



## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SATE BANDENG SEBAGAI MAKANAN KHAS BANTEN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI KOTA SERANG

Ade Fauji<sup>1</sup>, Yuni Veronika Ompusunggu<sup>2\*</sup>, Ririn Brigita Brasa<sup>3</sup>, Putri Mirnawati Hasibuan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bina Bangsa

e-mail: [adefauji1@gmail.com](mailto:adefauji1@gmail.com)<sup>1</sup>, [ompusungguyuni@gmail.com](mailto:ompusungguyuni@gmail.com)<sup>2</sup>, [ririnbrigittabarasa@gmail.com](mailto:ririnbrigittabarasa@gmail.com)<sup>3</sup>, [putrimirnawati862@gmail.com](mailto:putrimirnawati862@gmail.com)<sup>4</sup>

### Abstract

*Milkfish satay Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are businesses with high economic and cultural potential. However, they face various obstacles such as limited product innovation, suboptimal digital marketing, and limited distribution networks. This community service activity aims to improve the performance of MSMEs producing Banten-style milkfish satay through product quality enhancement, digital marketing, distribution development, business partnerships, and human resource development. The method used is a participatory approach through the stages of needs identification, outreach, mentoring, and evaluation. The results of the activity indicate an increase in knowledge and understanding of business development strategies, digital marketing, and the importance of innovation and partnerships in increasing product competitiveness among entrepreneurs. This activity contributes to expanding market opportunities and supporting increased community income through the development of sustainable milkfish satay businesses.*

**Keywords:** MSMEs, milkfish satay, business development strategy, digital marketing, Serang city

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) sate bandeng merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi ekonomi dan budaya yang tinggi. Namun, pelaku usaha menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan inovasi produk, pemasaran digital yang belum optimal, serta jaringan distribusi yang terbatas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan pelaku umkm sate Bandeng khas Banten melalui penguatan kualitas produk, pemasaran digital, pengembangan distribusi, kemitraan usaha, dan peningkatan sumber daya manusia. Metode yang digunakan yaitu pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha mengenai strategi pengembangan usaha, pemasaran digital, serta pentingnya inovasi dan kemitraan dalam meningkatkan daya saing produk. Kegiatan ini berkontribusi dalam memperluas peluang pasar dan mendukung peningkatan pendapatan masyarakat melalui pengembangan usaha sate bandeng yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** UMKM, sate bandeng, strategi pengembangan usaha, pemasaran digital, kota serang

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan peluang kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bidang yang memiliki potensi signifikan untuk dikembangkan adalah usaha kuliner yang mengedepankan kearifan lokal. Di Provinsi Banten, sate bandeng telah menjadi salah satu makanan tradisional yang menjadi simbol budaya masyarakat sejak lama. Sate bandeng merupakan produk yang diolah dari ikan bandeng, memiliki rasa yang khas dan nilai budaya yang tinggi sehingga menjadi salah satu ikon kuliner daerah yang dikenal secara luas (Rustamana *et al.*, 2025). Selain berperan sebagai warisan kuliner, sate bandeng juga menawarkan nilai ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat jika dikelola dan dikembangkan secara efektif (Sulistiawati *et al.*, 2026).

Sebagai ibu kota Provinsi Banten, Kota Serang memiliki peluang besar dalam pengembangan usaha sate bandeng. Peluang ini didukung oleh ketersediaan bahan baku ikan bandeng yang mudah didapat, posisi geografis yang strategis, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kuliner daerah. Selain itu, pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Kota Serang juga membuka pasar yang lebih luas untuk produk sate bandeng. Keberadaan usaha sate bandeng tidak hanya memberikan keuntungan ekonomis bagi para pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal dan penguatan identitas daerah. Oleh karena itu, pengembangan usaha sate bandeng harus dilakukan secara terus-menerus untuk meningkatkan daya saing produk dalam pasar yang semakin kompetitif.

Walaupun memiliki banyak potensi, pelaku usaha sate bandeng di Kota Serang masih menghadapi sejumlah tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka. Permasalahan yang sering muncul meliputi keterbatasan dalam akses pemasaran, rendahnya penggunaan teknologi digital, kurangnya inovasi produk, serta keterbatasan sumber daya dalam pengelolaan usaha. Kondisi ini mengakibatkan pertumbuhan usaha sate bandeng belum optimal dan berpengaruh negatif terhadap potensi peningkatan pendapatan masyarakat. Di tengah meningkatnya persaingan industri kuliner, kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar menjadi hal yang sangat penting untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM. Herdiansyah (2025) menemukan bahwa strategi branding dan pengendalian kualitas berpengaruh positif terhadap kualitas produk sate bandeng khas Banten. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dapat dipengaruhi oleh variabel branding dan pengendalian kualitas sebesar 61,2%, yang mengindikasikan pentingnya meningkatkan citra merek dan pengendalian mutu untuk memperkuat daya saing produk. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Umamah dan Intyas (2024) menegaskan bahwa aspek pemasaran, manajemen usaha, dan pengelolaan keuangan sangat penting dalam menentukan tingkat profitabilitas usaha sate bandeng. Hasil penelitian itu juga menjelaskan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan performa usaha dan memperluas pasar produk sate bandeng.

Hasil studi menunjukkan bahwa keberhasilan dalam mengembangkan usaha sate bandeng dipengaruhi oleh berbagai aspek, baik yang berasal dari dalam maupun luar, seperti mutu produk, strategi pemasaran, pengelolaan bisnis, dan kompetensi pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang pasar. Meskipun begitu, penelitian yang secara khusus meneliti strategi pengembangan usaha sate bandeng sebagai kuliner khas Banten berkaitan dengan peningkatan pendapatan masyarakat di Kota Serang masih cukup sedikit. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting dilakukan untuk memberikan rekomendasi terkait strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan keadaan dan potensi lokal, agar dapat mendukung peningkatan pendapatan masyarakat dan memperkuat posisi sate bandeng sebagai produk unggulan khas Banten.

Berdasarkan penjelasan tersebut, masalah yang diteliti dalam studi ini adalah bagaimana keadaan usaha sate bandeng di Kota Serang, faktor-faktor yang berperan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangannya, serta strategi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pengembangan usaha sate bandeng. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi usaha sate bandeng di Kota Serang, mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha, serta merumuskan strategi pengembangan yang efektif dan berkelanjutan agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pihak-pihak terkait lainnya dalam mengembangkan usaha sate bandeng sebagai salah satu produk unggulan daerah yang kompetitif dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

## **METODE KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang sate bandeng di Kota Serang, Banten. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkuat kapasitas pelaku usaha dalam mengembangkan sate bandeng sebagai makanan khas daerah dengan meningkatkan kualitas produk, memperkuat pemasaran secara digital, mengembangkan jaringan distribusi, serta meningkatkan keterampilan manajerial. Metode yang dipilih dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif, yang melibatkan pelaku usaha secara langsung di setiap tahap, sehingga program yang dilaksanakan dapat sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh mitra.

Pelaksanaan kegiatan terdiri dari empat tahap, yaitu identifikasi kebutuhan, sosialisasi dan penyuluhan, pendampingan, dan evaluasi. Pada tahap identifikasi kebutuhan, informasi dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk memahami kondisi usaha, potensi yang ada, serta masalah yang dihadapi dalam produksi dan pemasaran. Hasil dari identifikasi mengungkapkan bahwa banyak pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam berinovasi, memanfaatkan teknologi digital, mengelola usaha, dan memperluas jaringan pemasaran. Informasi ini selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam pengembangan materi dan strategi pengabdian.

Tahap sosialisasi dan penyuluhan diadakan dengan memberikan informasi tentang strategi pengembangan usaha sate bandeng, inovasi produk, pemasaran digital, pengemasan, serta pentingnya membangun kemitraan usaha. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan sesi tanya jawab agar peserta dapat lebih memahami materi. Selain menambah wawasan, kegiatan ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk menyampaikan berbagai masalah yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Melalui sosialisasi ini, sehingga dapat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai peluang dan strategi pengembangan usaha sate bandeng.

Selanjutnya, tahap pendampingan dilakukan untuk membantu pelaku usaha menerapkan materi yang telah disampaikan. Pendampingan difokuskan pada pemanfaatan media sosial untuk promosi,

pengembangan kemasan produk yang menarik, dan memperkuat strategi pemasaran sesuai dengan perkembangan teknologi digital. Pada tahap ini, peserta diberi kesempatan untuk berkonsultasi tentang masalah usaha mereka sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan keadaan masing-masing. Pendampingan berlangsung secara langsung selama kegiatan dan dilanjutkan dengan komunikasi jika diperlukan.

Evaluasi kegiatan dilaksanakan untuk menilai sejauh mana tujuan pengabdian tercapai. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan lembar observasi, wawancara, dan kuesioner sederhana yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Alat ukur tersebut digunakan untuk melihat perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan kemampuan peserta berkaitan dengan pengembangan usaha sate bandeng. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan.

Keberhasilan kegiatan diukur dengan beberapa indikator. Dari segi pengetahuan, keberhasilan dapat dilihat dari peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pengembangan usaha, inovasi produk, dan pemasaran digital. Dari perspektif sikap, keberhasilan ditunjukkan dengan meningkatnya motivasi dan kesadaran peserta untuk berinovasi, memanfaatkan teknologi digital, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Dalam aspek sosial, keberhasilan terwujud dalam meningkatnya minat pelaku usaha untuk berkolaborasi dan memperluas jaringan dengan pihak lain. Sedangkan dari sisi ekonomi, keberhasilan diukur dengan meningkatnya peluang pemasaran, penambahan jaringan distribusi, serta bertambahnya potensi penjualan dan pendapatan usaha setelah penerapan strategi yang telah diberikan. Untuk mempermudah pengukuran capaian kegiatan, indikator keberhasilan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Indikator Keberhasilan

Aspek	Indikator Sebelum Kegiatan	Indikator Sesudah Kegiatan
Pengetahuan	Pemahaman strategi pengembangan usaha masih terbatas	Pemahaman peserta meningkat
Sikap	Motivasi inovasi dan pemanfaatan teknologi masih rendah	Motivasi dan kesadaran meningkat
Sosial	Jaringan usaha masih terbatas	Terbentuk peluang kerja sama dan jaringan usaha baru
Ekonomi	Pemasaran masih terbatas pada pasar local	Peluang pemasaran dan peningkatan penjualan semakin luas

Berdasarkan metode yang digunakan, kegiatan pengabdian dapat meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM sate bandeng dalam memperluas usaha mereka dengan cara yang berkelanjutan. Peningkatan wawasan, perubahan perilaku, pengembangan jaringan sosial, dan peningkatan kesempatan ekonomi menjadi indikator dalam mencerminkan keberhasilan program dalam membantu peningkatan pendapatan masyarakat di Kota Serang.

## HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sate bandeng serta mendorong peningkatan pendapatan masyarakat di Kota Serang. Kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan edukasi, pendampingan, dan rekomendasi strategi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pelaku UMKM. Fokus utamanya adalah dengan melibatkan peningkatan kualitas dan inovasi produk, penguatan pemasaran digital, pengembangan jaringan distribusi, perkuatan kemitraan dengan berbagai pihak, pengembangan wisata kuliner, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Pemilihan fokus ini didasarkan pada hasil analisis yang menunjukkan bahwa masih ada pelaku usaha yang menghadapi masalah dalam produksi, pemasaran, manajemen usaha, dan penggunaan teknologi. Melalui program ini, diharapkan pelaku usaha dapat lebih mampu mengembangkan usaha mereka sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pendapatan secara berkelanjutan.



(a)

(b)

Gambar 1 Proses Pembuatan Sate Bandeng dan Tim Peneliti

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan identifikasi kondisi usaha dan kebutuhan pelaku UMKM sate bandeng. Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai proses produksi, sistem pemasaran, pengelolaan usaha, serta berbagai masalah yang dihadapi pelaku usaha. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih bergantung pada metode pemasaran tradisional dan menghadapi keterbatasan dalam inovasi produk. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan promosi masih belum maksimal. Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian difokuskan pada upaya peningkatan kapasitas usaha yang dapat diterapkan langsung oleh pelaku UMKM sesuai dengan keadaan dan sumber daya yang ada.

Salah satu fokus utama dalam kegiatan ini adalah peningkatan kualitas dan inovasi produk. Pelaku usaha diberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga kualitas rasa, kebersihan proses produksi, keamanan pangan, serta penggunaan kemasan yang lebih menarik dan modern. Selain itu, diperkenalkan berbagai alternatif inovasi produk seperti sate bandeng dalam kemasan vakum dan

produk beku yang memiliki masa simpan lebih lama. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan nilai produk sekaligus memperluas jangkauan pasar. Keberhasilan pada aspek ini dapat diukur melalui peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya kualitas produk, munculnya ide-ide baru untuk pengembangan produk, serta meningkatnya daya tarik produk yang dihasilkan.

Kegiatan berikutnya difokuskan pada penguatan pemasaran digital sebagai strategi untuk memperluas akses pasar. Pelaku usaha diajarkan untuk memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai alat promosi produk. Penggunaan teknologi digital sangat penting karena dapat mencapai konsumen yang lebih banyak dengan biaya promosi yang lebih rendah. Selain meningkatkan visibilitas produk, pemasaran digital juga memungkinkan interaksi yang lebih intens antara pelaku usaha dan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yanti *et al.*, (2026) menyatakan bahwa kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada cara perusahaan memasarkan produk, berinteraksi dengan konsumen, dan mengolah informasi pasar. Melalui pemanfaatan berbagai platform digital, perusahaan dapat memperluas jangkauan konsumennya, meningkatkan efektivitas kegiatan promosi, serta membangun komunikasi yang lebih interaktif dengan pelanggan. Selain itu, perubahan perilaku konsumen di era digital yang semakin aktif dan kritis dalam mencari informasi mendorong perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih kreatif dan responsif. Keberhasilan dari kegiatan ini dapat dilihat dari peningkatan pemahaman pelaku usaha tentang pemasaran digital, meningkatnya penggunaan media sosial untuk promosi, serta bertambahnya peluang pemasaran produk di luar wilayah Kota Serang.

Pengembangan sistem distribusi menjadi bagian penting dalam kegiatan pengabdian ini. Pelaku usaha diberikan pendampingan mengenai pentingnya memperluas jaringan pemasaran melalui kerja sama dengan toko oleh-oleh, pusat kuliner, hotel, restoran, dan berbagai mitra usaha lainnya. Jaringan distribusi yang lebih luas dapat meningkatkan ketersediaan produk di berbagai lokasi strategis sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh produk sate bandeng. Selain itu, sistem distribusi yang efektif mampu memperluas akses pasar, meningkatkan volume penjualan, memperkuat daya saing produk, dan mendukung keberlanjutan usaha UMKM (Shobur *et al.*, 2024; Suriyanti *et al.*, 2024; Alaika, 2025). Kemitraan dengan berbagai pihak juga berperan penting dalam memperkuat jaringan bisnis, memperluas peluang pemasaran, serta meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif (Asir *et al.*, 2024; Mamengko, 2024). Keberhasilan pada aspek ini dapat dilihat dari meningkatnya pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya kemitraan pemasaran serta terbukanya peluang kerja sama dengan berbagai pihak yang dapat mendukung pengembangan usaha sate bandeng.

Kegiatan ini juga menekankan pentingnya memperkuat kemitraan serta dukungan dari berbagai pihak berkepentingan. Pemerintah lokal, lembaga keuangan, universitas, dan komunitas bisnis memiliki peran krusial dalam mendukung pengembangan usaha sate bandeng. Dukungan tersebut bisa berupa pelatihan, pendampingan usaha, bantuan modal, fasilitasi sertifikasi produk, serta promosi

melalui pameran dan festival. Kerja sama antara pelaku usaha dan berbagai pihak terkait diharapkan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih baik dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Keberhasilan dalam aspek ini ditandai dengan meningkatnya akses pelaku usaha ke berbagai program pemberdayaan serta peluang kolaborasi yang dapat mendukung kemajuan usaha.

Sebagai makanan khas Banten, sate bandeng memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai bagian dari pariwisata kuliner lokal. Oleh karena itu, kegiatan ini juga memberikan pemahaman tentang pentingnya menyatukan usaha sate bandeng dengan sektor pariwisata. Pengembangan wisata kuliner dapat dilakukan melalui penyelenggaraan festival kuliner, promosi produk khas daerah, serta pembentukan pusat kuliner yang menampilkan produk unggulan lokal. Strategi ini bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah. Indikator keberhasilannya dapat dilihat dari peningkatan promosi produk khas serta terbukanya peluang pengembangan kuliner berbasis sate bandeng di Kota Serang.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa keunggulan yang mendukung keberhasilan program, yaitu sate bandeng adalah produk yang sudah dikenal masyarakat sehingga memiliki potensi pasar yang besar dan bahan baku utamanya relatif mudah didapatkan sehingga mendukung keberlanjutan produksi serta strategi yang diperkenalkan dapat diterapkan oleh pelaku UMKM dengan menyesuaikan kondisi dan kemampuan usaha masing-masing. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital memberi peluang luas untuk meningkatkan pemasaran tanpa memerlukan investasi yang tinggi. Keunggulan tersebut menunjukkan bahwa program yang dijalankan memiliki kesesuaian yang tinggi dengan kondisi masyarakat dan pelaku usaha di Kota Serang.

Pelaksanaan kegiatan menghadapi beberapa tantangan. Beberapa pelaku usaha masih kekurangan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk. Keterbatasan modal usaha juga menghalangi inovasi produk dan pengembangan kapasitas produksi. Selain itu, belum semua pelaku usaha memiliki akses yang cukup terhadap pelatihan, pendampingan usaha, dan sertifikasi produk. Situasi ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha sate bandeng membutuhkan dukungan dan pendampingan yang berkelanjutan agar hasil yang dicapai dapat lebih optimal.

Tingkat kesulitan dalam menjalankan aktivitas tergolong menengah karena sebagian besar materi yang disampaikan mudah dipahami dan diterapkan oleh para pelaku usaha. Meskipun demikian, peralihan dari sistem konvensional ke sistem yang lebih modern dan berbasis digital memerlukan waktu adaptasi yang cukup lama. Para pelaku usaha perlu waktu untuk mengerti penggunaan teknologi, menerapkan strategi pemasaran digital, dan melakukan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan kemampuan keuangan juga menjadi hambatan dalam melaksanakan semua strategi yang telah dianjurkan. Oleh sebab itu,

diperlukan bimbingan yang berkelanjutan agar para pelaku usaha bisa menerapkan strategi pengembangan dengan lebih efektif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM sate bandeng khas Banten memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan karena didukung oleh ketersediaan bahan baku, nilai budaya yang tinggi, serta peluang pasar yang terus berkembang.
2. Pelaku UMKM sate bandeng di Kota Serang masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal, jaringan pemasaran yang terbatas, serta kemampuan manajerial usaha yang perlu ditingkatkan.
3. Strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan meliputi peningkatan kualitas dan inovasi produk, penguatan pemasaran digital, pengembangan jaringan distribusi, penguatan kemitraan usaha, pengembangan wisata kuliner, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.
4. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan manfaat dalam meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha secara lebih efektif, inovatif, dan berkelanjutan.
5. Penerapan strategi pengembangan usaha sate bandeng berpotensi meningkatkan daya saing produk, memperluas akses pasar, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kota Serang.
6. Keberlanjutan pengembangan usaha sate bandeng memerlukan dukungan dan sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya guna menciptakan ekosistem usaha yang lebih kuat dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alaika, S. (2025). Strategi pengelolaan jaringan bisnis UMKM dalam membangun hubungan kemitraan usaha di WNHI.JAB. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 7(2).
- Asir, M., Joni, M., Wijayanto, G., Muhajirin, M., & Anwar, M. A. (2024). Program pemasaran berbasis komunitas untuk usaha mikro: Membangun jaringan pemasaran melalui kolaborasi lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 5332–5336.
- Mamengko, R. P. (2024). Peran keterlibatan multi-stakeholder penta-helix dalam pengembangan bisnis usaha mikro kecil dan menengah di sektor pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 20(1), 12–32. <https://doi.org/10.21831/jep.v20i1.55524>
- Rustamana, A., Zakaria, S. K. H., Jumaiah, D., Nayottama, R. H., Annisa, N. A., & Nurmayeni, N. (2025). Perkembangan ekonomi kreatif di Banten yang bersumber dari warisan budaya pada sate bandeng. *Global Research and Innovation Journal*, 1(1).
- Shobur, M., Supriyanti, Y., & Nurselvi. (2024). Strategi pengembangan jaringan distribusi produk UMKM menuju pasar ritel modern melalui pengabdian masyarakat Desa Tegal, Bogor. *ADIBRATA Jurnal*, 4(2).

- Sulistiawati, S., Sujana, A. M., Sulistiawati, L., Ferdiansyah, F., Maulana, H., & Hamdani, M. (2026). Sate Bandeng Hj. Maryam sebagai warisan kuliner dan identitas budaya masyarakat Serang-Banten. *Inovasi Pendidikan Nusantara*, 7(1).
- Suriyanti, Hamid, R. S., Bachtiar, R. E. P., & Idrus, R. D. A. (2024). Peran saluran distribusi dan aktivitas pemasaran sosial media dalam meningkatkan kinerja pemasaran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2).
- Umamah, S. A., & Intyas, C. A. (2024). Analisis profitabilitas usaha sate bandeng Ibu Amenah di Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang. *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 2(2).
- Yanti, A., Zahro, D. R., Ulfah, F., Mayasari, M., & Arief, H. (2026). Transformasi strategi pemasaran di era digital dalam membangun keunggulan kompetitif. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 200–211.