



## Pelatihan Kewirausahaan Kuliner bagi Guru Bimbingan Konseling SMA: Mengolah Zuppa Soup sebagai Peluang Usaha Pensiun

**Daniel Pandu Mau<sup>1\*</sup>, Ivy Dian Puspitasari Prabowo<sup>2</sup>, Mahmudi<sup>3</sup>, Titin Lestariningsih<sup>4</sup>, Daniel Ch. Tarigan<sup>5</sup>, Andreas Aditama Dachi<sup>6</sup>**

**Kata Kunci:**

Guru Bimbingan Konseling;  
Kabupaten Sidoarjo;  
Kewirausahaan Kuliner;  
Peluang Usaha;  
Zuppa Soup.

**Keywords :**

Culinary Entrepreneurship;  
Guidance and Counseling Teacher;  
Opportunity Business;  
Sidoarjo Regency;  
Zuppa Soup.

**Correspondence Author**

<sup>1</sup>Seni Kuliner, Akademi Sages  
Ds. Durensewu, KM. 03, Kec. Pandaan,  
Kab. Pasuruan, Prov. Jawa Timur.  
Email: daniel.pm@sages.ac.id

**Article History**

Received: 01-10-2024;  
Reviewed: 10-02-2025;  
Accepted: 27-11-2025;  
Available Online: 18-12-2025;  
Published: 28-12-2025.

**Abstrak.** Pelatihan kewirausahaan kuliner bagi Guru Bimbingan dan Konseling (BK) di Kabupaten Sidoarjo bertujuan untuk mempersiapkan peserta menghadapi masa pensiun melalui pengembangan keterampilan berwirausaha, khususnya dalam pembuatan Zuppa Soup. Pelatihan ini diikuti oleh 60 peserta dari MGBK SMA Kabupaten Sidoarjo dan dilaksanakan melalui analisis kebutuhan, pembekalan teori terkait bisnis makanan dan minuman (F&B), pelatihan praktis pembuatan Zuppa Soup, serta evaluasi yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan dan pengetahuan peserta. Sebanyak 86,7% peserta puas atau sangat puas dengan materi yang disampaikan, khususnya dalam aspek manajemen usaha, pengembangan produk, dan operasional dapur. Namun, beberapa peserta menginginkan pendalaman lebih lanjut pada materi pemasaran digital dan manajemen keuangan. Evaluasi juga menunjukkan bahwa tantangan utama peserta adalah dalam penerapan strategi digital dan pengelolaan *cash flow*. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan kewirausahaan peserta, namun perlu perbaikan pada materi pemasaran digital dan manajemen keuangan untuk mendukung keberlanjutan bisnis kuliner mereka. Rekomendasi untuk pelatihan berikutnya meliputi peningkatan materi pemasaran digital, pendalaman manajemen keuangan, dan dukungan mentoring pasca pelatihan.

**Abstract.** The culinary entrepreneurship training for Guidance and Counseling (BK) teachers in Sidoarjo Regency aimed to prepare participants for retirement through the development of entrepreneurial skills, particularly in making Zuppa Soup. The training was attended by 60 participants from the MGBK of high schools in Sidoarjo Regency and was conducted through needs analysis, theoretical training related to the food and beverage (F&B) business, practical training in Zuppa Soup preparation, and evaluation conducted using questionnaires and interviews. The training results showed a significant improvement in participants' skills and

knowledge. 86.7% of participants were satisfied or highly satisfied with the materials presented, particularly in business management, product development, and kitchen operations. However, some participants desired further depth in digital marketing and financial management. The evaluation also indicated that the main challenges faced by participants were in applying digital strategies and managing cash flow. In conclusion, the training successfully enhanced participants' entrepreneurial skills, but improvements in digital marketing and financial management content are needed to support the sustainability of their culinary businesses. Recommendations for future training include enhancing digital marketing content, deepening financial management instruction, and providing post-training mentoring support.

---

 This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License. @2025 by Author



## PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk masa depan individu. Guru Bimbingan Konseling (BK) memainkan peranan kunci dalam proses ini. Mereka tidak hanya memberikan panduan karier kepada siswa, tetapi juga membantu mengembangkan keterampilan hidup yang esensial serta kemampuan sosial dan emosional yang diperlukan untuk menghadapi berbagai pilihan karier di masa depan (Samudra & Wangid, 2024; Siregar et al., 2024). Meskipun peran guru BK sangat vital, tantangan yang dihadapi setelah pensiun sering kali menjadi masalah signifikan, terutama dalam mencari sumber penghasilan alternatif yang berkelanjutan. Survei lapangan di Sidoarjo menunjukkan bahwa banyak guru BK merasakan kecemasan terkait persiapan finansial untuk masa pensiun, sebagian besar disebabkan oleh kurangnya keterampilan untuk menghasilkan pendapatan dari sumber-sumber alternatif. Penting bagi para guru BK untuk mempersiapkan masa pensiun dengan matang, salah satunya melalui pelatihan kewirausahaan. Pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis, tetapi juga kemandirian finansial dan produktivitas di usia lanjut.

Kabupaten Sidoarjo, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur,

memiliki potensi besar dalam sektor industri kreatif dan kuliner. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo Tahun 2024, pengeluaran masyarakat untuk makanan mengalami peningkatan signifikan setiap tahun. Pada tahun 2021, pengeluaran untuk makanan dan minuman jadi juga meningkat dari Rp 266.715 pada 2021 menjadi Rp 279.991 pada 2023 (BPS, 2024). Peningkatan ini mencerminkan pertumbuhan permintaan terhadap produk kuliner, menciptakan peluang usaha yang menjanjikan bagi guru BK yang ingin mempersiapkan masa pensiun melalui kewirausahaan.

Salah satu produk kuliner yang menunjukkan prospek menjanjikan adalah Zuppa Soup, hidangan sup krim yang dilengkapi dengan lapisan *puff pastry* renyah di atasnya. Zuppa Soup, yang pertama kali populer di kota Lombardy, Italia, pada tahun 1525, kini semakin diminati di Indonesia sebagai hidangan yang selalu dicari dan laris di pasaran (Maksindo, 2024). Keberadaan Zuppa Soup di berbagai restoran dan kafe menunjukkan produk ini memiliki nilai jual yang tinggi, didukung oleh rasa yang menggoda dan aroma yang mampu membangkitkan selera. Proses pembuatannya yang relatif sederhana dan fleksibilitas dalam pemasaran, baik melalui penjualan langsung maupun *digital platform*, semakin menambah daya tarik Zuppa Soup. Bagi guru BK yang mencari peluang usaha sebagai persiapan

pensiun, Zuppa Soup dapat menjadi pilihan usaha yang stabil dan mudah dikelola, mengingat tingginya permintaan dan potensi keuntungan yang signifikan dalam usaha kuliner ini.

Industri kuliner di Kabupaten Sidoarjo berperan sebagai salah satu sektor utama penggerak ekonomi lokal. Zuppa Soup telah menjadi salah satu produk kuliner yang memiliki daya tarik konsumen yang kuat, baik di kalangan masyarakat lokal maupun di pasar *online* yang berkembang pesat. Meningkatnya penggunaan *digital platform* dalam pemesanan makanan juga menjadi salah satu faktor yang memperkuat prospek usaha kuliner ini (Putri & Aduldaecha, 2024). Pengembangan usaha Zuppa Soup oleh guru BK tidak hanya sesuai dengan potensi pasar, tetapi juga mendukung program pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sidoarjo, yang bertujuan untuk meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat setempat.

Dikenal sebagai "Kota UMKM Indonesia," Kabupaten Sidoarjo telah berhasil mengembangkan sektor UMKM yang mendapat dukungan penuh dari pemerintah daerah. Berdasarkan data BPS Sidoarjo, terdapat 171.264 unit UMKM yang beroperasi di wilayah ini, terdiri dari 154.891 usaha mikro, 154 usaha kecil, dan 16.000 usaha menengah (Sufa et al., 2020). Berbagai sentra industri rakyat seperti Kampung Batik dan Kampung Kerupuk berperan penting dalam mendukung perekonomian lokal (Sandy, 2017). Dukungan terhadap UMKM ini menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan usaha kecil, termasuk bagi guru BK yang ingin memulai usaha kuliner.

Pelatihan kewirausahaan kuliner yang dirancang khusus untuk guru BK bertujuan membekali mereka dengan keterampilan praktis dalam pengolahan Zuppa Soup, mulai dari pemilihan bahan baku berkualitas hingga penerapan teknik memasak yang tepat. Pelatihan ini juga mencakup pengetahuan mengenai manajemen usaha kecil, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang efektif. Dengan demikian, guru BK diharapkan dapat lebih siap dalam mengembangkan usaha berbasis kuliner secara berkelanjutan. Program pelatihan kuliner di SKB Kota Serang telah menunjukkan hasil positif, dengan capaian pembelajaran yang baik serta peningkatan kemampuan

kewirausahaan di antara para peserta. Para peserta melaporkan tingkat pemahaman yang tinggi terkait teknik memasak dan pemilihan bahan, yang merupakan faktor kunci dalam menciptakan hidangan berkualitas (Hidayatullah et al., 2024).

Pemasaran digital menjadi fokus utama dalam pelatihan ini. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, sekitar 32% UMKM di Indonesia telah memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka (Kominfo, 2022). Pelatihan ini bertujuan membantu guru BK memahami cara memanfaatkan *digital platform* guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka. Keterampilan dalam pemasaran digital, yang mencakup teknik penjualan *online* dan penggunaan media sosial, memberikan keuntungan kompetitif yang sangat penting bagi usaha kecil, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri kuliner. Pemanfaatan media sosial dan *e-commerce platform* dapat meningkatkan jangkauan pasar hingga 50% dan penjualan sebesar 35% dibandingkan dengan metode tradisional (Simbolon & Laia, 2024). Pemasaran digital memungkinkan usaha kecil mengakses basis pelanggan yang lebih luas, yang sangat penting di pasar kuliner yang padat (Novianti et al., 2024).

Melalui pendekatan pelatihan yang terstruktur, program ini diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif bagi guru BK untuk membangun usaha kuliner yang mandiri dan berkelanjutan secara finansial. Guru BK tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis dalam pengolahan makanan, tetapi juga wawasan manajemen bisnis, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Program ini berpotensi memperkuat dampak ekonomi lokal dengan mendukung pertumbuhan UMKM di sektor kuliner serta memberdayakan masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. Selain meningkatkan kesejahteraan guru BK setelah pensiun, program ini juga diharapkan dapat menciptakan peluang usaha yang stabil dan berkontribusi pada penguatan ekonomi daerah secara keseluruhan.

## METODE

Pelatihan ini dirancang secara

sistematis untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan yang efektif kepada 60 anggota Musyawarah Guru Bimbingan Konseling (MGBK) SMA Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan berlangsung di Akademi Sages dengan fasilitas pelatihan kuliner yang memadai. Metode pelaksanaan terdiri dari empat tahap utama: analisis kebutuhan, pembekalan teori, pelatihan praktis, dan evaluasi.

#### 1) Analisis Kebutuhan

Tahap ini bertujuan memahami latar belakang peserta dan menyesuaikan materi pelatihan. Survei dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat pendidikan, pengalaman kuliner, pemahaman kewirausahaan, serta tantangan yang dihadapi dalam mengelola usaha. Data ini menjadi dasar perancangan materi pelatihan.

#### 2) Pembekalan Teori

Peserta mendapatkan pemahaman dasar tentang kewirausahaan kuliner dan manajemen usaha kecil melalui presentasi dan diskusi interaktif. Materi mencakup manajemen bahan baku, strategi harga, pemasaran digital, dan penyusunan rencana bisnis sebagai landasan sebelum praktik.

#### 3) Pelatihan Praktis

Peserta mempraktikkan pembuatan Zuppa Soup dalam kelompok kecil, mulai dari persiapan bahan, pembuatan sup, hingga penyiapan *puff pastry*. Selain keterampilan teknis, peserta juga belajar manajemen produksi yang efisien untuk usaha kecil.

#### 4) Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk mengukur efektivitas pelatihan. Kuesioner menilai kepuasan peserta terhadap materi, pengajaran, fasilitas, dan manfaat pelatihan. Wawancara mendalam menggali pengalaman peserta, interaksi dengan instruktur, serta tantangan dalam penerapan teori. Hasil evaluasi ini digunakan untuk perbaikan program ke depan.

Berikut alur tahapan pelaksanaan tersebut:



**Gambar 1.** Alur Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Melalui metode yang mengombinasikan teori dan praktik secara

seimbang, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan bekal yang memadai bagi peserta untuk langsung mengaplikasikan keterampilan kewirausahaan kuliner dalam usaha mereka sendiri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan kewirausahaan kuliner bagi mitra ini dirancang dengan pendekatan komprehensif yang melibatkan tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi menyeluruh. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan praktis dan teoritis, serta mendorong peserta untuk memulai dan mengembangkan usaha kuliner secara mandiri. Implementasi kegiatan ini didukung oleh berbagai strategi, metode, dan evaluasi untuk memastikan hasil yang optimal.

#### 1) Tahap Persiapan

Persiapan dilakukan untuk memastikan kesiapan sumber daya, baik materi, alat, bahan, peserta, maupun tim instruktur. Pada tahap awal, dilakukan observasi dan wawancara guna memahami kebutuhan peserta, yang mayoritas adalah guru BK tanpa pengalaman langsung dalam usaha kuliner. Wawancara mengungkapkan keinginan peserta untuk memperluas pengetahuan kewirausahaan, meskipun mereka kurang percaya diri dalam memulai usaha. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merancang materi yang sesuai, mulai dari pengantar kewirausahaan hingga strategi pemasaran dan manajemen usaha kecil bagi peserta yang lebih berpengalaman.

Lokasi pelatihan dipilih untuk menunjang efektivitas kegiatan, dengan aula pertemuan sebagai tempat penyampaian teori dan BP Kitchen Laboratory untuk praktik pembuatan Zuppa Soup. Aula yang luas dan dilengkapi fasilitas audio-visual mempermudah penyampaian materi, sementara laboratorium dengan peralatan lengkap memungkinkan peserta langsung berlatih. Pengaturan ruang memastikan kenyamanan dan mendukung pembelajaran optimal.

Koordinasi dengan pihak kampus dilakukan untuk memastikan kesiapan fasilitas dan kelancaran logistik. Tim pengabdi menjelaskan tujuan pelatihan dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan

peserta, sementara pihak kampus berperan dalam menyediakan fasilitas dan menyusun jadwal yang tidak bertabrakan dengan kegiatan akademis lainnya. Dukungan ini memastikan pelaksanaan pelatihan berjalan lancar dan memberikan manfaat optimal bagi peserta.

Penyusunan modul pelatihan dirancang agar materi tersampaikan secara sistematis, mencakup pengelolaan usaha kecil, strategi pemasaran, dan teknik pembuatan produk kuliner. Modul dilengkapi panduan langkah demi langkah serta contoh rencana bisnis untuk membantu peserta menyusun strategi usaha yang komprehensif. Melalui materi yang mudah dipahami, peserta dapat menjadikannya sebagai referensi jangka panjang setelah pelatihan selesai.

Penyediaan bahan dan alat praktik menjadi aspek krusial dalam mendukung pembelajaran. Bahan berkualitas tinggi, seperti daging, kaldu, sayuran, dan *puff pastry*, dipilih dengan teliti untuk memastikan hasil terbaik. Seluruh alat memasak, termasuk oven, kompor, dan panci, telah disiapkan agar peserta dapat langsung menggunakan dalam sesi praktik. Melalui pengalaman langsung ini, peserta lebih percaya diri dalam memulai usaha kuliner mereka setelah pelatihan selesai.

## 2) Tahap Pembukaan dan Sosialisasi Kegiatan

Pelatihan kewirausahaan kuliner diawali dengan sesi pembukaan yang mencakup sambutan dan sosialisasi kegiatan. Ketua Tim Pengabdi menekankan pentingnya pelatihan ini dalam membekali peserta dengan keterampilan kewirausahaan guna mencapai kemandirian ekonomi serta menginspirasi siswa. Ketua MGBK menambahkan bahwa kolaborasi antar guru sangat penting dalam penerapan ilmu yang diperoleh. Tim pengabdi kemudian menjelaskan agenda pelatihan, mencakup materi teori dan praktik, jadwal, serta metode yang digunakan agar peserta dapat mempersiapkan diri dengan baik. Sesi tanya jawab membahas aspek teknis seperti durasi pelatihan, penggunaan alat dan bahan, serta mekanisme penilaian keterampilan, dengan penjelasan rinci untuk memastikan pemahaman peserta. Interaksi ini menciptakan suasana yang terbuka dan membangun kepercayaan antara peserta dan

penyelenggara. Sebagai penutup, ditekankan pentingnya kerja sama dan dukungan antar peserta agar selain memperoleh keterampilan baru, mereka juga dapat membangun jaringan dan berbagi pengalaman. Melalui sesi pembukaan yang sistematis, peserta diharapkan siap mengikuti pelatihan secara aktif.

## 3) Tahap Penyampaian Materi Teori

Setelah pembukaan, pelatihan dilanjutkan dengan penyampaian materi teori sebagai landasan sebelum praktik. Materi disampaikan melalui presentasi, diskusi interaktif, simulasi, dan studi kasus agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam bisnis kuliner. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar kewirausahaan kuliner, termasuk *Resource Approach*, yang menekankan pemanfaatan keterampilan, jaringan, dan modal yang sudah dimiliki tanpa harus menunggu kondisi ideal, serta *Market Approach*, yang berfokus pada analisis pasar, identifikasi pelanggan, pemahaman pesaing, dan penciptaan produk sesuai kebutuhan pasar. Selain itu, peserta mempelajari tren dan inovasi kuliner, seperti analisis pasar, segmentasi konsumen, serta tren makanan sehat, ramah lingkungan, dan berbasis lokal. Dalam sesi manajemen usaha kecil, peserta dibekali keterampilan dalam mengelola bahan baku, meningkatkan efisiensi operasional, serta mencatat arus kas dan menetapkan harga jual yang tepat. Pemahaman tentang perilaku konsumen juga ditekankan, terutama faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, layanan, dan harga.

Selanjutnya, peserta dibimbing dalam penyusunan rencana bisnis, mulai dari analisis pasar hingga strategi pemasaran dan proyeksi keuangan. Mereka juga belajar mengenali risiko bisnis serta strategi mitigasi untuk menghadapi persaingan dan perubahan tren pasar. Memasuki era digital, peserta diperkenalkan pada strategi pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* untuk meningkatkan visibilitas produk serta pembuatan konten promosi yang menarik. Sebagai penutup, peserta mempelajari model bisnis dalam industri F&B, seperti *Full-Service Restaurant*, *Street Stalls*, *Cafes and Bars*, serta *Limited Service Restaurant*, yang memiliki karakteristik tersendiri dalam

manajemen operasional dan target pasar. Melalui materi yang komprehensif, peserta diharapkan mampu mengembangkan ide bisnis inovatif, memiliki keterampilan manajerial yang solid, serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif dalam industri kuliner yang dinamis.



**Gambar 2.** Penyampaian Materi: Model Bisnis dalam Industri F & B

#### 4) Tahap Pelatihan Praktis

Setelah menyelesaikan sesi teori, para peserta melanjutkan ke tahap pelatihan praktis yang lebih mendalam dan interaktif. Pada tahap ini, penekanan diberikan pada penerapan langsung dari apa yang telah dipelajari selama sesi teori, yaitu pembuatan Zuppa Soup yang tidak hanya populer di kalangan konsumen, tetapi juga dianggap sebagai salah satu hidangan bergaya internasional yang dapat meningkatkan daya tarik kuliner usaha kecil maupun besar. Pelatihan tersebut dilakukan dalam kelompok kecil agar instruktur dapat memberikan perhatian lebih kepada setiap peserta. Metode ini memastikan bahwa setiap peserta memahami teknik dasar secara menyeluruh sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Melalui pendekatan ini, pelatihan menjadi lebih interaktif, memungkinkan peserta untuk bertanya langsung jika mengalami kesulitan dalam proses pembuatan.

Setiap peserta diberikan resep tertulis sebagai panduan dalam membuat Zuppa Soup. Resep ini mencakup bahan-bahan yang diperlukan serta langkah-

langkah detail dalam proses pembuatannya. Meskipun peserta diberikan kebebasan untuk melakukan sedikit improvisasi dalam bumbu, mereka tetap diarahkan untuk mengikuti standar dasar yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan agar hasil akhir tetap memiliki cita rasa dan tekstur yang sesuai dengan standar kuliner profesional.

Dalam tahap memasak, peserta memulai dengan menumis bahan-bahan utama hingga harum sebelum menambahkan cairan dan mengentalkannya dengan tepung atau krim. Teknik ini menjadi dasar dalam pembuatan sup kental yang menjadi inti dari Zuppa Soup. Instruktur juga memberikan penjelasan mengenai pentingnya keseimbangan rasa dan tekstur dalam sup, agar hasil akhir tidak terlalu cair atau terlalu kental.

Selain sup, peserta juga diajarkan cara membuat dan menangani *puff pastry* yang akan digunakan sebagai penutup. Salah satu hal penting yang ditekankan adalah menjaga suhu adonan agar tidak terlalu lunak, karena akan memengaruhi hasil akhir saat dipanggang. Dengan memahami teknik ini, peserta dapat menghasilkan *puff pastry* yang renyah dan mengembang sempurna ketika dipanggang di atas sup.

Tahap terakhir adalah memanggang Zuppa Soup hingga lapisan *puff pastry* berwarna keemasan dan mengembang dengan baik. Suhu optimal untuk memanggang biasanya berkisar antara 180-200°C, tergantung pada jenis oven yang digunakan. Peserta diajarkan cara mengenali tanda-tanda kematangan yang sempurna, seperti warna keemasan merata dan tekstur renyah pada lapisan atasnya. Dengan menyelesaikan pelatihan ini, peserta diharapkan dapat menguasai teknik dasar pembuatan Zuppa Soup serta menerapkannya baik dalam dunia profesional maupun di rumah.

Selain keterampilan teknis dalam memasak, pelatihan ini juga menekankan

pentingnya manajemen produksi dan pengelolaan keuangan, yang merupakan keterampilan esensial dalam menjalankan usaha kuliner. Peserta diajarkan cara menghitung biaya produksi setiap porsi Zuppa Soup, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead*. Pemahaman ini memungkinkan peserta menetapkan harga jual yang tidak hanya kompetitif tetapi juga memberikan margin keuntungan yang sehat.

Manajemen produksi bertujuan untuk mengatur dan mengoordinasikan penggunaan sumber daya seperti tenaga kerja, alat, dana, dan bahan secara efektif dan efisien guna menciptakan dan menambah manfaat (*utility*) suatu barang atau jasa (Hindasah & Astuti, 2021; Marselina & Rokamah, 2022; Rismiadi & Suryati, 2023). Suyadi (2001) dalam Adyatami (2020) juga menjelaskan bahwa manajemen produksi mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan dalam pembuatan produk, mulai dari pengelolaan bahan baku hingga menghasilkan produk jadi. Manajemen keuangan berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, meningkatkan profitabilitas, serta membantu pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik (Rustan, 2023).

Instruktur juga memberikan panduan tentang pengelolaan bahan baku secara efisien untuk meminimalkan pemborosan. Peserta diajarkan memesan bahan sesuai kebutuhan produksi, menyimpan bahan agar tetap segar, serta menggunakan bahan secara optimal untuk mengurangi sisa makanan. Manajemen stok bahan baku menjadi topik penting dalam sesi ini, karena pemborosan bahan dapat berdampak signifikan terhadap biaya produksi. Selain itu, peserta diajarkan membuat anggaran produksi dan menghitung *gross margin* dari penjualan Zuppa Soup. Dengan memahami struktur biaya dan manajemen keuangan yang baik, diharapkan peserta dapat

menjalankan bisnis kuliner mereka dengan lebih efisien dan menguntungkan.

Salah satu aspek yang ditekankan dalam pelatihan ini adalah pentingnya menjaga kualitas produk agar selalu konsisten, sehingga dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen (Food Industry Hub, 2024). Peserta diajarkan cara melakukan *quality control* selama proses produksi, mulai dari pemilihan bahan, pengolahan, hingga presentasi akhir Zuppa Soup. Instruktur menekankan pentingnya menjaga standar kualitas yang tinggi, karena kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas produk yang mereka konsumsi.

Selain itu, peserta juga diajarkan bagaimana cara menangani umpan balik dari pelanggan. Kemampuan untuk mendengarkan kritik dan saran dari pelanggan serta melakukan penyesuaian sangat penting dalam menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan (de Ruyter & Wetzels, 2000; Dickinger & Bauernfeind, 2009; Min et al., 2021; Ok et al., 2005; Ramsey & Sohi, 1997). Melalui keterampilan ini, peserta dapat terus mengembangkan produk kuliner yang sesuai dengan kebutuhan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisi usaha di industri kuliner.



**Gambar 3.** Praktik Pengolahan Zuppa Soup

materi yang diajarkan.

### 5) Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi kegiatan pelatihan kewirausahaan kuliner ini dirancang untuk menilai efektivitas penyampaian materi, kualitas pengajaran, serta sejauh mana pelatihan memberikan dampak pada peserta (Hayati & Yulianto, 2024), khususnya dalam mempersiapkan mereka untuk memulai atau mengembangkan bisnis kuliner. Evaluasi dilakukan menggunakan dua teknik utama, yaitu kuesioner dan wawancara mendalam. Selain itu, untuk mengukur keberhasilan pelatihan secara lebih objektif, analisis data kuantitatif dilakukan dengan membandingkan skor awal dan akhir peserta berdasarkan indikator tertentu.

Evaluasi melalui kuesioner dilakukan pada awal dan akhir sesi pelatihan untuk mengumpulkan data kuantitatif terkait kepuasan peserta terhadap berbagai aspek pelatihan. Kuesioner tersebut berfokus pada empat indikator utama, yaitu: 1) relevansi materi pelatihan dengan kebutuhan peserta, 2) kualitas pengajaran oleh instruktur, 3) kelayakan fasilitas pelatihan, dan 4) manfaat pelatihan bagi perkembangan usaha kuliner peserta.

**Tabel 1:** Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Pelatihan

Kategori Kepuasan	Jumlah Peserta	Percentase (%)
Sangat Puas/Puas	52	86,7
Cukup Puas	6	10
Kurang Puas	2	3,3

Sebagian besar peserta menilai bahwa materi yang diberikan sangat relevan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam hal pengelolaan bisnis kuliner, pengembangan produk, dan manajemen operasional dapur. Peserta juga menyebut bahwa sesi pelatihan memberikan panduan praktis yang langsung dapat diaplikasikan dalam menjalankan usaha mereka.

Analisis kuantitatif lebih lanjut dilakukan dengan membandingkan skor awal dan akhir pemahaman peserta mengenai

**Tabel 2:** Perbandingan Skor *Pre-Test* dan *Post-Test*

Aspek yang Diukur	Skor Rata-rata <i>Pre-Test</i>	Skor Rata-rata <i>Post-Test</i>	Peningkatan (%)
Pemahaman Umum	65,4	84,7	29,5
Manajemen Keuangan	58,3	78,9	35,3

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Hidayatullah et al. (2024), yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan kuliner dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam mengolah makanan dan memperdalam pemahaman kewirausahaan. Martini et al. (2023) juga mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan di bidang kuliner berperan penting dalam meningkatkan keterampilan peserta, tidak hanya dalam aspek teknis, tetapi juga dalam pemahaman bisnis yang komprehensif.

Namun, sekitar 10% atau 6 peserta memberikan penilaian cukup puas dengan alasan bahwa pelatihan kurang menekankan pada pemasaran digital, yang mereka anggap sangat penting dalam menjalankan bisnis kuliner di era digital ini. Mereka merekomendasikan agar materi pemasaran melalui media sosial diperluas dalam sesi pelatihan mendatang. Hal ini sejalan dengan temuan Putri & Aduldaecha (2024), yang menyoroti bahwa *digital platform* memiliki peran signifikan dalam meningkatkan prospek usaha kuliner. Lukman et al. (2023) juga menekankan bahwa tren digitalisasi, terutama selama pandemi COVID-19, telah mengubah cara bisnis kuliner berinteraksi dengan konsumen. Digitalisasi tidak hanya mempermudah proses operasional, tetapi juga membuka peluang baru bagi industri kuliner kreatif untuk berkembang. Penggunaan ekosistem digital memungkinkan pelaku usaha untuk lebih mudah menjangkau konsumen dan meningkatkan daya saing mereka di era globalisasi.

Selain itu, terdapat 3,3% atau 2 peserta

yang memberikan penilaian kurang puas, dengan alasan bahwa pelatihan tidak cukup mendalam materi manajemen keuangan. Mereka merasa bahwa pelatihan harus lebih banyak membahas tentang pengelolaan *cash flow*, modal usaha, dan proyeksi keuntungan. Sebagaimana dinyatakan oleh Nkwinika & Akinola (2023), literasi keuangan yang memadai, termasuk pengelolaan *cash flow* dan proyeksi keuntungan, merupakan faktor kunci yang mendukung keberhasilan jangka panjang UKM.

Selain kuesioner, evaluasi juga dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap 20 peserta yang dipilih secara acak (*random sampling*). Wawancara ini bertujuan untuk menggali lebih dalam pengalaman peserta selama pelatihan, terutama terkait dengan pemahaman mereka terhadap materi, kualitas interaksi dengan instruktur, dan tantangan yang dihadapi dalam mengaplikasikan teori ke dalam praktik sehari-hari.

**Tabel 3:** Hasil Wawancara Mendalam dengan Peserta

Aspek yang Dibahas	Jumlah Peserta Setuju	Percentase (%)
Pelatihan sangat bermanfaat	15	75
Perlu lebih banyak materi pemasaran digital	6	30
Perlu lebih banyak materi manajemen keuangan	2	10

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas peserta, yaitu 75% atau 15 dari 20 peserta, merasa pelatihan ini sangat bermanfaat dalam memberikan pemahaman mendalam mengenai manajemen usaha kuliner. Beberapa peserta juga menyampaikan bahwa sesi diskusi kelompok membantu mereka memahami lebih lanjut tentang tantangan bisnis yang dihadapi oleh sesama peserta.

Namun, 30% peserta merasa bahwa materi pemasaran digital masih perlu diperluas, terutama dalam strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, 10% peserta menyarankan agar sesi pelatihan manajemen keuangan lebih diperdalam dengan studi kasus konkret.

Berdasarkan hasil evaluasi yang diperoleh melalui kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif, pelatihan ini secara keseluruhan dapat dinilai berhasil dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta di bidang kewirausahaan kuliner. Namun, evaluasi ini juga menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan, terutama terkait kebutuhan peserta akan pendalaman materi pemasaran digital dan manajemen keuangan. Oleh karena itu, pelatihan mendatang disarankan untuk lebih menekankan pada praktik pemasaran digital serta menyediakan lebih banyak sesi konsultasi terkait pengelolaan keuangan usaha kuliner. Selain itu, dukungan pasca-pelatihan dalam bentuk mentoring atau pendampingan juga bisa menjadi solusi yang membantu peserta menerapkan teori yang mereka pelajari dalam praktik bisnis sehari-hari.

## SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan kewirausahaan kuliner ini secara keseluruhan berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta, terutama dalam pengelolaan bisnis kuliner, pengembangan produk, dan manajemen operasional. Sebagian besar peserta merasa puas dengan materi yang relevan dan bimbingan instruktur yang berkualitas. Pelatihan ini memberikan dampak positif, terutama dalam memberikan panduan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha kuliner. Namun, evaluasi juga menunjukkan bahwa masih ada tantangan yang perlu diatasi, terutama terkait dengan penerapan pemasaran digital dan manajemen keuangan. Beberapa peserta mengungkapkan perlunya pendalaman lebih lanjut pada aspek-aspek ini agar mereka dapat lebih efektif mengembangkan usaha mereka.

Untuk meningkatkan efektivitas pelatihan berikutnya, perlu diadakan sesi tambahan yang lebih fokus pada strategi pemasaran digital dengan pendekatan praktis,

seperti pelatihan tentang penggunaan platform e-commerce dan media sosial. Selain itu, peningkatan materi terkait manajemen keuangan usaha kuliner, terutama pengelolaan arus kas dan proyeksi keuntungan, sangat penting agar peserta dapat merencanakan keuangan bisnis mereka dengan lebih baik. Pelatihan ini juga sebaiknya dilengkapi dengan program pendampingan pasca-pelatihan yang terstruktur, seperti mentoring rutin atau konsultasi keuangan dan pemasaran, guna memastikan peserta dapat menerapkan ilmu yang didapat dan menghadapi tantangan bisnis secara lebih efektif.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adyatami, F. I. (2020). Studi manajemen produksi Batik Tanah Liek Citra di Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(2), 77–85. <https://doi.org/10.24821/jtks.v6i2.4690>
- BPS. (2024). Rata-rata pengeluaran per kapita sebulan komoditas makanan, 2021-2023. *Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo*. <https://sidoarjokab.bps.go.id/id/statistik-table/2/MTM4IzI=/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-komoditas-makanan.html>
- de Ruyter, K., & Wetzels, M. G. M. (2000). The impact of perceived listening behavior in voice-to-voice service encounters. *Journal of Service Research*, 2(3), 276–284. <https://doi.org/10.1177/109467050023005>
- Dickinger, A., & Bauernfeind, U. (2009). An analysis of corporate e-mail communication as part of airlines' service recovery strategy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(2), 156–168. <https://doi.org/10.1080/10548400902864651>
- Food Industry Hub. (2024). The importance of effective quality assurance processes for food manufacturers: Food safety, quality, legality and authenticity. *Food Industry Hub*.
- Hayati, N., & Yulianto, E. (2024). Effectiveness of training in improving human resource competency. *Journal Civics and Social Studies*, 5(1), 98–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.31980/journalcss.v5i1.147>
- Hidayatullah, T., Hilda, D., Pracilia, A., & Azwita, Y. (2024). Evaluasi sumatif pada program pelatihan tata boga di sanggar kegiatan belajar kota Serang. *Transformasi: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Non Formal Informal*, 10(1), 113. <https://doi.org/10.33394/jtni.v10i1.10510>
- Hindasah, L., & Astuti, R. J. (2021). Pelatihan manajemen produksi dan pemasaran untuk mendukung eduwisata desa Panjangrejo Bantul. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 213–222. <https://doi.org/10.18196/ppm.21.554>
- Kominfo. (2022). Kenaikan jumlah UMKMgo online jadi hasil konkret pembahasan transformasi digital di KTT G20. *Kominfo*. <https://www.kominfo.go.id/berita/berita-kominfo/detail/kenaikan-jumlah-umkm-go-online-jadi-hasil-konkret-pembahasan-transformasi-digital-di-ktt-g20>
- Lukman, L., Sudradjat, A., & Sinambela, T. (2023). Pemanfaatan digitalisasi pada industri kreatif sektor kuliner pasca pandemi COVID-19. *Seminar Nasional Universitas Borobudur*, 2(1). <https://prosiding.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/70>
- Maksindo. (2024). Peluang usaha Zuppa Soup dan analisa usahanya. *Toko Mesin*. <https://www.tokomesin.com/peluang-usaha-zuppa-soup-dan-analisa-usahanya.html>
- Marselina, E., & Rokamah, R. (2022). Manajemen produksi home industry keripik galih kurnia usaha desa Bubakan kecamatan Tulaka kabupaten Pacitan. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 105–120. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.706>
- Martini, R., Sayuti, A. J., Simanjuntak, T., Febrianty, Ajismanto, F., & Barovih, G.

- (2023). Peningkatan keterampilan pembuatan dan perencanaan usaha bakery dan kuliner khas bagi Andikpas LPKA kelas I Palembang. *Dedikasi Sains Dan Teknologi (DST)*, 3(2), 230–236. <https://doi.org/10.47709/dst.v3i2.3241>
- Min, K. S., Jung, J. M., & Ryu, K. (2021). Listen to their heart: Why does active listening enhance customer satisfaction after a service failure? *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102956. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102956>
- Nkwinika, E., & Akinola, S. (2023). The importance of financial management in small and medium-sized enterprises (SMEs): an analysis of challenges and best practices. *Technology Audit and Production Reserves*, 5(73), 12–20. <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2023.285749>
- Novianti, D., Rochmah, G. S., & Fatimah, S. E. (2024). The role of digital marketing to create competitive advantage to improve micro business performance. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*, 2((42)), 1–10. [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_ijitss/30062024/8165](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/30062024/8165)
- Ok, C., Back, K., & Shanklin, C. W. (2005). Modeling roles of service recovery strategy: A relationship-focused view. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(4), 484–507. <https://doi.org/10.1177/1096348005276935>
- Putri, E., & Aduldaecha, S. (2024). Development strategy of micro, small, and medium industries based on creative industry centers in Sidoarjo regency: A case study. *Heuristic*, 21(1), 81–100. <https://doi.org/10.30996/heuristic.v2i1.1.10847>
- Ramsey, R. P., & Sohi, R. S. (1997). Listening to your customers: The impact of perceived salesperson listening behavior on relationship outcomes. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 127–137. <https://doi.org/10.1007/BF02894348>
- Rismiadi, Y., & Suryati, A. (2023). Manajemen produksi tahu gejrot Bang Dio (Studi kasus eksploratif). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 140–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i2.540>
- Rustan, R. (2023). Peranan manajemen keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah (umkm) makanan kota Makassar untuk mengembangkan bisnis. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1568–1574. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i2.1766>
- Samudra, R., & Wangid, M. N. (2024). The role of guidance and counseling in strengthening students' career preparation. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 16(2), 2148–2160. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i2.4980>
- Sandy, A. K. (2017). *Sidoarjo kota UKM Indonesia*. Ayu Kartika Sandy Wordpress. <https://ayukartikasandy.wordpress.com/2017/02/21/sidoarjo-kota-ukmindoensia/>
- Simbolon, P., & Laia, G. P. (2024). Strategi pemasaran digital makanan berat: Pembelajaran dari praktik kewirausahaan mahasiswa STIKES Santa Elisabeth Medan 2024. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 3(3), 188–197. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v3i3.2389>
- Siregar, E. P., Afdal, & Hariko, R. (2024). Kinerja guru bimbingan dan konseling dalam layanan bimbingan karir. *Journal on Education*, 7(1), 3590–3600. <https://doi.org/10.31004/joe.v7i1.6951>
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata gastronomi sebagai daya tarik pengembangan potensi daerah kabupaten Sidoarjo. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75–86. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i1.2497>