

---

## Pengembangan Pangaha Bunga Khas Bima sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal

Nurul Huda<sup>1</sup>, Imelda<sup>2</sup>, Ayu Andriani<sup>3</sup>, Nurfadila<sup>4</sup>, Andra Ramadhan<sup>5</sup>, Farhan Maulana<sup>6</sup>, Imam Firmansyah<sup>7</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) BIMA <sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>

✉

Email: [nurulhuda.stiebima@gmail.com](mailto:nurulhuda.stiebima@gmail.com); [imeldastiebima22@gmail.com](mailto:imeldastiebima22@gmail.com);  
[ayuadrian321@gmail.com](mailto:ayuadrian321@gmail.com); [nurfadila.stiebima22@gmail.com](mailto:nurfadila.stiebima22@gmail.com);  
[andraramadhan.stiebima022@gmail.com](mailto:andraramadhan.stiebima022@gmail.com); [farhanmaulana.stiebima22@gmail.com](mailto:farhanmaulana.stiebima22@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

#### Histori Artikel:

Diterima 10-06-2026

Disetujui 15-06-2026

Diterbitkan 17-06-2026

#### Katakunci:

*Pangaha Bunga, UMKM, Inovasi Produk, Daya Saing, Khas Bima*

### ABSTRAK

Kegiatan pengembangan UMKM bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha lokal melalui inovasi dan pengembangan produk Pangaha Bunga khas Bima. Pangaha Bunga merupakan salah satu makanan tradisional khas Bima yang memiliki cita rasa khas dan nilai budaya yang tinggi. Namun, perkembangan usaha Pangaha Bunga masih menghadapi berbagai kendala seperti kurangnya inovasi produk, pemasaran yang terbatas, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif melalui pendidikan, pendampingan, dan pelatihan kepada pelaku UMKM Pangaha Bunga. Kegiatan dilakukan dengan tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahapan persiapan meliputi observasi lapangan, koordinasi dengan pelaku usaha, dan penyusunan materi pelatihan. Tahapan pelaksanaan meliputi pelatihan inovasi produk, pengemasan, pemasaran digital, dan strategi pengembangan usaha. Tahapan evaluasi dilakukan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM setelah mengikuti kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai inovasi produk, pemasaran digital, serta pentingnya menjaga kualitas produk tradisional agar mampu bersaing di pasar modern.

### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Huda, N. ., Imelda, I., Andriani, A., Nurfadila, N., Ramadhan, A. ., Maulana, F. ., & Firmansyah, I. . (2026). Pengembangan Pangaha Bunga Khas Bima sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(3), 1437-1442. <https://doi.org/10.63822/y0tjdc04>

## PENDAHULUAN

Pangaha Bunga merupakan salah satu makanan tradisional khas Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki cita rasa unik dan nilai budaya yang masih dipertahankan oleh masyarakat hingga saat ini. Pangaha Bunga biasanya disajikan pada acara adat, hajatan, maupun kegiatan keluarga sebagai bentuk pelestarian kuliner tradisional daerah. Selain menjadi bagian dari budaya masyarakat Bima, Pangaha Bunga juga memiliki potensi ekonomi yang dapat dikembangkan sebagai produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Perkembangan UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Menurut Tambunan (2019), UMKM merupakan sektor yang mampu memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Namun, sebagian besar UMKM tradisional masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha, seperti keterbatasan inovasi produk, kurangnya promosi, rendahnya kualitas pengemasan, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, pelaku usaha Pangaha Bunga di Kabupaten Bima masih memproduksi secara tradisional dengan pemasaran yang terbatas pada lingkungan sekitar. Produk Pangaha Bunga umumnya belum memiliki variasi rasa, desain kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang efektif. Kondisi tersebut menyebabkan Pangaha Bunga sulit bersaing dengan produk makanan modern lainnya.

Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi produk merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha karena mampu menciptakan nilai tambah dan menarik minat konsumen. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan rasa, bentuk, kemasan, maupun pemasaran produk. Selain itu, penggunaan media digital juga menjadi strategi yang efektif dalam memperluas pasar UMKM di era modern.

Menurut Suryana (2017), pengembangan usaha tidak hanya bertujuan meningkatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga keberlanjutan usaha dan mempertahankan identitas budaya lokal. Oleh karena itu, pengembangan Pangaha Bunga perlu dilakukan dengan tetap mempertahankan ciri khas tradisionalnya agar nilai budaya yang terkandung di dalamnya tidak hilang.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan upaya pengembangan Pangaha Bunga khas Bima melalui inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, dan pemasaran digital sebagai langkah untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal serta memperluas pasar produk tradisional khas daerah.



**Gambar 1.** Survey Potensi Lokasi

Berdasarkan hasil observasi lapangan, usaha pangaha bunga khas Bima memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan UMKM lokal. Dilihat dari aspek sumber daya manusia, sebagian masyarakat sudah mampu membuat pangaha bunga, namun inovasi produk dan pemasaran masih terbatas. Selain itu, pengetahuan mengenai pengemasan modern dan promosi digital masih rendah sehingga usaha belum berkembang secara maksimal.

Dari segi bahan baku, pangaha bunga mudah diproduksi karena bahan-bahannya tersedia di daerah Bima. Selain itu, pangaha bunga memiliki cita rasa khas yang diminati masyarakat dan wisatawan sehingga berpeluang memiliki nilai jual tinggi. Namun, sarana dan prasarana produksi masih terbatas sehingga diperlukan pelatihan dan pendampingan agar pelaku UMKM mampu mengembangkan produk yang lebih menarik dan memiliki daya saing.

Menurut et al. (2018), inovasi pada produk tradisional sangat penting untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap makanan khas daerah. Oleh karena itu, pengembangan pangaha bunga perlu dilakukan melalui inovasi rasa, kemasan, dan pemasaran tanpa menghilangkan ciri khas tradisionalnya.

## **METODE**

### **Tempat dan Waktu**

Kegiatan pengembangan UMKM Pangaha Bunga dilaksanakan di Kota dan Kabupaten Bima selama satu bulan

### **Khalayak Sasaran**

Peserta kegiatan terdiri atas pelaku UMKM Pangaha Bunga, ibu-ibu rumah tangga, kelompok PKK, mahasiswa, dan masyarakat sekitar dengan jumlah peserta sebanyak 25 orang.

### **Metode Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan dilakukan dengan menggunakan pendekatan partisipatif yaitu melaksanakan pendidikan, pendampingan, dan pelatihan kepada pelaku UMKM Pangaha Bunga. Pendekatan partisipatif dilakukan agar masyarakat dapat saling berbagi pengalaman, pengetahuan, serta mampu mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Menurut Mardikanto (2014), pendekatan partisipatif merupakan metode pemberdayaan masyarakat yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan sehingga hasil yang diperoleh lebih efektif dan berkelanjutan.

Tahapan kegiatan meliputi:

1. Tahap Persiapan  
Meliputi observasi lapangan, koordinasi dengan pelaku UMKM, penyusunan materi pelatihan, dan persiapan alat serta bahan pendukung kegiatan.
2. Tahap Pelaksanaan  
Meliputi pelatihan inovasi produk Pangaha Bunga, pelatihan desain kemasan, strategi pemasaran digital, dan pengenalan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi usaha.
3. Tahap Evaluasi

Meliputi evaluasi tingkat pemahaman dan keterampilan peserta mengenai inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran setelah mengikuti kegiatan pelatihan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Persiapan

Tahapan persiapan dilakukan dengan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi usaha Pangaha Bunga yang ada di Kab. Bima. Tim melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM dan masyarakat terkait pelaksanaan kegiatan pelatihan. Selain itu dilakukan penyusunan materi mengenai inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran digital.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan media sosial secara maksimal. Kemasan produk juga masih sederhana sehingga kurang menarik perhatian konsumen.



**Gambar 2.** Observasi

### Tahap Pembuatan Pangaha Bunga

Tahap pembuatan Pangaha Bunga dimulai dari persiapan bahan baku seperti tepung, gula, telur, santan, dan bahan pendukung lainnya yang digunakan sesuai resep tradisional khas Bima. Setelah bahan disiapkan, dilakukan proses pencampuran hingga menghasilkan adonan yang merata dan memiliki tekstur yang sesuai. Adonan kemudian dibentuk menyerupai bunga sebagai ciri khas produk Pangaha Bunga. Selanjutnya, adonan digoreng menggunakan minyak panas hingga matang dan berwarna keemasan. Produk yang telah matang kemudian didinginkan agar tetap renyah dan memiliki kualitas yang baik. Tahap akhir yaitu pengemasan produk secara rapi dan menarik untuk menjaga kualitas serta meningkatkan nilai jual sebelum dipasarkan kepada masyarakat.



**Gambar 3.** Hasil Pembuatan Pangaha Bunga

Pembuatan Pangaha Bunga menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu makanan khas daerah yang bernilai ekonomi. Proses pembuatan yang dilakukan secara bertahap menghasilkan produk dengan bentuk yang menarik, rasa yang khas, serta tekstur yang renyah sehingga mampu menarik minat konsumen. Selain itu, penggunaan bahan-bahan yang mudah diperoleh membuat proses produksi lebih efisien dan dapat dilakukan oleh masyarakat maupun pelaku UMKM lokal.

Hasil pembuatan Pangaha Bunga juga menunjukkan bahwa inovasi pada kemasan dan variasi rasa dapat meningkatkan daya tarik produk tanpa menghilangkan ciri khas tradisionalnya. Dengan pengemasan yang lebih modern dan pemasaran melalui media sosial, Pangaha Bunga memiliki peluang untuk dikenal lebih luas oleh masyarakat di luar daerah Bima. Oleh karena itu, pengembangan Pangaha Bunga dapat menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal serta melestarikan kuliner tradisional daerah.

## **KESIMPULAN**

Pengembangan Pangaha Bunga khas Bima merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal sekaligus melestarikan kuliner tradisional daerah. Melalui inovasi produk, pengemasan yang lebih menarik, dan pemasaran digital, Pangaha Bunga memiliki peluang untuk dikenal lebih luas oleh masyarakat. Kegiatan pelatihan dan pendampingan juga membantu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha secara kreatif dan berkelanjutan. Dengan demikian, Pangaha Bunga dapat menjadi produk unggulan daerah yang memiliki nilai ekonomi dan budaya.

---

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mardikanto, T. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Kencana.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mardikanto, T. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Kencana.