



## Pelatihan Cara Penyajian Makanan yang Baik dalam Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran Produk UMKM Warung Nasi Kota Bogor

Sesar Husen Santosa<sup>1\*</sup>, Heryudianto Vibowo<sup>2</sup>, Agung Prayudha Hidayat<sup>3</sup>, Ridwan Siskandar<sup>4</sup>, Khoirul Aziz Husyairi<sup>5</sup>, Bayu Suriaatmaja Suwanda<sup>6</sup>, Annisa Rizkiriani<sup>7</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Manajemen Industri, Sekolah Vokasi, IPB University, 16128

<sup>2</sup>Program Studi Paramedik Veteriner, Sekolah Vokasi, IPB University, 16128

<sup>4</sup>Program Studi Teknologi Rekayasa Komputer, Sekolah Vokasi, IPB University, 16128

<sup>5</sup>Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi, IPB University, 16128

<sup>6</sup>Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University, 16128

<sup>7</sup>Program Studi Manajemen Industri Jasa Makanan dan Gizi, Sekolah Vokasi, IPB University, 16128

E-mail:\* [sesarhusensantosa@apps.ipb.ac.id](mailto:sesarhusensantosa@apps.ipb.ac.id)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i2.1498>

### Info Artikel:

Diterima :  
2023-11-05

Diperbaiki :  
2024-03-19

Disetujui :  
2024-03-20

**Kata Kunci:** Warung Nasi, Pre-Test, Post-Test, Bayes

**Abstrak:** Warung nasi merupakan salah satu UMKM yang memiliki kontribusi yang besar dalam upaya meningkatkan roda perekonomian. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dari UMKM warung nasi di kota Bogor untuk pengelolaan Cara Produksi Makanan yang Baik (CPMB) untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Hasil identifikasi Pre-test dan Post-test didapatkan 3 warung nasi yang potensial. Hasil evaluasi untuk kegiatan pelatihan didapatkan 3 warung nasi yang potensial dengan hasil post-test terbesar yaitu warung nasi Pa de Umar (Nilai 86,67), Kabita (nilai 80,00) dan bahagia (nilai 80,00). Berdasarkan ke tiga warung nasi diatas dilakukan proses pemilihan untuk dilakukan kegiatan pendampingan menggunakan metode bayes dan terpilih Warung Nasi Pa de Umar dengan nilai alternatif 4,40. Pelaksanaan pelatihan CPMB diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan para peserta warung nasi kota Bogor sehingga para pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja usaha dan profit.

**Abstract:** Rice stalls are one of the Small and Medium Enterprises (SMEs) that have significantly contributed to efforts to improve the economy. This community service activity

*aims to increase the ability of SME rice stalls in Bogor to manage Good Food Production Methods (CPMB) to improve marketing performance. The results of the pre-test and post-test identification revealed three potential rice stalls. The evaluation results for the training activities showed that there were three possible rice stalls with the highest post-test results, namely the Pa de Umar rice stall (score 80.00), Kabita (score 73.33), and Selamat (score 70.00). Based on the three rice stalls above, selecting potential rice stalls for mentoring activities was carried out using the Bayes method, and the Pa de Umar Rice Stall was chosen with an alternative value of 4.40. Implementing the CPMB training is expected to increase the understanding and knowledge of Bogor City rice stall participants so that business actors can improve business performance and profits.*

**Keywords:** *Rice stalls, Pre-Test, Post-Test, Bayes*

---

## **Pendahuluan**

Bisnis UMKM warung nasi merupakan salah satu bisnis yang memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat kota bogor. Para pelaku UMKM warung nasi saat ini memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi dimana para pelaku usaha harus menerapkan strategi usaha yang sesuai dengan keinginan konsumen. Strategi pengembangan bisnis dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran produk (Li et al., 2021). Salah satu permasalahan terkait bisnis UMKM warung nasi ini adalah kondisi tempat penjualan dan makanan yang tidak higienis sehingga dapat menimbulkan masalah Kesehatan bagi konsumen. Pengelolaan makanan yang higienis dapat menjaga permasalahan terkait kontaminasi yang dapat menyebabkan bisnis tidak dapat berkembang akibat kerugian kontaminasi yang dirasakan oleh konsumen (de Andrade et al., 2019)

Permasalahan kebersihan pada bisnis UMKM warung nasi menjadi salah satu penyebab pelaku bisnis tidak dapat bersaing dipasaran karena tidak memiliki konsumen yang loyal. Kebersihan makanan memerlukan polah penanganan yang higienis dari mulai persiapan bahan baku sampai proses penyajian (Al-Kandari et al., 2019; Santosa et al., 2021; Taha et al., 2020). Pengembangan bisnis UMKM warung nasi yang sangat pesat menyebabkan persaingan usaha yang sangat tinggi sehingga bila pelaku usaha tidak dapat memberikan pelayanan yang optimal termasuk kebersihan makanan maka tidak akan dapat bertahan dipasaran.

Warung nasi yang bersih dengan variasi makanan dan harga yang terjangkau saat ini menjadi prioritas utama dari konsumen sehingga para pelaku UMKM warung nasi diharapkan dapat memiliki pengetahuan dalam hal penanganan dan pelayanan makanan yang higienis. Pengetahuan terkait dengan *food service* akan

menentukan dalam pelayanan dan penyajian makanan yang higienis (Auad et al., 2019).

Pengelolaan warung makan saat ini dilakukan secara tradisional tanpa memperhatikan aspek higienis, sanitasi yang baik serta aktifitas pelayanan yang optimal sehingga menyebabkan warung nasi ini tidak memiliki konsumen yang loyal dan sulit untuk meningkatkan profit usaha. Kebersihan dan rasa makanan yang enak merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan warung nasi sehingga para pelaku usaha perlu diberikan pengetahuan terkait dengan bagaimana cara menyajikan makanan yang baik. Penanganan makanan yang sehat dan higienis memerlukan perubahan perilaku sehat dan bersih dari manajemen sehingga kebijakan terkait pengelolaan produksi dari mulai persiapan bahan baku, produksi, penyajian dan pelayanan dapat terjaga dengan baik (Ovca et al., 2018) (Hidayat et al., 2022).

Penyajian makanan yang baik dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen warung nasi sehingga diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen yang dimiliki. Pengembangan strategi lainnya yang harus dilakukan warung nasi saat ini adalah strategi pemasaran. Marketing mix digunakan untuk menentukan target konsumen sehingga para pelaku bisnis dapat fokus mengembangkan bisnisnya (Rutz & Watson, 2019). Pengembangan strategi pemasaran yang optimal dapat memberikan peluang peningkatan pendapatan dalam bisnis karena fokus terhadap segmen yang dipilih (Lim, 2021).

Berdasarkan kondisi pengamatan didatas maka pengembangan bisnis UMKM warung nasi saat ini memerlukan peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait dengan pengolahan makan yang bersih agar dapat meningkatkan permintaan konsumen. Cara Produksi Makanan yang Baik (CPMB) merupakan metode dalam mengevaluasi proses persiapan, produksi, dan penyajian makanan yang higienis (Lim, 2021). Metode CPMB dapat untuk menjaga aktifitas produksi makanan agar memiliki kebersihan dan keamanan pada saat dikonsumsi karena setiap tahapan proses dapat dipastikan dilakukan secara higienis (Yunita, 2013) (Hermawan et al., 2016).

Pengabdian kepada Masyarakat saat ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan para bisnis UMKM warung nasi sehingga di kembangkan kegiatan Pelatihan Cara Produksi Makanan yang Baik dalam upaya meningkatkan Kinerja Pemasaran sehingga dapat memberikan *profit* yang optimal bagi para pelaku UMKM Warung Nasi di Kota Bogor. Pada pelatihan ini akan ditentukan satu

UMKM warung nasi yang akan didampingi untuk proses penerapan hasil pelatihan yang dilakukan untuk mendapatkan menerapkan hasil pelatihan sehingga dapat memberikan keuntungan yang optimal bagi pelaku usaha UMKM warung nasi.

## **Metode**

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan peserta yaitu UMKM Warung Nasi Kota Bogor. Pengabdian ini dilakukan dengan pelatihan terkait Cara Produksi Makanan yang Baik (CPMB) dan strategi pemasaran untuk peningkatan kinerja pemasaran. Para peserta diberikan Pre-Test dan Post-Test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta dan untuk menentukan peserta UMKM warung nasi terpilih untuk diberikan pendampingan. Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

### **1. Metode Non-Probability Sampling**

Metode non probability sampling digunakan bila data populasi tidak diketahui sehingga memerlukan informasi dari responden untuk menentukan sampel selanjutnya (Deshpande & Girme, 2019; Hermawan et al., 2016). Metode non probability sampling digunakan untuk menentukan peserta UMKM warung nasi yang akan mengikuti pelatihan dengan Teknik yang digunakan adalah Snow Ball.

### **2. Metode Pre-Test dan Post-Test**

Metode yang digunakan pada tahap awal adalah Pre-Test dimana peserta diberikan kuesioner untuk melihat pemahaman awal sebelum dilaksanakan pelatihan. Nilai Pre-Test akan dibandingkan dengan hasil Post-Test peserta untuk mengetahui peningkatan pemahaman setelah diberikan pelatihan oleh narasumber. Metode Pre-Test dan Post Test digunakan untuk mengukur pemahaman peserta pelatihan dengan membandingkan peningkatan nilai yang didapatkan selama pelatihan berlangsung (Magdalena et al., 2021; Yusuf et al., 2014)

### **3. Metode Bayes**

Multy Criteria Decission Making (MCDM) digunakan untuk melakukan pilihan alternatif menggunakan lebih dari satu kriteria (Diana, 2019; Yusuf et al., 2014). Metode bayes merupakan salah satu metode MCDM yang digunakan untuk memilih alternatif pilihan dengan menggunakan bobot 0-1 dimana setiap

kriteria memiliki trend yang sama dan dapat dirumuskan sebagai berikut :  
(Eosina et al., 2019)

$$\text{Total Nilai Alternatif} = \sum_{j=1}^m \text{Nilai } ij \text{ (Kriteria } ij)$$

## Hasil dan Pembahasan

Perkembangan bisnis UMKM warung nasi di kota Bogor saat ini memiliki potensi yang besar untuk menggerakkan roda perekonomian Masyarakat. Bisnis UMKM warung nasi ini memiliki kemudahan didalam menjalankan akses bisnisnya dimana pasar dari bisnis ini tidak terbatas dan diminati oleh seluruh kalangan. Perkembangan bisnis UMKM warung nasi ini memerlukan pengelolaan terkait dengan cara pengolahan dan penyajian yang lebih higienis sehingga dapat memberikan nilai tambah yang dapat berdampak pada peningkatan pemasaran produk makanan yang dijual.

Para pelaku Bisnis UMKM warung nasi saat ini tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan didalam mengelolan makanan yang higienis sehingga berdampak pada pelayanan yang tidak optimal dan kondisi pemasaran yang tidak meningkat. Banyak dari pelaku UMKM warung nasi sulit untuk menjaga loyalitas konsumen karena banyaknya pesaing yang hadir di bisnis ini yang menyebabkan pendapatan mereka menjadi menurun

Berdasarkan pemasalahan diatas maka diperlukan suatu pelatihan dan pendampingan terkait dengan Cara Produksi Makanan yang Baik (CPMB) dan pengembangan strategi pemasaran terutama didalam pelayanan dan penanganan produk. Pelatihan ini dilakukan agar para pelaku UMKM dapat mengelola bisnis warung makan menjadi lebih higienis dan berkembang dari sisi profit. Pelatihan ini diikuti oleh 12 Peserta UMKM warung makan yang tersebar di Kota Bogor khususnya di sekitar Sekolah Vokasi IPB dimana sampel ini diambil secara acak menggunakan teknik snow ball untuk mendapatkan peserta pelatihan yang sesuai. Kegiatan pelatihan Pengabdian kepada Masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1.



*Gambar 1.* Kegiatan pelatihan Pengabdian kepada Masyarakat

Pelatihan ini diawali dengan Pre-test dan Post-Test untuk melihat pemahaman yang dimiliki peserta terkait dengan CPMB dan strategi pemasaran sebelum dan setelah pelatihan. Pelatihan dilakukan di Gedung Teaching Industry Sekolah Vokasi IPB dengan menghadirkan dua narasumber berpengalaman. Narasumber yang merupakan pemilik bisnis catering yang sudah berpengalaman lebih dari 10 tahun dalam pengelolaan makanan yang higienis dan sehat. Proses pelatihan dari narasumber dapat dilihat pada Gambar 2.



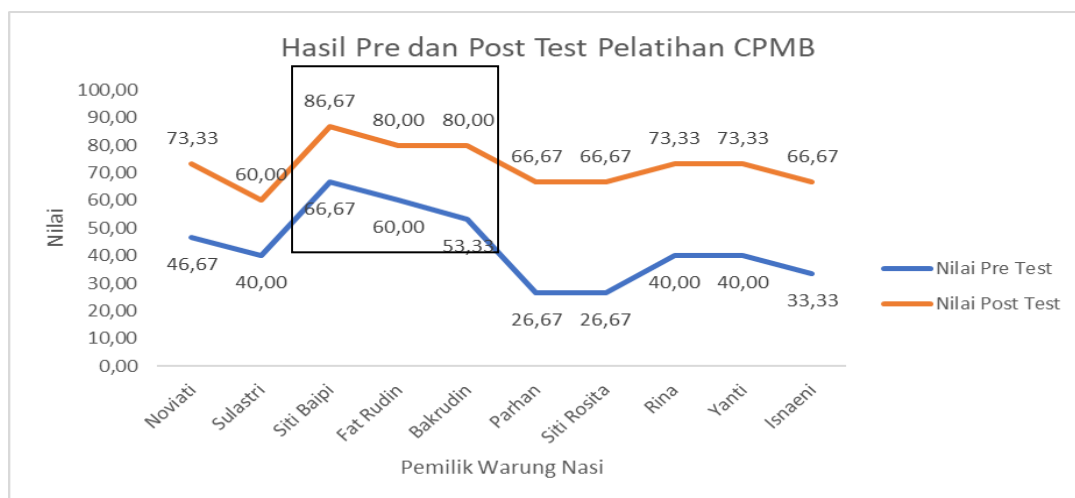
*Gambar 2.* Penyampaian Materi Narasumber Kegiatan Pelatihan CPMB

Hasil dari pelatihan ini adalah setiap pelaku UMKM warung nasi akan diidentifikasi tingkat pemahamannya terkait dengan pengelolaan CPMB dan pengembangan strategi pemasaran produk serta pelayanan melalui Pre-Test dan Post-Test. Hasil dari Pre-Test dan Post-Test dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil dari Pre-Tes dan Post-Test Pelatihan

| No | Nama        | Nama Warung Nasi | Nilai Pre Test | Nilai Post Test | Rata Rata Nilai |
|----|-------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| 1  | Noviati     | Samudra          | 46,67          | 73,33           | 60,00           |
| 2  | Sulastri    | Galih            | 40,00          | 60,00           | 50,00           |
| 3  | Siti Baipi  | Pa De Umar       | 66,67          | 86,67           | 76,67           |
| 4  | Fat Rudin   | Kabita           | 60,00          | 80,00           | 70,00           |
| 5  | Bakrudin    | Bahagia          | 53,33          | 80,00           | 66,67           |
| 6  | Parhan      | Bahari           | 26,67          | 66,67           | 46,67           |
| 7  | Siti Rosita | Bu Ros           | 26,67          | 66,67           | 46,67           |
| 8  | Rina        | Sami Asih        | 40,00          | 73,33           | 56,67           |
| 9  | Yanti       | Kharisma         | 40,00          | 73,33           | 56,67           |
| 10 | Isnaeni     | Amanah           | 33,33          | 66,67           | 50,00           |

Berdasarkan hasil penilaian Pre-Test dan Post-Test pelatihan maka selanjutnya akan dilakukan identifikasi terkait dengan trend peningkatan nilai yang terjadi. Nilai dai Pre-Test dan Post test akan digunakan dalam menentukan tiga UMKM warung nasi yang akan diberikan pendampingan terkait dengan penerapan CPMB dan pengembangan strategi bisnis warung nasi. Hasil identifikasi peningkatan nilai Pre-Test dan Post-Test dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil identifikasi peningkatan nilai Pre-Test dan Post-Test

Berdasarkan hasil identifikasi diatas maka dapat terlihat bahwa terdapat tiga nilai tertinggi untuk pemahaman materi yang didapatkan oleh pemilik warung nasi yaitu Siti Baipi (Pa de Umar), Fat Rudin (Kabita), dan Bakrudin (Bahagia). Hasil penilaian ini digunakan untuk penentuan UMKM yang akan diberikan pendampingan untuk implementasi hasil pelatihan di warung nasi yang dikelola.

Penentuan UMKM terpilih dilakukan dengan menggunakan metode Multy Criteria Decission Makng (MCDM) dimana pada metode ini dilakukan identifikasi

nilai kriteria terhadap tiga UMKM yang memiliki nilai Pre-Test Tertinggi. Metode yang digunakan MCDM yang digunakan adalah metode bayes dimana pemilihan alternatif dilakukan menggunakan Total Nilai Kriteria terhadap bobot tertinggi. Hasil penentuan UMKM terpilih menggunakan metode bayes dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penentuan UMKM Terpilih Menggunakan Metode Bayes

| No | Alternatif   | Kriteria             |                 |                      |                 | Nilai Alternatif | Peringkat |
|----|--------------|----------------------|-----------------|----------------------|-----------------|------------------|-----------|
|    |              | Jumlah Konsumen/Hari | Variasi Makanan | Pengelolaan Sanitasi | Kemudahan Akses |                  |           |
| 1  | Pa De Umar   | 5                    | 5               | 3                    | 5               | 4,40             | 1         |
| 2  | Kabita       | 4                    | 4               | 4                    | 4               | 4,00             | 3         |
| 3  | Bahagia      | 5                    | 4               | 3                    | 4               | 4,05             | 2         |
|    | <b>Bobot</b> | <b>0,35</b>          | <b>0,2</b>      | <b>0,3</b>           | <b>0,15</b>     |                  |           |

Berdasarkan hasil penentuan UMKM terpilih untuk dilakukan pendampingan maka didapatkan warung Nasi Pa de Umar dengan pemilik Siti Baipi memiliki nilai alternatif terbesar yaitu 4,40. Kegiatan pendampingan pelatihan CPMB dilakukan pada UMKM warung nasi Pa de Umar dan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan pendampingan pelatihan CPMB

Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk pelatihan ini kedepannya diharapkan dapat dikembangkan pada UMKM warung nasi lainnya di Kota Bogor serta dapat meningkatkan kinerja pemasaran yang dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha.



## **Kesimpulan**

Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk Pelatihan CPMB untuk meningkatkan kinerja pemasaran produk memiliki dampak yang positif terhadap peningkatan pengetahuan dan pemahaman dalam pengelolaan peserta UMKM warung nasi. Peningkatan pemahaman ini ditunjukkan dengan peningkatan nilai Pre dan Post test mencapai rata-rata peningkatan 30 point. Hasil pelatihan akan dikembangkan dalam bentuk pendampingan kepada UMKM warung nasi Pa de umar dengan nilai alternatif tertinggi menggunakan metode bayes yaitu 4,40.

## **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Institut Pertanian Bogor yang telah memberikan pendanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini melalui Surat Keputusan Rektor Institut Pertanian Bogor No 330 tahun 2023 tentang Program Penerimaan Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Pada Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

## **Referensi**

- Al-Kandari, D., Al-abdeen, J., & Sidhu, J. (2019). Food safety knowledge, attitudes and practices of food handlers in restaurants in Kuwait. *Food Control*, 103(December 2018), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.03.040>
- Auad, L. I., Ginani, V. C., Stedefeldt, E., Nakano, E. Y., Nunes, A. C. S., & Zandonadi, R. P. (2019). Food safety knowledge, attitudes, and practices of brazilian food truck food handlers. *Nutrients*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/nu11081784>
- de Andrade, M. L., Rodrigues, R. R., Antongiovanni, N., & da Cunha, D. T. (2019). Knowledge and risk perceptions of foodborne disease by consumers and food handlers at restaurants with different food safety profiles. *Food Research International*, 121(October 2018), 845–853. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2019.01.006>
- Deshpande, B., & Girme, A. (2019). *Sampling Techniques*. 18(10), 1055–1062.
- Diana, D. (2019). Implementasi Composite Performance Index Pada Multi Criteria Decision Making (Mcdm) Untuk Memilih Lokasi Usaha Umkm. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 20(3), 169–178. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v20i3.465>

- Eosina, P., Lutfi, M., & Ridwan, M. (2019). Metode Bayes dalam Penentuan Lokasi Strategis pada Sistem Pendukung Keputusan Pembangunan Perumahan. *Krea-Tif*, 5(2), 47. <https://doi.org/10.32832/kreatif.v5i2.2176>
- Hermawan, Sulistiyon, i D, F., & Tsaniyah, L. (2016). PEMBINAAN PENERAPAN PROTOKOL PENCEGAHAN COVID 19 PADA SISTEM PRODUKSI PANGAN USAHA KECIL DI BOGOR Oleh. 1(8), 1–23.
- Hidayat, A. P., Santosa, S. H., & Siskandar, R. (2022). Penentuan Jumlah Kebutuhan Bahan Baku Berdasarkan Distribusi Barang Ideal di IKM Tepung Tapioka Kabupaten Bogor. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 23–28. <https://doi.org/10.30656/intech.v8i1.4400>
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51–70. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Lim, W. M. (2021). A marketing mix typology for integrated care: the 10 Ps. *Journal of Strategic Marketing*, 29(5), 453–469. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1775683>
- Magdalena, I., Nurul Annisa, M., Ragin, G., & Ishaq, A. R. (2021). Analisis Penggunaan Teknik Pre-Test Dan Post-Test Pada Mata Pelajaran Matematika Dalam Keberhasilan Evaluasi Pembelajaran Di Sdn Bojong 04. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 150–165. <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/nusantara>
- Ovca, A., Jevšnik, M., Kavčič, M., & Raspor, P. (2018). Food safety knowledge and attitudes among future professional food handlers. *Food Control*, 84, 345–353. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2017.08.011>
- Rutz, O. J., & Watson, G. F. (2019). Endogeneity and marketing strategy research: an overview. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(3), 479–498. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00630-4>
- Santosa, S. H., Hidayat, A. P., & Siskandar, R. (2021). Safea application design on determining the optimal order quantity of chicken eggs based on fuzzy logic. *IAES International Journal of Artificial Intelligence*, 10(4), 858–871. <https://doi.org/10.11591/ijai.v10.i4.pp858-871>
- Taha, S., Osaili, T. M., Saddal, N. K., Al-Nabulsi, A. A., Ayyash, M. M., & Obaid, R. S. (2020). Food safety knowledge among food handlers in food service

establishments in United Arab Emirates. *Food Control*, 110, 106968.  
<https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.106968>

Yunita. (2013). MANGKURA KOTA MAKASSAR A Study of Good Food Manufacturing Practices Implementation on Meatballs Consumed by Students of Kompleks Mangkura Elementary School ,. *JURNAL MKMI*, September 2013, Hal 153-161 *STUDI*, September, 153–161.

Yusuf, M. E., Suharmato, A., & Murdani. (2014). Penerapan metode Pembelajaran Drill Untuk Meningkatkan Hasil pembelajaran Didik Pada Standar Kompetensi Mengukur. In *journal Pendidikan Teknik Mesin* (Vol. 14, Issue 1, pp. 40–44).