

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Nasi Uduk Betawi : Peluang Dan Strategi

Rismawati¹, Ayu Trisna², Nadia Lonto³, Ananda Putri⁴, Yonathan Gidermi⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pelita Bangsa Bekasi, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Rismawati

E-mail: risma@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang baik dari waktu ke waktu. UMKM merupakan pilar perekonomian Indonesia, mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal dan memberikan kontribusi penting terhadap lapangan kerja. Artikel ini membahas mengenai perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Nasi Uduk Betawi, sebuah usaha kuliner yang berkembang pesat di desa Bojong Konen, serta membahas tentang peluang pasar, strategi pemasaran, rencana keuangan dan perkembangan terkait dalam pengembangan usaha ini. Menganalisis aspek hukum. Selain itu, UMKM Nasi Uduk BETAWI juga memanfaatkan akun e-commerce untuk meningkatkan penjualan, menunjukkan upaya pengembangan pasar melalui digitalisasi.

Kata kunci - UMKM, Pengembangan, Nasi Uduk Betawi, Peluang, Strategi, Kuliner

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have experienced good development from time to time. MSMEs are the mainstay of the Indonesian economy, and make a major contribution to employment because they help the growth of the community's economy. This article discusses the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) Nasi Uduk Betawi, a culinary business that is growing rapidly in Bojong Koneng village, and analyzes market opportunities, marketing strategies, financial planning, and relevant legal aspects in developing this business. In addition, MSME Nasi Uduk BETAWI has also utilized E-Commerce accounts to increase sales, which shows their efforts in developing the market through digitalization.

Keywords - MSMEs, Development, Betawi steamed rice Opportunities, Strategy, Culinary

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang baik dari waktu ke waktu. Pengusaha juga menghasilkan berbagai jenis produk. Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu terobosan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat dan mencapai kesejahteraan yang wajar. UMKM merupakan pilar perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Kemandirian masyarakat seperti pelaku ekonomi UMKM diharapkan dapat menurunkan angka pengangguran, mengingat lapangan kerja semakin terbatas dan jumlah pekerja yang belum menetap terus meningkat.

Kurang kuatnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini mendorong pemerintah untuk terus memperkuat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang cenderung mengonsumsi modal dalam jumlah besar (padat modal). Eksistensi UMKM tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak perekonomian, terutama pasca krisis ekonomi (Sedyastuti, 2018).

UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Kehadiran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional memberikan dampak serius tidak hanya terhadap nilai produksi dan perdagangan secara keseluruhan, namun juga terhadap jumlah pekerja yang kehilangan pekerjaan. Salah satu pandemi ini (Alfrian & Pitaloka, 2020).

Namun, UMKM juga menghadapi sejumlah tantangan besar. Keterbatasan modal kerja, buruknya kualitas sumber daya manusia (SDM), dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan beberapa kendala utama yang dihadapi sektor ini. Selain itu, UMKM seringkali menghadapi ketidakpastian prospek usaha dan belum lengkapnya rencana, visi, dan misi. Hal ini disebabkan oleh sifat UMKM yang fokus pada menghasilkan pendapatan pada umumnya dan meningkatkan pendapatan pada khususnya. Ciri khas UMKM antara lain kepemilikan keluarga, penggunaan teknologi yang relatif sederhana, dan kurangnya akses terhadap permodalan (Bankable) Dan tidak ada pemisahan antara modal usaha dan kebutuhan pribadi. Meski demikian, selama UMKM mendapat dukungan dan pengembangan yang memadai, potensi mereka untuk berkembang dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional masih besar. Banyak negara telah memperkenalkan atau mengadopsi program kombinasi untuk mendukung bantuan bagi sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Edy Sutrisno, 2021).

Permasalahan di atas merupakan faktor penghambat perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah serta mempengaruhi pertumbuhan dan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah. Selain itu, dengan diberlakukannya pasar bebas ASEAN, banyak produk dari usaha kecil dan menengah asing yang kemungkinan akan masuk ke Indonesia. Situasi ini memberikan tantangan bagi produk UMKM di Indonesia, dan pemberdayaan, pembinaan, dan pendampingan yang intensif sangat diperlukan (Khairani & Pratiwi, 2018).

Setiap orang mempunyai keinginan untuk sukses sebagai pengusaha atau wirausaha. Namun, hanya sedikit orang yang benar-benar serius menjalankan bisnis. Hal ini tidak terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi sebelum dan selama operasional bisnis. Oleh karena itu, untuk membangun bisnis yang sukses dan menjadi pengusaha sukses, Anda harus mendorong kewirausahaan terlebih dahulu. Kewirausahaan memerlukan keterampilan khusus yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Melalui kewirausahaan, masyarakat termotivasi untuk mempertahankan produktivitas dan menciptakan inovasi baru yang membuka peluang usaha yang lebih menguntungkan (Ariyanto dkk., 2022).

Permintaan akan masakan yang menggunakan nasi semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat dan masyarakat lebih memilih makanan yang enak dan bergizi. Nasi Uduk Betawi yang bisa dinikmati kapan saja dan di mana saja menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen. Permintaan pasar terhadap produk UMKM seperti beras Uduk Betawi menunjukkan tren yang menarik, terutama mengingat tren konsumen yang berkembang pesat. Nasi Uduk Betawi merupakan olahan nasi berbahan dasar santan yang memiliki rasa yang nikmat dan unik sehingga

menjadi jajanan yang digemari segala usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Yang membuat produk ini unik adalah rasanya yang kaya dan dipadukan dengan berbagai lauk pauk. Pengalaman bersantap yang berbeda dari nasi uduk biasanya. Permintaan pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain preferensi konsumen terhadap jajanan inovatif dan sehat.

Beras Uduk Betawi mampu memenuhi standar tersebut karena menggunakan bahan baku alami tanpa penambahan bahan pengawet berlebihan sehingga cocok untuk gaya hidup sehat yang sedang populer saat ini. Selain itu, harganya yang terjangkau dan variasi lauknya membuatnya semakin menarik untuk dijadikan camilan. Strategi pemasaran UMKM yang efektif, seperti penjualan melalui platform online dan kemasan yang menarik, juga meningkatkan kesadaran dan permintaan terhadap produk-produk tersebut. Dukungan pemerintah dan inisiatif e-commerce juga membantu produk UMKM seperti beras Betawi Uduku menjangkau pasar yang lebih besar baik lokal maupun nasional. Secara keseluruhan, prospek permintaan pasar UMKM Beras Uduk Betawi sangat positif, apalagi jika para pelaku ekonomi terus berinovasi dalam mengembangkan produk yang menarik dan menjaga kualitas.

Nasi merupakan makanan pokok yang banyak dikonsumsi oleh penduduk dunia. Hal ini dibuktikan dengan nasi dikonsumsi sebagai makanan pokok di negara-negara Asia seperti China, India, Pakistan, Bangladesh, Malaysia, Thailand, dan Vietnam. Komposisi beras sendiri sebenarnya mirip dengan biji-bijian lainnya. Kandungan pati pada beras utuh mencapai 80-85%. Komponen gizi nasi sendiri terdiri dari protein, vitamin, mineral, air, dan karbohidrat, serta merupakan bahan pangan yang banyak mengandung karbohidrat. Di Indonesia, beras merupakan kebutuhan pokok masyarakat dan erat kaitannya dengan faktor budaya, sosial, dan ekonomi. Seperti halnya makanan pokok lainnya, pengolahan beras juga ditentukan oleh kondisi dan kualitas beras yang menjadi bahan baku utama, serta teknologi pengolahannya. Teknik pengolahan nasi yang paling umum dilakukan adalah memasak dengan lemak, menggoreng, mengukus, atau merebus.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk melatih dan mendukung UMKM di desa Bojong Koneng. Kegiatan ini meliputi pelatihan administrasi bisnis, manajemen keuangan dan pemasaran digital untuk membantu perusahaan menjadi lebih maju dan tetap kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Dengan bantuan ini para pengusaha nasi Uduku Betawi diharapkan mampu meningkatkan keterampilan, memperluas jangkauan pasar dan pada akhirnya berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut buku "Kuliner Betawi Selaksa Rasa & Cerita" (2016) yang disusun oleh Akademi Kuliner Indonesia, istilah uduk secara etimologis bermakna "susah", yang menyiratkan bahwa dahulu makanan ini lazim dikonsumsi para kriminal betawi, seperti pembunuh dan pencuri yang mendominasi DKI Jakarta.

UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Usaha kecil menengah yang berbasis pada kuliner tradisional, seperti usaha produksi Nasi Uduk Betawi, memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena memiliki kekayaan budaya dan cita rasa yang unik. Nasi Uduk Betawi merupakan hidangan tradisional yang digemari banyak orang karena rasanya yang lezat dan tampilannya yang sederhana namun menggugah selera. Besarnya minat masyarakat terhadap makanan tradisional menjadi peluang besar bagi para pelaku usaha kecil menengah untuk mengembangkan usaha nasi uduku dengan inovasi dan strategi yang tepat.

Potensi berkembangnya UMKM Nasi Uduk Betawi tidak lepas dari tren konsumsi masyarakat yang mulai kembali menghargai produk lokal. Lebih jauh lagi, perubahan gaya hidup yang menekankan pada kemudahan, mendorong permintaan terhadap makanan cepat saji yang mempertahankan cita rasa tradisional. Nasi uduk Betawi yang kaya akan rempah-rempah dan dilengkapi dengan berbagai lauk pauk menjadikannya sajian yang unik tersendiri. Peluang ini meningkat dengan dukungan pemerintah melalui berbagai program pengembangan usaha kecil,

termasuk akses modal yang lebih mudah, pelatihan wirausahawan, dan mempromosikan produk lokal.

Mengingat ketatnya persaingan di industri kuliner, strategi pengembangan usaha Nasi Uduk Betawi perlu dirumuskan secara matang. Strategi yang mungkin dilakukan meliputi inovasi produk, diversifikasi menu, dan peningkatan kualitas layanan. Inovasi produk dapat dicapai dengan menawarkan variasi nasi uduk yang lebih modern, misalnya dalam bentuk nasi kotak atau makanan beku. Anda juga dapat memvariasikan menu dengan menawarkan lebih banyak pilihan lauk untuk menarik lebih banyak pelanggan. Ditambah lagi, pelayanan yang ramah dan cepat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas.

Strategi pemasaran juga menjadi kunci penting dalam mengembangkan usaha Nasi Uduk Betawi Anda. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan pasar daring, Anda dapat memperluas jangkauan pasar Anda. Pemasaran yang efektif dapat dicapai melalui konten kreatif, kampanye diskon, dan kolaborasi dengan influencer makanan. Selain itu, pengenalan layanan pengiriman melalui aplikasi ojek online kemungkinan akan meningkatkan pendapatan, terutama mengingat perubahan perilaku konsumen yang mengutamakan layanan yang nyaman.

Akhirnya, pengelolaan keuangan yang baik dan manajemen operasional yang efisien menjadi pondasi yang kokoh bagi pengembangan UMKM Nasi Uduk Betawi. Pelaku ekonomi harus mampu mengelola modal, mengendalikan biaya produksi, dan mengoptimalkan rantai pasokan bahan baku agar harga penjualan tetap kompetitif. Dengan menggabungkan inovasi produk, strategi pemasaran yang efektif dan manajemen bisnis yang profesional, UMKM nasi uduk Betawi memiliki potensi besar untuk berkembang dan semakin kompetitif di pasar kuliner lokal maupun nasional.

METODE

Metodologi kegiatan pengabdian yang digunakan dalam pengembangan ini melalui beberapa tahapan yang bertujuan untuk menciptakan media sosial yang efektif dan memenuhi kebutuhan UMKM Nasi Uduk Betawi. Fase-fase tersebut adalah:

1. Tahap Pengumpulan Informasi

Metode pengumpulan data dalam produksi media sosial terdiri dari dua pendekatan utama: Wawancara langsung dan survei.

- **Wawancara:**

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pengelola UMKM untuk mendapatkan informasi detail mengenai usaha yang dijalankannya. Data yang diperoleh melalui wawancara meliputi informasi mengenai produk yang ditawarkan, harga produksi, proses pembuatan, dan tantangan pekerjaan sehari-hari. Wawancara ini juga memberikan wawasan mengenai visi dan misi UMKM yang penting dalam merancang strategi pemasaran media sosial yang tepat.

- **Penelitian:**

Selain wawancara, dilakukan survei untuk memahami kebutuhan pelanggan, tren terkini di industri kuliner, dan referensi yang berlaku di UMKM Nasi Uduk Betawi. Penelitian ini mencakup analisis kompetitif, pemetaan audiens, dan mengidentifikasi platform media sosial yang paling efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Data yang diperoleh dari penelitian ini digunakan untuk merancang konten yang relevan dan menarik bagi calon pelanggan.

- **Sumber data langsung:**

Data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian, seperti informasi mengenai Nasi Uduk Betawi, variasi menu, harga produksi, dan masukan dari pelanggan yang ada, memberikan landasan penting dalam perancangan konten media sosial yang ditargetkan. Sumber data langsung juga mencakup pengamatan interaksi pelanggan di lokasi perusahaan, memberikan gambaran tentang apa yang disukai dan tidak disukai konsumen. Dengan banyaknya variasi produk makanan yang beredar di pasaran, konsumen menjadi semakin pemilih dalam memilih makanannya. Anda bisa memilih nasi uduk sesuai selera dan keinginan. Kebutuhan manusia tidak hanya sebatas pada fungsi dasar yang

dapat dipenuhi oleh pangan (permintaan primer), tetapi juga berkembang menjadi keinginan akan selera dan merek tertentu (permintaan sekunder). 4.444 konsumen memilih Nasi Uduk Betawi karena sajian ini menawarkan manfaat yang sesuai dengan selera dan kebutuhannya (Muslimin et al., 2022).

2. Tahap Perancangan sosial media

Nasi Uduk Betawi Sebelum merancang media sosial untuk UMKM, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar media sosial yang dibuat dapat efektif menarik perhatian audiens dan meningkatkan keterlibatan pelanggan harus diperhatikan. Konten pemasaran merupakan aspek yang sangat penting bagi bisnis untuk membangun interaksi dengan target pelanggannya. Melalui konten pemasaran yang tepat, pelaku bisnis dapat membangun hubungan komunikasi yang langgeng dengan konsumen (Sya'idah & Jauhari, 2022).

- Identifikasi tujuan dan sasaran

Sebelum Anda mulai mendesain, penting untuk menentukan tujuan media sosial Anda, seperti meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, atau meningkatkan penjualan. Dengan tujuan yang jelas, Anda dapat membuat strategi media sosial yang lebih terarah dan terfokus.

- Segmentasi Audiens Target

Menentukan audiens yang ingin Anda jangkau merupakan langkah penting dalam desain media sosial. Pemetaan audiens melibatkan segmentasi berdasarkan usia, lokasi, kebiasaan, dan preferensi pembelian. Untuk Nasi Uduk Betawi, target pasarnya adalah keluarga, pekerja kantoran, dan pecinta makanan yang mencari makanan cepat saji dengan cita rasa tradisional yang lezat.

- Pemilihan Platform Media Sosial Yang Tepat

Memilih platform media sosial yang tepat berdasarkan riset dan pemetaan audiens sangatlah penting. Platform seperti Instagram sering kali menjadi pilihan ideal bagi bisnis perhotelan karena memungkinkan berbagi foto dan video dengan mudah serta menarik secara visual untuk menarik pelanggan. Selain itu, platform lain seperti Facebook dan TikTok juga dapat digunakan untuk memperluas jangkauan audiens Anda.

- Desain Konten Visual

Konten visual yang menarik mutlak diperlukan untuk menarik perhatian audiens Anda. Ini termasuk desain grafis, pemilihan warna yang tepat, fotografi produk berkualitas tinggi, dan video yang menunjukkan cara pembuatan produk dan manfaat produk. Desainnya harus mencerminkan citra merek Nasi Uduk Betawi dan memastikan produknya mudah dikenali oleh khalayak.

- Strategi Perencanaan Konten

Perencanaan konten sangat penting untuk memastikan konsistensi publikasi. Dengan perencanaan yang tepat, UMKM dapat menjaga kontennya tetap relevan dan ditampilkan secara rutin sehingga lebih mudah menarik perhatian audiensnya. Penjadwalan juga membantu Anda mengatur waktu dengan lebih efisien, memastikan Anda mengoptimalkan momen penting seperti promosi dan acara khusus.

- Penyusunan Kalender Konten

Menyusun kalender konten media sosial adalah cara yang bagus untuk merencanakan dan memastikan keteraturan dalam jenis konten yang Anda terbitkan. Kalender ini dapat mencakup konten seperti promosi, ulasan produk, dan informasi tentang acara khusus dan diskon. Anda juga dapat menggunakan kalender ini untuk merencanakan konten terkait perayaan dan momen musiman seputar kuliner Betawi yang lezat.

3. Tahap Mengajarkan Pelaku UMKM untuk Membuat Produk Nasi Uduk Betawi Untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar, pelatihan untuk menghasilkan

produk yang berkualitas sangat diperlukan. Oleh karena itu, UMKM nasi Uduk Betawi juga dilatih untuk meningkatkan keterampilannya hingga menghasilkan beras Uduk Betawi yang berkualitas dan inovatif. Kursus pelatihan yang ditawarkan meliputi:

- Teknik Menghasilkan Nasi Uduk Yang lebih Berkualitas

Pelatihan ini berfokus pada teknik menghasilkan Nasi Uduk yang lebih efisien dan berkualitas. Materi yang diajarkan meliputi pemilihan bahan-bahan yang tepat seperti nasi, memasak santan tanpa

pecah, dan teknik pengolahan bumbu untuk menghasilkan cita rasa yang lebih gurih dan tekstur nasi yang lebih kenyal.

- Inovasi Produk dan variasi rasa

UMKM dilatih untuk menciptakan variasi rasa baru yang menarik pada Nasi Uduk, seperti penambahan topping ayam bakar, telur balad, atau sambal kacang. Pelatihan ini juga mencakup percobaan dengan bahan-bahan lokal lainnya untuk meningkatkan keunikan dan daya tarik produk Nasi Uduk Betawi.

- Peningkatan Efisiensi produksi

Pelatihan ini akan memperkenalkan Anda pada proses produksi nasi uduk, mulai dari pemilihan alat yang tepat seperti rice cooker dan panci besar, hingga pengaturan alur kerja yang sistematis, metode yang lebih efisien, dan efisiensi Anda. Teknik Pengemasan yang menarik seperti penggunaan wadah yang terbuat dari bahan ramah lingkungan..

- Peningkatan standar kualitas dan kebersihan

Pelatihan ini mengajarkan pentingnya menjaga standar mutu dan kebersihan dalam produksi nasi Uduk Betawi. Peserta pelatihan akan mempelajari cara menjaga kebersihan tempat produksi dan pentingnya pengendalian mutu untuk memastikan beras Uduku yang dihasilkan selalu memenuhi harapan pelanggan dan menjaga kesehatan konsumen.

PEMBAHASAN

Nasi Uduk Betawi merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menyajikan masakan khas Betawi khususnya Nasi Uduk dengan cita rasa otentik dan modern. UMKM ini didirikan pada tahun 2022 oleh pengusaha Ika Nurhayati, yang terinspirasi oleh kekayaan tradisi kuliner Betawi dan keinginan untuk menampilkan nasi uduk sebagai pilihan makanan yang nyaman, lezat, dan unik. Ika Nurhayati berkomitmen memberikan pengalaman kuliner yang unik melalui perpaduan nasi uduk betawi, dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan pengerjaan yang cermat, dengan beragam lauk yang menggugah selera, dengan sentuhan inovatif.

Awal Mula Berdirinya UMKM Nasi Uduk Betawi

Awalnya Ibu Ika Nurhayati memulai usaha nasi uduku betawi hanya dengan berjualan nasi uduku disekitar rumahnya. Bertekad untuk memberikan pengalaman bersantap yang autentik dan berkualitas, Pak Ika bereksperimen dengan berbagai variasi garnish dan teknik pengolahan yang lebih baik dari nasi uduk yang sudah tersedia di pasaran. Perusahaan ini didirikan dengan modal terbatas dan hanya mengandalkan bahan baku dan peralatan dasar dapur dari pasar lokal.

Resep nasi uduk Ika berdasarkan resep tradisional Betawi milik keluarganya. Meski resep ini sudah ada sejak lama, namun Pak Cumi telah melakukan inovasi untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen saat ini. Nasi Uduk Betawi UMKM tidak hanya mengutamakan rasa tetapi juga kualitas bahan, serta menggunakan beras berkualitas tinggi dan santan segar untuk menawarkan berbagai lauk pauk yang unik dan lezat.

Konsep Awal Usaha

Sejak awal, Nasi Uduk Betawi berupaya memberikan kualitas terbaik dalam setiap potong Nasi Uduk yang dihidangkan. Kami dengan hati-hati memilih bahan-bahan, dari beras berkualitas tinggi hingga santan segar, untuk menciptakan kembali cita rasa autentik. Pengolahannya dilakukan dengan sangat hati-hati dan mengikuti standar kebersihan yang ketat untuk memastikan setiap porsi nasi uduk yang disajikan aman untuk dikonsumsi dan mempertahankan rasa yang konsisten.

Nama "Nasi Uduk Betawi" dipilih untuk menangkap keaslian dan kekayaan cita rasa masakan Betawi di setiap hidangan. Nama ini bukan saja menjadi fitur yang mudah diingat oleh pelanggan, tetapi juga memberikan nilai tambah pada produk dengan menonjolkan elemen tradisional yang masih relevan dengan selera masa kini.

Inovasi dan Diversifikasi Produk

Salah satu kunci keberhasilan Nasi Uduk Betawi adalah kemampuan inovasinya. Selain produk andalannya Nasi Uduk Betawi yang disajikan dengan berbagai lauk pauk tradisional, UMKM ini juga menyediakan berbagai variasi rasa dan cita rasa seperti ayam bakar, telur balado, tempe goreng sambal dan masih banyak lagi variasi kekinian lainnya. Saya terus berkarya bereksperimen dengan lauk tambahan Lauk pauknya seperti ayam goreng dan rendang. Inovasi ini telah menarik perhatian pelanggan yang ingin mencoba nasi uduk dengan sentuhan berbeda dari nasi uduk pada umumnya.



Gambar 1.
Dokumentasi Kegiatan

Keberlanjutan dan Dampak Sosial

Salah satu nilai inti Nasi Uduk Betawi adalah keberlanjutan dan penguatan perekonomian lokal. Usaha kecil ini berupaya mendukung petani dan produsen lokal di setiap tahap operasional bisnisnya dengan membeli bahan baku seperti beras, kelapa, dan berbagai rempah-rempah dari pemasok di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Hal ini tidak hanya menjamin kualitas bahan baku yang digunakan, tetapi juga berdampak positif terhadap perekonomian lokal sekaligus menjaga kelestarian produk lokal. Selain itu, Nasi Uduk Betawi juga terlibat dalam berbagai kegiatan sosial, seperti menyumbangkan makanan untuk acara amal dan kegiatan kemasyarakatan, serta mendukung usaha kecil dan menengah lainnya dengan berbagi pengalaman dalam mendirikan dan menjalankan UMKM yang saya geluti. Karena itulah Nasi Uduk Betawi tidak hanya fokus pada pertumbuhan bisnis, namun juga berupaya memberikan dampak sosial yang positif bagi masyarakat sekitar.

Strategi Pemasaran yang Efektif

Dalam dunia bisnis, pemasaran memegang peranan penting dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Nasi Uduk Betawi menggunakan media sosial sebagai platform utama untuk memamerkan produknya. Facebook merupakan saluran yang sangat efektif untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Selain itu, Nasi Uduk Betawi juga menerapkan strategi promosi yang cerdas seperti memberikan diskon pada waktu-waktu tertentu seperti ulang tahun dan acara-acara khusus, serta menawarkan paket bundel yang menguntungkan para pelanggannya. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan, memperoleh pelanggan baru, dan memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas.

Peluang Pengembangan UMKM Nasi Uduk Betawi

1 Pasar Besar dan Potensial

Karena letaknya yang strategis dan banyaknya pengunjung, Desa Bojong Koneng memiliki pasar yang besar dengan tingginya permintaan akan makanan tradisional yang enak dan enak.

2. Permintaan yang Terus Meningkat

Seiring dengan semakin banyaknya gaya hidup yang menuntut makanan enak namun berkualitas tinggi, Nasi Uduk Betawi melihat peluang untuk mengembangkan variasi produk yang menarik bagi berbagai kelompok.

3. Tren Kuliner Lokal

Tren semakin banyaknya kuliner lokal memberikan peluang besar bagi Nasi Uduk Betawi untuk memasarkan produk dengan keunikan dan cita rasa khas yang membedakannya dengan kompetitornya.

Strategi Pengembangan UMKM Nasi Uduk Betawi 1 inovasi produk

Nasi Uduk Betawi mengembangkan variasi lauk dan tambahan baru seperti ayam bakar, tempe sambal goreng, dan telur balad untuk memberikan pilihan yang beragam kepada pelanggan.

1. Persaingan dengan UMKM Lain

Meskipun memiliki peluang yang besar, persaingan dengan usaha kuliner kecil dan menengah lainnya yang menawarkan produk sejenis merupakan tantangan yang besar. Oleh karena itu, Nasi Uduk Betawi harus terus berinovasi dan menjaga kualitas produknya agar tetap mempertahankan daya tarik dan eksistensinya di pasar yang semakin kompetitif.

2. Pemasaran Digital

Gunakan media sosial seperti Facebook untuk mempromosikan produk Anda dan menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama kaum muda yang aktif secara digital.

3. Memperkuat Ekonomi Lokal

Kami bekerja sama dengan petani lokal untuk mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi guna mendukung perekonomian lokal dan keberlanjutan bisnis

4. Delivery Service

Merupakan layanan pesan antar tambahan melalui aplikasi pemesanan online kami sehingga Anda dapat menikmati Nasi Uduk Betawi di rumah atau kantor Anda.

Tantangan yang Dihadapi

5. Keterbatasan Sumber Daya

Keterbatasan modal dan sumber daya manusia yang terlatih menjadi kendala yang kerap dihadapi oleh usaha kecil menengah seperti Nasi Uduk Betawi. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang tepat dan pelatihan karyawan yang berkelanjutan penting untuk memastikan operasi yang efisien dan pengembangan bisnis yang stabil.

KESIMPULAN

Nasi Uduk Betawi telah membuktikan bahwa UKM kuliner berbasis lokal memiliki potensi besar untuk berkembang pesat dengan dukungan inovasi produk dan strategi pemasaran yang efektif. Pasar kuliner Indonesia menawarkan peluang besar, terutama dengan meningkatnya minat terhadap makanan tradisional yang enak. Strategi yang diterapkan seperti memanfaatkan media sosial dan memperkuat perekonomian lokal telah terbukti berhasil dalam memperluas peluncuran produk dan jangkauan pasar.

Namun untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan, UMKM seperti Nasi Uduk Betawi harus terus berinovasi, menjaga kualitas produk, dan mengelola sumber daya dengan lebih efisien. Kerja sama yang erat dengan pemasok dan mitra bisnis juga penting untuk mengatasi berbagai tantangan yang ada. Dengan pendekatan yang tepat, Nasi Uduk Betawi diharapkan dapat terus berkontribusi terhadap perekonomian lokal dan memberikan inspirasi bagi UMKM lainnya di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing saya Ibu Rismawati, Ibu S.E., dan Ibu M.M. atas bimbingan, petunjuk, dan dukungannya yang sangat berharga selama penelitian ini. Semua pengetahuan dan wawasan yang dapat Anda berikan kepada kami akan sangat berharga dan akan membantu kami menghadapi tantangan ini dengan sukses. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Ika Nurhayati, pemilik UMKM Nasi Uduk Betawi, karena telah memberi saya kesempatan untuk meneliti perusahaan Anda. Terima kasih atas kerjasamanya yang baik dan informasinya yang sangat bermanfaat mengenai Bisnis Nasi Uduk Betawi.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



Dukungan Anda dalam menyediakan data dan wawasan tentang operasi UMKM sangat berharga bagi keberhasilan penelitian kami. Kami berharap kerjasama ini terus berlanjut dan saling menguntungkan. Terima kasih atas dukungan dan pertimbangan Anda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Survive the Covid-19 Pandemic Conditions in Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.
- Ariyanto, A., Dodi Prasada, Nopi Oktavianti, & Kiki Dwi Wijayanti. (2022). Edukasi Bagaimana Menjadi Wirausaha Di Babakan Kelapa Dua Kecamatan Setu Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 1(2), 31–37.
- Dewi, R. S., Lestari, R. Y., & Nida, Q. (2021). Inovasi Pengolahan Buah Pisang Sebagai Bentuk Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 44–47.
- Edy Sutrisno. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor Umkm dan Pariwisata. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(1), 167–185. <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i1.385>
- Hapsari, D. P., Maulita, D., & Umdiana, N. (2019). Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117– 127.
- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Testoeftl.Id. *Jurnal Ecoment Global*, 7(2), 153–161.