

PENDAMPINGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI STRATEGI PROMOSI USAHA WARUNG NASI KEBULI GSP UST. RIO

*Assisting Small Middle Entrepreneur to Increase Sales through
Business Promotion Strategies at Kebuli Rice Stall GSP
of Ust. Rio*

Suswanto Ismadi Megah S.

Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia
megah76@yahoo.co.id

Sri Sugiharti

Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia
srisugihartiwismono@gmail.com

Rasyid Ridho Harahap

Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia
rasyidridhoharahap@gmail.com

Calvin Avalycotesvara Arintiarno Lee

Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia
calvinavalycotesvara2005@gmail.com

Abstract

*The objective of this community service (PKM) initiative was to provide guidance on increasing sales for the *Nasi Kebuli* GSP eatery in Sagulung, Batam City—a business owned by Ust. Rio. The program focused on offering ideas, concepts, and recommendations to boost sales volume. Key activities included counseling and mentoring sessions conducted by the PKM team from Riau Kepulauan University (Batam City), aimed at providing insights into sales growth through the implementation of promotional strategies and facility upgrades. Following these promotional efforts, the *Nasi Kebuli* GSP eatery experienced an increase in sales. This growth was driven by a larger number of consumers becoming aware of the business through social media channels—specifically podcasts, Instagram, Facebook, and WhatsApp. Expanding the market reach online broadened the target audience, while innovative packaging updates—well-received by the market—further contributed to boosting sales for the *Nasi Kebuli* GSP eatery.*

Keywords— *Assisting, Promotion, Sales Increasing, Social Media*

1. PENDAHULUAN

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ditujukan untuk menumbuhkan kembangkan empati dan kepedulian civitas akademika terhadap berbagai masalah yang ada dan dihadapi masyarakat dan pembangunan berkelanjutan yang diperlukan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang sesuai dengan masyarakat sebenarnya (Oetama, 2025).

Dalam melaksanakan PKM bagi dosen dan dosen dan mahasiswa diharapkan mampu bekerjasama agar mendapatkan suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran dosen dan dosen dan mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan kemasyarakatan yang lebih luas.

Adapun kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat tentang makanan Khas Arab ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat secara lebih mendalam, mengajarkan cara memasak yang benar, serta memberikan pemahaman tentang manfaat kesehatan yang terkandung di dalamnya (Yulius dkk., 2023).

Sebagai negara yang memiliki keberagaman budaya yang tinggi, Indonesia memiliki ragam kuliner dan makanan tradisional. Terdapat lebih dari 5000 jenis makanan tradisional Indonesia yang tersebar pada lebih dari 300 kelompok suku di Indonesia (Yudhistira & Fatmawati, 2020).

Pengertian kuliner secara umum adalah kegiatan yang berhubungan dengan memasak atau aktivitas memasak. Kuliner juga dapat dimaknai sebagai hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, panganan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari (Fridayanthi dkk, 2025). Dalam perkembangannya, penggunaan istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam kegiatan, seperti seni kuliner yaitu seni persiapan, memasak dan penyajian makanan, biasanya dalam bentuk makanan.

Pengabdian Kepada Masyarakat, di warung nasi kebuli GSP diperkenalkan masakan kuliner khas Arab yang ada di Indonesia. Selain itu tim PKM atau Pengabdian Kepada Masyarakat juga akan melakukan kegiatan untuk menambah wawasan (Yulius dkk., 2023).

Pada saat ini di era globalisasi saat ini gaya hidup yang sudah mulai meningkat untuk berwisata kuliner sudah menjadi bagian dari denyut kehidupan masyarakat. Menurut Oetama dkk. (2025) dalam hal makanan sekarang ini sudah melebihi bukan hanya sekedar makanannya saja namun tempat, pelayanan, menu, harga, lokasi dan produk serta masih banyak lagi aspek pendukung yang menjadikan dasar pendukung masyarakat untuk menentukan pilihan tempat makan. Rumah makan merupakan istilah untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat serta menyediakan tempat guna menikmati hidangan, dan juga menetapkan tarif atau biaya tertentu untuk makanan dan pelayanannya.

Pada saat perkembangan bisnis kuliner di Kota Batam sedang menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti : demografi, tingkat ekonomi meningkat, serta gaya hidup masyarakat. Dilihat dari banyaknya bisnis baik modern dan tradisional kuliner maupun asing yang ada disepanjang jalan di Kota Batam dengan berbagai konsep. Perkembangan bisnis dibidang kuliner menimbulkan persaingan antara para pelaku usaha sehingga dituntut untuk selalu berinovasi dan berkembang dalam menjalankan usahanya agar dapat bersaing dengan kompetitor lain.

Menurut Moekijat (2011) penjualan adalah suatu kegiatan yang dimaksudkan dengan tujuan untuk mencari pembeli atau pelanggan, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak. Dalam melakukan penjualan ada strategi yang harus di ambil, dalam hal ini melakukan perbaikan fasilitas di lokasi jualan dan promosi media sosial di internet.

Sebagaimana diutarakan oleh Megah dkk (2026) dalam bisnis makanan permasalahan yang muncul adalah pemasaran. Dari sekian banyak UMKM yang ada di Kota Batam, salah satunya saat ini yang memerlukan pendampingan yaitu “Warung Makan Nasi Kebuli GSP milik Ust. Rio”. Dari kunjungan yang telah dilakukan di UMKM “Warung Makan Nasi Kebuli GSP milik Ust. Rio” permasalahan yang dialami yaitu fasilitas tempat berjualan yang masih kurang menarik dan belum adanya spanduk dan promosi lewat media online dimana saat ini maraknya sistem pemasaran yang berbasis online dan tempat usaha yang kurang menarik, sehingga kami Tim PKM akan mendampingi Ust. Rio sebagai pemilik Warung Makan Nasi Kebuli GSP dalam meningkatkan volume penjualannya.

2. METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah antara lain: (1) Melakukan analisis lokasi PKM; a) Melaksanakan kunjungan ke Warung Makan Nasi Kebuli GSP untuk meneliti lokasi kemudian melakukan wawancara terhadap pihak yang bersangkutan agar dapat mengetahui lebih jauh lagi mengenai permasalahan mitra yang dihadapi. Dalam hal ini permasalahan mitra adalah adanya kebutuhan ide untuk membuka bisnis kuliner. (2) Pelaksanaan, setelah menyelesaikan analisis, tim Pengabdian kepada Masyarakat akan mempersiapkan hal-hal yang diperlukan untuk mendukung kegiatan dan melakukan podcast tim PKM dengan pemilik warung nasi kebuli GSP Ust. Rio 3) Evaluasi, Pada kegiatan ini akan diberikan beberapa pertanyaan kepada Ust. Rio mengenai hal-hal yang kurang efektif dalam pemasaran usaha kulinernya:



Diagram 1. Tahapan Pelaksanaan Program

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Peningkatan Penjualan yang telah dilaksanakan dengan Pelaku UMKM Warung Makan Nasi Kebuli GSP, yang diisi oleh Tim PKM dari Universitas Riau Kepulauan (Unrika) Kota Batam Sampit sebagai narasumber untuk memberikan ide-ide kepada UMKM Warung Makan Nasi Kebuli GSP ini terkait dengan peningkatan penjualan. Adapun kegiatan yang dilaksanakan antara lain:

1. Pendampingan mengenai strategi pengembangan bisnis dengan cara mempromosikan Warung Makan Nasi Kebuli GSP ke media sosial seperti Podcast, Facebook, Instagram dan whatsapp untuk meningkatkan penjualan.
2. Melakukan pemasangan spanduk usaha yang berada di depan tempat UMKM Warung Makan Nasi Kebuli GSP di Jalan Dendang, Blok C Permunas Griya Sagulung Permai (GSP), Kec. Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau.
3. Melakukan renovasi tempat usaha agar menjadi lebih nyaman, bersih, dan memiliki daya tarik yang konsisten, sehingga mampu menarik minat konsumen untuk terus berdatangan serta berkontribusi dalam meningkatkan penjualan:



Gambar 1. Warung Nasi Kebuli GSP



Gambar 2. Podcast dengan Pemilik Warung Nasi Kebuli Khas GSP



Gambar 3. Nasi Kebuli kas Warung Nasi Kebuli GSP

4. KESIMPULAN

Setelah dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Warung Nasi Kebuli GSP milik Ust. Rionaldi yang beralamat di Blok C, Perumnas Griya Sagulung Permai, maka dapat disimpulkan:

1. Warung Makan Nasi Kebuli GSP memiliki potensi yang baik dalam bidang kuliner lokal, namun sebelumnya belum memiliki strategi promosi yang maksimal.
2. Kegiatan pendampingan yang dilakukan, seperti pelatihan strategi promosi, pembuatan media promosi sederhana (seperti banner, flyer, dan konten media sosial), serta pendampingan dalam mengelola platform digital, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha.
3. Setelah penerapan strategi promosi, terjadi peningkatan dalam jumlah pengunjung dan penjualan harian, yang menunjukkan efektivitas kegiatan pendampingan terhadap perkembangan usaha.
4. Program pendampingan juga berhasil meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya promosi berkelanjutan membangun usaha yang kompetitif.

5. SARAN

Supaya dampak dari kegiatan pendampingan ini dapat terus berkelanjutan, disarankan kepada pemilik Warung Makan Nasi Kebuli GSP Ust. Rio untuk secara konsisten menerapkan strategi promosi yang telah diberikan, terutama melalui media sosial guna menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, perlu dilakukan inovasi menu dan peningkatan pelayanan secara berkala untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Pihak perguruan tinggi diharapkan terus mengarahkan program PKM pada pemberdayaan UMKM dengan pendampingan berkelanjutan, sementara pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan nyata melalui pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas dukungan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini. Tim pengabdian juga mengapresiasi Tim Kiens dengan Tim PKM Universitas Riau Kepulauan dengan

Warung Nasi Kebuli. Tentunya ucapan terimakasih yang besar kami sampaikan kepada seluruh pihak terkait bersedia untuk menerima dan membantu tim pengabdian untuk berbagi ilmu, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Oetama , S. ., Arianto, F. ., Shela, Nurrahim, S. ., Rifayani , S. ., Soliha, Rahmawati , S. M. ., Mesakh , S. E. ., Almukarrom , F. ., Nurhidayat , F. ., Shantia , P. M., & Mariani. (2025). Pendampingan Umkm Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Promosi Dan Peningkatan Fasilitas Pada Usaha Warung Makan Acil Esah Di Sampit. *Profit : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 07–15. Retrieved from <https://stie-sampit.ac.id/pkm/index.php/profit/article/view/128>
- Fridayanthi, P.D, Sukendra, I.K, Puspawati, G.A.M, dan Dharmadewi, A.A.I.M (2025). PKM. Bisnis Kuliner Di Era New Normal Pada Kegiatan Bakti Sosial *Jurnal PKM. Widya Mahadi* Volume 1. Nomor 2 (Juni 2021), Hlm. 11 – 20 .
- Megah, S. I., Sugiharti, S. ., Harahap, R. R. ., & Lee, C. A. A. . (2026). Peningkatan Usaha Opak Pedas Manis Pak Sulawi Cap Angsa Di Kavling Lama Swadaya Batuaji Kota Batam. *Puan Indonesia*, 7(2), 645–652. <https://doi.org/10.37296/jpi.v7i2.464>
- Moekijat. (2011). Penjualan dan strategi pemasaran.
- Yudhistira, B., & Fatmawati, A. (2020). Diversity of Indonesian soto. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 27. <https://doi.org/10.1186/s42779020-00067-z>
- Yulius, K.G., Putra, D.A, Pratama, D.P, Jofanka, S., dan Yuliantoro, N. (2023). Pelatihan pembuatan Makanan Arab-Indonesia, Nasi Kebuli Dan Salata Fattoush, Di Pondok Arum Tangerang. *Humanis*, Vol.1 No.1,