



JURNAL PENGABDIAN DOSEN REPUBLIK INDONESIA

Journal Homepage: www.baliacademicpublishing.com

Usaha Street Food Pedagang Kaki Lima di Jalan Udayana Rembiga Mataram Nusa Tenggara Barat

I Putu Gede¹, Putu Ayu Pratiwi Duta Siwantari², I Gede Angga Permana³

Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Nusa Tenggara Barat, Lombok³

iputugede@gmail.com¹, pratiwidutas1996@gmail.com², igedeanggapermana18@gmail.com³

ABSTRAK (FONT ARIAL ROUNDED 10)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Usaha Food Street Pedagang Kaki Lima di Jalan Udayana Rembiga, Mataram, Nusa Tenggara Barat” bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, higienitas, dan daya saing pedagang kaki lima melalui pelatihan manajemen usaha, digitalisasi pemasaran, dan praktik sanitasi makanan yang baik. Pelaksanaan kegiatan meliputi tahap perencanaan, persiapan alat dan bahan, hingga pelatihan dan pendampingan yang berjalan sesuai jadwal dan diikuti dengan antusias oleh peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam mengelola usaha. Sebanyak 80% pedagang telah mampu melakukan pencatatan keuangan sederhana dan memisahkan keuangan pribadi dengan usaha. Dalam aspek digitalisasi, 72% pedagang kini memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi, dengan peningkatan pesanan harian sebesar 10–30% dalam dua bulan setelah pelatihan. Dari sisi higienitas, seluruh peserta mulai menerapkan *Good Hygiene Practices* (GHP), dan 90% lapak mengalami perbaikan dalam hal kebersihan, penataan, serta penggunaan alat saji yang higienis. Penataan visual lapak melalui desain logo, banner, dan menu juga meningkatkan citra kawasan sebagai destinasi kuliner kota Mataram. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal melalui peningkatan kapasitas pedagang, adopsi teknologi digital, dan penerapan standar kebersihan yang lebih baik. Keberhasilan program didukung oleh kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas pedagang yang membentuk ekosistem pemberdayaan berkelanjutan.

ARTICLE HISTORY

Dikirim 10 - Januari - 2026

Diterima 11 - Januari - 2026

Disetujui 28 - Maret - 2026

Diterbit 01 - April - 2026

KATA KUNCI

Pemberdayaan Masyarakat Pedagang Kaki Lima, Manajemen Usaha, Digitalisasi, Higienitas Pangan, *Street Food*.

1. Pendahuluan

Jalan Udayana merupakan salah satu kawasan yang padat di pusat kota, dengan banyaknya pedagang kaki lima (PKL) yang menggelar lapak di sepanjang trotoar dan pinggir jalan. Meskipun keberadaan PKL memberikan keuntungan ekonomi bagi pedagang dan menarik minat pengunjung, keberadaan mereka sering kali menimbulkan ketidaktertataan lingkungan kota. Penataan lapak yang tidak terstruktur, serta kurangnya fasilitas yang memadai untuk pengunjung, dapat mengurangi kenyamanan dan keindahan kota. Diperlukan adanya upaya inovasi dalam penataan dan pengelolaan lapak PKL yang dapat menciptakan lingkungan kota yang lebih tertata dan ramah pengunjung.

Care Freeday di Jalan Udayana, Kota Mataram, dimulai sesuai dengan Surat Keputusan (SK) Gubernur Nusa Tenggara Barat No. 556-192 Tahun 2019 tentang Penataan Kawasan Jalan Udayana Mataram. Dalam SK tersebut, salah satu kebijakan yang dikeluarkan

adalah pelaksanaan *Car Free Day* (CFD) untuk mengurangi polusi udara dan memberikan ruang bagi masyarakat untuk beraktivitas secara lebih sehat dan nyaman di ruang terbuka. *Car Free Day* di Jalan Udayana mendorong peningkatan kualitas lingkungan, mengurangi kemacetan, serta memberikan wadah bagi masyarakat berolahraga dan beraktivitas dengan lebih bebas dari kendaraan bermotor. *Car Free Day* (CFD) yang dilaksanakan di Jalan Udayana, Kota Mataram, menjadi salah satu acara yang menarik perhatian banyak orang. Pada hari-hari tertentu, area ini bebas dari kendaraan bermotor, memberikan ruang yang luas bagi masyarakat untuk beraktivitas fisik, seperti berjalan kaki, bersepeda, atau berolahraga. Namun, seiring dengan perkembangan acara ini, hadirnya Pedagang Kaki Lima (PKL) dan usaha kecil lainnya di sepanjang jalan turut menambah dinamika dalam kawasan tersebut.

Sejak dimulainya usaha penjualan makanan *street food* di kawasan *car free day* Jalan Udayana sampai bundaran Rembiga exs Bandara Seleparang mulai tampak ada aktifitas dan pergerakan ekonomi serta bertambahnya usaha-usaha seperti penjualan minuman, makanan, pakaian, usaha jamu, penjuln pakaian second, serta kebutuhan pokok yang segar banyak ditawarkan di kawasan ini. Selain itu kawasan ini juga digunakan masyarakat untuk olah raga, berkumpul pada area taman dan aktivitas lain dari para content creator serta dari beberapa bidang usaha lainnya. Pada tahun 2017 Ibu Rosanah mulai membangun usaha kecil-kecilan berjualan nasi campur dengan lauk lindung atau belut sebagai menu unggulan, tetapi karena pengaruh Covid-19 usahanya sempat terhenti, tetapi setelah dibukanya kembali pada tahun 2022 dengan dijadikannya kawasan ini sebagai kawasan *car free day* suasana kembali ramai dan usaha *street food* di Rembiga mulai kembali bermunculan seperti gambar dibawah ini.

Gambar 1. Suasana lokasi *car free day* di Jl. Udayana yang selalu padat dan ramai pengunjung



Kondisi keseharian jalan udayana memang sudah ramai karena merupakan akses menuju pusat pemerintahan di Kota Mataram dan Provinsi, masalah utama yang dihadapi terkait dengan lapak PKL di Jalan Udayana seperti tata lapak pedagang yang tidak teratur sering menyebabkan kemacetan dan mengganggu kenyamanan pejalan kaki, minimnya fasilitas seperti tempat sampah, penerangan, dan area bersih menyebabkan lingkungan sekitar menjadi kurang nyaman. Pembeli atau pengunjung yang datang ke kawasan ini sering merasa terganggu oleh keramaian dan kerapian yang kurang terjaga. Beberapa pedagang kesulitan dalam mengelola usaha mereka karena tidak adanya bantuan atau pelatihan dalam hal pengelolaan lapak yang efisien dan ramah lingkungan. Kepadatan terlihat setiap hari Minggu dimana pedagang kaki lima dan pedagang dadakan tumpah ruah di sepanjang tortoar jalan menjual berbagai jenis makanan, minuman,

pakaian dan cindramata. Jalan Udayana sebagai kawasan *car free day* juga menyediakan berbagai menu dan varian makanan, mulai dari makanan modern hingga tradisional tersedia di tempat ini, beberapa contoh lapak penjual makanan dapat dilihat pada gambar berikut.



Lapak pedagang kaki 5 ini menyajikan berbagai menu tradisional dan yang menjadi menu favorit dari pelanggan yang datang salah satunya adalah nasi belut (*lindung*) yang memberikan sensasi rasa pedas dan gurih dengan tambahan sayur nagka juga *beberuk* banyak diminati pembeli. Porsi yang disediakan sangat cukup untuk ukuran sarapan atau makan siang para pekerja kantoran. Penghasilan Ibu Rosanah sebagai pemilik warung berkisar Rp. 200.000 – 300.000,- perhari. Dengan hasil penjualan nasi *lindung* tersebut belum mampu meningkatkan pendapatan keluarga, hanya sebagai penghasilan tambahan sehari-hari karena masih menggunakan tempat dan alat seadanya dan sangat sederhana sehingga dapat dikatakan fungsi alat sangat penting dalam rangka menjaga *hygienitas* makanan yang dijual. Hal ini sebagai upaya implementasi dari SDGs dalam menangani masalah ekonomi dan pariwisata di Kota Mataram serta menjadi prioritas dalam arah dan kebijakan pengembangan sektor pariwisata yang tertuang dalam RPJMD Kota Mataram dalam menangani kemiskinan dan pemerataan ekonomi yang belum merata. Pengembangan berbagai varian menu tradisional Lombok merupakan salah satu bentuk upaya dalam pengembangan produk yang mendukung *street food* di Kota Mataram.

Rendahnya pemahaman pedagang kaki lima terhadap *hygienitas* dan masalah kesehatan salah satunya karena belum terdapat penjelasan terkait pengetahuan bahan yang segar dan sehat, alat pengolah, tempat pengolah serta tempat penyimpanan makanan yang telah diolah menjadi penting diketahui oleh para pedagang makanan siap saji. Adapun tujuan pelaksanaan program pemberdayaan kemitraan masyarakat pada usaha *street food* pedagang kaki lima di Jalan Udayana, Rembiga yaitu untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan mitra dengan melibatkan dosen dan mahasiswa dalam pelaksanaannya serta merealisasikan program MBKM yang telah ditetapkan pada kurikulum seluruh program studi yang ada di lingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa program studi S1 Pariwisata pada semester VI dan semester IV, bagi mahasiswa program studi D3 dapat memilih untuk melakukan kegiatan di luar kampus yang nantinya dikonversi ke dalam 6 SKS sehingga kegiatan ini merealisasikan IKU 2 dan 3 dalam pelaksanaan kinerja perguruan tinggi yaitu pengalaman mahasiswa di luar kampus dan dosen berkegiatan di luar kampus.

Tujuan dari kegiatan yang dilakukan adalah menyelesaikan permasalahan mitra terkait lemahnya manajemen pelayanan makanan kepada pelanggan dari sisi penyiapan, penempatan, pemanfaatan alat, dan layanan makanan dan minuman dari sisi kesehatan dan keselamatan kerja secara maksimal. Pemahaman tentang penyajian, bahan dasar

olahan, peralatan yang digunakan untuk proses mengolah, kondisi *personal hygiene* dari pengolaknya serta kondisi lingkungan keberadaan lapak. Oleh karenanya beberapa solusi secara garis besar yang dapat diberikan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan target luaran secara keseluruhan yaitu adanya peningkatan pendapatan kelompok rumah tangga *street food* serta terealisasinya harapan dari pemerintah menjadikan jalan Udayana, Rembiga sebagai kawasan kuliner di Kota Mataram adalah sebagai berikut:

Berdasarkan permasalahan tersebut, beberapa kegiatan program kemitraan masyarakat yang dilakukan adalah memberikan pendampingan dengan instruksi terkait dengan memberikan pelayanan prima dan pengetahuan dasar menu yang sehat dan higienis, serta pendampingan dengan intruksi standar operasional prosedur pelayanan, bagi anggota kelompok. Adapun solusi, target luaran dan indikator pencapaian untuk masing-masing permasalahan secara rinci disajikan pada tabel 1 berikut

Tabel 1. Indikator Capaian PMP

No	Jenis Bidang Capaian	Uraian Hasil Capaian	Jml Peserta	Presentase (%)
1	Hygienitas alat dan cara penyajian	Pedagang sudah bisa menggunakan berbagai alat yang bersih dan Hygiene serta cara penyajian yang sesuai estetika	5	100
2	Penguasaan Standar Operasional Prosedur	Pedagang mampu mengimplementasikan standar operasional prosedur penyajian makanan yang benar	5	85
3	Varean produk makanan local yang vareatif	Pedagang mampu menyediakan dan menyiapkan aneka varean menu makanan local yang menjadi vaporit konsumen yang bahan lindung/ belut seperti varean local lainnya beberuk, ares, nangka hati, cumi ampela.	5	86
4	Pengembangan varean menu	Pedagang mampu mengembangkan varian menu dengan bahan daging, ikan, dan sayur yang memiliki nilai gizi yang cukup.	5	80
5	Standar pelayanan	Pedagan mampu menyajikan dan melayani sesuai dengan prinsip pelayanan prima seperti empati, nyata, tanggap, terjamin dan senyum	5	85

Beberapa hasil riset yang telah dilakukan terkait dengan Peningkatan Usaha *Street Food* Pedagang Kaki Lima di Jalan Udayana, Rembiga, Mataram, Nusa Tenggara Barat sejalan dengan pendapat (Hilman et al., 2023) yang mengatakan pengembangan industri kreatif budaya jajanan lengkung meliputi peran berbagai elemen yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi kota Bandung, makanan bukan lagi produk konsumen untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia saja namun makanan kini telah menjadi cara hidup baru masyarakat yang dapat ditingkatkan UKM untuk mempromosikan bisnis. (Lasmana & Kom, 2020) berpendapat promosi oleh *foodies* melalui *Instagram* dapat digunakan untuk meningkatkan hubungan baik antara bisnis *street food* dan pelanggan mereka yang dilakukan dengan tujuan memperluas kesadaran dan juga meningkatkan jumlah pelanggan baru. Penamaan produk yang dihasilkan atau yang sering disebut merek sangat diperlukan bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), merek sering disepelkan atau mungkin ketidaktahuannya akan kekuatan merek yang dapat mempengaruhi minat beli dari konsumen. Apabila produk yang dijual tanpa merek sepertinya akan dianggap sepele oleh para konsumen. Dengan adanya merek dapat menjadi kekuatan bagi produk yang dijual mudah dikenal oleh konsumen (Husna Ni'matul

Ulya & Ravina Putri Agustin, 2022). Menurut (Gede, 2024) pemberdayaan kelompok usaha Jamu sehat Wonogiri Rembiga merupakan kelompok usaha mikro rumah tangga yang memberikan layanan produk berupa jamu untuk kesehatan dengan bahan herbal dari tanaman obat yang banyak dibudidayakan masyarakat sebagai apotik hidup. Dalam upaya memberikan layanan yang baik kepada pelanggan diperlukan pelatihan atau pendampingan untuk menjaga standar pelayanan yang baik hal ini sesuai pendapat yang mengatakan dalam upaya meningkatkan kapasitas dan kualitas pelayanan prima restoran dan rumah makan di era *Covid-19* atau era *new normal* (Siwantari, 2024). Berbagai varian menu yang disiapkan untuk konsumen dapat menjadi alternative pilihan bagi konsumen atau masyarakat yang ada di area *car free day*.

2. Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan indikator capaian PMP indikator capaian PMP di mana tim pelaksana berperan sebagai fasilitator, sedangkan mitra (pedagang kaki lima di kawasan *street food* Jalan Udayana, Rembiga) menjadi subjek aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama empat bulan, meliputi tahapan sebagai berikut.

- a. Persiapan dan identifikasi masalah, kegiatan diawali dengan survei lapangan dan observasi langsung terhadap aktivitas pedagang di Jalan Udayana dengan bertujuan untuk: 1) Mengidentifikasi karakteristik usaha dan jenis produk kuliner yang dijual; 2) Menggali kendala utama yang dihadapi pedagang dalam hal manajemen usaha, promosi, dan kebersihan; 3) Melakukan wawancara mendalam dengan perwakilan pedagang dan tokoh masyarakat setempat untuk mengetahui potensi serta harapan mereka terhadap pengembangan kawasan kuliner; 4) Menjalani kerja sama awal dengan pemerintah kelurahan dan dinas terkait (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Mataram serta Dinas Pariwisata NTB). Sehingga hasil dari tahap ini digunakan sebagai dasar penyusunan modul pelatihan dan strategi pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
- b. Perancangan program, dilaksanakan dengan upaya peningkatan kapasitas manajemen usaha mikro melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana menggunakan buku kas digital/manual, pelatihan penyusunan harga pokok penjualan dan strategi pengendalian biaya, pendampingan dalam pengelolaan modal dan pembukuan mingguan, digitalisasi dan promosi usaha melalui pelatihan penggunaan media sosial (*Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*), pembuatan akun usaha di platform *online food delivery* (*GoFood*, *GrabFood*, *Shopee food*), dan pendampingan dalam pembuatan konten promosi (foto dan video produk).
- c. Pelaksanaan kegiatan peningkatan higienitas dan desain lapak, melalui kegiatan sosialisasi *Good Hygiene Practices (GHP)* untuk pedagang makanan, pelatihan kebersihan alat, penyimpanan bahan baku, dan pengelolaan limbah, dan pendampingan dalam desain ulang tampilan lapak (logo, banner, kemasan, dan tata letak).
- d. Pelaksanaan Pendampingan Lapangan, setelah dilakukannya pelatihan maka tim melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu pendampingan langsung di lapangan. Kegiatan dilakukan dengan pendekatan *coaching clinic* dan *on the spot mentoring*, meliputi: Kunjungan mingguan ke lapak pedagang untuk memantau penerapan hasil pelatihan; dan Diskusi kelompok kecil (FGD) untuk berbagi pengalaman dan solusi, pemberian alat bantu seperti contoh desain menu, *branding kit*, serta template

- pencatatan keuangan, dokumentasi perubahan lapak sebelum dan sesudah pendampingan sebagai bahan evaluasi.
- e. Evaluasi serta tindak lanjut, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program dan mengukur perubahan perilaku maupun peningkatan kapasitas mitra. *Pre-test* dan *post-test* diberikan untuk mengukur peningkatan pengetahuan para peserta, dilakukan observasi secara langsung terhadap perubahan tampilan lapak, kebersihan, dan cara pelayanan, survei pelanggan untuk mengetahui peningkatan persepsi dan kepuasan konsumen. Selanjutnya dilakukan analisis perkembangan omzet dan jumlah pelanggan sebelum dan sesudah program (minimal dua bulan). Hasil evaluasi kemudian akan dibahas bersama mitra dan pemerintah daerah untuk menyusun strategi keberlanjutan program.
 - f. Tindak Lanjut dan Keberlanjutan, tahap akhir ini dilakukan dengan kegiatan penetapan agenda pertemuan rutin untuk berbagi pengalaman dan inovasi kuliner, pengajuan kerja sama lanjutan dengan Dinas Pariwisata dan Dinas UMKM untuk promosi kawasan sebagai destinasi kuliner resmi kota Mataram, serta pengembangan modul pelatihan menjadi bahan ajar kewirausahaan praktis bagi program pengabdian lanjutan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan mulai tahap perencanaan, persiapan alat, bahan hingga pelaksanaan berjalan dan berhasil sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Seluruh tahapan dapat diikuti oleh peserta dengan baik, dilakukan penuh kesadaran dan kegembiraan sehingga menghasilkan kegiatan yang bermanfaat. Peserta kegiatan diikuti kelompok Usaha *Street Food* Pedagang Kaki Lima di Jalan Udayana, Rembiga, Mataram, Nusa Tenggara Barat dengan sangat antusias dan semangat mengikuti tahapan dalam pengemasan, pendampingan hygiene sanitasi makanan dan pemasaran dengan bantuan media sosial atau dengan pendekatan langsung dengan pelanggan melalui tahapan yang telah direncanakan. Peningkatan kapasitas manajemen usaha dilakukan sebelum kegiatan dimulai. Sebagian besar pedagang belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang rapi, setelah mengikuti pelatihan 80% peserta telah mampu menggunakan buku kas sederhana untuk mencatat pengeluaran, pendapatan, dan keuntungan harian. Sebagian peserta mulai memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta menyusun rencana pengadaan bahan baku mingguan. Hal ini berdampak pada efisiensi penggunaan modal dan pengendalian biaya operasional. Jika dilihat dari faktor Digitalisasi dan Promosi Usaha, hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemanfaatan media digital. Sebanyak 3 dari 5 pedagang (72%) kini memiliki akun *Instagram* dan *Facebook* dengan aktivitas promosi melalui foto produk dan unggahan konten rutin meningkat (Wisnawa & Putra, 2025), disertai pertumbuhan interaksi pelanggan secara daring yang mampu meningkatkan daya jangkauan usaha. Berdasarkan wawancara lanjutan, sebanyak 60% pedagang mengalami peningkatan jumlah pesanan harian antara 10–30% dalam dua bulan setelah pelatihan.

Melalui pelatihan Peningkatan Higienitas dan Penataan Lapak Good Hygiene Practices (GHP) mulai membantu pedagang memahami pentingnya kebersihan dalam pengelolaan bahan makanan. Seluruh peserta mulai menggunakan sarung tangan atau penjepit makanan saat melayani pelanggan, 90% pedagang telah mengganti alas penyajian dengan bahan tahan air dan mudah dibersihkan dan sebagian besar lapak kini memiliki tempat sampah tertutup dan wadah penyimpanan bahan yang lebih higienis. Selain itu, tim juga melakukan pendampingan desain dan penataan lapak, termasuk pembuatan logo, *banner*, dan menu. Hasilnya, lapak-lapak di kawasan street food tampak lebih seragam

dan menarik sehingga meningkatkan citra kawasan sebagai destinasi kuliner kota Mataram.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pedagang melalui pelatihan manajemen, digitalisasi, dan higienitas memberikan dampak nyata terhadap pengembangan ekonomi lokal. Hal ini menegaskan bahwa pendekatan partisipatif dan pelatihan berbasis praktik lapangan efektif meningkatkan kemandirian pelaku usaha kecil. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital terbukti mampu memperluas jaringan pasar dan memperkuat branding usaha kecil di era ekonomi kreatif. Keberhasilan program juga dipengaruhi oleh sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas pedagang. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pemberdayaan berkelanjutan bahwa jejaring sosial ekonomi lokal adalah pondasi utama bagi daya saing kawasan kuliner rakyat.

4. Simpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di kawasan *Food Street* Jalan Udayana, Rembiga, Kota Mataram, berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian Pedagang Kaki Lima (PKL). Melalui pendekatan partisipatif, pelatihan terarah, serta pendampingan berkelanjutan, kegiatan ini mampu meningkatkan aspek manajerial, digitalisasi usaha, serta kualitas higienitas pangan para pedagang. Secara umum, hasil yang dicapai bahwa peningkatan kemampuan manajemen usaha mikro para pedagang kini mampu melakukan pencatatan keuangan sederhana, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta menyusun rencana pembelian bahan baku secara efisien. Pemanfaatan teknologi digital meningkat signifikan, dengan lebih dari 60% pedagang telah menggunakan media sosial dan untuk promosi dan transaksi disamping itu kualitas kebersihan dan keamanan pangan meningkat, ditunjukkan dengan penerapan praktik *Good Hygiene Practices (GHP)* di hampir seluruh lapak mitra yang lebih penting juga terjadinya peningkatan citra kawasan kuliner melalui penataan visual lapak, pembuatan identitas usaha, serta promosi kolektif yang menjadikan kawasan Udayana lebih menarik bagi wisatawan. Kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan pedagang, tetapi juga mendorong penguatan ekonomi lokal dan pembentukan ekosistem kuliner yang berdaya saing di Kota Mataram. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis pendampingan praktis dan pelatihan tematik merupakan strategi efektif dalam meningkatkan daya saing usaha kecil di sektor kuliner perkotaan. Agar hasil kegiatan ini dapat berkelanjutan dan memberikan dampak lebih luas, beberapa saran yang dapat diajukan adalah Pemerintah memberikan dukungan regulasi, promosi kawasan kuliner, dan bantuan modal bergulir bagi pedagang yang telah bertransformasi secara manajerial menjadikan kawasan *street food* Udayana sebagai laboratorium sosial-ekonomi, tempat mahasiswa belajar, memperkuat solidaritas dan membangun kegiatan rutin seperti pelatihan lanjutan, pemasaran konten kreatif berbasis *story telling* kuliner lokal. Selanjutnya, memastikan kesinambungan hasil kegiatan bahwa penguatan kapasitas pedagang kaki lima melalui pendekatan kolaboratif antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat mampu menciptakan perubahan nyata dan berkelanjutan sehingga Jalan Udayana kini tidak hanya menjadi pusat kuliner.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan P2M STP Mataram atas telah didanainya proposal kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk Tahun 2025 pada tim pelaksana pengabdian dosen Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram dan juga terima kasih disampaikan kepada Ketua STP Mataram atas ijin dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian Tahun 2025 yang baru saja di tuntaskan pelaksanaannya oleh tim

pelaksana pengabdian dosen STP Mataram. Terima kasih atas kerjasama mitra yaitu lapak UMKM yang ada di Jalan Udayana, Rembiga, Kabupaten Lombok Barat.

Daftar Pustaka

- Gede, I. P. (2024). Pemberdayaan Kelompok Usaha Jamu Jawa Sehat Wonogiri Rembiga Pejanggal Mataram. *Jurnal Pengabdian Dosen Republik Indonesia*, 1.
- Hilman, R., Kevin, N. ;, Farizky, A., Berliana, R., Dewi, ;, & Gustini, R. (2023). LENGKONG STREET FOOD SEBAGAI WADAH EKONOMI KREATIF DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat*, 1, 1–25. <https://doi.org/10.11111/moderasi.xxxxxxx>
- Husna Ni'matul Ulya, & Ravina Putri Agustin. (2022). Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang dan Label pada UMKM Jajanan Camilan di Desa Joresan Mlarak Ponorogo. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 58–70. <https://doi.org/10.21154/amaluna.v1i1.1069>
- Lasmana, D., & Kom, M. I. (2020). TREN FOODIE: POTENSI STREET FOOD DI JAKARTA Tren Foodie: Potentials Of Street Food In Jakarta. *Jurnal Hopitality Dan Pariwisata*, 6(1). <https://doi.org/10.30813/.v6i1.2025>
- Siwantari, P. (2024). Sosialisasi Cleans, Healty, Safety, Enviroment (CHSE) kepada Pemilik Restoran dan Rumah makan di Kawasan Wisata Senggigi Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Dosen Republik Indonesia*, 1.
- Wisnawa, I. M. B., & Putra, B. A. (2025). Sosialisasi dan Peningkatan Kapasitas Pokdarwis dalam Pengelolaan Wisata Edukasi di Desa Wisata Penarungan, Kabupaten Badung, Bali. *Jurnal Pengabdian Dosen Republik Indonesia*, 1(2), 30-36.