

Optimalisasi Olahan Lokal Lekun: Peluang Pasar dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Lokal di Desa Kringa

Tobias Joni Temu^{1*}, Marselus Don Bosko²

Manajemen^{1*}, Akuntansi². Universitas Nusa Nipa

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi, tantangan, peluang pasar, dan strategi pemberdayaan ekonomi lokal dalam mengoptimalkan pengembangan kue lekun sebagai produk unggulan berbasis kearifan lokal di Desa Kringa. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lekun memiliki potensi besar sebagai produk pangan tradisional yang kaya akan nilai budaya dan dapat mendukung ekonomi lokal. Namun, pengelolaannya masih terbatas pada pengolahan tradisional, dengan tantangan utama terkait inovasi pengemasan dan pemasaran. Masyarakat Desa Kringa belum sepenuhnya memanfaatkan peluang pasar yang ada, baik di tingkat lokal maupun lebih luas. Selain itu, strategi pemberdayaan yang melibatkan kolaborasi antara petani, pelaku usaha, dan pemerintah desa sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas distribusi lekun. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengembangkan pemahaman tentang pemberdayaan ekonomi lokal berbasis produk budaya dan menawarkan rekomendasi untuk pengembangan lekun sebagai produk unggulan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Kringa.

Kata Kunci: *Kue lekun; Pemberdayaan Ekonomi Lokal; Produk Unggulan; Kearifan lokal; Pemasaran*

Abstract

This study aims to identify the potential, challenges, market opportunities, and strategies for local economic empowerment in optimising the development of lekun cakes as a flagship product based on local wisdom in Kringa Village. The method employed is a qualitative descriptive approach, utilising data collection techniques that include interviews, observations, and documentation. The research results indicate that lekun has great potential as a traditional food product rich in cultural values and can support the local economy. However, its management is still limited to conventional processing, with the main challenges related to packaging and marketing innovation. The community of Kringa Village has not fully capitalised on existing market opportunities, both at the local and broader levels. Furthermore, empowerment strategies involving collaboration between farmers, entrepreneurs, and the village government are essential to improve product quality and expand the distribution of lekun. This research contributes to the development of an understanding of local economic empowerment based on cultural products. It offers recommendations for the development of Lekun as a superior product that can enhance the welfare of the Kringa Village community.

Keywords: *Lekun cake; Local Economic Empowerment; Superior Products; Local Wisdom; Marketing.*

Copyright (c) 2025 Tobias Joni Temu

[†] Corresponding author :

Email Address : temujoni231@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang memiliki keberagaman hayati dan budaya yang luar biasa. Kekayaan ini tercermin salah satunya dalam bentuk ragam pangan tradisional yang tersebar di berbagai wilayah. Pangan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan gizi masyarakat, tetapi juga sebagai ekspresi budaya yang diwariskan secara turun-temurun (Setiawan, 2016). Menurut Harsana et al., (2023), pangan tradisional merupakan wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, beraneka macam dan jenis yang mencerminkan potensi alam daerah masing-masing (Liu et al., 2022). Oleh karena itu, pelestarian dan pengembangan pangan lokal tidak hanya penting dari sisi ketahanan pangan, tetapi juga dalam konteks pelestarian budaya dan penguatan ekonomi lokal.

Salah satu pangan tradisional yang khas dan bernilai budaya tinggi adalah lekun, kue tradisional asal wilayah Desa Kringa, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Lekun bukan sekadar makanan, melainkan bagian dari sistem sosial dan budaya masyarakat lokal. Kue ini memiliki makna simbolik yang mendalam karena biasanya dihidangkan pada momen-momen penting seperti upacara pertunangan, pernikahan, dan kedukaan (Lodo Huer). Dalam konteks tersebut, lekun menjadi representasi dari nilai kekeluargaan, penghormatan terhadap tradisi, serta bentuk partisipasi sosial dalam kegiatan adat.

Secara teknis, kue lekun dibuat dari bahan dasar beras ketan hitam dan beras putih yang digiling menjadi tepung, kemudian dicampur dengan parutan kelapa, gula merah, dan air panas, dan selanjutnya dikukus atau dibakar dalam bambu (tu'in). Proses pengolahan yang masih sangat tradisional menjadi bagian dari daya tarik lekun, meskipun di sisi lain, juga menjadi tantangan ketika ingin meningkatkan skala produksi atau menyesuaikan dengan standar industri pangan modern. Namun demikian, cita rasa lekun yang khas, teksturnya yang lembut, serta aroma wangi dari parutan kelapa dan ketan menjadikannya sangat potensial sebagai produk pangan lokal yang memiliki nilai jual tinggi.

Sayangnya, hingga saat ini produk lekun masih belum dikelola secara maksimal. Produksinya masih terbatas di skala rumah tangga, tanpa adanya inovasi dalam bentuk, rasa, maupun kemasan yang menarik bagi konsumen modern. Selain itu, belum terdapat upaya terkoordinasi untuk menjadikan lekun sebagai produk unggulan daerah yang memiliki daya saing di pasar yang lebih luas, baik secara lokal, regional, maupun nasional. Ketidakterhubungan antara pelaku produksi, pemerintah daerah, dan akses pasar menyebabkan potensi lekun belum berkembang secara optimal.

Padahal, dalam kerangka pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berbasis kearifan lokal, pengembangan produk pangan tradisional seperti lekun memiliki peran strategis (Mandhaputri et al., 2023). Selain dapat membuka peluang usaha baru, pengembangan ini juga mampu memberdayakan kelompok masyarakat akar rumput, terutama perempuan, kelompok ibu rumah tangga, dan pelaku UMKM yang selama ini menjadi penggerak utama dalam produksi pangan lokal (Wulandari et al., 2024).

Ditambah lagi, saat ini terdapat tren global dan nasional yang mulai kembali melirik pangan lokal dan sehat sebagai bagian dari gaya hidup (Khoerunisa, 2020). Konsumen urban mulai mencari produk-produk berbahan alami, tanpa pengawet, dan mengandung nilai budaya. Ini membuka ruang bagi produk seperti lekun untuk

memasuki pasar yang lebih luas dengan pendekatan inovatif, tanpa harus kehilangan esensi tradisionalnya (Temu et al., 2024). Namun, upaya ini memerlukan strategi yang komprehensif: mulai dari pelatihan produksi yang higienis, pengembangan desain kemasan, branding berbasis cerita budaya (*cultural storytelling*), hingga pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran (Vinsensia et al., 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menggali dan menganalisis peluang pasar dari produk olahan lekun serta merumuskan strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang tepat berbasis potensi budaya dan sumber daya alam yang ada di Desa Kringa. Fokus utama penelitian ini adalah pada bagaimana optimalisasi lekun dapat menjadi penggerak ekonomi kreatif lokal, mendorong kemandirian masyarakat, dan memperkuat identitas budaya daerah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi tidak hanya dalam konteks akademik, tetapi juga dalam praktik pembangunan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali potensi pengembangan olahan lokal Lekun dan merumuskan strategi pemberdayaan ekonomi lokal di Desa Kringa. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang persepsi, pengalaman, dan harapan masyarakat terhadap produk lokal serta dinamika sosial-ekonomi yang mempengaruhi pengembangan produk tersebut. Dalam pendekatan kualitatif, peneliti dapat lebih memahami faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan atau kegagalan dalam pengembangan produk lokal, serta memberikan ruang untuk interpretasi terhadap fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2018).

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis, yang bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi saat ini dari olahan Lekun di Desa Kringa, serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi proses produksi, pemasaran, dan pemberdayaan ekonomi. Peneliti akan menggunakan wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat langsung antara lain: Sekretaris Desa Kringa, Tetua Adat Desa Kringa, Pelaku usaha dan perwakilan kelompok tani. Wawancara semi-terstruktur akan memberikan fleksibilitas bagi responden untuk berbagi pandangan, pengalaman, dan tantangan yang mereka hadapi dalam pengolahan dan pemasaran olahan Lekun (Creswell & Poth, 2018). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih komprehensif mengenai dinamika yang ada di lapangan (Kvale & Brinkmann, 2015). Selain wawancara, observasi partisipatif juga akan dilakukan untuk mengamati langsung proses produksi dan pemasaran olahan Lekun, guna memperoleh pemahaman yang lebih kontekstual tentang tantangan dan peluang yang ada (Angrosino, 2017).

Selain itu, peneliti akan menggunakan Focus Group Discussion (FGD) dengan masyarakat setempat, termasuk pelaku usaha dan konsumen olahan Lekun. FGD bertujuan untuk menggali lebih dalam pendapat kolektif mengenai potensi pasar, hambatan yang dihadapi, serta ide-ide tentang strategi pemberdayaan ekonomi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan olahan Lekun. Diskusi kelompok ini juga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi solusi yang lebih berbasis pada kebutuhan masyarakat setempat, yang memungkinkan adanya partisipasi aktif dalam proses pemberdayaan ekonomi (Morgan, 2021).

Analisis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan FGD akan dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik dan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal dalam pengolahan dan pemasaran produk, serta peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan eksternal, seperti pasar dan kebijakan pemerintah. Teknik analisis tematik akan digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data kualitatif, yang berkaitan dengan pemberdayaan ekonomi dan pengembangan produk (Braun & Clarke, 2020).

Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam tentang potensi olahan Lekun di Desa Kringa, serta menyusun strategi pemberdayaan ekonomi yang berbasis pada kebutuhan lokal dan peluang pasar yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Kue Lekun sebagai Pangan Tradisional Khas Desa Kringa dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Lokal

Lekun adalah pangan tradisional khas Desa Kringa yang memiliki kedudukan penting dalam budaya masyarakat setempat. Temuan pertama yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa lekun tidak hanya berfungsi sebagai makanan, tetapi juga sebagai simbol sosial dan budaya dalam upacara adat. Menurut Maria Virgo Da Ince, Sekretaris Desa Kringa mengatakan bahwa:

"Lekun ini sebagai kue adat yang hanya disajikan pada saat upacara adat, seperti upacara adat di kebun, upacara perkawinan, dan juga disajikan pada saat penjemputan tamu sebagai ucapan selamat datang".

Hal ini menggambarkan pentingnya lekun dalam konteks sosial dan budaya, yang mencerminkan identitas masyarakat Desa Kringa. Hal senada pun juga dipertegas kembali oleh Yosef Tote yang mengatakan bahwa:

"Olahan lekun ini merupakan salah satu kearifan lokal untuk masyarakat desa kringa yang dimana disajikan dalam upacara serimonial adat dikebun maupun upacara perkawinan. Lekun ini menjadi suatu hal yang utama dalam serimonial adat dikebun dan juga ritual perkawinan. Walaupun ada embel-embel dibelakang tapi lekun yang harus utama dan menjadi hal yang wajib".

Dapat diartikan bahwa olahan lekun merupakan bagian integral dari kearifan lokal masyarakat Desa Kringa. Dalam hal ini, lekun tidak hanya dilihat sebagai makanan semata, tetapi juga memiliki makna simbolik dalam konteks budaya dan sosial. Sebagai pangan tradisional, lekun memiliki peran penting dalam berbagai upacara adat di desa tersebut, seperti upacara adat di kebun dan ritual perkawinan. Pada upacara adat di kebun, lekun disajikan sebagai sajian utama yang tidak bisa digantikan oleh makanan lain. Hal ini menunjukkan bahwa lekun bukan sekadar makanan, melainkan bagian dari suatu tradisi yang mencerminkan nilai-nilai sosial dan budaya yang dihormati oleh masyarakat setempat. Meskipun dalam upacara adat atau ritual lainnya ada kemungkinan untuk menyajikan makanan lain sebagai tambahan atau pelengkap, lekun tetap menjadi makanan yang wajib disajikan.

Dengan kata lain, lekun memiliki kedudukan yang tidak tergantikan dalam ritual adat tersebut, yang menggambarkan pentingnya keberadaan makanan ini dalam pelaksanaan budaya mereka. Secara lebih luas, hal ini mengartikan bagaimana masyarakat Desa Kringa mempertahankan dan melestarikan tradisi melalui pengolahan lekun, yang menjadi bagian dari identitas budaya mereka. Dalam konteks

ini, lekun tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik (pangan), tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mempererat hubungan sosial, menghormati leluhur, dan memperkuat nilai-nilai kebersamaan dalam masyarakat. Sebagai bagian dari kearifan lokal, lekun menjadi simbol yang menghubungkan masa lalu dengan masa kini, serta berpotensi untuk diperkenalkan lebih luas sebagai bagian dari kekayaan budaya yang dapat menggerakkan ekonomi lokal.

Meskipun lekun memiliki potensi budaya yang sangat kuat, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa produk ini belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sumber penghasilan ekonomi bagi masyarakat setempat. Seperti yang diungkapkan oleh Maria Virgo Da Ince:

"Selama ini kue lekun ini hanya dikenal sebagai kue adat saja, karena belum ada yang berpikir lebih jauh ke depannya tentang pengembangannya".

Hal ini menandakan adanya kesenjangan antara potensi budaya yang ada dengan pengembangannya dalam ranah ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan lekun sebagai produk unggulan dapat memberikan peluang untuk mendukung ekonomi lokal dengan menciptakan nilai tambah bagi produk ini. Pernyataan lain disampaikan oleh Yosef Tote:

"Saya yakin potensi itu ada hanya yang menjadi persoalan bahwa sampai hari ini kami diwilayah ini belum memikirkan berpikir tentang bagaimana memasarkan lekun lebih jauh lagi. Di kelompok wanita tani (KWT) yang kami bentuk pernah melakukan pameran produk kearifan lokal antar desa tingkat Kabupaten dan itu mendapat perhatian cukup bagus dari pengunjung pameran saat itu".

Pernyataan diatas menggambarkan adanya keyakinan kuat bahwa produk lekun memiliki potensi besar untuk dikembangkan, namun hingga saat ini, masyarakat Desa Kringa belum sepenuhnya memikirkan cara untuk memasarkan lekun secara lebih luas. Meskipun produk lekun sudah memiliki potensi yang jelas, masyarakat Desa Kringa belum mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan lekun ke pasar yang lebih besar, baik itu di tingkat regional, nasional, atau bahkan internasional.

Di sisi lain, narasumber juga menyebutkan bahwa Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Kringa telah berusaha memperkenalkan produk lekun dengan cara mengikuti pameran produk kearifan lokal antar desa tingkat Kabupaten. Meskipun belum ada pengembangan pemasaran yang lebih lanjut, pameran ini memberikan gambaran bahwa lekun mendapat perhatian positif dari pengunjung yang hadir. Hal ini menunjukkan bahwa ada minat dan apresiasi terhadap lekun sebagai produk lokal yang memiliki nilai budaya. Pameran produk seperti ini memberikan peluang untuk memperkenalkan lekun kepada khalayak yang lebih luas, tetapi potensi pemasaran lekun masih terbatas jika hanya mengandalkan acara seperti pameran. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Kringa adalah bagaimana melanjutkan dan memperluas upaya promosi produk lekun agar lebih dikenal oleh konsumen yang lebih luas dan berkelanjutan. Temuan ini juga mencerminkan pentingnya pengembangan strategi pemasaran yang lebih sistematis, seperti pemanfaatan media sosial, branding, dan kemasan yang menarik, agar lekun bisa berkembang lebih jauh lagi di pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa meskipun ada upaya awal dalam memperkenalkan lekun melalui pameran, masih diperlukan lebih banyak usaha dan perencanaan dalam memasarkan lekun agar produk ini bisa memanfaatkan

potensi pasarnya dengan lebih maksimal. Hal ini juga mengindikasikan bahwa keberhasilan pemasaran produk lokal sangat bergantung pada kesadaran dan kesiapan masyarakat untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif.

Pengembangan lekun menjadi produk komersial berbasis budaya dapat memberikan dampak positif dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Hal ini sejalan dengan teori pemberdayaan ekonomi lokal yang menekankan pentingnya memanfaatkan sumber daya lokal untuk mendorong perekonomian komunitas (Sopanah et al., 2020). Pemberdayaan ekonomi berbasis produk budaya tidak hanya dapat membuka peluang usaha, tetapi juga dapat memperkuat identitas budaya yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Dengan demikian, lekun memiliki potensi untuk menjadi produk unggulan yang dapat mendukung perekonomian Desa Kringa.

2. Tantangan yang Dihadapi oleh Masyarakat dalam Proses Produksi, Pengolahan, dan Pemasaran Kue Lekun

Secara umum, pengolahan lekun di Desa Kringa dilakukan dengan cara tradisional, menggunakan bahan-bahan yang mudah ditemukan di sekitar desa Kringa seperti beras ketan hitam, kelapa, dan gula merah. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh masyarakat dalam pengolahan lekun adalah keterbatasan pengetahuan mengenai inovasi pengemasan dan pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun masyarakat memiliki keterampilan dalam memproduksi lekun secara tradisional, mereka kesulitan untuk mengubah produk ini menjadi barang komersial yang dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Maria Virgo Da Ince mengatakan bahwa:

"Kami berharap ada pihak-pihak tertentu yang bisa mempromosikan setelah dilakukan pengolahan lekun oleh masyarakat... Jangan sampai lekun yang diolah dan dikemas dengan seindah mungkin tapi tidak ada orang yang melakukan promosi".

Hal ini menunjukkan bahwa promosi dan pemasaran merupakan aspek yang masih kurang ditekankan dalam pengelolaan produk lekun. Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan fasilitas dan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk lekun agar lebih sesuai dengan standar pasar modern. Terkait hal ini Yosef Tote selaku Tetua Adat dari Desa Kringa menambahkan bahwa:

"Untuk tantangan kedepan saya yakin kami masyarakat mau untuk maju, sehingga bagaimana kami mengelola produk lekun ini dengan baik agar dapat menarik minat pembeli. Kemudian memang ada beberapa wilayah yang juga memproduksi produk lekun, tapi tentu citra rasanya berbeda-beda. Selain itu terkait tekstur lekunnya, ada yang agak kasar, ada yang halus, ada yang pake parutan kelapa, ada yang pake santan kelapa. Tentu lekun dari wilayah kami punya citra rasa yang lebih unik yang akan dikembangkan oleh kelompok tani wanita di Desa kringa".

Meskipun ada tantangan, masyarakat Desa Kringa memiliki semangat untuk berkembang dan berkomitmen untuk memperbaiki pengelolaan produk lekun mereka agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Ini mengindikasikan kesadaran mereka bahwa pengelolaan yang baik, terutama dalam hal kualitas produk dan cara pemasaran, sangat penting untuk menarik minat konsumen. Selanjutnya, narasumber menyebutkan adanya perbedaan dalam produksi lekun, di mana beberapa wilayah lain juga memproduksi lekun dengan rasa dan tekstur yang berbeda. Meskipun lekun

diproduksi di wilayah lain, produk lekun dari Desa Kringa memiliki keunikan tersendiri dalam hal rasa dan tekstur, yang dapat menjadi keunggulan kompetitif jika dikembangkan dengan baik.

Dua perbedaan utama yang disebutkan yaitu rasa dan tekstur adalah faktor penting dalam membedakan lekun dari Desa Kringa dengan produk lekun dari daerah lain. Adanya variasi dalam penggunaan bahan, seperti parutan kelapa asli dibandingkan dengan santan kelapa, memberi lekun dari Desa Kringa cita rasa yang lebih khas. Ini menunjukkan bahwa masyarakat percaya bahwa keunikan rasa dan tekstur ini adalah aset berharga yang bisa dimanfaatkan untuk memasarkan produk lekun mereka lebih luas, dengan menonjolkan perbedaan yang membedakan lekun mereka dari produk sejenis.

Secara keseluruhan, hal ini mencerminkan bahwa masyarakat Desa Kringa sangat menyadari tantangan yang dihadapi dalam mengelola dan memasarkan lekun, namun mereka tetap optimis dan siap untuk menghadapinya. Mereka percaya bahwa dengan menonjolkan keunikan rasa dan tekstur produk lekun mereka, serta melibatkan kelompok tani wanita dalam pengelolaannya, lekun dari Desa Kringa dapat berkembang menjadi produk unggulan yang memiliki daya tarik di pasar yang lebih luas.

Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi dalam pengolahan dan pemasaran lekun tidak hanya berkaitan dengan keterampilan produksi, tetapi juga dengan kurangnya pengetahuan mengenai pasar dan strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk melibatkan masyarakat dalam pelatihan pengemasan yang menarik dan promosi yang dapat meningkatkan daya tarik lekun di pasar yang lebih luas (Antou et al., 2025). Ini merupakan bagian dari pemberdayaan ekonomi lokal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk lekun.

3. Peluang Pasar untuk Mengembangkan Produk Olahan Lekun agar Memiliki Daya Saing

Potensi peluang pasar untuk produk lekun di Desa Kringa sangat besar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Temuan penelitian ini menunjukkan adanya minat yang tinggi terhadap produk pangan tradisional yang alami dan sehat. Ini sejalan dengan tren global yang semakin mengarah pada konsumen yang mencari produk yang berbahan dasar alami dan tidak mengandung bahan pengawet. Seperti yang diungkapkan oleh Yosef Tote:

"Sampai dengan hari ini kami di wilayah ini belum memikirkan lebih jauh terkait dengan pemasaran produk lekun ini".

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi besar, masyarakat belum memanfaatkan peluang pasar dengan maksimal. Peluang pasar untuk produk lekun dapat diperluas dengan pendekatan yang tepat dalam hal inovasi pengemasan dan promosi. Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya konsumsi produk lokal dan sehat, lekun dapat menjadi pilihan menarik bagi pasar yang lebih besar. Oleh karena itu, produk lekun harus dikemas dengan cara yang menarik dan mempertahankan nilai tradisionalnya. Dalam hal ini, teori inovasi sosial dapat diterapkan untuk mengembangkan produk lekun dengan pendekatan yang lebih modern dan dapat diterima oleh pasar urban yang lebih luas.

Selain itu, peluang pasar untuk produk lekun juga dapat dimanfaatkan dengan melibatkan teknologi digital dalam pemasaran. Dengan pemanfaatan media sosial dan

platform digital lainnya, produk lekun dapat dipromosikan dengan lebih efektif dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini membuka potensi untuk mengembangkan lekun menjadi produk yang tidak hanya dikenal di tingkat lokal, tetapi juga di pasar nasional dan bahkan internasional. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat Desa Kringa untuk mendapatkan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Gabriela Anna Lewar, seorang pelaku usaha, mengungkapkan bahwa:

"Potensi saya yakin sangat besar, hanya memang kami harus belajar lagi bagaimana buat dia (lekun) ini bisa tahan lama dengan bungkus yang menarik".

Meskipun lekun memiliki potensi besar untuk berkembang, masyarakat Desa Kringa menyadari bahwa untuk bisa bersaing di pasar yang lebih luas, lekun perlu memiliki kualitas yang baik dalam hal daya tahan produk dan kemasan yang sesuai dengan preferensi konsumen modern. Potensi besar yang dimaksud oleh narasumber merujuk pada cita rasa lekun yang khas dan keunikan produk ini sebagai pangan tradisional, yang jika dikelola dengan baik, dapat menarik perhatian banyak konsumen.

Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kesegaran dan kualitas lekun agar tetap terjaga selama proses distribusi, serta bagaimana mengemasnya agar menarik dan sesuai dengan standar pasar modern. Daya tahan produk yang baik sangat penting agar lekun dapat bertahan lebih lama tanpa mengurangi kualitas rasa dan tekstur. Pengemasan yang menarik juga berfungsi untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, serta memudahkan distribusi produk ke berbagai pasar.

Hal ini juga mencerminkan kesadaran masyarakat Desa Kringa akan pentingnya inovasi dalam pengelolaan produk lokal. Mereka menyadari bahwa meskipun lekun memiliki keunggulan dalam rasa dan bahan-bahan alami yang digunakan, pengembangan dalam hal pengemasan dan ketahanan produk sangat diperlukan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk. Oleh karena itu, sangat ditekankan pentingnya untuk "belajar" bagaimana mengemas lekun agar dapat bertahan lebih lama dan tetap menarik bagi konsumen, yang menjadi bagian penting dari proses pemberdayaan ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun lekun memiliki potensi yang besar sebagai produk tradisional, masyarakat Desa Kringa menyadari bahwa pengelolaan produk yang lebih inovatif dan profesional dalam hal pengemasan dan daya tahan sangat diperlukan untuk mengoptimalkan potensi pasar dan meningkatkan daya saing lekun di pasar yang lebih luas.

4. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Lokal untuk Mengoptimalkan Pengembangan Kue Lekun sebagai Produk Unggulan Berbasis Kearifan Lokal berbasis Analisis SWOT

Pemberdayaan ekonomi lokal melalui produk lekun dapat dicapai dengan meningkatkan kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk petani, kelompok usaha, dan pemerintah desa. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok wanita tani dan pelaku usaha di Desa Kringa memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk lekun jika mereka diberikan dukungan yang tepat. Theresia Praxedis, anggota Kelompok Wanita Tani, mengungkapkan bahwa:

"Kami berharap ada kolaborasi yang lebih kuat antara petani dan pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas dan distribusi produk lekun".

Hal ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara sektor pertanian dan sektor usaha untuk mengembangkan produk lekun. Strategi pemberdayaan ekonomi yang tepat juga harus melibatkan pelatihan tentang cara-cara baru dalam pengolahan lekun yang lebih higienis, serta pelatihan tentang pengemasan yang menarik dan pemasaran produk. Masyarakat Desa Kringa, khususnya kelompok petani, mengakui bahwa lekun sebagai produk pangan tradisional membutuhkan perhatian lebih dalam hal kualitas dan cara pengolahannya agar dapat diterima di pasar yang lebih luas. Kolaborasi antara petani sebagai pihak yang memproduksi bahan baku utama seperti beras dan kelapa dengan pelaku usaha yang bertugas untuk mengelola, mengemas, dan memasarkan produk dapat menghasilkan produk lekun yang lebih berkualitas, lebih menarik bagi konsumen, dan lebih siap untuk bersaing di pasar. Ini mencerminkan pentingnya sinergi yang erat antara kedua pihak dalam memperbaiki dan mengembangkan produk lekun. Seperti yang diungkapkan oleh Gabriela Anna Lewar:

"Kalau soal pemberdayaan masyarakat memang belum ada tapi saya yakin budaya kekeluargaan kami disini ini sangat kental sekali".

Ini menunjukkan bahwa meskipun budaya kekeluargaan di Desa Kringa sangat kuat, masyarakat perlu diberikan pengetahuan dan keterampilan baru untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk lekun. Selain itu, perlu ada upaya untuk membangun jejaring pemasaran yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Pemasaran berbasis cerita budaya (cultural storytelling) dapat menjadi strategi yang efektif untuk mempromosikan lekun sebagai produk pangan yang unik dan kaya akan nilai budaya (Mustaufik et al., 2024). Hal ini tidak hanya akan membantu meningkatkan daya tarik lekun, tetapi juga memperkuat identitas budaya masyarakat Desa Kringa. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi lokal melalui produk lekun dapat memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Pemberdayaan ekonomi lokal dalam pengembangan produk lekun membutuhkan upaya yang lebih sistematis dan terkoordinasi. Oleh karena itu, pemerintah desa dan lembaga terkait perlu memfasilitasi dan mendukung kolaborasi antara petani dan pelaku usaha, baik melalui pelatihan keterampilan pengelolaan produk, pemberian akses ke pasar yang lebih luas, maupun melalui penciptaan kebijakan yang mendukung. Dengan demikian, kolaborasi antara petani dan pelaku usaha akan menjadi kunci dalam mengoptimalkan pengembangan produk lekun sebagai produk unggulan yang dapat mendukung pemberdayaan ekonomi lokal dan memperkuat kearifan budaya masyarakat Desa Kringa.

a. Strengths (Kekuatan)

- 1) Keunikan Produk dan Kearifan lokal. Lekun merupakan pangan tradisional yang kaya akan nilai budaya dan simbolik bagi masyarakat Desa Kringa. Sebagai makanan yang disajikan dalam upacara adat seperti pernikahan dan ritual kebun, lekun memiliki daya tarik emosional yang kuat bagi masyarakat setempat dan bisa dijadikan nilai jual yang unik.
- 2) Bahan Baku yang Mudah Ditemukan. Masyarakat Desa Kringa memiliki akses mudah terhadap bahan baku utama untuk pembuatan lekun, seperti beras, kelapa, dan gula merah.
- 3) Rasa dan Tekstur yang berbeda dari produk di Wilayah lain

b. Weaknesses (Kelemahan)

- 1) Kurangnya Inovasi dalam Pengemasan sehingga membuat produk kurang menarik dan tidak tahan lama.
 - 2) Minimnya Dukungan Kebijakan dan Infrastruktur dari Pemerintah Desa setempat.
 - 3) Ketergantungan pada Proses Produksi Tradisional. Pengolahan lekun yang masih dilakukan secara tradisional, meskipun memberikan rasa yang autentik, juga membatasi kapasitas produksi dan ketahanan produk.
- c. Opportunities (Peluang)
- 1) Tren Konsumen terhadap Produk Lokal dan Sehat. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat, banyak konsumen yang mulai beralih ke produk-produk pangan lokal dan alami. Produk lekun, yang terbuat dari bahan alami dan tanpa pengawet, sangat cocok dengan tren ini.
 - 2) Peluang untuk Meningkatkan Kolaborasi antara Petani dan Pelaku Usaha.
 - 3) Pengembangan Pemasaran Digital.
- d. Threats (Ancaman)
- 1) Kompetisi dari Produk Serupa di Wilayah Lain yang terbukti sudah melakukan komersialisasi terhadap produk lekun mereka
 - 2) Fluktuasi Permintaan dan Ketergantungan pada Musiman. Mengingat lekun banyak diproduksi untuk upacara adat dan acara musiman lainnya, permintaan terhadap produk ini bisa fluktuatif
 - 3) Kesulitan dalam Menjaga Kualitas Produk dalam Skala Besar. Mengingat pengolahan lekun yang masih dilakukan secara tradisional, ada risiko kesulitan dalam menjaga kualitas produk secara konsisten jika produksi dilakukan dalam skala besar.

Terkait hasil analisis SWOT yang sudah dilakukan maka peneliti memberikan beberapa saran strategi yang dapat dilakukan guna Optimalisasi Olahan Lokal Lekun:

- a. Meningkatkan pelatihan pengemasan dan pemasaran berbasis budaya lokal untuk menarik minat konsumen.
- b. Melakukan riset pasar untuk menemukan potensi produk baru dan melakukan inovasi pada produk Lekun untuk menarik konsumen yang lebih luas.
- c. Mengikuti program pemerintah dan lembaga swasta yang fokus pada pemberdayaan UMKM dan akses pasar, serta bekerja sama dengan koperasi untuk memperbaiki kelembagaan.
- d. Memperkuat kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan pihak terkait lainnya untuk membangun identitas yang lebih kuat pada produk Lekun.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai potensi, tantangan, peluang pasar, dan strategi pemberdayaan ekonomi lokal untuk mengoptimalkan pengembangan kue lekun sebagai produk unggulan berbasis kearifan lokal, dapat disimpulkan beberapa hal penting. Pertama, potensi kue lekun sebagai pangan tradisional khas Desa Kringa sangat besar, baik dari segi budaya maupun ekonomi. Sebagai makanan yang disajikan dalam upacara adat, lekun memiliki peran simbolik yang penting dalam masyarakat setempat. Hal ini menjadikannya sebagai bagian integral dari identitas budaya yang mendalam. Namun, meskipun memiliki potensi

budaya yang kuat, lekun belum dimanfaatkan secara maksimal dalam ranah ekonomi. Masyarakat Desa Kringa belum sepenuhnya mengembangkan strategi pemasaran untuk memperkenalkan lekun ke pasar yang lebih luas.

Kedua, tantangan utama yang dihadapi dalam proses produksi, pengolahan, dan pemasaran lekun adalah keterbatasan dalam inovasi pengemasan dan pemasaran produk. Meskipun masyarakat memiliki keterampilan dalam mengolah lekun secara tradisional, mereka masih kesulitan untuk mengubah produk ini menjadi barang komersial yang dapat bersaing di pasar yang lebih besar. Masyarakat Desa Kringa juga menghadapi kendala dalam meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan standar pasar modern, serta kurangnya dukungan kebijakan dari pemerintah desa yang dapat membantu pengembangan produk lekun ini.

Ketiga, meskipun terdapat potensi pasar yang besar baik di tingkat lokal maupun nasional untuk produk lekun, masyarakat Desa Kringa belum sepenuhnya memanfaatkan peluang pasar ini. Dengan adanya tren global terhadap konsumsi produk pangan lokal yang alami dan sehat, lekun memiliki peluang untuk berkembang lebih luas jika diimbangi dengan inovasi dalam pengemasan dan pemasaran. Pengemasan yang menarik dan pemanfaatan media sosial serta pemasaran digital dapat menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Keempat, strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang tepat untuk mengoptimalkan pengembangan kue lekun harus melibatkan kolaborasi yang lebih kuat antara petani, pelaku usaha, dan pemerintah desa. Kolaborasi ini akan memperkuat kapasitas produksi dan distribusi lekun, serta meningkatkan kualitas produk agar dapat diterima di pasar yang lebih luas. Selain itu, pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan tentang pengemasan yang menarik dan pemanfaatan teknologi digital untuk promosi akan mempercepat pengembangan lekun sebagai produk unggulan berbasis kearifan lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih kepada Kemendikdisaintek yang telah memberikan kesempatan pendanaan hibah Penelitian Dosen Pemula (PDP) tahun 2020/2021 dan juga kepada semua pihak yang telah membantu selama proses penelitian ini hingga selesai.

Referensi :

- Angrosino, M. (2017). *Doing Ethnographic and Observational Research (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Antou, G. P., Kolit, Y. A. D. D., Patty, T. F. Q., & Da Rato, E. Y. (2025). Analisis Rasio Keuangan Pada KSP Kopdit Suku Pudi Koting. *Jurnal Projemen UNIPA*, 12(2), 170–181.
- Braun, V., & Clarke, V. (2020). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Harsana, M., Rinawati, W., & Fauziah, A. (2023). Inventarisasi makanan tradisional dalam menunjang pengembangan wisata kuliner. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(1), 81–86.
- Khoerunisa, T. K. (2020). Pengembangan produk pangan fungsional di Indonesia berbasis bahan pangan lokal unggulan. *IJAFOR: Indonesian Journal of Agricultural and Food Research*, 2(1).
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing (3rd ed.)*. SAGE Publications.

- Liu, X., Le Bourvellec, C., Yu, J., Zhao, L., Wang, K., Tao, Y., Renard, C. M. G. C., & Hu, Z. (2022). Trends and challenges on fruit and vegetable processing: Insights into sustainable, traceable, precise, healthy, intelligent, personalized and local innovative food products. *Trends in Food Science & Technology*, 125, 12–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tifs.2022.04.016>
- Mandhaputri, H. A., Aribowo, & Riasih, T. (2023). PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL SEBAGAI STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA KARAMAT WANGI (Studi Kasus di Kawasan Pengembangan Kentang, Kecamatan Cisirupan, Kabupaten Garut). *LINDAYASOS: Jurnal Ilmiah Perlindungan Dan Pemberdayaan Sosial*, 5(2). <https://scholar.archive.org/work/ec3d6hjpvnfrzp3dgrwfiyrmfi/access/wayback/http://jurnal.poltekesos.ac.id/index.php/lindayasos/article/download/1039/494>
- Morgan, D. L. (2021). *Focus Groups as Qualitative Research (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Mustaufik, M., Nurdiani, U., & Saputro, W. A. (2024). OPTIMIZING PHOTOS AND BRAND STORYTELLING PRODUCT OF PANEMBANGAN VILLAGE POKLAHSAR TO INCREASE SALES. *Proceeding ICMA-SURE*, 27–32.
- Setiawan, R. (2016). Memaknai Kuliner Tradisional diNusantara: Sebuah Tinjauan Etis. *Respons: Jurnal Etika Sosial*, 21(01), 113–140.
- Sopannah, Bahri, S., & Ghozali, M. (2020). *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Temu, T. J., Loainak, M. M., Makin, M. M. P., Camelia, F., Kolit, Y. H. L., Mage, A. E., Seku, M. E., Dou, S. W., Aprianus, P. Y., & Lamba, L. (2024). Pemberdayaan masyarakat desa lewolaga dalam konteks penguatan ekonomi kreatif dengan pengembangan potensi dan kearifan lokal sebagai wujud pembangunan desa berkelanjutan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 9691–9695.
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & Wulandari, D. I. (2023). Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2306–2311.
- Wulandari, T., Othariany, N., Alifah, A. M., & Parmohonan, R. (2024). Peranan Wanita Pengusaha Dalam Berkolaborasi Dengan UMKM Di Era Digitalisasi. 2(2), 287–295. <file:///C:/Users/acer/Downloads/23.+Tri+Wulandari+Nurrisa+Othariany1.pdf>