

Peningkatan Ketrampilan Pelaku UMKM Kuliner untuk Paguyuban, Dusun Kronggahan, Gamping, Sleman, Yogyakarta

Musaroh Musaroh, Bintang Lazuardi Benteng Buana Muslim*, Naning Margasari, Nindya Nuriswati Laili

Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding author: bintanglazuardi@uny.ac.id

Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha pelaku bisnis UMKM Kuliner yang berada di daerah Kronggahan, Gamping. Pelatihan yang diberikan meliputi pelatihan manajemen usaha dan pelatihan peningkatan keterampilan UMKM yang dilakukan dengan memberikan pelatihan variasi pembuatan kuliner terang bulan dengan berbagai varian rasa. Kegiatan pengabdian ini disusun oleh tim pengabdian dalam sebuah program kegiatan berupa pelatihan yang disampaikan secara tatap muka. Peserta pelatihan diperkirakan terdiri dari 30 orang yang berprofesi sebagai pelaku UMKM kuliner. Adapun materi yang disampaikan adalah pelatihan manajemen usaha kuliner dan diversifikasi produk terang bulan dan martabak aneka rasa sesuai dengan permintaan khalayak sasaran. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, sosialisasi serta diskusi untuk para pelaku usaha kuliner di wilayah Kronggahan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan pertama dilaksanakan secara offline melalui pertemuan tatap muka dengan jumlah peserta sebanyak 30 orang dengan materi sosialisasi kegiatan kewirausahaan. Kegiatan kedua dilakukan juga secara offline yaitu melalui kegiatan pemberian ketrampilan kepada pelaku usaha kuliner dalam diversifikasi produk jualan yaitu martabak dan terang bulan dengan berbagai varian rasa, yang diberikan oleh narasumber yang kita datangkan dari pekerja ahli tata boga. Peserta kegiatan Luring diikuti 30 peserta.

Kata kunci: UMKM kuliner; Pelatihan manajemen usaha; variasi olahan terang bulan; martabak aneka rasa

Abstract

The purpose of this community service activity is to improve the business management skills of culinary MSME business actors in the Kronggahan area, Gamping. The training provided includes business management training and MSME skills improvement training which is carried out by providing training on variations in making bright moon culinary with various flavours. This service activity was arranged by the service team in an activity programme in the form of training delivered face-to-face. The training participants are estimated to consist of 30 people who work as culinary MSME players. The materials presented were culinary business management training and product diversification. products and various flavours of martabak products according to the demand of the target audience. The service activities were carried out in the form of training, socialisation and discussion for culinary business actors in the Kronggahan area of Yogyakarta Special Region. The first activity was carried out offline through face-to-face meetings with a total of 30 participants with socialisation material for entrepreneurial activities. The second activity was also carried out offline, namely through activities to provide skills to culinary business actors in diversifying selling products, namely

martabak and terang bulan with various flavours, which were given by resource persons we brought in from culinary experts. A total of 30 participants attended the offline activity.

Keywords: *culinary MSMEs; business management training; variations of terang bulan preparations; martabak various flavours*

Musaroh, M., Muslim, B. L. B., Margasari, N., & Laili, N. N. (2025). Peningkatan Ketrampilan Pelaku UMKM Kuliner Untuk Paguyuban, Dusun Kronggahan, Gamping, Sleman, Yogyakarta. *Rahmatan Lil'alamin Journal of Community Services*, 5 (1).

Pendahuluan

Kondisi bisnis kuliner di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, berkembang pesat seiring dengan peningkatan pariwisata dan pertumbuhan penduduk, terutama mahasiswa yang tinggal di daerah tersebut. Sleman merupakan salah satu wilayah yang strategis karena lokasinya yang berdekatan dengan pusat kota Yogyakarta dan memiliki aksesibilitas yang baik dari berbagai kawasan wisata seperti Candi Prambanan, Gunung Merapi, Kaliurang, dan kawasan pendidikan seperti Universitas Gadjah Mada (UGM) serta Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Bisnis kuliner di Sleman memiliki keanekaragaman yang tinggi, mencakup berbagai jenis makanan dari makanan tradisional hingga internasional. Beberapa trend kuliner yang terlihat di Sleman meliputi kuliner tradisional, yaitu masakan khas Jawa seperti gudeg, bakpia, soto, dan jadah tempe banyak ditemui di berbagai warung dan restoran lokal (Anastasya, 2021). Pasar tradisional serta tempat-tempat wisata di kawasan Kaliurang menjadi pusat bagi makanan-makanan tradisional ini, kuliner modern yaitu restoran dan kafe modern dengan konsep fusion food atau makanan internasional berkembang pesat, terutama di sekitar kawasan pendidikan seperti di Seturan, Babarsari, dan Gejayan (Jayani, 2019). Makanan cepat saji, kafe kopi, dan bakery yang menjual makanan kekinian juga semakin menjamur, menarik perhatian anak muda, mahasiswa, dan wisatawan, Umkm yaitu banyak pelaku bisnis kuliner di Sleman yang bergerak dalam skala UMKM (Kotler, 2015). Mereka menawarkan beragam jenis makanan seperti camilan lokal, catering, hingga usaha gerobak atau angkringan yang menjamur di sepanjang jalan utama. Peluang untuk berkembang cukup besar karena akses modal dan program pemerintah untuk mendukung UMKM di sektor kuliner.

Keberadaan destinasi wisata di Sleman, seperti Gunung Merapi, Candi Prambanan, dan Kaliurang, memberikan dampak signifikan pada perkembangan bisnis kuliner. Daerah-daerah ini menjadi sentra bagi berbagai usaha kuliner, mulai dari restoran hingga warung kecil yang melayani wisatawan lokal dan mancanegara (Canta et al., 2024). Trend wisatawan yang mencari kuliner lokal otentik, seperti makanan khas pedesaan atau oleh-oleh khas Sleman, membuat permintaan kuliner tradisional tetap tinggi. Pemerintah Kabupaten Sleman memberikan dukungan terhadap sektor kuliner melalui berbagai program, termasuk pelatihan bagi pelaku UMKM, kemudahan perizinan, dan promosi pariwisata lokal (Maskuri et al., 2024). Berbagai komunitas dan festival kuliner yang diselenggarakan di Sleman, seperti Festival Kuliner Sleman dan event pasar kreatif, turut mendukung eksposur dan pertumbuhan bisnis kuliner lokal (Ningsih et al., 2023).

Berdasarkan uraian kondisi pertumbuhan bisnis kuliner di Kabupaten Sleman serta adanya dukungan pemerintah daerah dalam mengembangkannya, maka Tim PkM dari Jurusan Manajemen UNY berusaha untuk memberikan bekal bagaimana cara meningkatkan diversifikasi produk bisnis kuliner guna menyambut perymbuhan bisnis pariwisata yang semakin maju. Para pelaku bisnis selalu berusaha untuk mengembangkan usaha mereka dengan berbagai strategi perluasan usaha. Diversifikasi produk merupakan salah satu usaha untuk memperluas pasar maupun mempertahankan pangsa pasar dengan memberikan variasi pilihan produk kepada para pelanggan. Diversifikasi produk dapat mengurangi kejenuhan para konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis (Padhiary & Roy, 2024).

Diversifikasi produk dapat dilakukan secara efektif apabila para pelaku bisnis mampu berinovasi dan kreatif dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu para pelaku bisnis dituntut untuk mampu menjaga pelayanan yang baik terhadap para pelanggannya serta harus mampu menjaga kualitas produk secara berkesinambungan (Sulistyaningsih et al., 2024). Pelatihan yang akan diberikan kepada masyarakat khalayak sasaran meliputi pelatihan tentang menciptakan variasi produk baru sebagai hasil dari kreatifitas diversifikasi produk, pembinaan kepada para pelaku bisnis tentang bagaimana seharusnya melayani para pembeli, memberikan pemahaman kepada para pelaku bisnis bagaimana mereka harus menjaga kualitas produk, serta bagaimana memotivasi mereka untuk tetap berinovasi dan tetap kreatif (Nugraha et al., 2024). Pengembangan produk baru dalam bidang kuliner maupun jajanan pasar hasil produksi masyarakat Kronggahan, Gamping Sleman Yogyakarta dapat diciptakan dengan memodifikasi bahan baku maupun bentuk produk serta variasi dalam rasa. Oleh karena hal tersebut maka PkM kali ini akan memberikan bekal pengetahuan tentang pengolahan alternatif produk makanan martabak dan terang bulan.

Metode Pelaksanaan

Khalayak sasaran kegiatan adalah Pelaku Umkm Kuliner yang berada di daerah Kronggahan, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Sedangkan sasaran kegiatan adalah membekali kelompok pelaku umkm kuliner dengan pelatihan tentang perluasan usaha melalui strategi diversifikasi produk, pengembangan layanan, kreativitas dan inovasi pelaku bisnis. Pemilihan khalayak sasaran didasarkan pada beberapa pertimbangan yaitu:

1. Kelompok usaha memiliki prospek peningkatan usaha yang tinggi jika dilihat dari trend masa kini.
2. Lokasi usaha relatif mudah dijangkau oleh tim pengabdian.
3. Bersama-sama memiliki komitmen dalam memajukan usaha umkm kuliner.

Metode pelaksanaan kegiatan dari PkM ini adalah:

1. Kondisi awal pelaku UMKM
 - a) Para pelaku bisnis UMKM di Dusun Kronggahan membutuhkan kemampuan secara teknis maupun manajemen untuk mengelola dan mengembangkan usaha kuliner mereka.

- b) Para pelaku bisnis UMKM membutuhkan pendampingan dalam mengembangkan ketrampilan kuliner mereka serta usaha menciptakan variasi produk mereka.
- c) Para pelaku usaha UMKM memerlukan pendampingan dalam melakukan pengemasan dan strategi penjualan

2. Pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM

Pelatihan yang diberikan meliputi pembuatan kuliner Terang Bulan Aneka Variasi Rasa untuk menambah pengetahuan mereka dalam menjual produk kuliner agar bervariasi dan memiliki cita rasa yang menarik. Pelatihan kedua yang diberikan adalah pelatihan dari segi manajemen usaha untuk mendukung supaya usaha mereka dapat mendapatkan keuntungan serta mencapai tujuan yang diinginkan.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, sosialisasi serta diskusi untuk para pelaku usaha kuliner di wilayah Kronggahan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan pertama dilaksanakan secara offline melalui pertemuan tatap muka dengan jumlah peserta sebanyak 30 orang dengan materi sosialisasi kegiatan kewirausahaan. Kegiatan kedua dilakukan juga secara offline yaitu melalui kegiatan pemberian ketrampilan kepada pelaku usaha kuliner dalam diversifikasi produk jualan yaitu martabak dan terang bulan dengan berbagai varian rasa, yang diberikan oleh narasumber yang kita datangkan dari pekerja ahli tata boga. Peserta kegiatan Luring diikuti 30 peserta. Adapun perincian dari kegiatan tersebut dilakukan pada Tabel 1:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelaksanaan PkM

No	Hai/tanggal	Kegiatan	Materi	Penyaji/ Pendamping
1	Sabtu, 20 Juli 2024	Pemberian Materi	Meningkatkan kualitas produk usaha UMKM Mengembangkan Jaringan Bisnis	Musaroh
		Diskusi	Tanya Jawab Materi oleh peserta Diskusi Seluruh peserta	Dipandu oleh Nindya Nuriswati Laili dan Bintang Lazuardi Benteng Buana Muslim
2	Sabtu, 20 Juli 2024	Pemberian Materi Praktik Diversifikasi Produk Martabak dan Terang Bulan dengan Aneka Varian Rasa	Narasumber Ahli Seluruh Peserta	Ricca Nurbani

Pengabdian pada masyarakat dilaksanakan pada hari Sabtu, 20 Juli 2024. Kegiatan yang dilakukan secara Luring dilakukan pada pagi hari hingga sore hari, dan peserta yang hadir sebanyak 30 pelaku bisnis kuliner. Kehadiran peserta yang cukup antusias dalam mengikuti kegiatan pembekalan, menunjukkan bahwa para pelaku bisnis kuliner memerlukan tambahan wawasan, terlebih dalam hal strategi kualitas produk. Hal ini

sejalan dengan semakin tingginya perkembangan bisnis kuliner di tengah meningkatnya kondisi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Bisnis yang ada harus dibarengi dengan peningkatan kualitas produk baik dari segi higienitas maupun kualitas produk sehingga semakin meningkatkan minat para penggemar kuliner untuk berbelanja. Materi yang disajikan sebagai upaya untuk memberi pemahaman kepada peserta dalam mengembangkan diversifikasi bisnis kuliner di era berkembangnya bisnis kuliner yang semakin marak. Kegiatan pengabdian yang bersifat sosialisasi dibagi dalam dua sesi, sesi pertama, para narasumber menyajikan materi seperti yang telah dipersiapkan dengan memaparkan materi hingga selesai. Kedua, forum diskusi, tim memberi kesempatan pada peserta untuk bertanya atau menanggapi materi yang telah disajikan, sehingga tim mengerti sejauh mana pemahaman peserta terhadap materi yang telah disajikan. Pada tahap pertama dan kedua berlangsung sangat baik, bahkan ada beberapa peserta yang menanyakan solusi apa yang ditawarkan untuk mengelola dan mengembangkan usaha mereka. Bahkan tidak hanya tanya jawab, namun juga lebih mendalam dengan adanya diskusi interaktif dua arah.



Gambar 1. Foto narasumber bersama para peserta pelatihan

Pada gambar 1 penyampaian materi pelatihan pembuatan produk martabak dan terang bulan dengan aneka rasa dilaksanakan dengan demonstrasi yang langsung dipraktikkan oleh para peserta pelatihan. Hasil dari PkM pada kesempatan ini adalah adanya MoA antara pihak Tim PkM Jurusan Manajemen dengan yang diwakili oleh FEB dengan pihak Kalurahan Kronggahan, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Hasil tersebut menjadi menarik untuk menyambut tumbuhnya wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta dan menumbuhkan ikon produk yang ada di suatu wilayah destinasi wisata. Produk ikonik sangat penting dan menjadi daya tarik tersendiri dalam menunjang pertumbuhan ekonomi suatu wilayah, apalagi Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk salah satu tujuan wisata yang cukup menarik.

Terdapat beberapa indikator sebagai pengukur tingkat efektifitas PkM yang dilakukan, dengan memperhatikan beberapa hal berikut ini:

1. Kehadiran peserta sesuai dengan perencanaan
2. Penyajian materi sesuai dengan kesepakatan tim dalam melangsungkan PkM
3. Forum tanya jawab sebagai salah satu pengukur untuk melihat keterlibatan dan peran aktif serta ketertarikan peserta dalam mengikuti kegiatan PkM



Gambar 2. Foto narasumber bersama para peserta pelatihan

Keberhasilan PkM dapat dilihat secara langsung dengan beberapa indikator yang sudah disebutkan dan tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disajikan, bahkan ketepatan waktu pelaksanaan semua sesuai dengan perencanaan, sehingga tim mengemas penyajian dan diskusi dengan padat. Maka dengan adanya kegiatan yang telah dilangsungkan diharap para pelaku usaha kuliner yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta mampu menerapkan strategi yang tepat dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha yang sedang di jalani.

Kesimpulan

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha pelaku bisnis kuliner yang berada di daerah Kronggahan, Kapanewon Gamping, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Peningkatan kemampuan terkait peningkatan kualitas produk dan strategi diversifikasi produk. Hal ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya bisnis kuliner saat ini guna mendukung bisnis wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga diperlukan adanya pemahaman dan pengembangan skill para pelaku usaha terkait kualitas produk dan diversifikasi produk guna meningkatkan penjualan. Dengan memberikan wawasan akan pentingnya kualitas produk dan diversifikasi

produk sebagai upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha yang sedang berlangsung diharapkan para pelaku bisnis kuliner:

1. Mampu meningkatkan kemampuan pengelolaan bisnis yang meliputi peningkatan kualitas dan diversifikasi produk.
2. Meningkatkan kualitas produk yang dijual dengan mempertimbangkan material, proses, dan produk hasil yang akan dijual.

Keberhasilan dalam kegiatan pengabdian ditunjukkan dengan kehadiran peserta yang memenuhi target perencanaan, bahkan keberhasilan kegiatan ini ditunjukkan dengan sikap aktif dari para peserta dalam memberi tanggapan dari materi yang telah disajikan atau sharing pengalaman yang mereka hadapi di tempat usahanya. Penetapan sasaran para pelaku bisnis kuliner sangatlah tepat dalam kegiatan pengabdian ini. Hal ini disebabkan karena para pelaku bisnis kuliner memerlukan strategi yang tepat sehingga usaha yang dijalani dapat berlangsung dengan baik dan terus berkesinambungan.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes selaku Rektor Universitas Yogyakarta
2. Dr. Sutirman, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta
3. Masyarakat pelaku bisnis Dusun Kronggahan sebagai mitra PkM
4. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas peran dan bantuannya sehingga acara dapat berjalan dengan lancar.

Referensi

- Anastasya, A. (2021). *E-Commerce*. UKMINDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/e-commerce>
- Canta, R. I. A. C., Kristanti, N. E., & Yuliando, H. (2024). Consumers' Perception Analysis on Service Quality of Coffee Shops and Coworking Spaces in Yogyakarta, Indonesia. *AgriTECH*, 44(2), 128–137. <https://doi.org/10.22146/agritech.70046>
- Jayani, D. H. (2019). *Tren Pengguna Ecommerce 2017-2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-ecommerce-2017-2023>
- Kotler, P. (2015). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Maskuri, M. F., Febriyanto, A., Baroroh, H., & Nurullaily, S. (2024). Factors Affecting the Sustainability of Halal MSMEs in Yogyakarta: A Study on Literacy, Digitalization, and Fintech. *Diponegoro Journal of Economics*, 13(4), 37–56. <https://doi.org/10.14710/djoe.47679>
- Ningsih, I. N. D. K., Syamila, M. R., & Prastya, N. M. (2023). Instagram for Marketing Communication Art Events During Covid-19 (Case Study of 2021 Biennale Jogja in Yogyakarta, Indonesia). *Journal of Creative*

Industry and Sustainable Culture, 2, 34–51.
<https://doi.org/10.32890/jcisc2023.2.3>

Nugraha, R. N., Setyawati, I., & Awaloedin, D. T. (2024). Creative Product Development Strategies in a Dunia Fantasi Ancol. *West Science Interdisciplinary Studies*, 2(3).

Padhiary, M., & Roy, P. (2024). Collaborative Marketing Strategies in Agriculture for Global Reach and Local Impact. Dalam *Handbook of Research on Agri-Food System and Ethical Marketing in the Global Economy* (219–252). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6715-5.ch008>

Sulistyaningsih, E., Murti, W., & Ratnasih, C. (2024). Analysis of E-Marketing Strategy and Business Innovation in Optimizing Improvement of Service Quality and Its Effect on MSME Income. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*, 5(2), 155–167.
<https://doi.org/10.34306/ajri.v5i2.1045>