

# Pemberdayaan Pelaku Usaha Kuliner melalui Pelatihan Manajemen Usaha dan Inovasi Produk pada Stand Makanan dan Minuman Luwes Ungaran

Novinda Grezen Nufninu\*<sup>1</sup>, Agus Wibowo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Informatika, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Semarang, Indonesia

e-mail: [engnuf27@gmail.com](mailto:engnuf27@gmail.com)\*<sup>1</sup>; [agus.wib@stekom.ac.id](mailto:agus.wib@stekom.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajemen usaha dan inovasi produk pada pelaku usaha kuliner mikro di area kuliner Luwes. Sebanyak enam stand makanan dan minuman menjadi mitra kegiatan, yaitu Ayam Gunting, Takoyaki, Campina Ice Cream, Waffle, Es Teh, dan Bento. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif-aplikatif melalui pendekatan praktik langsung, meliputi pembukuan manual, pengelolaan bahan baku, dan pengembangan variasi produk. Evaluasi dilakukan menggunakan observasi lapangan, wawancara, dan perbandingan omzet sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan kemampuan manajemen usaha dengan tingkat ketercapaian rata-rata 82,5%, kenaikan omzet harian sekitar 15%, serta penurunan pemborosan bahan baku hingga 12%. Selain itu, mitra menunjukkan kreativitas tinggi dalam inovasi menu dan mulai memperhatikan kebersihan serta estetika penyajian produk. Kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan membangun budaya.

**Kata kunci:** Pengabdian Masyarakat, UMKM Kuliner, Manajemen Usaha, Inovasi Produk, Pemberdayaan Ekonomi

## Abstract

This community service activity aims to improve business management capacity and product innovation among micro culinary entrepreneurs at the Luwes culinary centre. Six food and beverage stands participated in the program: Ayam Gunting, Takoyaki, Campina Ice Cream, Waffle, Es Teh, and Bento. The method used was a participatory-applied training approach involving hands-on practice in manual bookkeeping, raw material management, and product diversification. Evaluation was conducted through field observations, interviews, and comparison of sales turnover before and after the activity. The results showed improvements in business management skills, with an average achievement rate of 82.5%, an increase in daily turnover of approximately 15%, and a reduction in raw material waste by 12%. Participants also demonstrated high creativity in product innovation and greater attention to hygiene and presentation aesthetics. This activity proved effective in enhancing economic independence and fostering a collaborative work culture among micro culinary entrepreneurs.

**Keywords:** Community Service, Culinary MSMEs, Business Management, Product Innovation, Economic Empowerment

## 1. PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia [1]. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2023) menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja [2]. Salah satu subsektor yang tumbuh pesat adalah usaha kuliner, yang kini menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif Indonesia. Namun, pelaku usaha kecil di sektor ini masih menghadapi berbagai kendala dalam hal manajemen usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital [3],[4]. Hasil observasi awal juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha menghadapi kesulitan dominan pada aspek pembukuan, terutama dalam mencatat arus kas harian secara konsisten. Selain itu, inovasi menu belum berkembang karena keterbatasan pengetahuan terkait variasi produk, sementara promosi digital hampir tidak

dilakukan karena para pelaku usaha belum memiliki kemampuan dasar menggunakan platform pemasaran daring [5], [6], [7].

Fenomena tersebut juga tampak pada pelaku usaha kuliner di Pusat Perbelanjaan Luwes, yang menjadi lokasi kegiatan pengabdian ini. Di area tersebut terdapat enam *stand* kuliner, yaitu Ayam Gunting, seperti ditunjukkan pada Gambar 1; *Takoyaki*, seperti ditunjukkan pada Gambar 2; *Campina Ice Cream*, seperti ditunjukkan pada Gambar 3; *Waffle*, seperti ditunjukkan pada Gambar 4; Es Teh, seperti ditunjukkan pada Gambar 5; dan *Bento*, seperti ditunjukkan pada Gambar 6. Masing-masing *stand* memiliki karakteristik produk dan konsumen yang berbeda, namun menghadapi tantangan serupa dalam pengelolaan usaha dan pengembangan inovasi produk. Berdasarkan hasil observasi lapangan, seluruh pelaku usaha tergolong UMKM skala mikro dengan jumlah pekerja antara satu hingga tiga orang. Rata-rata omzet harian berkisar antara Rp300.000 hingga Rp800.000, tergantung pada hari dan lokasi penjualan. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sistem pencatatan keuangan sederhana, inovasi *menu* masih terbatas, dan strategi *promosi* lebih banyak dilakukan secara manual di lokasi penjualan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebelum *intervensi* dilakukan, para pelaku usaha masih mengandalkan intuisi dan pengalaman tanpa dukungan keterampilan manajemen pasar yang memadai sehingga potensi penjualan tidak maksimal.



Gambar 1. Stand Ayam Gunting



Gambar 2. Stand Takoyaki



Gambar 3. Stand Campina



Gambar 4. Stand Waffle



Gambar 5. Stand Es Teh



Gambar 6. Stand Bento

Kawasan Luwes sendiri merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi masyarakat perkotaan dengan arus pengunjung yang tinggi, terutama pada akhir pekan. Potensi ekonomi di wilayah ini cukup besar, namun belum diimbangi dengan kemampuan manajemen usaha yang memadai. Banyak pelaku usaha kuliner yang masih beroperasi berdasarkan pengalaman tanpa perencanaan yang sistematis, sehingga keuntungan tidak dapat dimaksimalkan secara konsisten. Potensi yang besar ini menjadi dasar penting dilaksanakannya kegiatan pengabdian berupa pelatihan manajemen usaha dan inovasi produk kuliner bagi pelaku usaha di lingkungan Luwes.

Kegiatan ini berupaya menjawab dua permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha kuliner di Luwes, yaitu bagaimana meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha agar lebih efisien dan berkelanjutan, serta bagaimana mendorong terciptanya inovasi produk yang menarik dan mampu bersaing di pasar kuliner modern. Tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatnya keterampilan manajemen usaha sederhana, tumbuhnya kreativitas dalam pengembangan produk, dan bertambahnya kepercayaan diri pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara lebih luas, termasuk melalui platform digital.

Berbagai program pengabdian masyarakat terdahulu telah menunjukkan bahwa pengabdian dan pelatihan manajemen usaha memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas UMKM [8], [9]. Penerapan inovasi produk dan promosi digital juga terbukti meningkatkan daya saing usaha kuliner di lingkungan perkotaan [10], [11]. Meskipun demikian, kajian empiris mengenai penguatan kapasitas pelaku usaha mikro di kawasan komersial seperti Luwes masih sangat terbatas. Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bentuk nyata hilirisasi dalam bentuk pengabdian masyarakat tentang pengembangan kewirausahaan kuliner berbasis inovasi dan manajemen usaha sederhana, serta memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat setempat.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di area kuliner Pusat Perbelanjaan Luwes yang terdiri atas enam stand makanan dan minuman: Ayam Gunting, Takoyaki, Campina Ice Cream, Waffle, Es Teh, dan Bento. Kegiatan ini menerapkan pendekatan partisipatif-aplikatif, di mana pelaku usaha dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan pelatihan dan pengabdian. Pendekatan ini dipilih karena karakteristik sasaran adalah pelaku usaha mikro dengan pengalaman empiris tinggi, tetapi keterbatasan dalam aspek manajerial dan inovatif masih cukup besar.

Jumlah mitra kegiatan sebanyak 6 orang pelaku usaha dengan rentang usia 23-26 tahun. Lama usaha bervariasi antara satu hingga lima tahun, sementara rata-rata omzet harian berkisar

Rp300.000-Rp800.000 tergantung jenis produk dan hari operasional. Informasi profil ini memperjelas segmentasi sasaran program dan menjadi dasar pemilihan metode pelatihan yang aplikatif.

Proses pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi awal untuk mengidentifikasi kondisi nyata lapangan, termasuk sistem pengelolaan usaha, variasi produk, strategi promosi, serta kendala yang dihadapi masing-masing stand. Hasil observasi digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Tahap berikutnya adalah pelatihan manajemen usaha yang meliputi pencatatan keuangan sederhana, pengendalian biaya produksi, dan strategi pelayanan pelanggan. Sesi selanjutnya difokuskan pada inovasi produk kuliner, seperti pengembangan varian menu baru, peningkatan tampilan produk, serta perbaikan aspek kebersihan dan kemasan. Agar tahapan kegiatan lebih sistematis, alur pelaksanaan program ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Skema Tahapan Kegiatan Pengabdian

Tahap	Kegiatan Utama	Output
Observasi	Identifikasi kondisi usaha, hambatan, dan kebutuhan mitra	Peta masalah dan kebutuhan pelaku usaha
Pelatihan	Manajemen usaha, pembukuan sederhana, inovasi menu	Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dasar
Pendampingan	Praktik langsung di stand, implementasi pembukuan dan inovasi	Penerapan nyata di lapangan
Evaluasi	Observasi ulang, wawancara, perbandingan omzet	Data perubahan sikap, sosial dan ekonomi

Pengabdian dilakukan secara langsung di lokasi usaha agar mitra dapat menerapkan hasil pelatihan secara praktis. Setiap mitra diberikan modul pelatihan dan contoh format pembukuan sederhana yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing stand. Seluruh kegiatan dilaksanakan selama empat minggu dengan frekuensi dua kali pertemuan dalam seminggu. Untuk mengukur hasil dan tingkat keberhasilan kegiatan, digunakan pendekatan deskriptif-kualitatif melalui observasi, wawancara terbatas, dan dokumentasi. Indikator ketercapaian program meliputi tiga aspek utama, yaitu perubahan sikap, sosial-budaya, dan ekonomi. Aspek perubahan sikap dinilai melalui tingkat partisipasi dan antusiasme mitra dalam mengikuti pelatihan, serta kemauan untuk menerapkan sistem pencatatan keuangan dan inovasi produk baru. Pengamatan dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan untuk melihat adanya perbedaan perilaku usaha.

Aspek sosial-budaya diukur melalui peningkatan kesadaran akan pentingnya kebersihan dan estetika penyajian makanan, kerja sama antarstand, serta keterlibatan pelaku usaha dalam kegiatan kelompok pelatihan. Perubahan ini diamati melalui dokumentasi kegiatan dan hasil wawancara dengan mitra setelah program berjalan. Aspek ekonomi diukur dengan membandingkan rata-rata omzet harian pelaku usaha sebelum dan sesudah kegiatan. Selain itu, mitra diminta mengisi lembar evaluasi sederhana untuk menilai peningkatan pemahaman mereka terhadap manajemen usaha dan inovasi produk. Hasil dari seluruh tahapan kegiatan dianalisis secara kualitatif dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi setelah pelatihan. Keberhasilan kegiatan dinilai tercapai apabila terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan manajemen, munculnya inovasi produk baru, peningkatan kebersihan dan kualitas pelayanan, serta adanya kenaikan omzet penjualan minimal 10% pada sebagian mitra setelah kegiatan pengabdian berlangsung.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan selama empat minggu di area kuliner Pusat Perbelanjaan Luwes. Enam pelaku usaha yang menjadi mitra berasal dari stand Ayam

Gunting, Takoyaki, Campina Ice Cream, Waffle, Es Teh, dan Bento. Seluruh mitra mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan antusias. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 7, yang memperlihatkan suasana saat pelaku usaha berjualan.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi awal usaha, termasuk sistem pengelolaan keuangan, variasi menu, serta strategi promosi yang digunakan. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan mengandalkan pengalaman pribadi dalam menentukan harga jual. Berdasarkan temuan tersebut, materi pelatihan disusun dengan menekankan pada pengelolaan manajemen usaha sederhana, pengendalian biaya, dan pengembangan produk kuliner inovatif yang sesuai dengan selera pasar lokal.



Gambar 7. Dokumentasi Penjualan

### 3.2. Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha

Pelatihan peningkatan kapasitas manajemen usaha dilaksanakan untuk membantu para pelaku usaha kuliner memahami dasar-dasar pencatatan keuangan, pengelolaan bahan baku, serta perhitungan harga jual secara sederhana. Pengabdian dilakukan langsung di setiap stand dengan pendekatan praktik lapangan. Mitra diberikan buku catatan manual yang digunakan untuk mencatat pemasukan, pengeluaran, dan jumlah stok bahan baku setiap hari. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian mencontohkan cara menulis arus kas masuk dan keluar, menghitung biaya produksi per porsi, serta menilai selisih antara modal dan keuntungan bersih.

Sebelum kegiatan, hampir seluruh pelaku usaha tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur. Pengelolaan modal dan laba dilakukan secara perkiraan tanpa data tertulis. Setelah dua minggu pelatihan dan pengabdian intensif, seluruh mitra mulai menerapkan pencatatan keuangan harian secara manual. Lima dari enam mitra mampu menghitung biaya pokok produksi dengan metode sederhana, sedangkan satu mitra masih dalam tahap penyesuaian karena keterbatasan waktu operasional. Hasil evaluasi ketercapaian disajikan dalam Tabel 2. Untuk memperkuat data kuantitatif, dibuat Tabel 3 sebagai perbandingan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan

Tabel 2. Hasil Evaluasi Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha (Manual System)

No	Nama Stand	Sebelum Kegiatan: Pencatatan Keuangan	Setelah Kegiatan: Pencatatan Manual	Penerapan Perhitungan Biaya Produksi	Tingkat Ketercapaian (%)
1	Ayam Gunting	Tidak ada	Buku catatan harian	Ya	85%
2	Takoyaki	Tidak ada	Buku catatan harian	Ya	80%
3	Campina	Ada (tidak rutin)	Buku catatan harian teratur	Ya	90%
4	Waffle	Tidak ada	Buku catatan harian	Ya	85%
5	Es Teh	Tidak ada	Buku catatan harian	Ya	85%
6	Bento	Tidak ada	Buku catatan harian	Ya	85%

Tabel 3. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian

Aspek	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Pencatatan Keuangan	Tidak ada/ tidak rutin	100% mitra menerapkan pencatatan harian
Pengelolaan Bahan Baku	Tidak terstruktur, sering terjadi pemborosan	Pemborosan turun 12%
Perhitungan harga pokok produksi	Tidak dilakukan	5 dan 6 mitra mampu menghitung HPP
Omzet harian	Rp300.000-Rp800-000	Naik rata-rata 15%
Konsistensi operasional	Berdasarkan intuisi	Lebih disiplin berbasis catatan

### 3.3. Inovasi Produk dan Peningkatan Daya Saing Kuliner

Kegiatan pengabdian berfokus pada upaya peningkatan daya saing melalui inovasi produk kuliner yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Para pelaku usaha didorong untuk mengembangkan tampilan menu yang lebih menarik agar mampu bersaing di pasar kuliner modern. Pengabdian dilakukan secara langsung di setiap stand, dengan memberikan masukan terkait variasi rasa, teknik penyajian, dan pengemasan yang lebih higienis serta estetik. Para pelaku usaha menunjukkan kreativitas dalam menyesuaikan produk dengan karakteristik konsumen di lingkungan pusat perbelanjaan. Stand Waffle memperkenalkan varian topping baru seperti keju susu dan meses cokelat yang digemari anak-anak dan remaja. Stand Takoyaki mengembangkan saus pedas manis khas daerah yang disukai pelanggan muda, sedangkan stand Es Teh menawarkan varian teh susu dan teh jeruk segar dengan tampilan warna yang lebih cerah dan kemasan yang menarik dapat dilihat pada Gambar 8. Upaya ini menjadikan setiap produk memiliki identitas visual yang lebih kuat dan mudah dikenali oleh pelanggan.

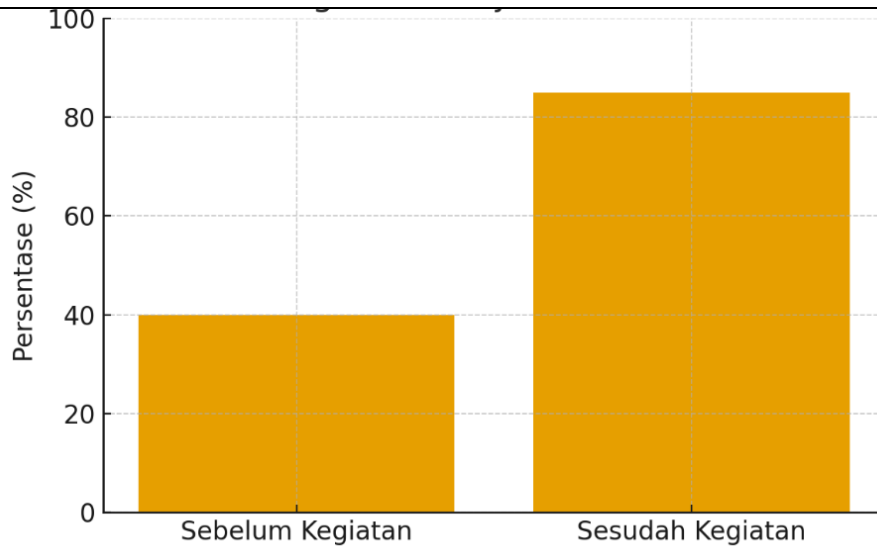
Hasil pengamatan menunjukkan bahwa menu dengan tampilan menarik cenderung lebih cepat diminati konsumen, terutama pada akhir pekan. Penjualan beberapa produk meningkat sekitar 10-20% setelah peluncuran menu baru dengan tampilan yang lebih menarik. Para pelaku usaha juga menyadari bahwa visual produk berperan penting dalam membangun minat beli, sehingga mulai memperhatikan estetika penyajian dan komposisi warna dalam setiap menu yang disajikan. Beberapa contoh menu yang berhasil menarik perhatian konsumen ditampilkan pada Gambar 8, yang memperlihatkan tampilan menu hasil inovasi dari keenam stand. Foto-foto tersebut menggambarkan bagaimana kreativitas sederhana dalam penyajian dan tampilan dapat meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat posisi usaha kuliner skala kecil di tengah persaingan yang semakin ketat.



Gambar 8. Varian Menu di berbagai Stand

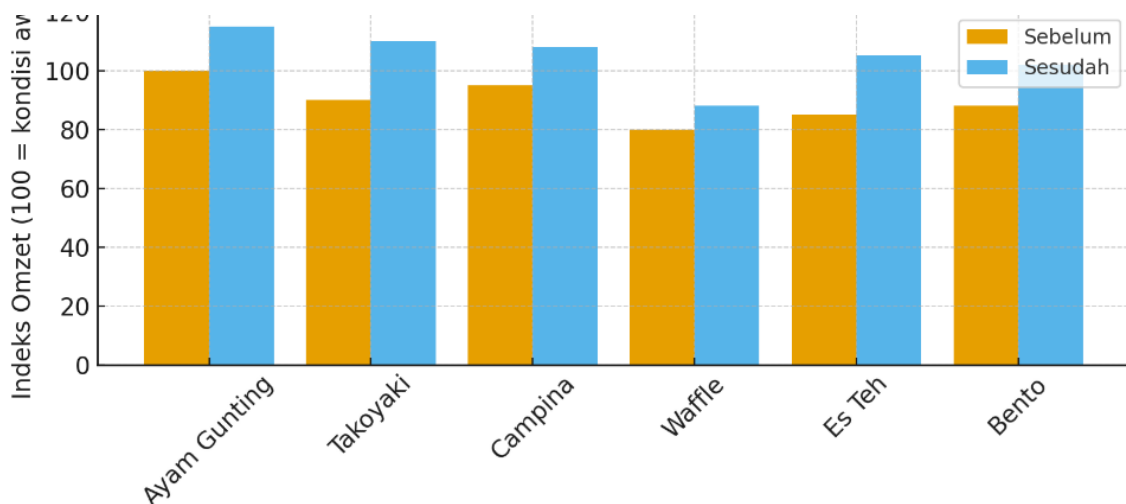
### 3.4. Dampak Sosial dan Ekonomi Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di area kuliner Luwes memberikan dampak yang positif dan terukur bagi para pelaku usaha kuliner. Dari sisi sosial, pelatihan dan pengabdian berhasil menumbuhkan semangat kerja sama dan komunikasi antarstand. Sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku usaha bekerja secara mandiri tanpa koordinasi. Setelah pelatihan, terbentuk kelompok diskusi kecil yang rutin berbagi informasi mengenai harga bahan, pemasok, serta strategi pelayanan pelanggan. Perubahan ini divisualisasikan pada Gambar 9, yang menunjukkan peningkatan tingkat kerja sama sosial antarpelaku usaha dari 40% menjadi 85% setelah kegiatan.

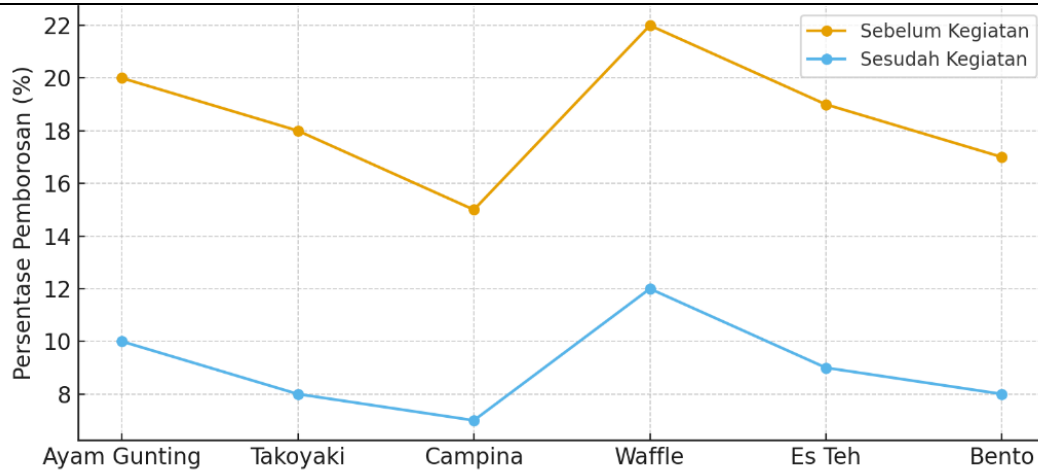


Gambar 9. Peningkatan Kerja Sama Sosial Antarpelaku

Dampak ekonomi juga menunjukkan hasil yang signifikan. Berdasarkan catatan keuangan manual yang dikumpulkan selama dua minggu, rata-rata omzet harian setiap stand meningkat antara 10% hingga 20%. Stand Takoyaki dan Es Teh mengalami peningkatan tertinggi, sementara stand Waffle masih menunjukkan pertumbuhan moderat karena keterbatasan waktu operasional. Peningkatan omzet harian ini divisualisasikan dalam Gambar 10, berupa grafik batang yang memperlihatkan perbandingan omzet sebelum dan sesudah pelatihan untuk enam stand kuliner mitra. Selain peningkatan omzet, efisiensi pengelolaan bahan baku juga membaik, di mana rata-rata pemborosan bahan turun sebesar 12%, seperti terlihat dalam Gambar 11.



Gambar 10. Perbandingan Omzet Harian



Gambar 11. Penurunan Presentase Pemborosan Bahan Baku

Secara keseluruhan, grafik hasil kegiatan memperlihatkan adanya perubahan yang konsisten dari sisi sikap, sosial, dan ekonomi. Dari pengamatan lapangan, para pelaku usaha menunjukkan perilaku lebih disiplin dalam pencatatan keuangan, lebih kreatif dalam inovasi produk, dan lebih aktif berinteraksi satu sama lain. Pelatihan sederhana berbasis kebutuhan nyata terbukti dapat memperkuat kapasitas ekonomi mikro sekaligus membangun budaya kerja kolaboratif di lingkungan pedagang kuliner. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan ekonomi, tetapi juga membangun kemandirian sosial bagi para pelaku usaha di pusat perbelanjaan Luwes.

#### 4. DISKUSI

Hasil kegiatan ini sejalan dengan berbagai program pengabdian masyarakat sebelumnya yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan lokal mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM kuliner [12], [13]. Sebuah kegiatan pengabdian masyarakat menemukan bahwa pelaku usaha mikro yang mengikuti pelatihan pencatatan keuangan manual mengalami peningkatan laba bersih rata-rata 12% dalam tiga bulan setelah pengabdian [14]. Temuan ini mendukung hasil pengabdian di kawasan Luwes, di mana penerapan pembukuan sederhana terbukti membantu pelaku usaha mengontrol arus kas dan biaya bahan baku. Selain itu, program pengabdian lain menyoroti bahwa praktik inovasi produk yang berbasis cita rasa lokal dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan, terutama di sektor kuliner perkotaan yang sangat kompetitif [15].

Dari perspektif sosial dan pemberdayaan, kegiatan ini juga sejalan dengan program pengabdian lain yang menyimpulkan bahwa penguatan jejaring sosial antar pelaku UMKM berperan penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha mikro [16]. Hal yang sama dikemukakan dalam pengabdian masyarakat dimana kolaborasi usaha kecil di lingkungan pasar modern dapat meningkatkan resiliensi ekonomi komunitas [17]. Sementara itu [18], menegaskan bahwa model pengabdian berbasis komunitas efektif dalam membangun budaya wirausaha kolaboratif dan memperkuat kapasitas adaptif pelaku UMKM terhadap perubahan pasar. Dengan demikian, hasil kegiatan pengabdian di Luwes tidak hanya relevan dengan konteks lokal, tetapi juga memperkuat bukti empiris tentang efektivitas pendekatan pelatihan partisipatif-aplikatif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat.

#### 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di area kuliner Luwes berhasil memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha mikro sektor kuliner. Melalui

pelatihan dan pengabdian berbasis praktik lapangan, para pelaku usaha menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam kemampuan pencatatan keuangan manual, pengelolaan bahan baku, serta inovasi produk. Hasil pengukuran menunjukkan rata-rata tingkat ketercapaian kompetensi manajerial sebesar 82,5%, peningkatan omzet harian rata-rata 15%, serta penurunan pemborosan bahan baku hingga 12%. Perubahan positif juga tampak pada aspek sosial, di mana pelaku usaha menjadi lebih kolaboratif dan saling mendukung satu sama lain dalam menjaga kebersihan, pelayanan, dan efisiensi usaha [19], [20].

Kegiatan ini memiliki beberapa kelebihan, antara lain pendekatan yang langsung menyentuh kebutuhan praktis mitra dan metode pengabdian yang sesuai dengan karakteristik usaha mikro. Penggunaan sistem manual dinilai efektif karena mudah diterapkan tanpa memerlukan perangkat digital atau pengetahuan teknologi tinggi. Selain itu, kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran pentingnya inovasi dan disiplin administrasi pada pedagang kuliner skala kecil. Namun demikian, keterbatasan waktu pelaksanaan dan intensitas pengabdian masih menjadi kelemahan, karena beberapa mitra belum sepenuhnya mampu mempertahankan konsistensi pencatatan keuangan dan penerapan inovasi produk dalam jangka panjang.

Sebagai langkah pengembangan lanjutan, kegiatan pengabdian ini berpotensi dikembangkan dengan menambahkan materi pelatihan lanjutan seperti pemasaran digital, desain kemasan, dan branding usaha untuk meningkatkan daya saing produk kuliner lokal di era modern. Pendekatan kolaboratif antarstand yang terbentuk juga dapat dijadikan basis pembentukan komunitas wirausaha kuliner binaan, sehingga keberlanjutan hasil pengabdian dapat terus terjaga. Selain itu, sebagai bentuk tindak lanjut, para usaha pelaku usaha sepakat membentuk group komunikasi untuk menjaga koordinasi dan berbagai informasi terkait pengelola usaha, serta merancang sistem monitoring sebaya agar mitra yang lebih berkembang dapat mendampingi mitra yang lain. Upaya ini diharapkan dapat memastikan bahwa kolaborasi antarpelaku usaha tetap terjaga, sementara pelatihan lanjutan seperti pemasaran digital akan diprioritaskan pada tahap berikutnya untuk memperkuat keberlanjutan (*Sustainability*) pada program pengabdian. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan ekonomi jangka pendek, tetapi juga meletakkan fondasi kemandirian dan profesionalisme bagi pelaku usaha kecil dalam menghadapi dinamika pasar kuliner yang kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Yolanda and U. Hasanah, "Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 170–186, 2024, doi: 10.36490/jmdb.v2i3.1147.
- [2] P. A. Prianta, S. N. A. A. Wahyuni, and E. M. Sedana, "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Pelaksanaan Event di Politeknik Internasional Bali," *Bina Cipta J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 20–27, 2025, doi: 10.46837/binacipta.v4i1.60.
- [3] U. Roudhotun, J. Nurul, F. Roi, and T. Seston, "Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia," *J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 739–746, 2024, doi: doi.org/10.62710/a45xg233.
- [4] F. Raja, P. Kiswandi, and M. A. Ghifari, "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia," *Kampus Akad. Publ. J. Ilm. Ekon. dan Manaj.*, vol. 1, no. 4, pp. 154–162, 2023, doi: 10.61722/jiem.v1i4.328.
- [5] T. Nisa, C. Carmidah, A. Riasari, and L. Anita, "Penguatan Usaha melalui Pelatihan Pembukuan Sederhana dan Digitalisasi di Pasar Kuliner Yosomulyo Pelangi (Payungi)," *Community J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 08–13, Mar. 2021, doi: 10.51903/community.v1i1.172.
- [6] F. N. Hakim, A. Solechan, H. Kusumo, Y. Fitrianto, and T. W. AP, "Pelatihan dan Pendampingan Strategi E-Commerce, Desain dan Label Produk Bagi UMKM di Kecamatan

- Gunungpati," *Community J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 3, no. 3, pp. 80–86, Nov. 2023, doi: 10.51903/community.v3i3.425.
- [7] E. Setiawan, S. Sumardi, E. N. Azizah, C. Tania, and F. Hidayat, "Pelatihan Digital Marketing untuk Mengoptimalkan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Desa Guntung," *Community J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 3, no. 3, pp. 103–109, Jan. 2023, doi: 10.51903/community.v3i3.474.
- [8] K. Riyanto and S. S. Heriyanti, "Optimalisasi Kinerja UMKM: Mengurai Peran Strategis Pelatihan Kewirausahaan dan Inovasi Produk," *Glob. J. Lentera BITEP*, vol. 2, no. 4, pp. 123–131, 2024, doi: 10.59422/global.v2i04.462.
- [9] A. Supardi and W. Ganda, "Meningkatkan Kinerja UMKM melalui Pendampingan Manajerial," *J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 3, pp. 133–144, 2023, doi: 10.55182/jpm.v3i3.528.
- [10] T. Maksun, Saepudin, S. Aep, and Sumarno, "Optimalisasi Konten Promosi Digital melalui Inovasi Sederhana untuk Peningkatan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Komunitas Alisa Khadijah ICMI Ranting Tambun Selatan)," *J. Visi Manaj.*, vol. 11, no. 2, pp. 338–353, 2025, doi: 10.56910/jvm.v11i2.772.
- [11] C. Arista *et al.*, "Strategi Inovasi dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasi Mentok Bu Roni," *Nusant. Community Empower. Rev.*, vol. 2, no. 2, pp. 112–118, 2024, doi: 10.55732/ncer.v2i2.1229.
- [12] L. A. Arifin, U. Winarno, and A. Badrudin, "Inovasi Teknologi Guna Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM dalam Rangka Ketahanan Ekonomi," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 17, no. 2, pp. 145–158, 2025, doi: 10.55598/jmk.v17i2.67.
- [13] S. Hamdi, M. Kartika, D. P. Putra, and S. Hifzia, "Strategi Pengembangan SDM pada UMKM Kuliner pada Kota Mataram Nusa Tenggara Barat," *ECOMA J. Econ. Manag.*, vol. 2, no. 3, pp. 164–170, 2024, doi: 10.70716/ecoma.v2i3.83.
- [14] G. Z. Shaffa, Lady Meiliana, R. Manalu, and N. F. Abdillah, "Improving Financial Management Capacity in MSMEs Through Simple Digital- Based Recording Training," *J. Intelek dan Cendekiawan Nusant.*, vol. 2, no. 3, pp. 1727–1733, 2025, [Online]. Available: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/3967>
- [15] F. Nurzaman, N. F. Yusman, and A. Hasanah, "Analisis Strategi Marketing pada UMKM Kuliner (Studi Kasus Bubur Ayam Abah Oong)," *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 1, no. 2, pp. 43–50, 2024, doi: 10.70283/idarah.v1i2.44.
- [16] Supriadin, "Makna Jaringan Sosial dalam Keberlanjutan Usaha Mikro di Pasar Tradisional," *J. Econ.*, vol. 4, no. 1, pp. 18–25, 2025, doi: 10.55681/economina.v4i1.1524.
- [17] Alhidayatullah, L. S. Hermawan, and H. Susanti, "Kreativitas dan Kolaborasi: Kunci Strategi Supply Chain Berhasil Untuk UMKM dalam Menghadapi Tantangan Pasar Modern dan Menciptakan Keberlanjutan," *J. Inspirasi Ilmu Manaj.*, vol. 4, no. 1, pp. 21–32, 2025, doi: 10.32897/jiim.2025.4.1.4633.
- [18] D. N. Rahmatika *et al.*, "Akselerasi Literasi Kewirausahaan dan Pendampingan UMKM melalui Inovasi Digital dan Jejaring Kolaboratif di Kecamatan Kalibening Kabupaten Banjarnegara," *J. Pengabd. Masy. Bangsa*, vol. 3, no. 7, pp. 3310–3320, 2025, doi: 10.59837/jpmba.v3i7.3002.
- [19] B. Hermanto, M. Anwar, Fatmawati, R. Santosa, and M. Kurdi, "Pendampingan Pemberdayaan UMKM Zarafa dalam Meningkatkan Produktifitas Hasil Produk," *J. Pengabd. dan Pemberdaya. Masy. Sos. Ekon.*, vol. 3, no. 2, pp. 1–4, 2023, [Online]. Available: <https://journalpdmi.org/index.php/jas/article/view/79>
- [20] U. A. Khair, I. M. Suhaeb, D. U. Imran, Haeranah, and Awaluddin, "Peningkatan Keterampilan Manajemen UMKM melalui Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital Improving MSME Management Skills Through Financial Management and Digital Marketing Training," *J. Kolaboratif Sains*, vol. 8, no. 1, pp. 804–811, 2025, doi: 10.56338/jks.v8i1.6774.