



Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Kreativitas Kewirausahaan bagi Siswa SMK di Yayasan Al Kahfi Bekasi

Culinary Business Development in Entrepreneurial Creativity for Vocational High School Students at Al Kahfi Foundation

Enny Diah Astuti^{1*}, Retno Setya Budiasningrum², Rahmi Rosita³,
Dyan Yuliana⁴, Ali Satri Efendi⁵, Jajang Setiawan⁶

¹Prodi Manajemen, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi, Indonesia

²⁻⁶Prodi Administrasi Bisnis, ⁴Prodi Manajemen Informatika, Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia

*Penulis korespondensi: ennydiah169@gmail.com¹

Riwayat artikel:

Naskah Masuk: 01 Oktober, 2025;

Revisi: 16 Oktober, 2025;

Diterima: 29 Oktober, 2025;

Terbit: 30 Oktober, 2025.

Keywords: Culinary Business;
Digital Marketing; Food Safety;
Practice Assistance; Student
Entrepreneurship

Abstract: This community service program aims to enhance entrepreneurial competence and creativity among vocational high school (SMK) students at Yayasan Al Kahfi through a culinary business development and mentoring program. The activities focus on two key components: (1) operational business mentoring emphasizing basic food safety and production efficiency, and (2) a digital marketing workshop that trains students to create short promotional content for social media platforms. The study employs a qualitative descriptive approach through participatory observation, in-depth interviews, and documentation. The results indicate a significant improvement in students' understanding of food safety principles, culinary product innovation, and creative digital marketing skills. Furthermore, the program encourages students to develop an adaptive entrepreneurial mindset aligned with technological and market changes in the digital era. Collaboration between lecturers, vocational teachers, and students plays a crucial role in ensuring program sustainability and integrating the outcomes into the entrepreneurship curriculum. Overall, this program contributes to nurturing a generation of vocational youth who are independent, innovative, and ready to become entrepreneurs in the digital economy.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan kreativitas siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Yayasan Al Kahfi Bekasi, melalui kegiatan pendampingan bisnis kuliner berbasis praktik. Fokus utama kegiatan meliputi dua aspek penting, yaitu (1) pendampingan operasional unit usaha dengan penerapan food safety dasar dan efisiensi proses produksi, serta (2) workshop pemasaran digital yang menekankan pada pembuatan konten pendek untuk media sosial sebagai strategi promosi modern. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi kegiatan. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap prinsip keamanan pangan, inovasi produk kuliner, dan kemampuan memproduksi konten pemasaran digital yang kreatif. Selain itu, kegiatan ini mendorong siswa untuk memiliki entrepreneurial mindset yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pasar digital. Kolaborasi antara dosen, guru produktif, dan siswa berperan penting dalam memastikan keberlanjutan program serta integrasinya ke dalam kurikulum kewirausahaan di SMK. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi terhadap pembentukan generasi muda yang mandiri, kreatif, dan siap berwirausaha di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Bisnis Kuliner; Keamanan Pangan; Kewirausahaan Siswa; Pemasaran Digital; Pendampingan Praktik

1. PENDAHULUAN

Pendidikan kejuruan di SMK diharapkan tidak hanya mempersiapkan kompetensi teknis tetapi juga jiwa kewirausahaan agar para siswa lulusan mampu menciptakan lapangan kerja sendiri (*entrepreneurial readiness*). Model *school-based enterprise* (SBE), unit usaha yang dijalankan oleh siswa sebagai bagian dari proses belajar telah banyak direkomendasikan sebagai praktik efektif untuk menginternalisasi kompetensi kewirausahaan melalui pengalaman langsung. Sumber literatur terkini menegaskan bahwa *experiential learning/project-based learning* efektif meningkatkan kreativitas dan *self-efficacy* kewirausahaan generasi muda, khususnya ketika dipadukan dengan akses ke platform digital untuk pemasaran.

Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat (PkM) kali ini difokuskan pada pelatihan kewirausahaan dan pengembangan unit usaha di SMK menunjukkan antusiasme tinggi namun juga mengungkap hambatan seperti keterbatasan modal, kapasitas guru, dan regulasi kesehatan pangan semua faktor yang perlu diidentifikasi agar unit usaha sekolah berkelanjutan. Oleh karena itu, program PkM ini dirancang untuk membentuk dan membimbing unit usaha kuliner pada siswa SMK di Yayasan Al Kahfi, dalam mengembangkan kreativitas produk dan pemasaran siswa untuk lebih terasah kreativitas siswa memiliki jiwa entrepreneur.

Tujuan PkM: Mengembangkan kreativitas produk kuliner siswa melalui praktik produksi dan inovasi. Meningkatkan keterampilan pemasaran digital dan manajemen usaha sederhana. Mengidentifikasi faktor pendukung dan hambatan keberlanjutan unit usaha sekolah.

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor yang paling potensial untuk dijadikan wahana pembelajaran kewirausahaan di SMK, terutama bagi siswa jurusan tata boga atau manajemen bisnis. Industri kuliner memiliki karakteristik yang sesuai dengan kapasitas pembelajaran vokasional: mudah diakses, berbasis keterampilan praktis, memiliki peluang pasar luas, dan memungkinkan inovasi produk berbasis kearifan lokal. Selain itu, perkembangan tren digital marketing dan *e-commerce* memberikan peluang besar bagi siswa untuk memasarkan produk mereka secara daring melalui media sosial, *marketplace*, atau sistem pre-order berbasis komunitas sekolah. Dengan demikian, bisnis kuliner tidak hanya menjadi sarana pembelajaran ekonomi dan manajemen, tetapi juga wadah untuk menumbuhkan kreativitas, kerja sama tim, dan tanggung jawab sosial.

SMK di Yayasan Al Kahfi sebagai mitra kegiatan pengabdian masyarakat memiliki potensi besar untuk mengembangkan unit usaha kuliner berbasis siswa. Berdasarkan observasi awal, sekolah ini memiliki fasilitas dapur praktik, tenaga pendidik kompeten di bidang tata

boga, dan minat siswa yang tinggi terhadap wirausaha kuliner. Namun, permasalahan utama yang ditemukan adalah belum optimalnya pemanfaatan fasilitas dan rendahnya inovasi produk serta strategi pemasaran. Produk yang dihasilkan siswa selama praktik sering kali berhenti pada tahap uji coba dan tidak berlanjut ke tahap komersialisasi. Selain itu, siswa belum memiliki pemahaman tentang aspek manajemen keuangan, branding produk, serta pentingnya higienitas dan izin edar pangan.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim dosen bersama mitra sekolah berupaya mengembangkan model pendampingan kewirausahaan berbasis praktik langsung dalam bentuk *Culinary Student Enterprise*. Pendampingan meliputi pelatihan inovasi produk, manajemen usaha sederhana, dan strategi pemasaran digital. Selain itu, kegiatan ini juga mengintegrasikan mentoring dari pelaku industri kuliner lokal agar siswa memperoleh perspektif pasar yang nyata. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis siswa, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri, kemandirian, serta kemampuan berpikir kreatif dalam menciptakan nilai tambah dari produk kuliner lokal.

Dalam kebijakan pendidikan nasional, program ini sejalan dengan arah Merdeka Belajar dan revitalisasi SMK yang menekankan pentingnya kolaborasi antara dunia pendidikan dengan dunia usaha dan industri (DUDI). Kolaborasi ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem pembelajaran yang berorientasi pada praktik dan kewirausahaan, dimana siswa dapat berperan sebagai subjek aktif dalam menciptakan dan mengelola usaha mereka sendiri. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bukan hanya bertujuan meningkatkan kompetensi individu siswa, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal melalui penguatan usaha kecil berbasis sekolah.

Secara akademik, pengembangan bisnis kuliner dalam konteks kewirausahaan pada sekolah kejuruan dapat dipandang sebagai strategi *capacity building* yang memadukan teori kreativitas, inovasi, dan pembelajaran berbasis pengalaman. Menurut Motta (2023), pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) memungkinkan peserta didik menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan melalui kegiatan nyata yang melibatkan pemecahan masalah, kerja tim, dan refleksi terhadap hasil kerja. Dalam konteks SMK di Yayasan Al Kahfi, pendekatan ini diimplementasikan melalui kegiatan produksi kuliner, pengelolaan keuangan sederhana, serta evaluasi kepuasan pelanggan.

2. METODE

Pelatihan Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Kreativitas Kewirausahaan dengan peserta siswa SMK di Yayasan Al Kahfi dilaksanakan dalam 2 sub program yaitu:

Pendampingan operasional unit usaha (*food safety* dasar dan produksi bisnis kuliner).
Workshop pemasaran digital (pembuatan konten pendek untuk pemasaran pada media social)

Pada sub program pertama, Pendampingan operasional unit usaha dilakukan dengan cara praktek di lokasi belajar, membuat produk makanan yang akan digunakan dalam penjualan di bisnis kuliner. Sedangkan untuk sub program kedua, Workshop pemasaran diberikan secara teori di dalam kelas kepada para peserta.

3. HASIL

Pendampingan operasional unit usaha kuliner dalam program pengabdian masyarakat ini berfokus pada dua aspek utama, yakni penerapan *food safety* dasar dan peningkatan kapasitas produksi bisnis kuliner di lingkungan siswa SMK di Yayasan Al Kahfi. Kedua aspek tersebut menjadi pondasi penting dalam pengembangan kewirausahaan siswa, mengingat keberhasilan bisnis kuliner tidak hanya ditentukan oleh cita rasa produk, tetapi juga oleh jaminan mutu, keamanan pangan, dan efisiensi proses produksi.

Pendampingan operasional unit usaha kuliner

Penerapan Food Safety Dasar

Pelaksanaan pendampingan dimulai dengan sosialisasi dan pelatihan mengenai prinsip dasar keamanan pangan (*food safety*). Kegiatan ini dilandasi oleh pentingnya pemahaman siswa terhadap bahaya biologis, kimia, dan fisik yang dapat mencemari produk makanan. Materi pelatihan meliputi konsep *Good Manufacturing Practices (GMP)*, *Sanitation Standard Operating Procedures (SSOP)*, dan *personal hygiene* bagi tenaga pengolah makanan.

Dalam praktiknya, siswa diberikan simulasi langsung tentang prosedur mencuci tangan yang benar, penyimpanan bahan baku sesuai suhu ideal, serta teknik pengolahan makanan yang menghindari kontaminasi silang. Pelatihan juga menekankan pentingnya penggunaan alat pelindung diri seperti sarung tangan, celemek, dan penutup kepala. Pendampingan ini memperkuat pemahaman bahwa keamanan pangan merupakan bagian integral dari reputasi bisnis kuliner dan menjadi faktor pembeda di pasar.

Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam perilaku higienis siswa selama proses produksi. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa belum memahami pentingnya kebersihan area kerja dan penanganan bahan mentah secara terpisah. Setelah pendampingan, terjadi perubahan pola pikir dan kebiasaan yang lebih profesional dalam mengelola dapur produksi.

Pendampingan Produksi Bisnis Kuliner

Tahapan berikutnya adalah pendampingan pada aspek produksi bisnis kuliner. Pendampingan ini difokuskan pada pengembangan keterampilan teknis siswa dalam mengelola proses produksi yang efisien, kreatif, dan berorientasi pasar. Kegiatan meliputi pelatihan perencanaan menu, penentuan porsi, pengendalian biaya bahan baku, serta teknik pengemasan produk yang menarik dan higienis.

Dalam proses ini, tim pengabdian mendorong siswa untuk melakukan inovasi produk dengan memanfaatkan bahan lokal, seperti substitusi bahan impor dengan produk lokal daerah sekitar. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah ekonomi lokal tetapi juga menanamkan semangat *local wisdom entrepreneurship*. Misalnya, siswa mengembangkan produk olahan berbasis singkong dan pisang yang dikemas secara modern sehingga layak dijual di pasar digital.

Selain aspek teknis, pendampingan juga mencakup pengelolaan stok bahan, pengaturan jadwal produksi, dan simulasi penetapan harga jual berbasis *break-even analysis*. Pendekatan ini bertujuan agar siswa memahami hubungan antara efisiensi produksi dan profitabilitas bisnis. Dengan demikian, siswa tidak hanya dilatih sebagai “pembuat makanan” tetapi sebagai calon *entrepreneur kuliner* yang mampu mengelola seluruh rantai nilai usaha.

Workshop pemasaran digital (Pembuatan konten pendek untuk pemasaran social media).

Pada tahap awal, siswa diperkenalkan pada konsep pemasaran digital, termasuk pentingnya *branding*, target pasar, dan peran algoritma media sosial dalam meningkatkan jangkauan konten. Tim pengabdian menjelaskan bahwa konten yang menarik secara visual dan relevan dengan tren memiliki potensi besar untuk viral, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk kuliner.

Para siswa dibagi ke dalam kelompok kecil yang masing-masing bertugas membuat satu konten promosi. Proses ini mendorong kolaborasi dan pembagian peran, seperti sutradara, editor, pengisi suara, hingga pemeran utama. Setelah pembuatan video selesai, hasil karya siswa diunggah ke akun media sosial sekolah dan unit usaha kuliner. Tim pengabdian memberikan pendampingan dalam hal pemilihan waktu unggah yang optimal, penggunaan tagar populer, serta penyusunan *caption* yang bersifat persuasif.

4. DISKUSI

Kegiatan pendampingan menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan siswa SMK di Yayasan Al Kahfi, khususnya pada dimensi

creativity, innovation, dan business mindset. Siswa mulai menunjukkan inisiatif dalam merancang ide usaha baru, memperbaiki desain produk, serta berani memasarkan hasil produksi melalui media sosial sekolah. Pendampingan berperan sebagai katalis yang mengubah pola pikir siswa dari sekadar pelaku praktik kuliner menjadi wirausahawan muda dengan orientasi bisnis. Selain itu, kerja sama dengan guru produktif bidang kuliner juga menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan program. Guru berperan sebagai fasilitator lanjutan setelah tim pengabdian selesai, sehingga prinsip-prinsip food safety dan manajemen produksi tetap terintegrasi dalam pembelajaran reguler di sekolah.

Data hasil observasi, dan dokumentasi menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan pengalaman belajar yang bermakna (*meaningful learning*) bagi siswa. Mereka tidak hanya menerima teori, tetapi juga mengalami langsung proses pengambilan keputusan dalam produksi dan distribusi produk. Pendekatan *learning by doing* ini terbukti efektif membentuk karakter kewirausahaan yang adaptif dan inovatif.



Gambar 1. Foto Pendampingan operasional unit usaha (*food safety* dasar dan produksi bisnis kuliner).

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan digital siswa. Sebelum workshop, sebagian besar siswa hanya menggunakan media sosial untuk hiburan tanpa memahami strategi promosi produk. Setelah kegiatan, mereka mulai menyadari potensi besar media sosial sebagai sarana bisnis dan mulai mengunggah konten promosi produk mereka sendiri. Sebagian besar siswa menunjukkan kreativitas tinggi dalam mengemas konten. Selain itu, siswa juga mulai memahami pentingnya branding visual bagaimana warna, logo, dan gaya berbicara dapat mencerminkan identitas produk. Hal ini membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih profesional dan inovatif. Guru pendamping menyatakan bahwa workshop ini membuka wawasan baru bagi siswa tentang bagaimana promosi yang efektif tidak memerlukan biaya besar, tetapi membutuhkan ide kreatif dan pemahaman pasar.



Gambar 2. Workshop pemasaran digital (pembuatan konten pendek untuk pemasaran pada media social).



Gambar 3. Foto Peserta dan Tim PkM.

Pada gambar 3 foto Bersama setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat selesai dilaksanakan. Pendekatan *participatory learning* dalam workshop ini juga memperkuat kolaborasi antara pengajar, siswa, dan tim pengabdian. Siswa tidak hanya menerima materi, tetapi juga menjadi pelaku utama dalam proses belajar. Ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan berbasis kompetensi, dimana peserta memperoleh keterampilan baru yang dapat diterapkan langsung di dunia kerja maupun dunia usaha.

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan program menunjukkan pentingnya kesinambungan pendampingan. Penguatan aspek produksi dan keamanan pangan perlu dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan, seperti sertifikasi *halal*, izin pirt, dan *digital marketing*. Dengan demikian, unit usaha kuliner di SMK dapat berkembang secara profesional dan mandiri, serta berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal. Dengan menguasai teknik pemasaran digital, siswa diharapkan mampu membangun usaha kuliner yang tidak hanya kompetitif secara lokal, tetapi juga mampu menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital. Selain itu, keterampilan ini dapat menjadi bekal penting bagi lulusan SMK untuk menghadapi dunia industri kreatif dan ekonomi digital yang terus berkembang.

PENGAKUAN

Terima kasih kepada Yayasan Al Kahfi Bekasi Utara yang telah senantiasa bekerjasama dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Astuti, E. D. (2020). Kompetensi Lulusan Perguruan Tinggi Vokasi Dalam Strategi Mewujudkan Sumberdaya Yang Berwawasan Entrepreneur. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 25-35.
- Astuti, E. D., & Rosita, R. (2024). Pentingnya transformasi digital UMKM dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 119-134.
- Desyantama, H., Loliyani, R., & Loliyana, R. (2023). Pelatihan Akuntansi Dasar Bagi Usaha Mikro dan Kecil Di SMK Global Surya. *VIDHEAS: Jurnal Nasional Abdimas Multidisiplin*, 1(1), 123-129.
- Efendi, A. S., Budiasningrum, R. S., Astuti, E. D., Yuliana, D., Rosita, R., & Setiawan, J. (2025). Langkah Praktis Memulai Bisnis Online dalam Mengembangkan Potensi Generasi Muda Pembekalan Bagi Siswa Kelas 10-12 Yayasan Al-Kafhi Bekasi Utara. *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian dan Solidaritas Masyarakat*, 2(3), 107-112.
- Husnah, E. M., Winarno, A., & Wardana, L. W. (2025). *The role of digital literacy and entrepreneurship literacy mediated by entrepreneurship education on digital business skills of vocational students in Malang Regency*.
- Motta, V. F., & Galina, S. V. R. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*, 121, 103919.
- Nafiati, D. A., Sukirno, S., Saidah, A., & Rajli, F. F. A. (2025). *Vocational school entrepreneurship competence: Do intellectual skill, school grade, and learning environment matter?* *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 13(1), 107–130.
- Parameswari, R., Sutrisna, S., Alexander, A., & Yoyo, T. (2025). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kemampuan Siswa SMK Negeri 1 Cikokol Tangerang. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 01-10.
- Putri, F. B., Aliman, & Purnamasari, P. (2023). *Strengthening entrepreneurial mindset and creative digital marketing strategies for vocational students in the Industry 4.0 era: A community service case study at SMK Bina Nasional Informatika*.
- Saputra, A. N., Suryana, S., Hendrayati, H., Furqon, C., Mulyadi, H., Christianingrum, C., ... & Saputra, J. (2025). *Enhancing digital competence and entrepreneurial orientation in vocational education: Innovations for SMEs in West Java's fashion industry*.
- Setiawan, R., & Ulfatun, T. (2023). *Implementation of digital entrepreneurship for Generation Z at vocational school*.
- Sudiyono, S., Nanji, N. S. V. K., Sisdiana, E., Mustika, I., Setyono, H., Wibowo, S., & Sulhi, S. (2024). Building Independence and Innovation: Challenges of Entrepreneurship Education in Vocational High Schools. *Journal of Social Entrepreneurship and Creative Technology*, 1(3), 111-127.