

Pemberdayaan Masyarakat Lokal melalui Produksi dan Inovasi Gipang untuk Memperkuat Perekonomian Daerah

Empowering Local Communities through Gipang Production and Innovation to Strengthen the Regional Economy

Ratna Ekawati *

Shanti Kirana Anggraeni

Muhammad Adha Ilhami

Tamara Arip Hidayah

Findi Choerun Annisa

*Department of Industrial Engineering and Management, Sultan Ageng Tirtayasa University, Serang, Banten, Indonesia

email: ratna.ti@untirta.ac.id

Kata Kunci

Pemberdayaan masyarakat
UMKM Cilegon
Inovasi produk gipang
Ekonomi lokal

Keywords:

Community empowerment
MSMEs Cilegon
Product gipang innovation
Local economy

Received: September 2025

Accepted: December 2025

Published: May 2026

Abstrak

Cilegon City, widely recognized as an industrial hub, faces challenges in promoting more inclusive local economic growth, making the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) based on traditional products increasingly important. One of the local potentials is gipang, a traditional snack made from glutinous rice or cassava, which carries both cultural value and economic opportunities. This study aims to design and implement a community empowerment model through gipang product innovation to enhance MSME production capacity, quality, and competitiveness. The research method involved identifying key problems, collecting primary data through surveys and interviews, conducting both qualitative and quantitative analyses, and designing an empowerment model that included hygienic production training, product diversification, modern packaging design, the use of digital marketing, and limited-scale pilot testing. The findings reveal a positive trend: production increased from 1,200 kg in 2020 to 2,600 kg in 2024, while sales rose from IDR 180 million to IDR 440 million. MSMEs involved in the intervention recorded a 20–30% increase in turnover within the first six months and began creating new employment opportunities. These results demonstrate that gipang-based empowerment not only raises household income and community skills but also strengthens Cilegon's cultural identity. Therefore, developing gipang MSMEs can serve as a relevant strategy for economic diversification amid the dominance of heavy industry and is recommended to be sustained through institutional strengthening, continuous innovation, digitalization, and integration with the tourism sector.

Abstract

Cilegon City, widely recognized as an industrial hub, faces challenges in promoting more inclusive local economic growth, making the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) based on traditional products increasingly important. One of the local potentials is gipang, a traditional snack made from glutinous rice or cassava, which carries both cultural value and economic opportunities. This study aims to design and implement a community empowerment model through gipang product innovation to enhance MSME production capacity, quality, and competitiveness. The research method involved identifying key problems, collecting primary data through surveys and interviews, conducting both qualitative and quantitative analyses, and designing an empowerment model that included hygienic production training, product diversification, modern packaging design, digital marketing, and limited-scale pilot testing. The findings reveal a positive trend: production increased from 1,200 kg in 2020 to 2,600 kg in 2024, while sales rose from IDR 180 million to IDR 440 million. MSMEs involved in the intervention recorded a 20–30% increase in turnover within the first six months and began creating new employment opportunities. These results demonstrate that gipang-based empowerment not only raises household income and community skills but also strengthens Cilegon's cultural identity. Therefore, developing gipang MSMEs can serve as a relevant strategy for economic diversification amid the dominance of heavy industry, and is recommended to be sustained through institutional strengthening, continuous innovation, digitalization, and integration with the tourism sector.



© 2026 Ratna Ekawati, Shanti Kirana Anggraeni, Muhammad Adha Ilhami, Tamara Arip Hidayah, Findi Choerun Annisa. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](http://www.institutepengabdianmu.com). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i5.10962>

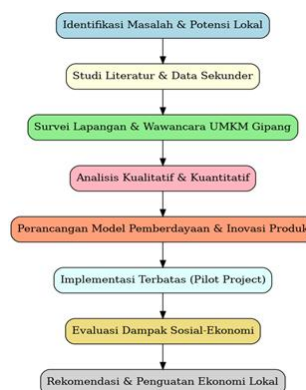
PENDAHULUAN

Kota Cilegon dikenal sebagai kota industri dengan struktur ekonomi yang didominasi oleh sektor industri pengolahan. Berdasarkan Kebijakan Umum Anggaran dan Prioritas *Plafon* Anggaran Sementara (KUA-PPAS) APBD Kota Cilegon Tahun 2023, kontribusi sektor industri pengolahan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) secara rata-rata berada di atas 55%. Hal ini menegaskan kuatnya basis manufaktur sebagai penggerak utama perekonomian daerah. Namun demikian, penguatan ekonomi lokal yang inklusif menuntut adanya diversifikasi sumber pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan usaha kecil berbasis komunitas agar manfaat pembangunan dapat dirasakan secara lebih merata hingga ke tingkat rumah tangga (BPS & Pemerintah Kota Cilegon). Secara nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Oleh karena itu, strategi penguatan UMKM menjadi kunci dalam memperluas kesempatan kerja, memperdalam basis produksi lokal, serta meningkatkan ketahanan ekonomi daerah, termasuk di Kota Cilegon (Kemenko Perekonomian; Kemenkeu/DJPb). Pengembangan UMKM juga menjadi instrumen penting dalam menciptakan struktur ekonomi yang lebih seimbang di tengah dominasi sektor industri berskala besar. Salah satu potensi ekonomi lokal yang berkembang di Kota Cilegon adalah UMKM berbasis pangan tradisional, khususnya produksi gipang. Gipang merupakan makanan tradisional berbahan dasar ketan dan gula yang telah lama menjadi identitas kuliner Cilegon sekaligus oleh-oleh khas bernilai ekonomi. Dalam beberapa tahun terakhir, pelaku UMKM gipang mulai menunjukkan berbagai bentuk inovasi, seperti substitusi bahan baku dari beras ketan ke singkong lokal untuk efisiensi biaya, penguatan *branding* dan kemasan yang lebih modern, penggunaan wadah plastik dan toples, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Bahkan, sebagian produk telah menembus pasar ekspor melalui jejaring diaspora pekerja migran. Dukungan pemerintah daerah terhadap penguatan UMKM gipang juga tercermin melalui berbagai program pendampingan yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Cilegon di Sentra Gipang. Program ini bertujuan membangun ekosistem UMKM gipang yang lebih kuat dan berdaya saing tinggi, sehingga mengindikasikan besarnya potensi gipang sebagai lokus pemberdayaan masyarakat dan pengungkit ekonomi kreatif daerah (Antara Banten, 2025). Dari sisi teoritis, konsep pemberdayaan (*empowerment*) memandang pembangunan sebagai proses peningkatan kapasitas, kontrol, dan akses masyarakat terhadap sumber daya, termasuk pengetahuan, modal, jejaring, dan pasar melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Model ini menekankan pentingnya pengorganisasian komunitas melalui kelompok usaha atau koperasi, penguatan keterampilan teknis, tata kelola usaha, serta literasi digital agar komunitas mampu mengelola rantai nilai secara lebih adil dan berkelanjutan. Dalam konteks industri pangan tradisional, literatur juga menegaskan pentingnya inovasi produk melalui diversifikasi bahan dan rasa, standardisasi mutu, keamanan pangan, serta pengemasan modern agar dapat menyesuaikan dengan preferensi konsumen kontemporer (Pratama, 2012). Meskipun peluang pasar pangan tradisional terus tumbuh seiring berkembangnya pariwisata domestik dan ekonomi kreatif, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti konsistensi mutu dan ukuran produk, keterbatasan skala produksi, akses sertifikasi (PIRT dan halal), pembiayaan, serta rendahnya adopsi teknologi digital. Rendahnya tingkat inovasi dan pemanfaatan teknologi tersebut menyebabkan daya saing UMKM relatif lemah, baik dari sisi kualitas produk, efisiensi produksi, maupun akses pasar (Yuliani *et al.*, 2022). Padahal, inovasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pangsa pasar, serta menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat (Porter, 2008). Digitalisasi UMKM juga terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pemasaran (OECD, 2021; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022). Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan UMKM yang terarah, sistematis, dan berkelanjutan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan. Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas produksi dan inovasi produk gipang menjadi strategi yang relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut. Pendekatan pelatihan berbasis praktik dan pendampingan berkelanjutan dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan pelaku UMKM serta memperkuat kemandirian usaha (Susanti *et al.*, 2021). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berpotensi meningkatkan daya saing UMKM, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal dan identitas budaya Cilegon. Upaya mempertahankan

pemberdayaan masyarakat dengan produksi dan inovasi gipang menjadi strategi yang relevan bagi Kota Cilegon untuk menyeimbangkan dominasi sektor industri berat dengan pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif. Intervensi berbasis komunitas melalui pelatihan proses produksi yang efisien, standardisasi mutu, penguatan kelembagaan kelompok usaha, akses pembiayaan, serta transformasi digital diproyeksikan mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga dan ketahanan ekonomi masyarakat. Kondisi makro Cilegon yang terus tumbuh, dengan PDRB Triwulan I Tahun 2025 mencapai pertumbuhan 5,96% (*year-on-year*), juga menunjukkan adanya lingkungan usaha yang kondusif bagi perkembangan UMKM kuliner (BPS Kota Cilegon, 2025). Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini menyajikan program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberdayakan UMKM penghasil gipang melalui pelatihan terstruktur dan pendampingan berkelanjutan dalam proses produksi dan inovasi produk. Program ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis, memperbaiki kualitas produk, serta mendorong keberlanjutan usaha. Melalui pendekatan pemberdayaan yang terintegrasi, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing UMKM berbasis komunitas di Kota Cilegon.

METODE

Peneliti mengumpulkan literatur tentang pemberdayaan masyarakat, inovasi produk pangan, serta strategi penguatan UMKM. Data sekunder juga dihimpun dari BPS, Pemerintah kota Cilegon, dan Kementerian terkait mengenai kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional maupun lokal. Tahap ini memberi landasan teoretis sekaligus konteks empiris (Yin, 2018). Pengumpulan data primer dilakukan melalui survei dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM gipang. Aspek yang diteliti mencakup proses produksi, variasi produk, manajemen usaha, serta strategi pemasaran. Wawancara partisipatif membantu menggali pengalaman langsung masyarakat dan memastikan pendekatan berbasis kebutuhan (Creswell *et al.*, 2018). Data yang diperoleh dianalisis secara: Kualitatif: mengidentifikasi pola masalah, strategi adaptasi, serta peluang inovasi produk; Kuantitatif: mengukur dampak ekonomi UMKM gipang terhadap pendapatan rumah tangga dan kontribusinya terhadap PDRB lokal. Analisis ini memberi gambaran komprehensif atas kondisi UMKM gipang (Miles *et al.*, 2014). Berdasarkan hasil analisis, disusun model pemberdayaan yang meliputi: Peningkatan kapasitas produksi (standardisasi mutu, pelatihan higienitas) dengan merancang poster 5S, SOP pembuatan gipang khususnya yang bahan bakunya singkong dan Ketan; Inovasi produk (diversifikasi rasa/bahan, desain kemasan modern); digital *marketing* (pemanfaatan *e-commerce*, media sosial). Model yang dirancang diuji coba dalam skala terbatas, misalnya pendampingan digital *marketing*. Tujuannya adalah melihat tingkat kesiapan masyarakat dalam mengadopsi inovasi dan mengukur dampak awalnya. Evaluasi dilakukan untuk mengukur hasil implementasi, meliputi peningkatan pendapatan UMKM, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan keterampilan masyarakat. Evaluasi menggunakan pendekatan *utilization-focused evaluation* untuk memastikan hasilnya dapat dimanfaatkan pemangku kepentingan (Patton, 2008). Hasil evaluasi dijadikan dasar penyusunan rekomendasi kebijakan bagi pemerintah daerah, penguatan kapasitas kelembagaan UMKM, serta strategi keberlanjutan. Tahap ini menjadi kontribusi nyata dalam memperkuat ketahanan ekonomi daerah melalui kuliner khas lokal.

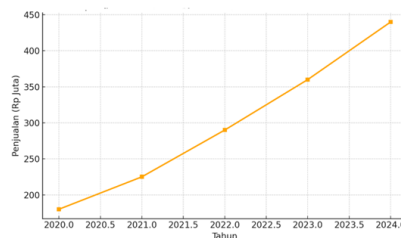


Gambar 1. Flowchart Penelitian.

Gambar 1, menerangkan rancangan sistematis proses pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk gipang dapat berjalan terarah dan terukur. Tahap pertama adalah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM gipang, seperti keterbatasan teknologi produksi, kualitas yang tidak seragam, keterbatasan modal, serta tantangan pemasaran digital. Di sisi lain, dipetakan pula potensi lokal berupa ketersediaan bahan baku (ketan, gula, singkong) dan tradisi kuliner gipang sebagai identitas daerah. Identifikasi ini penting agar solusi yang dirancang relevan dengan kebutuhan masyarakat (Chambers, 1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa UMKM gipang di Kota Cilegon mayoritas masih berskala rumah tangga. UMKM gipang merupakan salah satu sektor usaha kuliner tradisional yang memiliki potensi ekonomi, nilai historis, serta identitas budaya sebagai oleh-oleh khas daerah. Berdasarkan survei lapangan dan wawancara, sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan peralatan sederhana, memiliki keterbatasan modal, serta memanfaatkan tenaga kerja dari lingkungan keluarga. Keterbatasan utama yang dihadapi meliputi aspek teknologi produksi, standar mutu, permodalan, serta akses pasar. Produk umumnya dipasarkan secara lokal dengan sistem distribusi sederhana. Temuan ini sejalan dengan laporan BPS Banten (2024) yang menyebutkan bahwa mayoritas UMKM menghadapi permasalahan klasik berupa keterbatasan modal, manajemen, dan teknologi. Meskipun demikian, potensi pengembangan gipang tetap besar karena didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal seperti beras ketan, gula, dan singkong, serta meningkatnya permintaan pangan tradisional yang dikemas secara modern (Harbowo *et al.*, 2019). Data simulasi capaian produksi dan penjualan UMKM gipang di Kota Cilegon periode 2020–2024 menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan. Produksi meningkat dari 1.200 kg pada tahun 2020 menjadi 2.600 kg pada tahun 2024, sementara penjualan naik dari Rp180 juta menjadi Rp440 juta. Pertumbuhan penjualan rata-rata 25–30% per tahun mengindikasikan bahwa inovasi produk dan strategi pemasaran memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan permintaan pasar. Temuan ini memperkuat pendapat Porter (2008) bahwa inovasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan Keberlanjutan usaha.



Gambar 2. Data penjualan produk gipang.

Gambar 2 menjelaskan pertumbuhan penjualan gipang yang mengindikasikan adanya tren peningkatan kapasitas produksi dan permintaan pasar. Kenaikan penjualan rata-rata 25–30% per tahun menunjukkan bahwa inovasi produk dan strategi pemasaran memiliki kontribusi signifikan terhadap daya tarik konsumen. Berdasarkan metode yang diterapkan, pemberdayaan UMKM gipang dilakukan melalui :

- a. Pelatihan Produksi: pengenalan *Good Manufacturing Practices* (GMP), standarisasi ukuran, dan penerapan prinsip 5S. Hasilnya, mutu produk menjadi lebih konsisten.



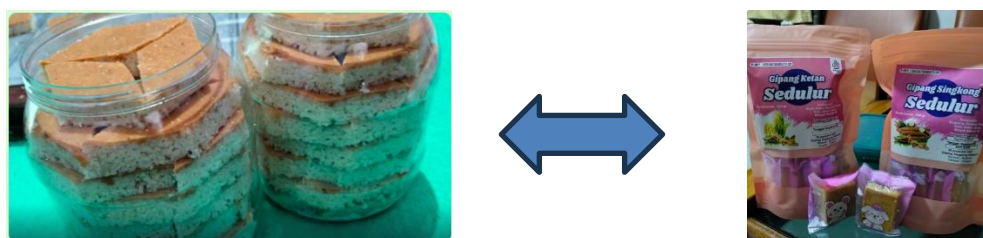
Gambar 3. Kegiatan Pengabdian.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Gipang Sedulur Bapak Ichwanoel Muslimin, yang melanjutkan usaha rintisan orang tuanya di Cilegon, Banten, dan memproduksi camilan tradisional gipang singkong yang terkenal renyah, gurih, dan legendaris, dengan alamat produksi di Link Bentola, Kelurahan Bulakan. Usaha UMKM ini juga dikenal dengan nama Gipang Singkong Sedulur atau Gipang Ketan Sedulur, dan telah berhasil menembus pasar ekspor ke luar negeri seperti Malaysia dan Jepang. Gambar 3. memperlihatkan alur proses produksi gipang secara runtut mulai dari bahan mentah hingga menjadi produk siap edar. Proses diawali dengan kegiatan memasak adonan ketan yang dicampur dengan gula merah atau gula aren hingga menjadi dasar pembuatan gipang. Selanjutnya, adonan panas dituangkan ke wadah besar lalu diratakan agar padat dan mudah dipotong. Setelah agak dingin, adonan tersebut dipotong menjadi ukuran yang lebih kecil dengan bantuan beberapa orang agar lebih cepat dan seragam. Potongan gipang kemudian dikemas dalam plastik kecil untuk menjaga kebersihan sekaligus memperpanjang daya simpan. Kemudian produk dikemas ke dalam bungkus bermerek "Sedulur" sebagai identitas dan nilai tambah dalam pemasaran. Hasil akhirnya adalah gipang dalam kemasan yang rapi, higienis, dan siap diedarkan ke konsumen. Tabel 1. menampilkan penerapan prinsip 5S serta Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam proses produksi gipang berbahan dasar ketan dan singkong. Pada gambar pertama dijelaskan bahwa UMKM Gipang Sedulur menerapkan konsep 5S, yaitu Seiri (ringkas), Seiton (rapi), Seiso (resik), Seiketsu (rawat), dan Shitsuke (disiplin) untuk menjaga keteraturan, kebersihan, serta konsistensi kerja. Gambar kedua berisi SOP pembuatan gipang ketan yang dimulai dari pemilihan bahan, pengukusan, penjemuran, penggorengan, pencampuran dengan larutan gula, pencetakan, pemotongan, pendinginan, hingga pengemasan. Sementara itu, gambar ketiga menjelaskan SOP pembuatan gipang singkong yang alurnya mirip dengan gipang ketan, namun diawali dengan pemotongan singkong tipis sebelum melalui proses pengeringan, pencampuran gula, pencetakan, hingga pengemasan. Secara keseluruhan, gambar-gambar tersebut menunjukkan bahwa produksi gipang Sedulur telah terstruktur dengan baik melalui penerapan prinsip manajemen mutu dan SOP yang jelas, sehingga dapat meningkatkan efisiensi, menjaga kualitas produk, serta mendukung profesionalitas usaha.

Tabel I. 5S dan SOP Gipang Ketan - Singkong.



Inovasi Produk: diversifikasi rasa (misalnya coklat, pandan, keju), penggunaan singkong sebagai substitusi bahan, serta desain kemasan yang lebih modern dan ramah lingkungan. Hal ini meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk.



Gambar 4. Inovasi Bahan baku dan kemasan.

Berdasarkan gambar 4, terlihat adanya perbedaan yang jelas antara produk gipang tradisional dan produk yang sudah mengalami inovasi. Pada gambar pertama, gipang masih dikemas dalam toples plastik transparan tanpa label, sehingga kurang memberikan nilai tambah dari sisi *branding*, meskipun praktis untuk penyimpanan. Sementara itu, gambar kedua menunjukkan inovasi kemasan dengan penggunaan standing pouch berdesain modern dan berlabel merek "Sedulur", yang lebih higienis, informatif, dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, inovasi juga terlihat pada diversifikasi bahan baku, yaitu dari gipang berbahan dasar ketan menjadi varian baru berbahan singkong. Perubahan ini menunjukkan upaya pelaku UMKM dalam meningkatkan daya tarik produk, memperluas segmen pasar, serta memanfaatkan potensi bahan lokal yang lebih terjangkau namun tetap mempertahankan cita rasa khas pangan tradisional.

a. Digital Marketing: UMKM yang menggunakan *platform* media sosial dan e-commerce mengalami peningkatan permintaan dari luar Cilegon.



Gambar 5. Output Pengabdian.

Gambar 5. menunjukkan upaya pengembangan produk Gipang Sedulur melalui inovasi kemasan modern dalam bentuk standing pouch yang menarik, informatif, dan mencantumkan varian bahan baku serta harga untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, adanya sertifikat hak cipta untuk karya video digital marketing "Iklan Produk Gipang Sedulur" menegaskan bahwa strategi promosi produk juga dilindungi secara hukum. Kombinasi inovasi kemasan dan perlindungan hak cipta ini mencerminkan keseriusan UMKM dalam membangun *branding*, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

a. Kelembagaan: terbentuknya kelompok usaha gipang memungkinkan kolaborasi dalam pengadaan bahan baku dan promosi bersama.



Gambar 6. UMKM menuju Sentra.

Gambar 6 menunjukkan bahwa pengembangan gipang di Cilegon didukung oleh kelembagaan yang kuat melalui pemberdayaan masyarakat, kolaborasi dengan perguruan tinggi, serta pembentukan sentra produksi bersama. Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh sebanyak 6 orang pelaku UMKM gipang yang berasal dari sentra produksi di Kota Cilegon. Para peserta terlibat aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari pelatihan produksi, inovasi produk, hingga pemasaran digital. Upaya ini tidak hanya meningkatkan kapasitas UMKM dalam aspek produksi dan manajemen, tetapi juga memperkuat identitas daerah serta memperluas akses pasar, sehingga mampu menciptakan daya saing dan keberlanjutan usaha secara kolektif. Pelaksanaan kegiatan pengabdian didukung oleh tim pelaksana dengan pembagian tugas yang jelas. Ketua tim bertanggung jawab terhadap perencanaan program, koordinasi kegiatan, serta monitoring dan evaluasi. Anggota tim berperan dalam penyampaian materi *Good Manufacturing Practices* (GMP) dan standar mutu

produksi, pendampingan inovasi produk dan kemasan, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan kelembagaan dan administrasi usaha. Pembagian tugas yang sistematis ini memastikan bahwa seluruh tahapan pengabdian berjalan secara terarah dan efektif dalam mendukung pemberdayaan UMKM gipang di Kota Cilegon. Hasil implementasi terbatas (*pilot project*) menunjukkan adanya peningkatan omzet UMKM peserta sebesar 20–30% dalam enam bulan pertama. Beberapa pelaku usaha juga mulai merekrut tenaga kerja tambahan di luar anggota keluarga, yang menunjukkan adanya potensi penciptaan lapangan kerja baru. Dampak pemberdayaan terlihat pada tiga dimensi utama, yaitu peningkatan pendapatan keluarga (ekonomi), peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran digital (sosial), serta penguatan identitas gipang sebagai produk khas daerah (budaya). Temuan ini menguatkan teori pemberdayaan yang menekankan peningkatan kapasitas, akses, dan kontrol masyarakat terhadap sumber daya lokal (Chambers, 1994; Pratama, 2012). Dominasi sektor industri berat di Cilegon menjadikan kontribusi UMKM relatif kecil terhadap PDRB. Namun, penguatan UMKM berbasis produk lokal seperti gipang dapat menjadi strategi diversifikasi ekonomi. Pertumbuhan produksi dan penjualan gipang menunjukkan bahwa sektor kuliner tradisional memiliki prospek dalam memperluas basis ekonomi daerah. Integrasi gipang ke dalam ekosistem ekonomi kreatif dan pariwisata juga dapat mendukung keberlanjutan usaha. Dengan promosi yang tepat, gipang berpotensi menjadi ikon kuliner yang tidak hanya menopang ekonomi rumah tangga, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap citra dan daya saing Kota Cilegon. Namun demikian, dari sisi kedalaman akademik, penyajian data peserta, materi pelatihan, dan narasumber masih perlu disusun dalam bentuk tabel agar memudahkan analisis yang lebih sistematis. Dari sisi kesesuaian, sasaran kegiatan dan variabel pemberdayaan sudah tepat, tetapi biodata narasumber belum disajikan secara lengkap sehingga mengurangi kekuatan akademik dari kegiatan pendampingan. Dari sisi keakuratan analisis, uraian mengenai tim pelaksana kegiatan dan pembagian tugasnya masih perlu ditambahkan agar alur pelaksanaan pengabdian dapat dipahami secara lebih komprehensif. Sementara itu, kesimpulan kegiatan secara umum telah mampu menjawab permasalahan yang dihadapi UMKM dan masyarakat, meskipun masih memerlukan dukungan data kuantitatif yang lebih lengkap agar hasilnya semakin kuat secara ilmiah. Dalam konteks pembangunan daerah, dominasi sektor industri berat di Kota Cilegon menyebabkan kontribusi UMKM terhadap PDRB relatif kecil. Namun, penguatan UMKM berbasis produk lokal seperti gipang dapat menjadi strategi diversifikasi ekonomi yang efektif. Integrasi gipang ke dalam ekosistem ekonomi kreatif dan pariwisata berpotensi memperkuat keberlanjutan usaha. Dengan promosi yang tepat, gipang tidak hanya menopang ekonomi rumah tangga, tetapi juga berkontribusi terhadap citra dan daya saing Kota Cilegon sebagai kota industri yang tetap memberdayakan ekonomi warganya.

KESIMPULAN

Pemberdayaan masyarakat melalui produksi dan inovasi gipang di Cilegon mampu meningkatkan kapasitas UMKM, baik dari sisi produksi, kualitas, maupun pemasaran. Hal ini tercermin dari tren peningkatan produksi (naik dari 1.200 kg pada 2020 menjadi 2.600 kg pada 2024) dan penjualan (dari Rp180 juta menjadi Rp440 juta). Inovasi produk berupa diversifikasi rasa, desain kemasan modern, serta pemanfaatan *platform* digital terbukti berkontribusi pada peningkatan daya tarik dan nilai tambah produk gipang. Implementasi pemberdayaan dalam bentuk pelatihan, penguatan kelembagaan, serta pilot project menghasilkan peningkatan omzet UMKM sebesar 20–30% dalam jangka pendek, sekaligus membuka peluang penyerapan tenaga kerja lokal. Program ini berdampak positif secara sosial-ekonomi, tidak hanya menambah pendapatan pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal melalui pengenalan gipang sebagai ikon kuliner khas Cilegon. Dengan demikian, pengembangan UMKM berbasis produk lokal dapat menjadi strategi diversifikasi ekonomi yang mendukung penguatan ekonomi daerah, khususnya di tengah dominasi sektor industri berat di Cilegon. Keunikan dan kontribusi ilmiah kegiatan pengabdian ini terletak pada integrasi pemberdayaan UMKM berbasis produk pangan lokal dengan inovasi produksi, penguatan kelembagaan, dan pemasaran digital dalam satu model pendampingan terpadu. Kegiatan ini tidak hanya mendukung program pemerintah dalam meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi masyarakat, tetapi juga menawarkan model pemberdayaan UMKM gipang yang kontekstual, aplikatif, dan berpotensi

direplikasi di daerah lain dengan karakteristik serupa. Saran untuk penelitian ini adalah Penguatan Kelembagaan: Pemerintah daerah perlu mendukung terbentuknya koperasi atau kelompok usaha bersama untuk memperkuat daya tawar UMKM gipang, khususnya dalam pengadaan bahan baku dan distribusi. Inovasi Berkelanjutan: UMKM perlu terus mengembangkan variasi produk dan desain kemasan sesuai dengan tren pasar, serta mempertahankan standar kualitas melalui penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP). Pemasaran Digital dan *Branding*: Perlu ada pelatihan lanjutan bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan media sosial, *marketplace*, dan strategi *branding* sehingga gipang dapat dipasarkan tidak hanya di Cilegon, tetapi juga ke tingkat nasional bahkan ekspor. Kolaborasi Multi Pihak: Sinergi antara akademisi, pemerintah, dan sektor swasta sangat penting dalam mendukung riset, pembiayaan, serta promosi produk gipang sebagai kuliner khas daerah. Integrasi dengan Sektor Pariwisata: Gipang dapat diposisikan sebagai oleh-oleh khas Cilegon sehingga mendukung promosi wisata kuliner, meningkatkan daya saing, dan memperkuat identitas daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa atas dukungan dana melalui Dana Hibah Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat skema Program Kemitraan Masyarakat Tahun 2025.

REFERENSI

- ANTARA Banten. (2025, 18 Mei). Gipang makanan tradisional khas Cilegon tembus pasar internasional. <https://banten.antaranews.com/berita/335257/gipang-makanan-tradisional-khas-cilegon-tembus-pasar-internasional>
- Badan Pusat Statistik Kota Cilegon. (2025, 23 Juni). Pertumbuhan Ekonomi Kota Cilegon Triwulan I-2025. <https://cilegonkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/06/23/196/pertumbuhan-ekonomi-kota-cilegon-triwulan-i-2025.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (n.d.). Banyaknya Usaha/Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten/Kota dan Kelompok Pekerja di Provinsi Banten. <https://banten.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjE1IzI%3D/banyaknya-usaha-perusahaan-industri-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota-dan-kelompok-pekerja-di-provinsi-banten.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (2024). Banyaknya usaha/perusahaan industri mikro dan kecil menurut kabupaten/kota dan kelompok pekerja di Provinsi Banten. <https://banten.bps.go.id>
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, **22**(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5)
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications. https://pubhtml5.com/enuk/cykh/Creswell_and_Poth_2018_Qualitative_Inquiry_4th/
- Dinas Koperasi & UMKM Kota Cilegon. (2024, 31 Juli). Kunjungan UMKM ke Sentra Gipang Cilegon. <https://sedulur.cilegon.go.id/untuk-data/berita/2525/20230120031332>
- Harbowo, K., et al. (2019). The present and the future of Indonesian culinary industry. In *Culinary Industry: The Present and Future* (pp. 1–15). (E-print). <https://www.researchgate.net/publication/332569436>
- Indonesia.go.id - UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, 24 Agustus). Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi.

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>

- Kementerian Keuangan RI, Ditjen Perbendaharaan. (2023, 15 Juli). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat%2C-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022, Program Adaptasi dan Transformasi Ekonomi Nasional, (3rd Edition) <https://eperustakaan.kemenkopukm.go.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=155&bid=1547>
- Pemerintah Kota Cilegon. (2022). Informasi KUA-PPAS Tahun 2023 (PDF). https://cilegon.go.id/assets/img/dokumen/2_Informasi_KUA_PPAS_Tahun_2023.pdf
- Mahdi U, Listyaningtyas D, Fachry E, Mustopa S, Yusnita N, (2025), Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal, *SEIKO Journal of Management & Business*, <https://doi.org/10.37531/sejaman.v9i1.10442>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. <https://www.metodos.work/wp-content/uploads/2024/01/Qualitative-Data-Analysis.pdf>
- OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship The Digital Transformation of SMEs (2021) https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/02/the-digital-transformation-of-smes_ec3163f5/bdb9256a-en.pdf
- Patton, M. Q. (2008). *Utilization-focused evaluation* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pratama, A. (2012). *Community development berbasis empowerment sebagai strategi pemberdayaan masyarakat* (PDF). Universitas Terbuka. <https://repository.ut.ac.id/2504/1/fisip201221.pdf>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Yuliani , Ramli A , Rakib M. (2022) Konsep Inovasi Usaha Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, Seminar Dies Natalis UNM ke-61, 4(1),pp. 65-74, ISSN : 2685-7480. <https://ojs.unm.ac.id/semnasunm2022/article/view/41625>