadi kelompok yang matang dalam memanfaatkan potensi lokal yang ada. Diharapkan Kelompok Dasawisma Kuta menjadi UMKM Desa Kuta dimana menyediakan camilan-camilan khas Desa Kuta. Peserta PkM dengan tekat yang kuat ingin melanjutkan program ini. Harapan kedepan adanya bantuan dalam uji keamanan pangan, pendampingan pengurusan layak edar produk pada BPOM.

Simpulan

Desa Kuta memiliki potensi besar di bidang pertanian, wisata, dan kuliner khas, namun pengelolaannya masih terkendala keterbatasan pengetahuan dan pemasaran. Program PkM berbasis agrowisata terbukti berhasil meningkatkan kemampuan masyarakat dalam diversifikasi produk, inovasi kuliner, branding, dan pemasaran digital.

Dasawisma Kuta menghasilkan yaitu 1) tiga jenis hasil diversifikasi produk olahan hasil pertanian dan 2 jenis kuliner hasil inovasi; 2) Menghasil brand lokal yaitu *"LONDALIMA"* dan menghasilkan 5 jenis usaha produksi yaitu matahamu kuta biscuit, kalu kuta kripik, manila kuta kribo, manggulu dan kaparak; 3) Mampu memanfaatkan lokasi wisata, pameran produk dan media sosial untuk pemasaran produk.

Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan mitra mencapai 74,1% pada kategori puas dan sangat puas, dengan aspek kreativitas dan inovasi memperoleh nilai tertinggi. Untuk keberlanjutan, program ini memerlukan pendampingan lanjutan, penguatan kelompok Dasawisma menjadi UMKM desa, serta dukungan legalitas produk melalui uji keamanan pangan dan izin edar agar produk lokal lebih kompetitif.

Ucapan Terimakasih

Tuliskan ucapan terimakasih kepada Direktorat Jendarl Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyrakat (DPPM) yang telah mendukung dalam bentuk biaya pelaksanaan kegiatan ini. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Wira Wacana Sumba yang memfasilitasi pelaksanan kegiatan ini. Pemerintah Desa Kuta yang sangat mendukung pelaksanaan program ini.

Referensi

Anggrayani, S., Sabastian, G., Purnomosidhi, P., Suryadi, A., Ismawan, I. N., Hanggawali, N., Mulyoutami, E., Roshetko, J. M., Pembangunan, S., & Pedesaan Indonesia, E. (2018). *Pilihan Manajemen Budidaya Kacang Tanah sebagai Upaya untuk Memperbaiki Penghidupan Masyarakat Haharu*. https://www.cifor-icraf.org/publications/region/sea/publications/softcopy/WP00241-18.pdf

BPS. (2024). *Persentase Penduduk Miskin Menurut Kabupaten/Kota di NTT, 2023-2024*. https://ntt.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTg0IzI=/persentase-penduduk-miskin-menurut-kabupaten-kota.html

Dalman, Fakhrurozi, M., & Saputeri, N. P. (2024). Pemanfaatan Potensi Lokal Melalui Inovasi Pangan Cendol Lele Durian Sebagai Usaha Produktif. *Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1). https://doi.org/10.33474/p

Katili, M. R., Suhada, S., & Amali, L. N. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan dan Pendampingan dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa. *Jurnal Sibermas*

(Sinergi Pemberdayaan Masyarakat), *8*(2), 187–197. https://doi.org/10.37905/sibermas.v8i2.7847

Krusdewinta, H. A., & Ajhuri, K. fithri. (2025). Pengembangan Potensi Ekonomi Desa Melalui Optimalisasi Aset Based Community Development Di Desa Tambang Kecamatan Pudak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *17*(1), 31–37. https://doi.org/10.55049/jeb.v17i1.390

Marsigit, W. (2010). Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan. *AGRITECH*, *30*(4). https://jurnal.ugm.ac.id/agritech/article/view/9717

Ndjurumbaha, V. Y. L., Tiwu, M. I. H., & Ballo, F. W. (2024). Peran Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sumba Timur. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, *2*(3), 46–55. https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.366

Sijabat, R., Caroline, F., Sitinjak, B. M., Saragih, L. S., & Putriku, A. E. (2024). Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Guna Meningkatan Pemasaran Secara Global. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, *1*(3), 21–33. https://doi.org/10.61132/jeap.v1i3.179

Sari, R. K., Wijayanti, M., Setyawati, N. W., Bukhari, E., & Untari, D. T. (2025). Inovasi Menu Lokal Dan Pelestarian Warisan Kuliner Bekasi Dalam Persektif Bisnis Kreatif. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(2), 6462–6467. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1644

Sembiring, E. R., & Trivana, L. (2024). Diversifiksi Pangan Lokal Buah Nipah Untuk Meningkatkan Nilai Tambah. *Warta BSIP Perkebunan*, *2*(2), 12–19. https://epublikasi.pertanian.go.id/berkala/wartabun/article/view/3867

Suryani, E., Diswandi, Furkan, L. M., Smith, M. A. N. A., & Ali, M. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Desa Demi Terwujudnya Agrowisata Desa Saribaye Kecamatan Lingsar. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, *3*(4). https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.977

Susanti, & Erlin Kurniati. (2025). Analisis Pengembangan Wilayah Berbasis Potensi Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Daerah di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, *4*(1), 274–297. https://doi.org/10.59827/jie.v4i1.224