

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA WARUNG MAKAN NASI BEBEK GELORA KHAS MADURA

Wakhid Akhyal Fikri

Program Studi S-1 Manajemen, STIE Anindyaguna Indonesia

Akhmad Nurrofi

Program Studi S-1 Manajemen, STIE Anindyaguna Indonesia

Nuruddin Mahmud

Program Studi S-1 Manajemen, STIE Anindyaguna Indonesia

Bayu Teguh Wibowo

Program Studi S-1 Manajemen, STIE Anindyaguna Indonesia

Email: nuruddin.mahmud@gmail.com, akhmadnurrofi790@gmail.com.

bayutw@yahoo.com

Abstract. *The rapid growth of residential areas plays a significant role in boosting the local economy. Among the small businesses operating in this sector, Usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura—a local culinary enterprise in West Bekasi—faces key operational challenges, particularly the lack of a structured marketing development strategy. To help solve these issues, this community engagement program adopted a practical approach combining direct interviews, training sessions, and interactive discussions with the business owner. The initiative focused on helping the partner build a stronger marketing strategy to attract more customers and scale up their business sustainably. As a result, the program successfully assisted the enterprise in obtaining official business permits, introducing product innovations, setting up digital marketing platforms, and providing basic accounting training for better financial management.*

Keywords: *Product Innovation, Marketing Strategy, Small Business Development*

Abstrak. Dengan adanya usaha perumahan maka nilai pertumbuhan ekonomi melalui penguatan ekonomi daerah. UMKM yang menjadi mitra dalam kegiatan Usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura merupakan salah satu usaha kuliner yang berlokasi di Rawa Bebek Rt 001/015 No.8, Kota Baru, Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi, Jawa Barat 17139. Beberapa masalah yang dihadapi oleh Usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura ini adalah Usaha Nasi Bebek, Usaha Nasi Bebek yaitu kurangnya Strategi pengembangan pemasaran yang masih kurang. Metode kegiatan yang menjadi solusi untuk permasalahan mitra adalah dengan wawancara, pelatihan yang dilakukan dalam bentuk sharing. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman akan pentingnya pengembangan strategi pemasaran agar konsumen bisa terpicat dengan Nasi Bebek yang disajikan. Bisnis yang baik agar mampu membuat bisnis berkembang menjadi besar. Hasil dari pengabdian ini adalah adanya perijinan usaha, gagasan inovasi produk dan pembuat pemasaran digital. Pemberian pelatihan Akuntansi Dasar.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Strategi Pengembangan Pemasaran

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi tulang punggung dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah sektor kuliner, karena makanan merupakan kebutuhan pokok yang selalu memiliki permintaan

tinggi di berbagai lapisan masyarakat. Nasi Bebek Gelora Khas Madura merupakan salah satu usaha kuliner yang berlokasi di Rawa Bebek Rt 001/015 No.8, Kota Baru, Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi, Jawa Barat 17139. Usaha ini telah berjalan dan dikenal karena cita rasa khas Madura yang autentik, terutama pada olahan bebek dengan bumbu rempah yang kuat. Namun, dalam menjalankan usaha kuliner yang kompetitif seperti ini, diperlukan strategi pengembangan yang menurut John A. Pearce II (2012). Strategi pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan datang. berkelanjutan agar usaha dapat terus tumbuh dan bersaing di pasar lokal maupun digital, Sedangkan menurut Peter (2013). dalam Lilian Mega Puri (2023), iklan media sosial menjangkau audience yang telah anda investasikan banyak uang dan waktu ke dalam pemeliharaan. Strategi menurut Abdurahman (2018:197) “ berasal dari kata Yunani strategia (stratos= militer, dan agos= memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Menurut Alma (2018:201) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Setyaningrum (2015:245) Promosi ialah suatu usaha mempengaruhi dan memperkenalkan barang atau jasa kepada konsumen. Menurut Dhamersta (2012:41) Promosi adalah bagaimana produk yang kita pasarkan itu diketahui oleh konsumen, yang perlu disampaikan atau yang dikenalkan kepada konsumen adalah manfaat produk, kekhasan produk, harga produk, bagaimana cara membelinya, dimana bisa didapat, dan apa daya tarik produk itu.

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang ada Warung Makan Gelora Khas Madura kurangnya strategi pengembangan, belum adanya perizinan dan pengelolaan administrasi usaha, kurang peningkatan promosi dan daya tarik produk.

TUJUAN PENGABDIAN

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberi pengetahuan seberapa besar termotivasinya Mitra dalam mengelola UMKM agar dapat berkembang lebih baik.

1. Membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi permasalahan dan potensi pengembangan usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura.
2. Mendukung proses pengurusan izin usaha agar UMKM memiliki legalitas formal dan dapat memperluas akses pasarnya.
3. Meningkatkan strategi promosi dan branding melalui media sosial serta pengelolaan konten digital.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian ini meliputi beberapa tahapan, 1). Observasi dan Analisis Awal – Mahasiswa melakukan survei dan wawancara kepada pemilik usaha untuk mengidentifikasi kondisi usaha, kendala, serta peluang pengembangan. 2). Perencanaan Program Pendampingan – Menyusun rencana kegiatan yang meliputi aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan legalitas usaha. 3). Pelaksanaan Pendampingan – Melaksanakan kegiatan sesuai rencana, seperti pembuatan konten promosi digital, pembukuan sederhana, serta membantu proses pendaftaran izin usaha UMKM. 4). Evaluasi dan Laporan – Melakukan evaluasi terhadap hasil pendampingan serta menyusun laporan kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik.

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain:

- 1) Keterbatasan waktu dalam pelaksanaan kegiatan karena menyesuaikan dengan

jadwal operasional usaha. 2) Minimnya pemahaman awal pemilik terhadap penggunaan teknologi digital untuk promosi dan administrasi. 3)

Beberapa dokumen legalitas membutuhkan proses verifikasi dari instansi terkait sehingga memerlukan waktu lebih lama. adapun solusi yang dilakukan antara lain:1)

Menyesuaikan jadwal kegiatan dengan waktu luang pemilik usaha.2)Memberikan pelatihan singkat mengenai penggunaan media sosial dan pencatatan digital.3). Membantu dalam proses administratif dengan panduan pengisian formulir dan persyaratan legalitas.

Pengabdian ini dilaksanakan di lokasi usaha Pada Rumah Makan Nasi Bebek Gelora Khas Madura yang beralamat di Rawa Bebek Rt 001/015 No.8, Kota Baru, Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi, Jawa Barat. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama periode tertentu sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh program Pengabdian masyarakat sebagai berikut.

NO	JUDUL	WAKTU	OUTCOME
1	optimalisasi media promosi digital	06-25 Desember 2025	Pelaku usaha mampu memanfaatkan media promosi digital secara efektif untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi pelanggan.
2	Pembuatan sistem pencatatan keuangan sederhana	01-07 Februari 2026	Pelaku usaha memiliki sistem pencatatan keuangan sederhana untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran secara teratur.
3	Peningkatan Pengetahuan dalam system penjualan di platform digital	10-12 Februari 2026	Pelaku usaha memahami dan mampu mengelola penjualan melalui platform digital secara mandiri.
4	Pendampingan pengurusan izin usaha	14- 27 Maret 2026	Pelaku usaha memahami proses pengurusan izin dan terbantu dalam menyiapkan legalitas usaha secara resmi.

HASIL KEGIATAN

Berdasarkan hasil yang telah dicapai, dapat dianalisis bahwa kegiatan Pengabdian Masyarakat memberikan dampak positif terhadap perkembangan Warung Makan Usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura. Pendampingan dalam bidang administrasi dan promosi digital mampu meningkatkan efisiensi serta memperluas jangkauan pemasaran. Melalui media sosial, usaha ini berhasil menarik pelanggan baru dari luar lingkungan sekitar lokasi usaha.

Selain itu, kegiatan pelatihan administrasi sederhana membantu pemilik dalam memahami konsep dasar laporan keuangan, sehingga dapat memantau keuntungan dan pengeluaran secara lebih terukur. Pengurusan legalitas usaha juga menjadi langkah penting dalam memperkuat kredibilitas dan membuka peluang untuk mendapatkan dukungan dari instansi pemerintah.

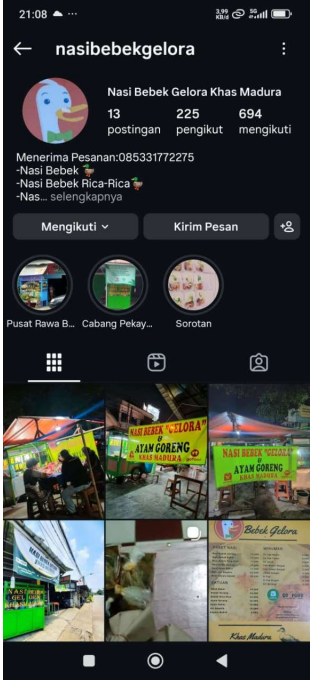
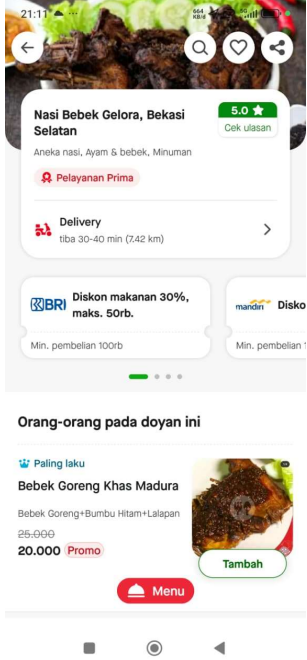
Berdasarkan hasil yang telah dicapai, dapat dianalisis bahwa kegiatan Pengabdian Masyarakat ini memberikan dampak positif terhadap perkembangan Warung Makan

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA WARUNG MAKAN
NASI BEBEK GELORA KHAS MADURA**

Usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura. Pendampingan dalam bidang administrasi dan promosi digital mampu meningkatkan efisiensi serta memperluas jangkauan pemasaran. Melalui media sosial, usaha ini berhasil menarik pelanggan baru dari luar lingkungan sekitar lokasi usaha.

Kunjungan pertama meminta izin OWNER BEBEK NASI GELORA KHAS MADURA	PERENCANAAN PROGRAM
	
FOTO PRODUK BUMBU HITAM KHAS MADURA UNTUK PROSES PROMOSI DIGITAL	
	
PEMBUATAN AKUN INSTAGRAM UNTUK PROMOSI VIA SOCIAL MEDIA	PEMBUATAN AKUN GOJEK UNTUK PEMASARAN DIGITAL

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA WARUNG MAKAN NASI BEBEK GELORA KHAS MADURA

	
GAMBAR PRODUK PENJUALAN DIGITAL	GAMBAR PRODUK PENJUALAN DIGITAL
	

Selain itu, kegiatan pelatihan administrasi sederhana membantu pemilik dalam memahami konsep dasar laporan keuangan, sehingga dapat memantau keuntungan dan pengeluaran secara lebih terukur. Pengurusan legalitas usaha juga menjadi langkah penting dalam memperkuat kredibilitas dan membuka peluang untuk mendapatkan dukungan dari instansi pemerintah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat pada Warung Makan Usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha maupun peningkatan kompetensi

mahasiswa. Pendampingan yang dilakukan berhasil membantu pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas administrasi, pengurusan legalitas, serta optimalisasi promosi digital. Melalui kegiatan ini, Tim juga memperoleh pengalaman langsung dalam penerapan ilmu manajemen, kewirausahaan, dan komunikasi bisnis yang relevan dengan dunia kerja.

Secara umum, kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berjalan dengan lancar dan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa peningkatan yang dapat dicapai meliputi:

1. Pemahaman pemilik usaha terhadap pentingnya pencatatan keuangan yang rapi dan terstruktur meningkat.
2. Proses pengurusan izin usaha telah berjalan lebih terarah dan sesuai prosedur.
3. Penggunaan media digital untuk promosi usaha semakin optimal melalui pembuatan konten dan pengelolaan media sosial.
4. Hubungan kemitraan antara Tim dan pelaku UMKM terjalin dengan baik sebagai bentuk sinergi akademik dan pemberdayaan masyarakat.

Saran

Agar pengembangan usaha Nasi Bebek Gelora Khas Madura dapat berkelanjutan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha diharapkan dapat secara konsisten memperbarui konten promosi digital dan menjaga interaksi aktif dengan pelanggan.
2. Penggunaan aplikasi pembukuan digital berbasis mobile dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan efisiensi pencatatan keuangan.
3. Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan pelatihan lanjutan terkait manajemen usaha, perizinan, dan pemasaran digital kepada UMKM.
4. Kerja sama antara mahasiswa dan UMKM dapat dilanjutkan melalui program pendampingan berkelanjutan guna mendukung perkembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Nana Herdiana. 2018. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cetakan pertama. Bandung: Penerbit Pustaka Setia
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ke-13 Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ari, Setyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dharmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- John A. Pearce II, (2014) *Manajemen strategik*, Jakarta: Salemba Empat,
- Lilian Mega Puri (2023) *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Journal of Student Research (JSR) Vol.1, No.1 Januari 2023*. Metro Universitas Muhammadiyah