

TERAPAN ETOS KAIZEN DALAM “MENINGKATKAN KELAS” BISNIS KULINER BERKEARIFAN LOKAL

Iswahyu Pranawukir¹⁾, Misnan²⁾, Agus Hitopa Sukma³⁾
Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta, Indonesia
e-mail: prana1enator@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada Perkumpulan UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) di Jakarta Selatan mengenai penerapan etos Kaizen dalam meningkatkan kualitas dan keberhasilan bisnis kuliner mereka yang berbasis kearifan lokal. Penyuluhan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang konsep etos Kaizen dan mendorong anggota KSBI untuk menerapkannya dalam bisnis kuliner mereka. Dalam kegiatan ini, dilakukan metode pendekatan interaktif melalui diskusi dan studi kasus untuk memahami potensi peningkatan bisnis kuliner berkearifan lokal. Para peserta diajak untuk mengidentifikasi masalah, tantangan, dan peluang dalam bisnis kuliner mereka, serta memanfaatkan kearifan lokal sebagai nilai tambah dalam bisnis. Prinsip-prinsip utama Kaizen, seperti penghapusan pemborosan, peningkatan kualitas, pelibatan karyawan, dan siklus perbaikan yang terus-menerus, dijelaskan dan diterapkan dalam konteks bisnis kuliner KSBI. Melalui penyampaian strategi implementasi dan contoh kasus sukses, peserta diberikan panduan praktis untuk menerapkan etos Kaizen dalam bisnis kuliner mereka. Selain itu, sesi tanya jawab dan diskusi memberikan kesempatan bagi anggota KSBI untuk berbagi pengalaman dan memperoleh solusi atas pertanyaan dan masalah yang mereka hadapi. Hasil kegiatan ini memberikan dampak positif bagi anggota UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) di Jakarta Selatan yang berfokus pada perbaikan terus-menerus dan pemanfaatan potensi lokal, para peserta berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas produk kuliner mereka. Kesadaran akan pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar juga meningkat, sehingga membuka peluang untuk memperluas pasar dan memperkuat daya saing bisnis kuliner berbasis kearifan lokal melalui penerapan etos Kaizen.

KATA KUNCI: *Etos, Kaizen, Kuliner, UMKM, KSBI.*

ABSTRACT

This community service activity aims to provide counseling to the UMKM Association of Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) in South Jakarta regarding the application of the Kaizen ethos in improving the quality and success of their culinary business based on local wisdom. This counseling aims to provide

an understanding of the concept of Kaizen ethos and encourage KSBI members to apply it in their culinary business. In this activity, an interactive approach method was used through discussions and case studies to understand the potential for improving local wisdom-based culinary businesses. The participants were invited to identify problems, challenges, and opportunities in their culinary business, as well as to utilize local wisdom as an added value in the business. Key Kaizen principles, such as elimination of waste, quality improvement, employee engagement, and continuous improvement cycle, were explained and applied in the context of KSBI's culinary business. Through the delivery of implementation strategies and successful case examples, participants were given practical guidance to apply the Kaizen ethos in their culinary business. In addition, Q&A and discussion sessions provided an opportunity for KSBI members to share their experiences and obtain solutions to the questions and problems they faced. The results of this activity had a positive impact on the members of the UMKM Community Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) in South Jakarta, focusing on continuous improvement and utilization of local potential, the participants managed to improve their operational efficiency and the quality of their culinary products. Awareness of the importance of innovation and adaptation to market changes has also increased, thus opening up opportunities to expand markets and strengthen the competitiveness of local wisdom-based culinary businesses through the application of the Kaizen ethos.

KEYWORDS: *Ethic, Kaizen, Culinary, UMKM, KSBI.*

Received: August 09 2024	Revision: September 18 2024	Publication: October 13 2024
-----------------------------	--------------------------------	---------------------------------

PENDAHULUAN

Keterlibatan komunitas adalah konsep penting yang melibatkan individu, organisasi, dan komunitas yang bekerja sama untuk mengatasi permasalahan dan menciptakan perubahan positif dalam komunitas tertentu. Ini adalah proses kolaboratif yang bertujuan untuk membangun hubungan, berbagi sumber daya, dan memberdayakan anggota masyarakat untuk mengambil peran aktif dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Keterlibatan masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti menjadi sukarelawan, berpartisipasi dalam acara-acara komunitas, atau melakukan advokasi untuk perubahan melalui inisiatif akar rumput. Pada intinya, keterlibatan komunitas adalah tentang menumbuhkan rasa memiliki dan hubungan di antara anggota komunitas (Arifin, 2017; Batchelder, 2022; Block, 2018; Talò et al., 2014). Dengan terlibat satu sama lain, individu dapat membangun kepercayaan, pemahaman, dan

solidaritas, yang dapat meningkatkan kohesi dan ketahanan sosial. Keterlibatan masyarakat juga menyediakan platform bagi anggota masyarakat untuk menyuarakan keprihatinan mereka, berbagi perspektif, dan bekerja sama untuk menemukan solusi terhadap tantangan bersama (Kementerian Kesehatan, 2021).

Pada akhirnya, keterlibatan masyarakat adalah tentang membangun rasa kepemilikan dan kebanggaan terhadap masyarakat, serta menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan dinamis untuk semua orang (Block, 2018; Born, 2014; Gilbert et al., 2022; Yang, 2017). Salah satu manfaat utama dari keterlibatan masyarakat adalah kemampuan untuk memanfaatkan pengetahuan kolektif, keterampilan, dan sumber daya anggota masyarakat untuk mengatasi permasalahan sosial yang kompleks. Dengan bekerja sama, masyarakat dapat mengidentifikasi tujuan bersama, mengumpulkan sumber daya, dan mengembangkan solusi inovatif yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kekuatan spesifik masyarakat. Keterlibatan masyarakat juga menumbuhkan rasa akuntabilitas dan tanggung jawab di antara anggota masyarakat, karena mereka terlibat secara aktif dalam membentuk masa depan komunitas mereka. Secara keseluruhan, keterlibatan masyarakat adalah alat yang ampuh untuk mendorong perubahan sosial, membangun ketahanan masyarakat, dan menciptakan masyarakat yang lebih adil dan setara untuk semua (Mariani & Wijaya, 2018).

Keterlibatan komunitas adalah aspek penting dalam membina hubungan positif dan menciptakan perubahan berkelanjutan dalam komunitas. Pada intinya, keterlibatan masyarakat melibatkan partisipasi aktif anggota masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Hal ini tentang memberdayakan individu dan kelompok untuk memiliki suara dalam membentuk masa depan komunitas mereka dan bekerja sama menuju tujuan bersama. Keterlibatan masyarakat bukan hanya peristiwa yang terjadi satu kali saja, melainkan sebuah proses berkelanjutan yang memerlukan pembangunan kepercayaan, hubungan, dan kolaborasi di antara semua pemangku kepentingan (Wahyono, 2018).

Mendefinisikan keterlibatan masyarakat melibatkan lebih dari sekedar pelibatan anggota masyarakat dalam proyek atau program. Hal ini tentang menciptakan rasa kepemilikan dan investasi dalam masyarakat di antara seluruh pemangku kepentingan, termasuk warga, organisasi, dan pemerintah daerah. Keterlibatan masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti pertemuan masyarakat, survei, kelompok fokus, dan forum publik. Hal ini tentang menciptakan peluang dialog, kolaborasi, dan tindakan kolektif untuk mengatasi permasalahan dan tantangan yang dihadapi masyarakat. Dengan melibatkan

anggota masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, keterlibatan masyarakat dapat menghasilkan solusi yang lebih efektif dan berkelanjutan yang mencerminkan kebutuhan dan prioritas masyarakat. Secara keseluruhan, keterlibatan masyarakat adalah tentang membangun hubungan, membina kolaborasi, dan memberdayakan anggota masyarakat untuk mengambil tindakan. berperan aktif dalam membentuk masa depan komunitas mereka. Ini adalah proses yang memerlukan waktu, tenaga, dan komitmen dari seluruh pemangku kepentingan yang terlibat. Dengan mendefinisikan keterlibatan masyarakat sebagai proses yang partisipatif dan inklusif, masyarakat dapat bekerja sama untuk membangun komunitas yang lebih kuat, lebih berketahanan, dan bersemangat untuk semua (Mujahiddin et al., 2021).

Keterlibatan masyarakat merupakan aspek penting dalam menjalankan bisnis kuliner yang sukses (Habib, 2021). Dengan melibatkan komunitas lokal secara aktif dalam operasi pelaku bisnis, pelaku dapat membangun basis pelanggan setia, mendapatkan umpan balik yang berharga, dan membangun reputasi positif. Terlibat dengan komunitas juga memungkinkan pelaku bisnis untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi target pasar pelaku bisnis, membantu pelaku bisnis menyesuaikan menu dan layanan agar lebih memenuhi harapan mereka. Salah satu manfaat utama keterlibatan komunitas dalam bisnis kuliner adalah peluang untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Dengan mengadakan acara, berpartisipasi dalam festival makanan lokal, dan berkolaborasi dengan bisnis lain di komunitas, pelaku bisnis dapat menciptakan rasa memiliki dan loyalitas di antara pelanggan pelaku bisnis. Hal ini dapat menghasilkan bisnis yang berulang, rujukan dari mulut ke mulut yang positif, dan peningkatan kesadaran merek, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan dan kesuksesan bagi perusahaan pelaku bisnis (Harisman et al., 2023).

Selain itu, keterlibatan komunitas dapat memberikan wawasan dan umpan balik berharga yang dapat membantu Pelaku bisnis meningkatkan operasi bisnis. Dengan mendengarkan kebutuhan dan preferensi pelanggan, pelaku bisnis dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, memperkenalkan item menu baru, dan meningkatkan pengalaman bersantap secara keseluruhan. Putaran umpan balik ini dapat membantu pelaku bisnis tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan, beradaptasi dengan perubahan tren pasar, dan memastikan kesuksesan jangka panjang bisnis kuliner pelaku bisnis. Pada akhirnya, dengan memprioritaskan keterlibatan komunitas, pelaku bisnis dapat menumbuhkan rasa memiliki, membangun hubungan yang kuat, dan mendorong pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan Pelaku bisnis (Sugianto et al., 2023).

Keterlibatan komunitas adalah proses membangun hubungan dengan anggota komunitas untuk mengatasi masalah dan menciptakan perubahan positif. Salah satu cara bisnis dapat terlibat dengan komunitasnya adalah dengan menerapkan prinsip Kaizen, sebuah filosofi bisnis Jepang yang berfokus pada perbaikan berkelanjutan. Jika diterapkan pada bisnis kuliner, Kaizen dapat membantu meningkatkan efisiensi, kualitas, dan kepuasan pelanggan. Salah satu cara bisnis kuliner dapat menerapkan Kaizen adalah dengan menerapkan perubahan kecil dan bertahap pada proses dan sistemnya. Hal ini dapat mencakup perampingan operasional dapur, peningkatan manajemen inventaris, atau peningkatan protokol layanan pelanggan. Dengan melakukan perbaikan kecil ini secara rutin, bisnis dapat menciptakan budaya perbaikan berkelanjutan yang memberikan hasil lebih baik bagi bisnis dan komunitas. Cara lain bisnis kuliner dapat menggunakan Kaizen untuk berinteraksi dengan komunitasnya adalah dengan mencari masukan dari pelanggan dan pemangku kepentingan. Dengan secara aktif mendengarkan kebutuhan dan preferensi masyarakat, bisnis dapat menyesuaikan produk dan layanannya dengan lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas dalam komunitas. Dengan memasukkan umpan balik ke dalam operasi mereka, dunia usaha dapat menunjukkan bahwa mereka menghargai masukan dari anggota masyarakat dan berkomitmen untuk melayani kebutuhan mereka (Setiawati et al., 2019).

Keterlibatan masyarakat sangat penting bagi keberhasilan bisnis kuliner dalam jangka panjang. Dengan berpartisipasi aktif dalam komunitas lokal, pelaku usaha kuliner dapat membangun hubungan yang kuat dengan warga dan pelaku usaha lainnya. Hal ini dapat meningkatkan pengenalan dan loyalitas merek, serta reputasi positif di masyarakat. Dengan terlibat dalam komunitas, dunia usaha juga dapat memperoleh umpan balik dan wawasan yang berharga mengenai kebutuhan dan preferensi audiens target mereka, yang dapat membantu mereka menyesuaikan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan lebih baik. Salah satu manfaat jangka panjang dari keterlibatan komunitas untuk bisnis kuliner meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan (Prawira, 2021).

Dengan menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap komunitas dan warganya, bisnis dapat membangun kepercayaan dan loyalitas di antara pelanggannya. Hal ini dapat menghasilkan bisnis yang berulang dan rujukan dari mulut ke mulut, yang dapat membantu mendorong penjualan dan pendapatan dari waktu ke waktu. Selain itu, dengan terlibat dalam komunitas, pelaku bisnis dapat menciptakan rasa memiliki dan koneksi di antara pelanggan, yang selanjutnya

dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap merek tersebut. Manfaat jangka panjang lainnya dari keterlibatan komunitas untuk bisnis kuliner adalah peluang untuk berkolaborasi dengan bisnis lokal lainnya. dan organisasi. Dengan bermitra dengan bisnis lain, perusahaan kuliner dapat menjangkau basis pelanggan baru dan memperluas jangkauan mereka dalam komunitas. Kolaborasi juga dapat mengarah pada upaya pemasaran, acara, dan promosi bersama, yang dapat membantu mengarahkan lalu lintas dan meningkatkan visibilitas bagi semua pihak yang terlibat. Dengan bekerja sama, dunia usaha dapat menciptakan perekonomian lokal yang lebih kuat dan dinamis sehingga menguntungkan semua orang yang terlibat (Mariani & Wijaya, 2018).

Dari pemaparan dasar pemikiran inilah maka tim pengabdian memilih topik Terapan Etos Kaizen Dalam “Meningkatkan Kelas” Bisnis Kuliner Berkearifan Lokal. Kegiatan ini berupa Penyuluhan pada Perkumpulan UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) Jakarta Selatan. Adapun kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota Perkumpulan UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) tentang etos Kaizen dalam konteks bisnis kuliner berkearifan lokal.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama dua sesi pada akhir pekan di bulan Mei. Tempat pelaksanaan berupa ruang pertemuan atau aula yang cukup luas dan nyaman, yang dapat menampung jumlah peserta yang diharapkan, yakni Ruang kelas Kampus IBI Kosgoro 1957 Jakarta Selatan. Kegiatan ini ditujukan kepada anggota KSBI yang bergerak dalam bisnis kuliner di Jakarta Selatan. Mereka menjadi khalayak sasaran utama yang akan mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan ini, termasuk pemahaman yang lebih baik tentang etos Kaizen, identifikasi masalah dalam bisnis kuliner mereka, strategi implementasi, dan solusi praktis untuk meningkatkan bisnis mereka. Selain anggota KSBI, kegiatan ini juga dapat bermanfaat bagi UMKM kuliner lainnya di Jakarta Selatan yang beranggotakan 5 orang. Mereka dapat menjadi khalayak sasaran yang berpotensi mendapatkan inspirasi dan pelajaran dari studi kasus sukses yang dibagikan dalam kegiatan ini. Mereka juga dapat mengambil manfaat dari strategi implementasi dan solusi praktis yang diberikan. Kegiatan ini juga dihadiri oleh 2 orang praktisi dan ahli bisnis kuliner yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam industri kuliner. Praktisi tersebut berperan sebagai narasumber atau pemateri untuk berbagi pengetahuan dan wawasan mereka tentang etos Kaizen, manajemen bisnis kuliner, dan praktik terbaik dalam

industri ini. Khalayak sasaran lainnya adalah pihak terkait, seperti pemerintah daerah, lembaga pendukung UMKM, dan organisasi non-pemerintah yang terlibat dalam pengembangan UMKM kuliner. Kegiatan ini dapat memberikan wawasan tentang pentingnya penerapan etos Kaizen dan memberikan informasi yang berguna dalam mendukung pengembangan UMKM kuliner di wilayah tersebut. Meskipun tidak menjadi target utama, kegiatan ini juga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat umum yang tertarik dengan bisnis kuliner berkearifan lokal. Masyarakat dapat memperoleh pemahaman tentang pentingnya etos Kaizen dalam bisnis kuliner dan meningkatkan apresiasi mereka terhadap produk dan layanan kuliner lokal. Dengan menjangkau khalayak sasaran yang beragam ini, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang luas dalam pengembangan UMKM kuliner berkearifan lokal, meningkatkan kualitas bisnis, dan memberikan inspirasi serta solusi praktis bagi para pelaku bisnis kuliner.

Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah:

1. Identifikasi Masalah

Langkah pertama dalam konsep pemecahan masalah adalah mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi oleh anggota Perkumpulan UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) dalam bisnis kuliner mereka. Hal ini dilakukan melalui sesi diskusi, wawancara, dan penelitian yang melibatkan anggota KSBI.

2. Analisis dan Evaluasi

Setelah masalah-masalah diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan mengevaluasi akar penyebab masalah tersebut. Ini melibatkan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas, efisiensi, dan keberhasilan bisnis kuliner anggota KSBI.

3. Penerapan Etos Kaizen

Konsep pemecahan masalah ini melibatkan penerapan prinsip-prinsip utama Kaizen dalam bisnis kuliner anggota KSBI. Prinsip-prinsip Kaizen, seperti penghapusan pemborosan, peningkatan kualitas, pelibatan karyawan, dan siklus perbaikan yang terus-menerus, diterapkan secara sistematis untuk mengatasi masalah-masalah yang diidentifikasi.

4. Strategi Implementasi

Dalam konsep pemecahan masalah ini, disusun strategi implementasi yang praktis dan sesuai dengan konteks bisnis kuliner berkearifan lokal di KSBI. Strategi implementasi ini mencakup langkah-langkah yang jelas dan terukur untuk memperbaiki proses, meningkatkan kualitas, memanfaatkan kearifan lokal, dan mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

5. Monitoring dan Evaluasi

Penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap penerapan strategi pemecahan masalah. Dalam konsep ini, dilakukan pemantauan terhadap perubahan yang terjadi dalam bisnis kuliner anggota KSBI, serta evaluasi terhadap efektivitas strategi dan solusi yang diterapkan. Hal ini memungkinkan adanya penyesuaian dan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

6. Pertukaran Pengalaman dan *Sharing Best Practices*

Selama kegiatan, diadakan sesi pertukaran pengalaman dan sharing best practices antara anggota KSBI. Hal ini memungkinkan mereka untuk saling belajar dari pengalaman sukses dan gagal, serta mendapatkan inspirasi untuk mengatasi masalah yang serupa dalam bisnis kuliner mereka.

7. Solusi Praktis dan Berkelanjutan

Konsep pemecahan masalah ini bertujuan untuk memberikan solusi praktis dan berkelanjutan bagi anggota KSBI. Solusi-solusi yang diberikan didasarkan pada prinsip Kaizen dan disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks bisnis kuliner berkearifan lokal di KSBI.

Dengan menerapkan konsep pemecahan masalah ini, diharapkan anggota KSBI dapat mengatasi masalah-masalah yang dihadapi dalam bisnis kuliner mereka, meningkatkan kualitas, efisiensi, dan keberhasilan bisnis, serta mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kegiatan ini menggunakan kombinasi metode presentasi, diskusi, studi kasus, dan sesi kerja kelompok. Penyampaian materi dilakukan oleh narasumber yang ahli dalam bidang etos Kaizen dan bisnis kuliner. Diskusi dan sesi kerja kelompok akan melibatkan peserta aktif dalam berbagi pengalaman, identifikasi masalah, dan merumuskan strategi implementasi.

1. Narasumber dan Fasilitator.

Kegiatan ini melibatkan narasumber yang berpengalaman dalam bidang etos Kaizen, manajemen bisnis kuliner, dan pengembangan UMKM. Fasilitator yang terampil akan memandu diskusi, sesi kerja kelompok, dan memastikan kelancaran jalannya kegiatan.

2. Materi dan Bahan Pendukung.

Materi presentasi akan disiapkan sebelumnya dan disampaikan kepada peserta dalam bentuk slide presentasi atau handout. Bahan pendukung lainnya, seperti studi kasus, contoh strategi implementasi, dan template kerja kelompok, juga disediakan kepada peserta.

3. Evaluasi Kegiatan.

Setelah kegiatan selesai, akan dilakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dari peserta. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui kuesioner atau sesi diskusi terstruktur. Hasil evaluasi digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan kegiatan serupa di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan

Hari pertama:

1. Registrasi peserta dan penyambutan
2. Pembukaan resmi oleh narasumber atau perwakilan KSBI
3. Sesi pengenalan konsep Kaizen dalam bisnis kuliner
4. Studi kasus sukses: Presentasi dan diskusi tentang UMKM kuliner yang telah menerapkan etos Kaizen secara efektif
5. Sesi diskusi dan tanya jawab
6. Makan siang



Gambar 1. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat tentang Etos Kaizen

Hari kedua:

1. Sesi identifikasi masalah: Peserta diajak untuk mengidentifikasi masalah dalam bisnis kuliner mereka secara individu atau dalam kelompok kecil.
2. Analisis dan evaluasi masalah: Narasumber dan fasilitator membantu peserta menganalisis dan mengevaluasi akar penyebab masalah yang diidentifikasi.

3. Sesi pemahaman tentang strategi implementasi Kaizen: Peserta diberikan penjelasan tentang strategi implementasi yang praktis dan sesuai dengan konteks bisnis kuliner berkearifan lokal
4. Pembagian kelompok kerja: Peserta dibagi dalam kelompok kerja untuk merumuskan strategi implementasi yang spesifik untuk masalah yang mereka hadapi
5. Presentasi dan diskusi kelompok kerja: Setiap kelompok kerja mempresentasikan strategi implementasi mereka dan mendapatkan umpan balik dari peserta lainnya
6. Sesi penutup: Penyampaian kesimpulan, penghargaan, dan penutupan resmi

Evaluasi kegiatan ini dilaksanakan dalam 2 tahap yaitu sebelum kegiatan (*pretest*) dan setelah kegiatan dilaksanakan (*posttest*). Dengan rincian sebagai berikut:

Sebelum Kegiatan (*Pre-Test*):

1. **Pernahkah Anda mengikuti kegiatan PKM sebelumnya?** (Ya/Tidak)
 - a. Ya (6 responden)
 - b. Tidak (4 responden)
2. **Apa harapan Anda dari kegiatan PKM ini?**
 - a. Meningkatkan pengetahuan tentang bisnis kuliner (4 responden)
 - b. Mendapatkan strategi untuk meningkatkan kelas bisnis (3 responden)
 - c. Belajar tentang etos kerja Kaizen (3 responden)
3. **Seberapa familiar Anda dengan topik yang akan dibahas?** (1: Sangat Tidak Familiar, 5: Sangat Familiar)
 - a. Rata-rata: 3.2

Setelah Kegiatan (*Post-Test*):

1. **Seberapa jelas materi yang disampaikan pemateri?** (1: Sangat Tidak Jelas, 5: Sangat Jelas)
 - a. Rata-rata: 4.3
2. **Seberapa bermanfaat materi yang disampaikan untuk Anda?** (1: Tidak Bermanfaat, 5: Sangat Bermanfaat)
 - a. Rata-rata: 4.6
3. **Apakah metode pelaksanaan kegiatan (presentasi, diskusi, dll.) sudah efektif?** (Ya/Tidak)
 - a. 9 Ya
 - b. 1 Tidak
4. **Apakah durasi kegiatan PKM sudah sesuai?** (terlalu singkat/lama)

- a. 8 Sesuai
 - b. 2 Terlalu lama
5. **Apakah handout/materi yang diberikan mudah dipahami?** (Ya/Tidak)
- a. 10 Ya
6. **Secara keseluruhan, seberapa puas Anda dengan kegiatan PKM ini?** (1: Sangat Tidak Puas, 5: Sangat Puas)
- a. Rata-rata: 4.5
7. **Selain materi yang disampaikan, adakah hal lain yang ingin Anda pelajari terkait topik ini?** (Pertanyaan terbuka)
- a. Strategi pemasaran (3 responden)
 - b. Manajemen keuangan (2 responden)
 - c. Implementasi teknologi dalam bisnis kuliner (2 responden)
 - d. Studi kasus bisnis sukses (3 responden)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar peserta (60%) telah memiliki pengalaman mengikuti kegiatan PKM sebelumnya, menunjukkan bahwa audiens sudah familiar dengan format dan tujuan kegiatan ini. Harapan mereka berfokus pada peningkatan pengetahuan dalam strategi bisnis kuliner dan etos kerja Kaizen, sejalan dengan tema PKM. Tingkat familiaritas rata-rata 3.2 menunjukkan pengetahuan yang sedang, sehingga diperlukan penyampaian materi yang jelas dan rinci. Materi disampaikan dengan cukup baik, terlihat dari skor rata-rata 4.3 untuk kejelasan penyampaian. Tingkat manfaat yang tinggi (4.6) juga menandakan bahwa peserta merasa mendapatkan nilai signifikan dari materi yang disampaikan. Metode pelaksanaan melalui presentasi dan diskusi dinilai efektif oleh 90% peserta, menunjukkan keberhasilan pendekatan ini. Mayoritas peserta merasa durasi kegiatan sudah sesuai, meskipun beberapa menganggapnya sedikit terlalu lama, sehingga mungkin perlu pengaturan waktu yang lebih efisien. Selain itu, semua peserta merasa handout yang disediakan mudah dipahami, menandakan bahwa materi tertulis disiapkan dengan baik. Kepuasan keseluruhan peserta terhadap kegiatan ini cukup tinggi, tercermin dari skor kepuasan 4.5. Di samping itu, peserta menunjukkan minat untuk mempelajari lebih lanjut tentang strategi pemasaran, manajemen keuangan, implementasi teknologi, dan studi kasus bisnis sukses, yang bisa menjadi pertimbangan untuk kegiatan PKM di masa mendatang.

SIMPULAN

Diharapkan anggota UMKM KSBI terus konsisten menerapkan prinsip Kaizen secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa bisnis mereka dapat terus

berkembang dan bersaing di pasar yang dinamis. Program pelatihan dan pendampingan lanjutan juga perlu diadakan secara berkala untuk memperdalam pemahaman serta penerapan etos Kaizen, terutama pada aspek digitalisasi dan pemasaran. Kolaborasi yang lebih intensif dengan pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan sektor swasta menjadi penting dalam memperkuat ekosistem bisnis kuliner lokal, termasuk dalam hal akses pembiayaan dan pengembangan pasar. UMKM diharapkan terus berinovasi dalam mengembangkan produk yang mengikuti tren konsumen saat ini tanpa mengesampingkan nilai-nilai kearifan lokal, sehingga daya tarik dan keberlanjutan usaha dapat meningkat. Evaluasi rutin terhadap hasil penerapan Kaizen dalam bisnis juga diperlukan untuk memungkinkan penyesuaian dan perbaikan strategi yang diperlukan.

DAFTAR RUJUKAN

- Arifin, A. P. R. (2017). Pendekatan community based tourism dalam membina hubungan komunitas di kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 111–130.
- Batchelder, R. (2022). *Fostering Students' Sense of Belonging and Inclusion Through Community Involvement*.
- Block, P. (2018). *Community: The structure of belonging*. Berrett-Koehler Publishers.
- Born, P. (2014). *Deepening community: Finding joy together in chaotic times*. Berrett-Koehler Publishers.
- Gilbert, E. D., Laedtke, D., Sharp, T. A., Wood, S., & Raville, L. (2022). Effective community engagement strategies: The voices of injection drug users. *Journal of Community Engagement and Scholarship*, 10(2).
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 82–110.
- Harisman, H., Andriyanty, R., & ... (2023). Pengelolaan Kredit Usaha Bagi Usaha Mikro dan Kecil Pemula di Setu Babakan Kecamatan Jagakarsa. *JPM (Jurnal ...)*, 8(1), 72–80.
- Kementerian Kesehatan. (2021). Petunjuk Teknis Penyusunan dan Pelaksanaan Strategi Komunikasi Perubahan Perilaku Percepatan Pencegahan Stunting (Buku 1). In *Kementerian Kesehatan RI* (Vol. 11, Issue 1).
- Mariani, N. W. R., & Wijaya, A. A. G. (2018). Upaya Promosi Potensi Wisata Kota Denpasar Berbasis Media sosial. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata*

Dan Budaya, 9(2). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i2.5223>

- Mujahiddin, Arifin Saleh, & Yurisna Tanjung. (2021). Konstruksi Sosial pada Praktik Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Green Economic di Desa Pematang Serai Kabupaten Langkat. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1511–1524. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i9.418>
- Prawira, I. S. I. S. A. (2021). *Analisis Dan Implementasi Strategi E-Marketing Berbasis Metode Sostac Pada Perusahaan Xyz*. 2(3), 1–12.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Sugianto, V. A., Mahardika, W. K., & Wijayanti, Y. (2023). Strategi Pemasaran Digital pada Ayam Panggang Sunmor menggunakan Model SOSTAC. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 197–207. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i1.7219>
- Talò, C., Mannarini, T., & Rochira, A. (2014). Sense of community and community participation: A meta-analytic review. *Social Indicators Research*, 117, 1–28.
- Wahyono, E. (2018). Komunikasi Kelompok : Studi Dialog Komunitas Dalam Pengembangan Masyarakat di Perkotaan. *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(2), 113–130. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i2.961>
- Yang, L. (2017). *Awakening together: The spiritual practice of inclusivity and community*. Simon and Schuster.