

Pendampingan Usaha Nasi Kuning Syauqi Berbasis Inovasi Produk dan Adaptasi Digital

Nora Listiana¹, Ferdinan Chong², Thiaga Rama Pramesya³, Zidan Muhamad Ghalib⁴

^{1,2,3,4} Bisnis Digital, Universitas Global Jakarta, Depok, Jawa Barat

*Corresponding author

E-mail: noralistiana@igu.ac.id (Nora Listiana)*

Article History:

Received: Januari 2026

Revised: Januari 2026

Accepted: Januari 2026

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector play a strategic role in supporting local economies but face challenges related to business competition, limited product innovation, and inadequate digital marketing. This Community Service Program aims to enhance the competitiveness of Nasi Kuning Syauqi MSME through product innovation assistance, service quality improvement, and digital adaptation. A participatory mentoring approach was applied through stages of observation, socialization, training, implementation, and monitoring–evaluation. The results indicate improvements in business management awareness, menu variation, customer service quality, and the adoption of digital marketing strategies. This program contributes to MSME sustainability and the strengthening of the local community-based economy.*

Keywords:

Business Mentoring; Culinary Business; Digital Marketing; MSMEs; Product Innovation

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Pane et al., 2025). Di sektor kuliner, UMKM menjadi salah satu penggerak utama ekonomi lokal karena mampu menyediakan produk makanan yang terjangkau serta sesuai dengan kebutuhan dan selera masyarakat (Meilani et al., 2025).

Salah satu UMKM kuliner yang berkembang di lingkungan masyarakat adalah usaha Nasi Kuning Syauqi (Rismawati et al., 2025). Usaha ini menawarkan produk makanan tradisional dengan cita rasa khas dan harga yang relatif terjangkau (Nurhasan et al., 2025). Berdasarkan hasil analisis usaha, Nasi Kuning Syauqi memiliki potensi pasar yang cukup baik, terutama karena produk nasi kuning

merupakan menu favorit masyarakat dan memiliki permintaan yang relatif stabil (Junetri et al., 2025).

Namun demikian, UMKM Nasi Kuning Syauqi juga menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usahanya (Rismawati et al., 2025). Tantangan tersebut meliputi meningkatnya persaingan usaha kuliner sejenis, keterbatasan inovasi produk, strategi pemasaran yang masih sederhana, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan pengelolaan usaha. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi cuaca dan fluktuasi jumlah pelanggan turut mempengaruhi stabilitas penjualan harian (Riyadi et al., 2026).

Di era digital saat ini, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan media digital dalam mencari informasi dan melakukan pembelian (Permana et al., 2025). Inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM (Yunita et al., 2025). Namun, keterbatasan pengetahuan dan pendampingan seringkali menjadi kendala bagi pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi tersebut secara optimal (Manane et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) berupa pendampingan pengembangan UMKM Nasi Kuning Syauqi yang terarah dan aplikatif. Kegiatan Abdimas ini difokuskan pada pendampingan inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta optimalisasi strategi pemasaran, baik secara offline maupun digital. Melalui kegiatan ini diharapkan UMKM Nasi Kuning Syauqi mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas jangkauan pasar, serta menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat.

Kegiatan Abdimas ini juga sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif, peningkatan produktivitas UMKM, dan penguatan ekonomi masyarakat berbasis lokal.

Metode



Gambar 1. Alur Abdimas

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan **pendampingan partisipatif dan aplikatif**, di mana tim Abdimas berperan sebagai pendamping dan fasilitator, sementara mitra UMKM Nasi Kuning Syauqi terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Metode ini dipilih agar solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra dan dapat langsung diterapkan dalam operasional usaha sehari-hari.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim Abdimas melakukan:

- Koordinasi awal dengan pemilik UMKM Nasi Kuning Syauqi untuk menentukan tujuan, ruang lingkup, dan jadwal kegiatan Abdimas.
- Observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan utama usaha, meliputi persaingan usaha, penjualan yang tidak stabil, keterbatasan inovasi produk, serta pengaruh cuaca terhadap aktivitas penjualan.
- Penyusunan materi pendampingan yang meliputi inovasi menu, strategi pemasaran, peningkatan pelayanan pelanggan, dan adaptasi usaha terhadap kondisi lingkungan.

2. Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi bertujuan memberikan pemahaman awal kepada mitra UMKM mengenai:

- a. Pentingnya inovasi produk dan kualitas layanan dalam meningkatkan daya saing usaha kuliner.
- b. Strategi mempertahankan pelanggan melalui pelayanan yang konsisten dan responsif.
- c. Pentingnya adaptasi usaha terhadap faktor eksternal seperti cuaca dan fluktuasi jumlah pelanggan.

Metode yang digunakan adalah **ceramah interaktif dan diskusi**, sehingga mitra dapat menyampaikan kendala yang dihadapi secara langsung.

3. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Tahap inti Abdimas dilaksanakan melalui:

- a. Pendampingan inovasi menu dan variasi lauk untuk membedakan produk dari pesaing.
- b. Pelatihan peningkatan kualitas pelayanan pelanggan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.
- c. Pendampingan strategi pemasaran sederhana, termasuk promosi dari mulut ke mulut dan pemanfaatan layanan digital (seperti layanan pesan antar).
- d. Pendampingan pengelolaan usaha sederhana, seperti pengaturan waktu produksi dan penyesuaian lokasi atau sarana berjualan agar lebih terlindung dari cuaca.

Pendekatan **learning by doing** diterapkan agar mitra dapat langsung mempraktikkan solusi yang diberikan.

4. Tahap Implementasi

Mitra UMKM Nasi Kuning Syauqi mengimplementasikan hasil pendampingan dalam kegiatan usaha sehari-hari, antara lain:

- a. Menerapkan inovasi menu dan variasi lauk.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
- c. Menerapkan strategi pemasaran dan penyesuaian lokasi atau sarana usaha untuk mengurangi dampak cuaca.

Tim Abdimas tetap melakukan pendampingan selama tahap ini untuk memastikan implementasi berjalan sesuai rencana.

5. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan Abdimas melalui:

- a. Observasi perubahan pada penjualan, pelayanan, dan minat pelanggan.
- b. Evaluasi peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra UMKM.
- c. Diskusi dan umpan balik dari mitra terkait kendala dan hasil yang dicapai selama pelaksanaan program.

Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan rekomendasi pengembangan usaha selanjutnya.

6. Tahap Pelaporan dan Keberlanjutan

Tahap akhir meliputi:

- a. Penyusunan laporan kegiatan Abdimas sesuai dengan ketentuan.
- b. Penyusunan rekomendasi dan rencana keberlanjutan agar mitra UMKM dapat terus mengembangkan usahanya secara mandiri.
- c. Dokumentasi kegiatan sebagai luaran Abdimas.

Hasil

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada UMKM **Nasi Kuning Syauqi** dengan fokus pada pendampingan inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, strategi pemasaran, serta adaptasi usaha terhadap persaingan dan kondisi lingkungan. Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Peningkatan Pemahaman Pengelolaan Usaha

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pemilik UMKM terhadap pentingnya pengelolaan usaha yang terencana. Mitra mulai menyadari bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas rasa, tetapi juga oleh strategi pelayanan, inovasi menu, dan konsistensi operasional.

b. Inovasi Produk dan Variasi Menu

Melalui pendampingan inovasi produk, UMKM Nasi Kuning Syauqi mulai mengembangkan variasi lauk dan penyajian menu untuk menarik minat pelanggan. Inovasi ini menjadi salah satu upaya pembeda dari usaha sejenis di sekitar lokasi berjualan dan membantu meningkatkan daya tarik produk di tengah persaingan.

c. Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan

Kegiatan Abdimas juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Mitra UMKM semakin

memperhatikan keramahan, kecepatan pelayanan, serta respons terhadap masukan pelanggan. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

d. Strategi Pemasaran dan Adaptasi Digital

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra mulai memahami pentingnya strategi pemasaran yang lebih adaptif, termasuk pemanfaatan layanan pesan antar dan metode pembayaran digital. Langkah ini membantu usaha tetap berjalan meskipun menghadapi kendala seperti cuaca buruk atau fluktuasi jumlah pembeli.

e. Adaptasi terhadap Faktor Cuaca

Pendampingan juga menghasilkan peningkatan kesadaran mitra dalam menyesuaikan strategi usaha terhadap kondisi cuaca, seperti penggunaan sarana berjualan yang lebih terlindung serta penyesuaian waktu dan lokasi penjualan. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan dampak cuaca ekstrem terhadap penjualan.

Diskusi

Hasil kegiatan Abdimas menunjukkan bahwa permasalahan utama UMKM Nasi Kuning Syauqi tidak hanya berkaitan dengan persaingan usaha, tetapi juga dengan keterbatasan inovasi produk, strategi pemasaran, dan adaptasi terhadap faktor eksternal. Pendampingan yang dilakukan secara partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas mitra UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.

Inovasi menu dan variasi lauk menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha kuliner. Dengan adanya variasi produk, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan tidak mudah beralih ke pesaing. Hal ini sejalan dengan kebutuhan pasar yang menginginkan produk yang variatif namun tetap mempertahankan cita rasa khas.

Peningkatan kualitas pelayanan pelanggan berperan besar dalam mempertahankan pelanggan setia. Pelayanan yang ramah dan responsif memberikan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang. Selain itu, strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital membantu UMKM menjangkau pelanggan yang lebih luas dan mengurangi ketergantungan pada penjualan langsung di lokasi.

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas UMKM Nasi Kuning Syauqi dari aspek inovasi produk, pelayanan, dan strategi pemasaran. Kegiatan ini juga mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam penguatan ekonomi kerakyatan, peningkatan produktivitas UMKM, dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif.



Gambar 2. Dokumentasi Abdimas

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Nasi Kuning Syauqi telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha mitra. Pendampingan yang dilakukan secara partisipatif mampu meningkatkan pemahaman mitra mengenai pengelolaan usaha, pentingnya inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta pemanfaatan strategi pemasaran dan adaptasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan variasi menu, pelayanan yang lebih responsif, serta kesiapan mitra dalam menyesuaikan usaha terhadap persaingan dan faktor eksternal. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM serta mendukung penguatan ekonomi masyarakat berbasis lokal.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pemilik dan pengelola UMKM Nasi Kuning Syauqi atas kerja sama dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan

kepada tim pelaksana Abdimas yang telah berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Selain itu, apresiasi diberikan kepada institusi perguruan tinggi yang telah memberikan dukungan fasilitas dan administratif sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Dukungan dari seluruh pihak terkait sangat berperan dalam keberhasilan dan keberlanjutan program pengabdian ini.

Daftar Referensi

- Junetri, J., Vega, E. A., Citra, A., Rahmayanti, N., Suasa, S., Haryono, D., & Hamid, N. (2025). Strategi Pemasaran Dan Keberlanjutan Usaha: Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Tanamodindi Kota Palu. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 51–56.
- Manane, D. R., Kase, M. S., Mentu, H., Taolin, M. L., & Timo, F. (2025). Pemberdayaan Komunitas Umkm Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor Berbasis Peningkatan Produktivitas. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 18–27.
- Meilani, A. N., Nugraha, H. A., Pane, S. N., Maulidia, I., & Tambunan, A. K. (2025). Peran UMKM jasa dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2672–2678.
- Nurhasan, N., Yusapri, A., Khairudin, F., Hafiz, A., Indrawan, F. G., & Radiramadhan, M. (2025). Analisis Tingginya Minat Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Lokal Ikan Lele (*Clarias batrachus*)(Studi Kasus: Konsumen dan UMKM Kabupaten Indragiri Hilir). *Jurnal Agro Indragiri*, 10(2), 36–45.
- Pane, A. S. A. S., Putri, H. R., Purba, A. T., & Harahap, L. M. (2025). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(02), 122–129.
- Permana, A., Puspa, R., & Hidayat, A. M. (2025). Keberlanjutan UMKM dalam Ekonomi Digital: Strategi Adaptasi Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman UNISA Kuningan*, 6(1), 10–17.
- Rismawati, R., Trisna, A., Lonto, N., Putri, A., & Gidermi, Y. (2025). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Nasi Uduk Betawi: Peluang Dan Strategi. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(8), 1301–1309.
- Riyadi, T. H. F., Abibah, S., Syahputri, S. N., Lubis, S. N., & Zainarti, Z. (2026). Tantangan Usaha Pedagang Umkm Bakso Syahid. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 278–285.
- Yunita, N. R., Dani, I. M., & Sanjaya, V. F. (2025). Analisis Strategi Pemasaran, Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pempek di Tengah Persaingan Pasar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 1(3), 20–31.