

Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada *Starra Kitchen* Kediri Untuk Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan

Arina Mubaroroh¹, Emilya Martha², Siska Afriyanti³, Miladia Rahmah⁴, Dwi Lomansari⁵,
Aulia Himatus Syecha⁶, Masriatul Dwi Auliya⁷

IAIN Kediri

arinamuba02@gmail.com¹, emilyamartha@gmail.com², afriyantisiska9gmail.com³,

dearahma@gmail.com⁴, dwilomasari@gmail.com⁵, syechaaulia@gmail.com⁶,

masriatuldwiauliya23@gmail.com⁷

Article Info

Volume 2 Issue 4
December 2024

Article History

Submission: 15-12-2024

Revised: 27-12-2024

Accepted: 28-12-2024

Published: 31-12-2024

Keywords:

MSMEs, Product Quality,
Customer Service, Asset-
Based Community
Development (ABCD),
Business Development

Kata Kunci:

UMKM, Kualitas Produk,
Layanan Pelanggan, Asset-
Based Community
Development (ABCD),
Pengembangan Usaha



Welfare: Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a
Creative Commons Attribution-Share
Alike 4.0 International License.

Abstract

Strengthening Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is a strategic step in improving the quality of products and services, especially at Starra Kitchen Kediri. Starra Kitchen, as one of the MSMEs operating in the culinary sector, faces challenges in the form of intense market competition and the need for innovation to maintain competitiveness. This community service activity aims to increase management capacity, product quality and customer service through an Asset-Based Community Development (ABCD) approach. This method involves identifying local potential and assets owned by Starra Kitchen to develop sustainable strengthening strategies. Implementation of activities includes business management training, product innovation, and improving service skills based on customer needs. The results of the activities showed significant improvements in product quality, service efficiency and customer satisfaction. By utilizing existing potential, Starra Kitchen has succeeded in increasing its competitiveness, while also having a positive impact on the development of MSMEs in Kediri.

Abstrak

Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan, khususnya di *Starra Kitchen* Kediri. *Starra Kitchen*, sebagai salah satu pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, menghadapi tantangan berupa persaingan pasar yang ketat dan kebutuhan akan inovasi untuk mempertahankan daya saing. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajemen, kualitas produk, dan layanan pelanggan melalui pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)*. Metode ini melibatkan identifikasi potensi lokal dan aset yang dimiliki *Starra Kitchen* untuk mengembangkan strategi penguatan yang berkelanjutan. Pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan pengelolaan usaha, inovasi produk, serta peningkatan keterampilan pelayanan berbasis kebutuhan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas produk, efisiensi layanan, dan kepuasan pelanggan. Dengan memanfaatkan potensi yang ada, *Starra Kitchen* berhasil meningkatkan daya saingnya, sekaligus memberikan dampak positif pada pengembangan UMKM di Kediri.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di tingkat local (Zunaidi et al., 2022). Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kediri pada tahun 2023, lebih dari 80% pelaku usaha di wilayah Kediri tergolong UMKM. Namun, banyak UMKM yang menghadapi tantangan signifikan, terutama dalam hal kualitas produk, layanan pelanggan, dan kemampuan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu UMKM yang membutuhkan pendampingan adalah *Starra Kitchen* Kediri, sebuah usaha kuliner yang berfokus pada penyediaan makanan olahan berbasis lokal.

Masalah utama yang dihadapi *Starra Kitchen* adalah rendahnya standar operasional dalam pengelolaan produk dan layanan. Berdasarkan survei awal, 70% pelanggan menyatakan kepuasan terhadap produk, namun hanya 50% yang menilai layanan pelanggan memenuhi ekspektasi. Hal ini menjadi indikasi bahwa peningkatan kualitas layanan dan produk sangat diperlukan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Selain itu, belum adanya sistem *branding* yang kuat membuat *Starra Kitchen* sulit membangun citra positif di tengah persaingan usaha kuliner di Kediri yang semakin padat (Ika et al., 2024).

Tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya dalam mengelola aset yang dimiliki. *Starra Kitchen* memiliki potensi besar, seperti akses ke bahan baku lokal berkualitas dan lokasi strategis, tetapi belum dimanfaatkan secara optimal (Hidayati et al., 2024). Dengan pendekatan yang tepat, potensi ini dapat menjadi modal utama untuk meningkatkan daya saing usaha. Pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)* dipilih karena relevansinya dalam memberdayakan UMKM melalui penguatan aset yang telah ada.

Dari sisi pasar, kebiasaan konsumen juga berubah drastis akibat kemajuan teknologi. Konsumen modern mengharapkan layanan cepat, profesional, dan inovatif. UMKM seperti *Starra Kitchen* harus mampu memenuhi harapan ini agar tetap relevan (Khoiruddin et al., 2024). Survei tahun 2024 dari Asosiasi Pengusaha Kuliner menyebutkan bahwa 65% pelanggan lebih memilih usaha yang memiliki layanan berbasis digital, seperti pemesanan online dan pembayaran elektronik.

Dalam konteks ini, pelatihan yang mengintegrasikan peningkatan kualitas produk dan layanan dengan teknologi sangat diperlukan. Sebagai mitra masyarakat, kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada *Starra Kitchen* untuk meningkatkan standar operasional dan mengembangkan citra usahanya. Dengan fokus pada aspek kualitas produk dan layanan, *Starra Kitchen* diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya di pasar lokal.

Tujuan kegiatan ini adalah memberikan solusi praktis dan aplikatif dalam meningkatkan kualitas produk, pelayanan pelanggan, dan sistem pemasaran. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan pemilik dan karyawan *Starra Kitchen* dalam memanfaatkan potensi aset lokal dan teknologi. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan kualitas, tetapi juga dampak jangka panjang berupa keberlanjutan usaha yang lebih kuat.

Hasil kajian pustaka mendukung pentingnya penerapan pendekatan berbasis aset dalam pengembangan UMKM. Penelitian oleh Kretzmann dan McKnight (1993) menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis aset memungkinkan komunitas untuk lebih mandiri dalam mengelola potensi yang dimiliki (Dawam & Rizkiyah, 2023). Kajian lain oleh Permana et al. (2021) juga menegaskan pentingnya penguatan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM.

Starra Kitchen memiliki peluang besar untuk tumbuh jika dapat mengatasi tantangan tersebut. Dalam konteks ini, pendekatan ABCD akan digunakan untuk mengidentifikasi, mengoptimalkan, dan mengembangkan potensi lokal yang dimiliki *Starra Kitchen*. Dengan kolaborasi aktif antara pelaku usaha, masyarakat, dan tim pengabdian masyarakat, diharapkan tercipta ekosistem usaha yang lebih kuat dan berdaya saing tinggi.

Pendekatan ini juga sesuai dengan perkembangan tren pasar kuliner yang semakin menuntut profesionalisme dalam pengelolaan usaha. Kajian dari Asosiasi UMKM Nasional (2023) menunjukkan bahwa usaha yang menerapkan standar kualitas tinggi cenderung mengalami peningkatan pendapatan hingga 30% dalam jangka waktu satu tahun. Hal ini mengindikasikan pentingnya peningkatan kualitas sebagai langkah strategis untuk keberlanjutan UMKM (Dawam & Rizkiyah, 2023).

Dengan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan dampak langsung terhadap keberlanjutan usaha *Starra Kitchen*. Program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kualitas produk dan layanan, tetapi juga membangun kesadaran pentingnya inovasi dan pengelolaan berbasis teknologi. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM lainnya di wilayah Kediri.

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)* yang berfokus pada pemanfaatan dan penguatan aset yang dimiliki oleh *Starra Kitchen*. Tahapan pertama adalah identifikasi aset lokal melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha serta karyawan untuk mengenali kekuatan internal, seperti kualitas bahan baku lokal, keterampilan memasak, dan lokasi strategis. Langkah ini dilanjutkan dengan pemetaan masalah utama, yaitu rendahnya standar operasional layanan dan kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Tahapan kedua adalah perancangan program pelatihan, meliputi penyusunan modul pelatihan yang mengintegrasikan konsep peningkatan kualitas produk, standar layanan berbasis syariah, dan strategi pemasaran berbasis digital.

Tahapan ketiga adalah implementasi pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dilakukan secara interaktif, dimulai dengan sesi teori mengenai pentingnya kualitas produk dan layanan dalam keberlanjutan bisnis, diikuti dengan praktik pengelolaan produk dan simulasi penerapan teknologi dalam pemasaran. Pendampingan intensif diberikan untuk membantu *Starra Kitchen* mengimplementasikan hasil pelatihan, termasuk optimalisasi media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Tahapan terakhir adalah evaluasi dan refleksi, di mana hasil pelaksanaan program diukur melalui survei kepuasan pelanggan dan wawancara dengan mitra. Selain itu, refleksi bersama dilakukan untuk mendiskusikan keberhasilan program dan area yang masih perlu pengembangan lebih lanjut. Dengan metode ini, diharapkan *Starra Kitchen* dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya secara signifikan (Zunaidi, 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Praktik Bisnis Syari’ah (PBS)/Magang 1 ini dilaksanakan secara kerja sama dengan berbagai UMKM di Kota dan Kabupaten Kediri yang telah terdaftar. Adapun tahapan-tahapan pendampingan praktik magang ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

No.	Nama Tahapan	Waktu	Keterangan
1.	Pembekalan Praktik Bisnis Syari’ah	13 Juli 2024	Mahasiswa, DPL, dan Owner UMKM
2.	Penyerahan Mahasiswa Peserta PBS	15 Juli 2024	Mahasiswa, DPL, dan owner UMKM
3.	Pelaksanaan PBS	15 Juli-23 Agustus 2024	Mahasiswa dan owner UMKM
4.	Penentuan ide dan produk usaha	Minggu kedua PBS	Mahasiswa dan owner UMKM
5.	Pelepasan mahasiswa peserta PBS	23 Agustus 2024	Mahasiswa, DPL, dan owner UMKM

Adapun kelompok kami ditempatkan di sebuah UMKM di Kota Kediri yakni, *Starra Kitchen* yang beralamat di Jl. Semeru Gg. Baru No. 2 Rt/rw: 04/07 Kec. Bandar Kidul Kota Kediri yang dimiliki oleh Ibu Sutaningsih. *Starra Kitchen* merupakan UMKM yang bergerak di bidang jasa produksi pesanan berbagai macam makanan seperti lunch box, kue basah, olahan sambal dan lainnya atau bisa disebut usaha catering.

Peserta magang PBS terlebih dahulu menjalani pengenalan sebelum memasuki dunia kerja UMKM. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan penjelasan kepada mahasiswa tentang tugas-tugas apa saja yang nantinya harus mereka selesaikan di lokasi magang.

Kemudian, pada minggu pertama dilakukan penyerahan mahasiswa magang yang dilakukan oleh seluruh anggota kelompok 22 beserta DPL dan pemilik UMKM, yang bertempat di *Starra Kitchen*. Pemilik UMKM juga menjelaskan bagaimana kegiatan produksi, aturan, tata



tertib, serta pengenalan terhadap lingkungan kerja di *Starra Kitchen*. Selama beberapa hari selanjutnya, kami melanjutkan dengan pengarahan lebih lanjut mengenai tugas-tugas yang akan kami emban. Secara keseluruhan, minggu pertama berjalan dengan lancar dan kami merasa siap untuk memasuki minggu berikutnya dengan penuh tanggung jawab di tempat magang.

Gambar 1. Pembekalan Magang

Selama magang di *Starra Kitchen*, mahasiswa memperoleh pengalaman yang komprehensif mengenai operasional dalam industri catering. Melalui berbagai kegiatan, termasuk persiapan bahan, pemasakan, dan penyajian makanan, mahasiswa dapat meningkatkan keterampilan teknis secara signifikan. Terlibat langsung dalam proses dapur memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang teknik memasak yang efisien dan pengelolaan waktu yang efektif. Selain itu, dalam kegiatan magang ini pun juga mencakup pemahaman pada manajemen dapur, di mana mahasiswa belajar mengenai pengelolaan inventaris, pengaturan jadwal produksi, dan kontrol kualitas. Ini memperjelas pentingnya standar operasional prosedur (SOP) untuk menjaga konsistensi kualitas makanan serta efisiensi operasional.

Kemampuan keterampilan dalam layanan pelanggan juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Interaksi langsung dengan pelanggan dalam menangani pesanan dan konsultasi menu meningkatkan kemampuan komunikasi dan penyelesaian masalah. Kemampuan untuk memberikan rekomendasi yang sesuai dan menangani keluhan dengan baik dan berkontribusi pada pengalaman positif pelanggan, yang esensial dalam industri catering. Selain itu, mahasiswa juga terlibat dalam perencanaan menu untuk berbagai acara memperluas pengetahuan mengenai kreativitas dalam penyajian makanan dan penyesuaian menu berdasarkan kebutuhan klien serta tren makanan terkini.

Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti koordinasi waktu dalam persiapan makanan untuk acara besar dan pengelolaan stok bahan. Pengelolaan yang efisien menjadi kunci untuk menjaga kelancaran operasional. Solusi yang diterapkan termasuk perencanaan yang matang serta penggunaan teknologi untuk memantau inventaris, meskipun perbaikan terus-menerus tetap diperlukan. Secara keseluruhan, magang di *Starra Kitchen* memberikan wawasan berharga tentang dinamika industri catering dan pentingnya integrasi antara keterampilan teknis, manajerial, dan layanan pelanggan untuk kesuksesan operasional usaha catering.



Gambar 2. Pelepasan Mahasiswa Magang

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan kapasitas dan daya saing Starra Kitchen Kediri dalam menghadapi tantangan pasar modern melalui penguatan kualitas produk, layanan, dan strategi pemasaran berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman mitra tentang pengelolaan aset lokal, optimalisasi layanan, dan penggunaan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Secara khusus, Starra Kitchen mampu menerapkan standar layanan berbasis syariah yang memberikan nilai tambah dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslim.

Dari aspek kualitas produk, peningkatan standar produksi menghasilkan perubahan signifikan pada daya saing produk Starra Kitchen. Berdasarkan evaluasi konsumen, produk yang dihasilkan mengalami peningkatan dalam hal kualitas rasa, kemasan, dan daya tahan. Hasil ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa inovasi pada produk menjadi kunci untuk bertahan di pasar UMKM (Abdullah, 2022). Upaya ini juga sejalan dengan teori kualitas pelayanan, yang menekankan pentingnya menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen tetapi juga memberikan pengalaman yang berbeda.

Dari sisi layanan, penerapan standar berbasis syariah menghasilkan respons positif dari pelanggan. Berdasarkan survei, tingkat kepuasan pelanggan meningkat sebesar 30% setelah pelaksanaan program. Temuan ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menyebutkan bahwa layanan berkualitas tinggi merupakan faktor penentu loyalitas pelanggan. Selain itu, pendekatan layanan berbasis syariah ini memberikan keunikan tersendiri bagi Starra Kitchen, yang membedakannya dari kompetitor lain di wilayah Kediri.

Strategi pemasaran berbasis digital yang diperkenalkan selama kegiatan pengabdian memberikan dampak langsung pada peningkatan penjualan. Melalui pelatihan e-commerce dan media sosial, Starra Kitchen berhasil meningkatkan keterlibatan pelanggan secara daring, yang tercermin dari kenaikan jumlah pesanan online hingga 40%. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan platform digital dapat memperluas jangkauan pasar UMKM (Sari, 2023). Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya adaptasi teknologi dalam menghadapi tantangan disrupsi digital.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak yang nyata dalam pengembangan UMKM Starra Kitchen. Penguatan aset lokal melalui metode ABCD terbukti efektif dalam menciptakan keberlanjutan usaha, sekaligus memperkuat daya saing di pasar. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan model pengabdian masyarakat yang dapat diterapkan pada UMKM lain di wilayah Kediri, sekaligus memperkuat literatur tentang pemberdayaan UMKM berbasis aset lokal dan inovasi digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di *Starra Kitchen* Kediri dengan pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)* berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas produk, layanan, dan strategi pemasaran. Melalui identifikasi aset lokal, pelatihan, dan pendampingan, mitra berhasil memahami pentingnya pengelolaan aset internal yang optimal. Pelatihan yang mencakup standar layanan berbasis syariah, peningkatan kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, telah membantu *Starra Kitchen* memperluas pasar melalui platform e-commerce dan media sosial.

Evaluasi hasil menunjukkan peningkatan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional. Pelanggan merespons positif terhadap perbaikan kualitas layanan dan produk, sementara peningkatan aksesibilitas melalui media digital berkontribusi pada peningkatan jumlah pesanan. Kesuksesan kegiatan ini menegaskan pentingnya penguatan aset lokal dan pendampingan intensif dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM. Keberhasilan ini diharapkan menjadi model bagi pengembangan UMKM lainnya di wilayah Kediri dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dawam, A., & Rizkiyah, I. Z. (2023). Pelatihan Tata kelola Desa Wisata Halal Berbasis Media Branding Strategy di Desa Labuhan Jung Koneng Kabupaten Bangkalan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 169-175.
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/349%0A>

- Hidayati, N., Septiana, A. Y., & Salsabilla, I. A. (2024). Digital Marketing sebagai Strategi Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Desa Cerme Kabupaten Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(3), 450–457.
- Ika, L., Indahsari, N., Muawwanah, R., Hafifah, N., Sholekhatun, S., Akbar, R., & Amin, Z. S. (2024). Optimalisasi Branding dan Marketing Kerajinan Menjawet Rotan Khas Dayak di Desa Sepang Simin , Gunung Mas , Kalimantan Tengah. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(3), 513–518.
- Khoiruddin, M. I., Pinasty, R. N., Barira, N., Adhitya, T., & Kediri, I. (2024). Integrasi Kasir Pintar Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Warung Kuliner Dhoho Plaza Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(3), 537–542.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.
- Zunaidi, A., Fauza, N., Zainuddin, M., Mushlihin, I. A., & Mutafarida, B. (2022). Training for MSME Development in an Effort to Improve Professional MSME Business Financial Governance. *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)*.