

Pendampingan Awal dan Penyusunan Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Mie Ayam CR7 di Kelurahan Teluk Lobam, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau

Fiona Agnesia¹, Muhammad Iqbal Muzakki², Helena Petryana Hubin³, Safila Zelfi Afrianti⁴, Nurfaizah Salsabillah⁵, Lambok Febryan Aritonang⁶, Cherline⁷, Yudi Umara⁸

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Akuntansi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia

³ Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Pendidikan Biologi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia

^{4,8} Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia

⁵ Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Ilmu Administrasi Negara, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia

⁶ Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia

⁷ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Akuntansi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia

*e-mail: fagnesia@student.umrah.ac.id¹, mmuzakki@student.umrah.ac.id², hpetryanahubin@student.umrah.ac.id³, szelfiafrianti@umrah.ac.id⁴, nsalsabillah@umrah.ac.id⁵, lfebryanaritonang@umrah.ac.id⁶, cherline@student.umrah.ac.id⁷, yudiumara@umrah.ac.id⁸

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner memiliki peluang berkembang, tetapi keberlanjutan usaha juga dipengaruhi oleh pengelolaan keuangan, pemasaran, legalitas, dan pengadaan bahan baku. Kegiatan pengabdian berbasis asesmen dan pendampingan awal ini dilaksanakan pada Mie Ayam CR7 di Kelurahan Teluk Lobam, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau, dengan tujuan memetakan kondisi usaha dan memberikan arahan pemberdayaan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Kegiatan dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan komunikasi dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi kondisi operasional, pengelolaan keuangan, pemasaran, legalitas, serta pengadaan bahan baku. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa Mie Ayam CR7 telah beroperasi sejak September 2018, dikelola oleh tiga orang, memiliki tempat usaha sendiri, dan menjual sekitar 50–60 porsi mie ayam goreng per hari. Rata-rata omzet kotor yang disampaikan pemilik sekitar Rp1.300.000 per hari, sedangkan biaya operasional harian diperkirakan sekitar Rp750.000. Selisih keduanya sebesar Rp550.000 digunakan sebagai gambaran surplus operasional sementara, bukan sebagai laba bersih, karena komponen biaya lain belum dicatat secara terperinci. Permasalahan utama mitra meliputi pencatatan keuangan yang belum sistematis, pemasaran yang masih mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut, legalitas dan sertifikasi yang belum lengkap, serta kerentanan terhadap fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan menghasilkan arahan pemberdayaan berupa pencatatan keuangan sederhana, penguatan pemasaran digital, fasilitasi pemenuhan legalitas secara bertahap, dan penguatan jejaring pemasok. Rekomendasi tersebut merupakan hasil pendampingan awal dan belum diklaim sebagai intervensi yang telah selesai dilaksanakan.

Kata kunci: pendampingan UMKM, pemberdayaan UMKM, Mie Ayam CR7, pengelolaan usaha, Kelurahan Teluk Lobam

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector have opportunities for growth, but business sustainability is also influenced by financial management, marketing, legality, and raw material procurement. This assessment-based community service and initial mentoring activity was conducted with Mie Ayam CR7 in Teluk Lobam Village, Bintan Regency, Riau Islands, to map the business condition and provide empowerment directions based on the partner's needs. The activity used semi-structured interviews, direct observation, and communication with the business owner to identify operational conditions, financial management, marketing, legality, and raw material procurement. The results show that Mie Ayam CR7 has operated since September 2018, is managed by three people, owns its business premises, and sells approximately 50–60 portions of fried chicken noodles per day. The average gross turnover reported by the

owner was approximately IDR 1,300,000 per day, while daily operating costs were estimated at approximately IDR 750,000. The difference of IDR 550,000 is presented as a provisional operating surplus rather than net profit because other cost components were not recorded in detail. The main problems include unsystematic financial records, reliance on word-of-mouth marketing, incomplete business legality and certification, and vulnerability to raw material price fluctuations. Based on these conditions, the activity produced empowerment directions covering simple financial recording, digital marketing strengthening, gradual facilitation of business legality, and supplier-network strengthening. These recommendations represent the outcome of initial mentoring and are not presented as interventions that have already been fully implemented.

Keywords: MSME mentoring, MSME empowerment, Mie Ayam CR7, business management, Teluk Lobam Village

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, dan aktivitas ekonomi masyarakat. Pada tingkat lokal, keberadaan UMKM kuliner juga berkaitan dengan kebutuhan konsumsi sehari-hari dan peluang pasar yang relatif luas. Oleh sebab itu, pengembangan UMKM tidak hanya membutuhkan kemampuan menghasilkan penjualan, tetapi juga pengelolaan usaha yang mendukung keberlanjutan.

Kelurahan Teluk Lobam, Kecamatan Seri Kuala Lobam, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau merupakan wilayah yang memiliki aktivitas ekonomi masyarakat dan berada di sekitar kawasan Bintan Inti Industrial Estate (BIIE). Kondisi tersebut membuka peluang bagi usaha kuliner untuk melayani masyarakat dan pekerja di sekitar kawasan. Salah satu usaha yang menjadi mitra kegiatan adalah Mie Ayam CR7 yang dikelola oleh Yusriani Prabawati. Usaha ini berdiri sejak September 2018, dikelola oleh tiga orang, menggunakan tempat usaha milik sendiri, dan beroperasi Senin sampai Sabtu pukul 10.00–20.00 WIB. Produk yang ditawarkan antara lain mie ayam goreng, bakso, teh obeng, jus jeruk, dan aneka sirup, dengan mie ayam goreng sebagai produk yang paling banyak diminati.

Hasil asesmen awal menunjukkan bahwa usaha memiliki pasar yang cukup terbentuk, tetapi pengelolaan internal masih perlu diperkuat. Penjualan mie ayam goreng berada pada kisaran 50–60 porsi per hari. Pemilik menyampaikan omzet kotor sekitar Rp1.300.000 per hari dan biaya operasional sekitar Rp750.000 per hari. Selisih sebesar Rp550.000 belum dapat langsung disebut laba bersih karena pencatatan biaya belum dilakukan secara terperinci. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya pendampingan pencatatan keuangan agar pemilik dapat membedakan pemasukan, biaya, modal, dan hasil usaha secara lebih akurat.

Selain aspek keuangan, asesmen menemukan empat persoalan utama. Pertama, pemasaran masih banyak mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut dan belum optimal memanfaatkan media digital. Kedua, legalitas dan sertifikasi usaha belum lengkap. Ketiga, pembelian bahan baku yang dilakukan secara harian di pasar membuat usaha cukup rentan terhadap perubahan harga. Keempat persoalan tersebut saling berkaitan dengan kapasitas pengelolaan usaha dan perlu ditangani secara bertahap sesuai kemampuan mitra.

Sejumlah kegiatan dan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penguatan pengelolaan keuangan, pemasaran digital, legalitas, dan strategi pengembangan dapat membantu UMKM meningkatkan kapasitas pengelolaannya. Hidayati et al. (2022) menunjukkan bahwa sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan dasar. Kosadi dan Ginting (2022) juga menunjukkan pentingnya sosialisasi pencatatan dan penyusunan laporan keuangan berbasis SAK EMKM. Pada aspek pemasaran, Winedar et al. (2022), Maulana et al. (2023), dan Rukmawati dan Sholihah (2025) membahas pelatihan atau pendampingan digital marketing bagi UMKM, termasuk pemanfaatan media sosial dan e-commerce. Pada aspek legalitas, Hamidaturrahim et al. (2023) menunjukkan bahwa pendampingan pendaftaran NIB dapat membantu UMKM memenuhi legalitas usaha. Sementara itu, Kautsar et al. (2025) membahas pengelolaan keuangan sederhana pada UMKM makanan dan minuman, Rahayu et al.

(2022) menggunakan analisis SWOT dan Business Model Canvas dalam penyusunan strategi pengembangan usaha kuliner, dan Sianturi et al. (2025) membahas pemberdayaan UMKM melalui promosi visual dan digital di Kepulauan Riau. Temuan tersebut menjadi dasar bahwa pendampingan kepada Mie Ayam CR7 perlu diarahkan pada kebutuhan yang ditemukan di lapangan, bukan sekadar memberikan rekomendasi yang bersifat umum.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini diarahkan pada pendampingan awal berbasis asesmen kepada Mie Ayam CR7. Tujuan kegiatan adalah (1) memetakan kondisi dan permasalahan usaha; (2) membantu mitra memahami aspek usaha yang perlu diperkuat, terutama pencatatan keuangan, pemasaran, legalitas, dan pengadaan bahan baku; serta (3) menyusun strategi pemberdayaan yang dapat diterapkan secara bertahap sesuai kondisi dan kemampuan mitra. Dengan demikian, hasil kegiatan tidak hanya berupa identifikasi kondisi usaha, tetapi juga menjadi dasar bagi tindak lanjut pemberdayaan mitra.

2. METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada Mie Ayam CR7 di Kelurahan Teluk Lobam, Kecamatan Seri Kuala Lobam, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau, dalam rangkaian kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Subjek kegiatan adalah pemilik dan pengelola Mie Ayam CR7. Kegiatan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang dipadukan dengan asesmen kebutuhan dan pendampingan awal. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan komunikasi dengan pemilik usaha. Metode wawancara dan observasi merupakan metode yang memang telah digunakan dalam naskah awal.

Tahapan kegiatan meliputi empat tahap. Pertama, asesmen awal untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, produk, pemasaran, bahan baku, modal, dan pengelolaan keuangan. Kedua, identifikasi masalah dan potensi berdasarkan hasil wawancara serta observasi. Ketiga, penyampaian hasil identifikasi dan pendampingan awal melalui pembahasan bersama mitra mengenai aspek yang perlu diperbaiki. Keempat, penyusunan strategi pemberdayaan sebagai arahan tindak lanjut yang meliputi pencatatan keuangan sederhana, pemasaran digital, legalitas usaha, dan penguatan pemasok bahan baku.

Keterlibatan mitra berada pada tahap penyediaan informasi usaha, penjelasan praktik operasional, dan pembahasan kebutuhan pengembangan. Evaluasi kegiatan pada tahap ini dilakukan secara deskriptif dengan melihat keterpetaan masalah dan kesesuaian strategi yang disusun dengan kondisi usaha. Karena naskah sumber belum memuat bukti bahwa pembuatan pembukuan, akun pemasaran digital, pengurusan legalitas, atau kerja sama pemasok telah selesai dilakukan, kegiatan tersebut tidak dinyatakan sebagai capaian yang sudah terlaksana. Dengan demikian, hasil kegiatan berupa asesmen, pendampingan awal, dan strategi tindak lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Mitra

Mie Ayam CR7 merupakan usaha kuliner yang berdiri sejak September 2018 dan berlokasi di Lobes/Blok D Nomor 28, Kelurahan Teluk Lobam. Usaha dikelola oleh tiga orang dan menggunakan tempat milik sendiri. Jam operasional berlangsung pukul 10.00–20.00 WIB, Senin sampai Sabtu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mitra telah memiliki pengalaman operasional yang cukup panjang serta tidak menghadapi beban sewa tempat secara rutin.

3.2 Kondisi Produk, Operasional, dan Pasar

Usaha Mie Ayam CR7 menyediakan variasi menu kuliner yang terjangkau bagi masyarakat di sekitarnya, meliputi produk makanan berupa mie ayam goreng dan bakso, serta produk minuman berupa teh obeng, jus jeruk, dan aneka sirup. Harga yang diterapkan berkisar antara Rp5.000 hingga Rp15.000 per porsi atau gelas. Berdasarkan preferensi konsumen, mie ayam goreng merupakan produk unggulan yang paling diminati, dengan tingkat penjualan harian mencapai 50 hingga 60 porsi. Tingginya volume penjualan tersebut mengindikasikan bahwa

produk tersebut menjadi kontributor utama terhadap pendapatan usaha. Dengan demikian, variasi menu yang ditawarkan disertai penetapan harga yang kompetitif merupakan salah satu faktor pendukung keberlangsungan usaha ini.



Gambar 1. Wawancara bersama pemilik UMKM Mie Ayam CR7



Gambar 2. menu UMKM mie ayam CR7

3.3. Kondisi Keuangan dan Pengelolaan Modal

Struktur Permodalan pada awal perintisannya di tahun 2018, usaha ini dibangun menggunakan modal mandiri sebesar Rp30.000.000 yang bersumber murni dari tabungan atau simpanan pribadi pemilik. Arus Kas dan Omzet: Aktivitas operasional harian memerlukan estimasi biaya sekitar Rp750.000 per hari, sementara rata-rata omzet kotor yang berhasil dihimpun berada di kisaran Rp1.300.000 per hari.

Manajemen Keuangan Pemilik memantau tingkat keuntungan usaha secara berkala melalui penghitungan sederhana, yakni mengurangi total omzet dengan besaran modal atau biaya operasional harian. Kendati pencatatan keuangan secara tertulis dan terperinci belum diterapkan secara formal, ketersediaan modal yang ada saat ini dinilai cukup memadai untuk menjaga keberlangsungan serta mendukung ekspansi usaha di masa mendatang.

Jadi selisih antara pendapatan kotor dan pengeluaran harian menunjukkan bahwa bisnis ini mampu membukukan laba bersih berkisar Rp550.000 setiap harinya. Kemampuan menghasilkan profit secara konsisten ini mempertegas bahwa bisnis yang dijalankan memiliki tingkat efisiensi yang cukup baik. Hasil dari surplus harian tersebut menjadi fondasi utama yang menjaga stabilitas likuiditas, sehingga bisnis mampu memenuhi kewajiban jangka pendek tanpa bergantung pada pinjaman pihak luar.

Meskipun fondasi finansial tergolong sehat, ketiadaan sistem pembukuan formal tetap menjadi celah risiko yang perlu diperbaiki. Pengelolaan arus kas yang masih bersifat tidak tertulis sehingga menyulitkan pemilik dalam mencari kebocoran dana kecil serta mengukur untung rugi dengan angka yang tepat. Oleh karena itu, pencatatan akuntansi sederhana baik melalui aplikasi

digital maupun jurnal keuangan baku menjadi langkah yang paling penting untuk meningkatkan akuntabilitas dan efisiensi operasional.

Penerapan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur juga membuka peluang besar bagi rencana pengembangan skala usaha ke depan. Semua pemasukan dan pengeluaran si catat dengan rapi agar mempermudah analisis kelayakan investasi serta menjadi modal utama saat mengajukan kerjasama atau pendanaan eksternal. Dengan tata kelola administrasi, potensi modal yang ada dapat dioptimalkan secara terukur untuk mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

3.4. Permasalahan utama yang dihadapi Mie Ayam CR7

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan yang dilakukan terhadap Mie Ayam CR7, ditemukan sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan aspek manajerial, pemasaran, legalitas, serta pengelolaan rantai pasok bahan baku. Permasalahan tersebut pada dasarnya tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dan dapat memengaruhi kapasitas usaha dalam mempertahankan keberlanjutan serta meningkatkan skala bisnis. Kondisi yang ditemukan pada Mie Ayam CR7 juga menunjukkan karakteristik yang umum dijumpai pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor kuliner, khususnya usaha yang masih dikelola secara sederhana dan berbasis rumah tangga. Meskipun usaha telah memiliki konsumen dan mampu bertahan dalam jangka waktu yang relatif panjang, keterbatasan dalam aspek administrasi dan manajemen usaha masih menjadi faktor yang berpotensi menghambat proses pengembangan usaha secara lebih sistematis. Berikut dibagikan beberapa permasalahan yang ditemukan:

3.4.1. Pengelolaan keuangan yang belum tertib dan sistematis

Permasalahan pertama berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang belum tertib dan sistematis. Berdasarkan hasil observasi, Mie Ayam CR7 belum menerapkan sistem pencatatan keuangan secara rutin dan terstruktur. Arus pemasukan dan pengeluaran usaha masih dikelola secara sederhana sehingga belum tersedia pemisahan yang jelas antara modal usaha, pendapatan, keuntungan, serta pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memperoleh gambaran yang akurat mengenai kinerja keuangan usaha dari waktu ke waktu. Padahal, pencatatan keuangan merupakan salah satu instrumen penting dalam pengambilan keputusan bisnis karena dapat digunakan untuk mengetahui tingkat keuntungan, mengidentifikasi komponen biaya terbesar, menentukan kebutuhan modal kerja, serta mengevaluasi efisiensi operasional.

Tidak adanya pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga juga dapat menyebabkan terjadinya pencampuran arus kas yang berpotensi mengaburkan kondisi finansial usaha. Dalam jangka panjang, situasi tersebut dapat menyulitkan pelaku usaha dalam menentukan apakah peningkatan pendapatan yang diperoleh benar-benar mencerminkan peningkatan profitabilitas atau hanya disebabkan oleh tingginya perputaran uang dalam usaha. Selain itu, keterbatasan pencatatan keuangan dapat menjadi hambatan apabila usaha ingin memperoleh pembiayaan eksternal, karena lembaga keuangan pada umumnya membutuhkan informasi mengenai kondisi dan kinerja keuangan usaha sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam proses pembiayaan. Dengan demikian, aspek administrasi keuangan menjadi salah satu area yang perlu mendapatkan perhatian dalam proses pendampingan Mie Ayam CR7.

3.4.2. Strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional

Permasalahan kedua terdapat pada strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional. Berdasarkan hasil wawancara, kegiatan promosi Mie Ayam CR7 masih sangat bergantung pada komunikasi dari mulut ke mulut atau word of mouth. Strategi tersebut memang dapat membangun konsumen berdasarkan hubungan sosial dan pengalaman positif pelanggan, tetapi jangkauannya cenderung terbatas pada lingkungan sekitar tempat usaha. Mie Ayam CR7 belum secara optimal memanfaatkan media digital sebagai instrumen pemasaran, seperti media sosial maupun platform pesan-antar makanan. Padahal, perkembangan ekosistem digital telah mengubah pola perilaku konsumen dalam mencari informasi, memilih makanan, hingga melakukan transaksi.

Keterbatasan pemanfaatan media digital tersebut menyebabkan potensi pasar Mie Ayam

CR7 belum sepenuhnya dapat dioptimalkan. Kehadiran usaha pada media sosial, misalnya, dapat berfungsi bukan hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun identitas merek, memperkenalkan produk, menyampaikan informasi harga dan menu, serta membangun interaksi dengan konsumen. Sementara itu, pemanfaatan platform pesan-antar makanan dapat memberikan alternatif saluran distribusi yang memungkinkan produk menjangkau konsumen di luar radius pelanggan yang datang secara langsung ke lokasi usaha. Oleh karena itu, permasalahan pemasaran yang dihadapi Mie Ayam CR7 tidak semata-mata berkaitan dengan rendahnya intensitas promosi, tetapi juga menunjukkan belum optimalnya adaptasi usaha terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan pemasaran berbasis digital.

3.4.3. Belum terpenuhinya aspek legalitas dan sertifikasi usaha

Permasalahan ketiga berkaitan dengan belum terpenuhinya aspek legalitas dan sertifikasi usaha. Hasil observasi menunjukkan bahwa Mie Ayam CR7 belum memiliki kelengkapan legalitas usaha maupun sertifikasi produk seperti perizinan yang relevan, sertifikasi pangan, dan sertifikasi halal. Kondisi ini menjadi salah satu aspek yang penting untuk diperhatikan karena legalitas tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan administratif, tetapi juga dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha. Dalam industri makanan dan minuman, aspek keamanan, kebersihan, serta kejelasan status produk merupakan faktor yang semakin diperhatikan oleh konsumen ketika menentukan pilihan pembelian.

Ketiadaan legalitas dan sertifikasi juga berpotensi membatasi ruang ekspansi usaha. Peluang Mie Ayam CR7 untuk membangun hubungan bisnis dengan pihak eksternal, termasuk perusahaan maupun institusi yang berada di kawasan industri BIIE, dapat menjadi lebih terbatas apabila persyaratan administratif tertentu belum terpenuhi. Dengan demikian, legalitas usaha perlu dipandang sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis, bukan sekadar kewajiban administratif. Pemenuhan legalitas dan sertifikasi secara bertahap dapat menjadi fondasi bagi peningkatan kepercayaan konsumen sekaligus membuka peluang bagi Mie Ayam CR7 untuk memasuki jaringan pasar yang lebih formal dan lebih luas.

3.4.4. Kerentanan usaha terhadap fluktuasi harga bahan

Permasalahan keempat berkaitan dengan kerentanan usaha terhadap fluktuasi harga bahan. Mie Ayam CR7 masih memiliki ketergantungan yang cukup besar terhadap pembelian bahan baku secara harian di pasar tradisional. Pola pengadaan tersebut memberikan fleksibilitas bagi usaha dalam menyesuaikan jumlah pembelian dengan kebutuhan produksi harian, tetapi di sisi lain menyebabkan usaha lebih rentan terhadap perubahan harga pasar. Fluktuasi harga, terutama pada komoditas utama seperti daging ayam, dapat meningkatkan biaya produksi dan pada akhirnya memengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh apabila kenaikan harga bahan baku tidak dapat diimbangi dengan penyesuaian harga jual.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Mie Ayam CR7 belum memiliki mekanisme mitigasi risiko bahan baku yang terstruktur. Salah satu alternatif yang dapat dipertimbangkan adalah membangun hubungan kerja sama dengan pemasok tetap sehingga harga dan ketersediaan bahan baku dapat dikelola secara lebih terprediksi. Selain itu, perencanaan kebutuhan bahan baku berdasarkan pola penjualan juga dapat membantu mengurangi risiko pembelian yang tidak efisien. Dengan pengelolaan rantai pasok yang lebih terencana, usaha akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjaga kontinuitas produksi sekaligus mempertahankan margin keuntungan ketika terjadi perubahan harga bahan baku.

3.5. Potensi pengembangan usaha

Meskipun menghadapi sejumlah kendala, hasil observasi menunjukkan bahwa Mie Ayam CR7 memiliki berbagai potensi yang dapat menjadi modal dasar dalam pengembangan usaha. Potensi tersebut terlihat dari aspek lokasi, tingkat penjualan, struktur biaya, serta keberlanjutan usaha. Keberadaan sejumlah faktor pendukung tersebut menunjukkan bahwa Mie Ayam CR7 memiliki fondasi usaha yang cukup potensial untuk dikembangkan apabila permasalahan internal dapat diatasi melalui strategi yang tepat dan pendampingan yang berkelanjutan. Berikut adalah

beberapa potensi yang dimiliki usaha Mie Ayam CR7 berdasarkan hasil analisis kami:

3.5.1. Lokasi usaha yang strategis

Potensi pertama adalah lokasi usaha yang strategis karena berada di sekitar kawasan industri BIIE. Kedekatan dengan kawasan industri memberikan peluang pasar yang relatif besar bagi Mie Ayam CR7, terutama karena kawasan tersebut menjadi pusat aktivitas pekerja dengan kebutuhan terhadap makanan siap saji yang praktis, terjangkau, dan mudah diakses. Karakteristik konsumen di kawasan industri juga memberikan peluang bagi usaha kuliner untuk membangun basis pelanggan berulang karena kebutuhan konsumsi makanan dapat berlangsung secara rutin. Dengan demikian, posisi geografis Mie Ayam CR7 dapat menjadi keunggulan kompetitif apabila dikembangkan melalui strategi pemasaran dan pelayanan yang sesuai dengan karakteristik konsumen di sekitar kawasan tersebut.

Potensi lokasi tersebut semakin relevan apabila dikaitkan dengan upaya pengembangan pasar secara digital. Kombinasi antara lokasi yang dekat dengan kawasan industri dan pemanfaatan platform digital dapat menciptakan saluran pemasaran yang lebih luas. Produk tidak hanya dapat ditawarkan kepada konsumen yang datang langsung ke lokasi usaha, tetapi juga kepada pekerja atau masyarakat di sekitar kawasan yang membutuhkan layanan pesan-antar. Kondisi ini memberikan peluang bagi Mie Ayam CR7 untuk memperluas cakupan pasar tanpa harus melakukan ekspansi fisik dalam waktu dekat.

3.5.2. Volume penjualan yang relatif stabil

Potensi kedua terlihat dari volume penjualan yang relatif stabil. Mie Ayam CR7 mampu menjual rata-rata sekitar 50–60 porsi mie ayam goreng per hari. Angka tersebut menunjukkan bahwa usaha telah memiliki permintaan pasar yang cukup konsisten dan terdapat basis konsumen yang dapat menjadi modal awal bagi pengembangan usaha. Stabilitas penjualan juga menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan telah memiliki tingkat penerimaan tertentu di masyarakat. Dalam perspektif pengembangan UMKM, keberadaan permintaan yang relatif stabil merupakan kondisi penting karena dapat menjadi dasar untuk melakukan perencanaan kapasitas produksi, pengadaan bahan baku, pengelolaan tenaga kerja, serta pengembangan variasi produk.

Volume penjualan tersebut juga membuka peluang bagi Mie Ayam CR7 untuk melakukan diversifikasi produk secara bertahap. Pengembangan menu dapat dilakukan dengan mempertimbangkan preferensi konsumen serta kemampuan produksi yang dimiliki usaha. Namun, diversifikasi sebaiknya dilakukan secara terukur dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan baku, kapasitas produksi, biaya tambahan, dan potensi permintaan. Dengan pendekatan tersebut, peningkatan variasi produk tidak hanya bertujuan menambah pilihan bagi konsumen, tetapi juga dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai transaksi dan memperluas segmen pasar.

3.4.3. Struktur biaya usaha yang relatif efisien

Potensi ketiga berkaitan dengan struktur biaya usaha yang relatif efisien, terutama karena tempat usaha merupakan milik pribadi. Kepemilikan tempat memberikan keuntungan berupa tidak adanya beban sewa tempat yang harus dibayarkan secara berkala. Kondisi ini memungkinkan sebagian pendapatan usaha dapat dialokasikan untuk kebutuhan lain yang lebih produktif, seperti peningkatan kualitas bahan baku, pembelian peralatan produksi, pengembangan kemasan, pemasaran digital, maupun pemenuhan legalitas dan sertifikasi usaha. Dengan demikian, kepemilikan tempat usaha dapat menjadi salah satu keunggulan struktural yang mendukung keberlanjutan Mie Ayam CR7.

Efisiensi pada struktur biaya juga memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk melakukan investasi secara bertahap tanpa harus menghadapi tekanan biaya tetap berupa sewa tempat. Namun demikian, efisiensi biaya tersebut perlu diikuti dengan pengelolaan keuangan yang lebih tertib agar sumber daya yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal. Tanpa pencatatan keuangan yang baik, keuntungan dari rendahnya biaya tetap berpotensi tidak terlihat secara jelas dan sulit digunakan sebagai dasar untuk menentukan prioritas pengembangan usaha.

3.5.4. Keberlanjutan usaha dalam jangka panjang

Potensi keempat adalah keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Mie Ayam CR7 telah beroperasi sejak tahun 2018 dan mampu mempertahankan aktivitas usahanya hingga saat ini. Durasi keberlangsungan tersebut menunjukkan bahwa usaha telah mampu melewati berbagai dinamika yang dihadapi oleh UMKM, termasuk perubahan kondisi pasar, persaingan, serta fluktuasi harga bahan baku. Keberlanjutan usaha juga dapat menjadi indikasi adanya penerimaan konsumen dan terbentuknya tingkat kepercayaan tertentu terhadap produk yang ditawarkan.

Eksistensi usaha selama beberapa tahun tersebut merupakan modal sosial dan ekonomi yang penting untuk proses pengembangan selanjutnya. Usaha yang telah memiliki pengalaman operasional dan konsumen relatif tetap pada dasarnya tidak memulai proses pengembangan dari kondisi nol. Sebaliknya, usaha telah memiliki pengalaman dalam produksi, pelayanan konsumen, pengadaan bahan baku, serta pemahaman terhadap karakteristik pasar lokal. Kondisi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai fondasi untuk memperkuat aspek-aspek yang selama ini masih lemah, terutama dalam pengelolaan administrasi, pemasaran digital, legalitas, dan manajemen rantai pasok.

3.6. Rekomendasi Strategi Pemberdayaan

Berdasarkan hasil analisis kondisi, permasalahan, dan potensi tersebut, dapat diajukan beberapa rekomendasi strategis bagi pemberdayaan Mie Ayam CR7. Pertama, perlu dilakukan pendampingan pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran digital melalui media sosial serta platform pesan-antar makanan guna memperluas jangkauan pasar. Kedua, perlu difasilitasi pengurusan legalitas usaha berupa PIRT, dan sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka peluang kerja sama formal, termasuk dengan perusahaan di kawasan industri BIIE (BINTAN INDUSTRIAL ESTATE), sekaligus penguatan jejaring pemasok bahan baku guna mengurangi kerentanan usaha terhadap fluktuasi harga pasar harian.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian berbasis asesmen dan pendampingan awal pada Mie Ayam CR7 di Kelurahan Teluk Lobam menunjukkan bahwa mitra telah memiliki fondasi usaha berupa pengalaman sejak 2018, tempat usaha milik sendiri, penjualan mie ayam goreng sekitar 50–60 porsi per hari, serta lokasi yang berdekatan dengan kawasan industri. Di sisi lain, terdapat empat aspek yang perlu diperkuat, yaitu pencatatan keuangan, pemasaran digital, legalitas dan sertifikasi, serta pengelolaan pengadaan bahan baku. Data keuangan yang tersedia menunjukkan omzet sekitar Rp1.300.000 dan biaya operasional sekitar Rp750.000 per hari, sehingga selisih Rp550.000 diperlakukan sebagai surplus operasional sementara karena seluruh komponen biaya belum tercatat secara rinci.

Capaian kegiatan pada tahap ini berupa pemetaan kebutuhan mitra, pembahasan permasalahan, dan penyusunan strategi pemberdayaan yang sesuai dengan kondisi usaha. Strategi tindak lanjut meliputi pencatatan keuangan sederhana, penguatan pemasaran digital, fasilitasi legalitas dan sertifikasi secara bertahap, serta penguatan jejaring pemasok. Strategi tersebut masih merupakan arahan tindak lanjut dan belum dapat diklaim sebagai intervensi yang telah selesai dilaksanakan. Evaluasi lanjutan diperlukan untuk mengukur perubahan setelah strategi pemberdayaan diterapkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Maritim Raja Ali Haji atas penyelenggaraan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) beserta dukungan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan. Terima kasih juga disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) atas arahan dan bimbingan yang diberikan sepanjang proses pengkajian di lapangan. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada Lurah beserta perangkat Kelurahan Teluk Lobam, Kecamatan Seri Kuala Lobam,

Kabupaten Bintan, yang telah menerima dan memfasilitasi mahasiswa KKN selama berada di wilayah tersebut. Penghargaan secara khusus penulis sampaikan kepada Ibu Yusriani Prabawati selaku pemilik Mie Ayam CR7 atas kesediaannya menjadi narasumber serta keterbukaannya dalam berbagi informasi mengenai profil usaha, kondisi operasional, dan pengelolaan keuangan, sehingga kegiatan pengkajian ini dapat terlaksana dan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, A. D., & Widyastuti, M. L. (2021). [Lengkapi judul artikel sesuai sumber asli]. *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, 4(2), 138–149.
- Hamidaturrahim, R., Wilodati, & Wulandari, P. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui pendampingan legalitas usaha di Desa Cikahuripan, Lembang. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.37802/society.v4i1.371>
- Hidayati, I., Nandiroh, U., Koesharawati, S., & Haris, G. A. A. Z. (2022). Improving the capability of MSME actors in preparing basic financial reports in Kedungkandang Village. *Community Empowerment*, 7(7), 1265–1270. <https://doi.org/10.31603/ce.6927>
- Kautsar, A., Fazlurrahman, H., Amelia, R., Sari Dewi, R., Septa Wihara, D., & Fitro, A. (2025). Penguatan bisnis etik melalui pengelolaan keuangan sederhana dan kontrol kualitas pada UMKM makanan dan minuman. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 6(1), 56–63. <https://doi.org/10.26740/abi.v6n1.p56-63>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2025). Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia. <https://www.ekon.go.id/>
- Kosadi, F., & Ginting, W. (2022). The socialization of financial accounting standards for micro, small and medium entities (SAK EMKM) and workshop on spreadsheet applications for financial reports. *Inaba of Community Services Journal*, 1(1), 30–47. <https://doi.org/10.56956/inacos.v1i1.32>
- Lady, L., & Ricky. (2024). Perancangan dan penerapan strategi digital marketing pada UMKM HU Foodcourt. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.37253/se.v3i1.10043>
- Maulana, M., Megantoro, A. Y., & Setiawan, A. N. (2023). Enhancing branding strategies of culinary micro and small enterprises through online media: A community service approach. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 18(3). <https://doi.org/10.21070/ijler.v18i3.932>
- Nasihin, I., Purwandari, D., Ardiansyah, H. N., & Sujaya, F. A. (2024). Pendampingan penyusunan laporan keuangan untuk pelaporan pajak tahunan UMKM. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2). <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v7i2.22427>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) sebagai solusi dalam menentukan strategi pengembangan usaha kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>
- Rukmawati, D., & Sholihah, D. D. (2025). Optimalisasi pemasaran berkelanjutan UMKM kuliner melalui pendampingan digital marketing. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 4(2). <https://doi.org/10.25134/jise.v4i2.144>
- Sari, P. A., Chisti, N., Marianti, M. M., Fitriani, K., & Prasetya, I. (2024). Pelatihan usaha mikro dan kecil (UMK) bidang kuliner di Kota Bandung. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 5(2), 571–579. <https://doi.org/10.34010/icomse.v5i2.14297>
- Sianturi, F., Hidayat, A., Handayani, A., Aiza, F., & Pradina, O. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui sosialisasi media promosi visual dan digital di Desa Sri Bintan Kepulauan Riau.

Winedar, M., Tyas, A. M., & Suprijati, J. (2022). Digital marketing sebagai pendukung sociopreneur UMKM kuliner di Surabaya. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 6(2), 226–236.
<https://doi.org/10.22437/jkam.v6i2.20243>