

[SNP – 06]

## Pengenalan Keterampilan Riset Pasar untuk Usaha Mikro di Kantin Mini An-Najah Desa Cikidang, Sukabumi, Jawa Barat

Mitha Aulia<sup>1\*</sup>, Ditha Riyansa<sup>1</sup>, Iin Suryaningsih<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Al-Azhar Indonesia,

<sup>2</sup>Bahasa dan Kebudayaan Arab, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Al-Azhar Indonesia,  
Jl. Sisingamangaraja, RT.2/RW.1, Selong, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, 12110.

Email Penulis Korespondensi: [mithamila@gmail.com](mailto:mithamila@gmail.com)

### Abstract

*The Community Service Program was conducted at the An-Najah Mini Canteen, located within the Al Amaliyah Islamic Boarding School in Cikidang Village, Sukabumi, West Java. The Al Amaliyah Islamic Boarding School in Cikidang has an understanding of the Santripreneur program and has made progress in leveraging economic opportunities by establishing a canteen. However, the canteen faces challenges such as the team's limited product analysis skills, a lack of variety in the products offered, and suboptimal mapping of potential and sustainable product types. The objective of this community service activity is to enhance the management skills of the canteen operators through literacy and the implementation of supporting skills in creating market research instruments. The training was attended by nine members of the An-Najah Mini Canteen team. The scope of this community service activity focused specifically on introducing the creation of research instruments for the mini canteen. The community service activities were conducted both online and offline, providing education on market research and supporting digital skills, such as Microsoft 365 and Copilot AI. The community service activities included training and assignments related to creating research instruments. The stages of this activity involved initial discussions, socialization, training, and mentoring. The results of this community service activity showed an 89% increase in the partners' understanding of market research material, and the partners produced an output in the form of a simple market research instrument design.*

**Keywords:** *Canteen, Market Research, Micro Business.*

### Abstrak

*Program Pengabdian Masyarakat dilakukan di Kantin Mini An-Najah, Pondok Pesantren Al Amaliyah, Desa Cikidang-Sukabumi, Jawa Barat. Pondok Pesantren Al Amaliyah Desa Cikidang memiliki pemahaman tentang program Santripreneur dan kemajuan dalam memanfaatkan peluang ekonomi dengan mendirikan sebuah kantin. Rendahnya kemampuan tim dalam menganalisis produk, produk yang ditawarkan kurang variatif, dan kurang optimal dalam pemetaan jenis produk yang potensial dan berkelanjutan merupakan tantangan yang dihadapi oleh kantin tersebut. Tujuan dilaksanakan kegiatan abdimas ini adalah meningkatkan keterampilan pengelolaan kantin oleh pengelola melalui literasi dan implementasi keterampilan pendukung pembuatan instrumen riset pasar. Pelatihan diikuti oleh tim Kantin Mini An Najah yang berjumlah 9 orang. Batasan kegiatan abdimas ini adalah terfokus pada pengenalan pembuatan instrumen riset untuk kantin mini. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara online dan offline dengan memberikan edukasi mengenai riset pasar serta keterampilan digital pendukungnya, seperti Microsoft 365 dan Copilot AI. Kegiatan abdimas yang telah dilakukan mencakup pelatihan dan penugasan pembuatan instrumen riset. Tahapan pada kegiatan ini*

*yaitu groundbreaking, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Hasil kegiatan abdimas ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 89% pemahaman mitra mengenai materi riset pasar dan luaran yang dihasilkan mitra berupa rancangan instrumen riset pasar sederhana.*

**Kata kunci:** *Kantin, Riset Pasar, Usaha Mikro.*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha menguntungkan yang dimiliki oleh perorangan atau unit usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan, volume usaha dan omzet sedikit, serta biasanya didirikan dengan modal kecil (Munthe et al., 2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan usaha yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang disebut dengan pelaku usaha. Pengusaha menghasilkan produknya berupa kerajinan tangan, makanan, pabrik pengolahan dan lain-lain. Setiap produk yang dihasilkan UMKM mempunyai nilai berwujud dan tidak berwujud (Apriani & Said, 2022).

Pada umumnya, kategori UMKM didasarkan pada jumlah modal usaha saat pertama kali didirikan. Apabila modal usaha tidak melebihi satu miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha berada), maka digolongkan sebagai Usaha Mikro. Usaha dengan modal satu miliar hingga lima miliar rupiah diklasifikasikan sebagai Usaha Kecil. Sedangkan usaha dengan modal di atas lima miliar hingga sepuluh miliar rupiah termasuk dalam Usaha Menengah. Jika modalnya melebihi jumlah tersebut, maka usaha tersebut masuk dalam kategori Usaha Besar.

UMKM memiliki peran dalam pengembangan ekonomi lokal untuk mendorong pertumbuhan di daerah-daerah yang mungkin tidak dilayani oleh perusahaan besar. UMKM sangat efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena mampu bertahan dalam situasi apa pun. Dengan menyediakan produk dan layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat, UMKM membantu menciptakan siklus ekonomi yang berkelanjutan di suatu daerah. UMKM harus beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dengan mengembangkan kemampuan operasionalnya (Rimadias et al., 2023).

Selain itu, UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, mencakup 99% dari seluruh sektor bisnis. Pangsa usaha kecil dan menengah terhadap pendapatan negara juga telah mencapai 60,5% dan mencakup 96,9% dari total lapangan

kerja nasional (Haraharap & Tambunan, 2022). Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia setidaknya dapat dilihat dari hal-hal berikut: (1) posisinya sebagai pemain utama perekonomian di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja terbesar, (3) pemimpin penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan penguatan komunitas lokal, (4) menciptakan pasar baru dan sumber-sumber baru, dan (5) berkontribusi dalam menjaga neraca pembayaran melalui ekspor (Khoiriyah et al., 2024).

Di Indonesia, sebagian besar sumber pendapatan rumah tangga primer dan sekunder berasal dari usaha kecil dan menengah yang telah lama berperan penting dalam perekonomian domestik (Nurjaman, 2022). Usaha UMKM memiliki potensi ekonomi yang sangat besar jika dijalankan dengan serius, dan para pelaku UMKM juga memainkan peran yang strategis. Berdasarkan data [openatajabar.co.id](https://openatajabar.co.id), terdapat 6.257.930 usaha kecil dan menengah yang merupakan sektor makanan dan minuman. UMKM di bidang makanan dan minuman sangat berperan penting dalam ekonomi lokal, terutama di Provinsi Jawa Barat yang terkenal dengan keberagaman kuliner dan warisan budaya kulinernya (Raisa et al., 2024).

Usaha yang tergolong dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki cakupan yang sangat luas. Toko, usaha rumahan, pedagang kaki lima, dan warung makan termasuk dalam kategori UMKM. Selain itu, kantin juga merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sebagai bentuk usaha yang beroperasi di lingkungan pesantren, kantin berbasis UMKM tidak hanya menyediakan produk makanan dan minuman, tetapi juga mendukung ekonomi lokal dengan memberdayakan pelaku usaha kecil.

Kantin merupakan fasilitas khusus yang memiliki peran penting sebagai pusat pendukung untuk institusi pendidikan. Kantin memiliki dua peran utama yang membuatnya sangat penting bagi institusi pendidikan.

Pertama, kantin mendukung kesehatan siswa. Kedua, kantin berperan dalam aspek pendidikan. Kesehatan siswa dan guru merupakan syarat penting agar mereka dapat terlibat secara optimal dalam kegiatan belajar (Nisa et al., 2023).

Usaha mikro seperti kantin sering kali menghadapi tantangan dalam pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi keberlangsungan bisnis. Pengambilan keputusan yang tepat sangat diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan usaha mikro, terutama di lingkungan yang kompetitif.

Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan memerlukan riset yang selanjutnya akan dikembangkan pada produk agar sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memenuhi target perusahaan. Sehingga, diperlukan alat analisis ilmiah yang dapat digunakan dalam bentuk langkah, metodologi, pengumpulan data, dan hasil salah satunya adalah penggunaan analisis riset pasar.

“Riset pemasaran” (*marketing research*) menurut (Sudirjo et al., 2023) merupakan seperangkat proses pengumpulan data yang digunakan sebagai dasar kegiatan pemasaran. Pada dasarnya, riset pemasaran sama halnya dengan riset pasar. Riset pasar adalah proses mengidentifikasi, menganalisis, menyebarkan serta menggunakan informasi yang sistematis dan objektif untuk membantu organisasi mengambil keputusan terkait dengan mengidentifikasi dan memecahkan masalah pemasaran (Marlina & Cahyono, 2021). Hal ini karena dalam riset pemasaran juga mengamati kondisi barang/jasa yang diproduksi dan sedang beredar di pasar (*market*). Tujuan riset pasar adalah untuk memperoleh informasi akurat yang menjadi dasar pengambilan keputusan suatu perusahaan (Wijiyanti et al., 2014)

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa riset pemasaran tidak hanya terbatas pada pengumpulan data. Riset pemasaran juga bertanggung jawab untuk menyajikan informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan dalam pemasaran.

Pada kegiatan abdimas tahun 2023, tim UAI memberikan wawasan khusus mengenai berwirausaha dengan tujuan untuk memberdayakan dan meningkatkan keterampilan kewirausahaan para santri dan guru di Pondok Pesantren Al Amaliyah (Suryaningsih et al., 2023). Program ini juga memberikan dampak positif dalam mendukung

pengembangan ekonomi di pesantren Al-Amaliyah dengan mendirikan sebuah kantin. Pendampingan terhadap UMKM sangat penting dilakukan karena tidak semua mitra UMKM mampu menerapkan hasil sosialisasi yang disampaikan oleh para ahli. Melalui pendampingan, fokus dapat diberikan pada pemanfaatan sumber daya yang ada secara optimal, sehingga potensi tersebut dapat dikembangkan menjadi produk atau jasa berkualitas (Arnu, 2023).

Kantin Mini An-Najah di Desa Cikidang, Sukabumi, merupakan salah satu contoh usaha mikro yang beroperasi di sektor kuliner yang berada di Pondok Pesantren Al Amaliyah. Usaha ini tidak hanya menyediakan makanan dan minuman bagi masyarakat sekitar, tetapi juga menyediakan keperluan untuk santri seperti buku, pensil, dan lain-lain. Pondok Pesantren Al Amaliyah, Desa Cikidang memiliki kemampuan memahami proyek Santripreneur dan maju dalam memanfaatkan peluang ekonomi di era global (Suryaningsih et al., 2022). Kantin ini mampu menawarkan produk yang terjangkau dan berkualitas, sehingga mendukung kesejahteraan setempat.



Gambar 1. Kantin Mini An Najah sebelum abdimas 2024

Gambar 1 menunjukkan tampilan Kantin Mini An Najah, yang dirancang dengan konsep yang cukup sederhana dan memaksimalkan penggunaan ruang terbatas hanya terdapat deretan meja dan beberapa kursi yang memungkinkan pelanggan menikmati makanan atau minuman secara singkat.

Gambar 2 menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan di Kantin Mini An-Najah mencakup beberapa jenis makanan ringan seperti, jelly, puding ubi, dan cilor. Kantin ini menawarkan

menu yang berbeda setiap harinya untuk mencegah rasa bosan pada konsumen. Pengembangan inovasi produk secara berkelanjutan dilakukan untuk mencegah konsumen beralih ke produk lain dan memastikan loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan (Lystia et al., 2022).



Gambar 2. Produk yang ditawarkan Kantin Mini An-Najah sebelum abdimas 2024

Sebagai usaha yang melayani kebutuhan santri pesantren Al-Amaliyah, kantin ini dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan dalam menganalisis produk yang masih menggunakan cara kurang tepat yaitu hanya dengan menebak dan kurangnya variasi produk yang ditawarkan.

Dengan diketahuinya masalah tersebut, maka perlu disosialisasikan dan diedukasi mengenai ilmu dari riset pasar. Dalam kegiatan abdimas ini, riset pasar diperkenalkan sebagai kegiatan penting untuk membantu mitra dalam menghadapi tantangan yang ada. Melalui riset pasar, mitra dapat memperoleh wawasan mendalam mengenai preferensi pelanggan, trend pasar, serta analisis pesaing yang seluruhnya berguna untuk membuat keputusan bisnis yang lebih informatif dan strategis. Preferensi pelanggan diartikan sebagai kecenderungan seseorang dalam menyukai atau tidak menyukai suatu produk atau layanan yang dikonsumsi. Preferensi ini mencerminkan pilihan pelanggan terhadap berbagai produk yang tersedia (Erinda et al., 2016).

Dalam kegiatan Abdimas ini, mitra mendapatkan materi terkait riset pasar yang relevan untuk meningkatkan pemahaman terhadap perilaku konsumen dan mengoptimalkan pengelolaan produk di kantin. Tujuannya adalah membantu mitra memahami cara membuat instrumen riset untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan berdasarkan data yang telah dikumpulkan, bukan hanya berdasarkan intuisi.

## 2. METODE

Kegiatan abdimas ini dilakukan di Desa Cikidang, Sukabumi, Jawa Barat dengan melibatkan dua sesi kegiatan, yaitu secara *online* dan *offline*. Pada sesi *online* melalui *Zoom Meeting*, sebanyak 9 peserta yang terdiri dari pemilik dan pengelola kantin dari berbagai bidang turut berpartisipasi. Peserta menerima materi dasar tentang riset pasar, yang mencakup penjelasan mengenai definisi, tahap, alat pendukung riset dan contoh pembuatan butir-butir instrumen yang diperlukan untuk melakukan riset pasar. Sementara itu, pada sesi *offline* yang dilaksanakan di lokasi pesantren Al-Amaliyah, yang berfokus pada bidang manajemen. Peserta diberikan ilmu mengenai riset pasar serta diberikan kesempatan untuk melakukan uji coba pembuatan instrumen riset. Sebelum pendampingan dilaksanakan, mitra diberikan pertanyaan *pre-test* untuk mengetahui dan mengukur pengetahuan awal mitra. Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh mitra, penulis dapat menetapkan indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan pada kegiatan abdimas ini.

Setelah dilakukan kegiatan abdimas secara *online* dan *offline*, peserta diberikan tugas untuk menyusun instrumen riset pasar dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan yang telah diperoleh selama kegiatan abdimas berlangsung. Tugas ini diberikan dengan tujuan untuk mengevaluasi pemahaman peserta mengenai konsep dan teknik riset pasar yang telah diajarkan, serta mengidentifikasi kemampuan mitra dalam menerapkan ilmu tersebut dalam konteks nyata.

### Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan abdimas ini dilaksanakan di Kantin Mini An-Najah Pondok Pesantren Al-Amaliyah yang terletak di Desa Cikidang, Sukabumi, Jawa Barat. Kegiatan ini berlangsung pada kurun waktu 7 bulan dimulai dari bulan Mei - November 2024.

### Alat dan Bahan

Dalam pelaksanaan kegiatan abdimas yang dilakukan secara *online* dan *offline*, memerlukan beberapa alat dan bahan sebagai pendukung keberlangsungannya acara ini. Alat yang digunakan selama kegiatan ini berlangsung, yaitu : (1) aplikasi *Zoom Meeting*, digunakan pada saat kegiatan berlangsung secara *online* untuk memfasilitasi penyampaian materi

melalui fitur *screen sharing*, (2) *Microsoft 365*, digunakan untuk mendukung produktivitas dan pengelolaan riset pasar melalui *forms*, (3) laptop, digunakan sebagai perangkat yang sangat dibutuhkan pada saat kegiatan *online* maupun *offline* dan (4) proyektor, digunakan untuk menampilkan presentasi berupa materi dan tutorial pada saat kegiatan berlangsung secara *offline*. Bahan yang digunakan selama kegiatan ini berlangsung, yaitu materi presentasi sebagai bahan ajar yang dapat dimanfaatkan oleh mitra.

### Langkah Pelaksanaan

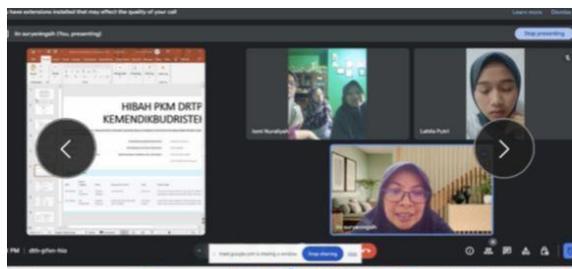
Pelaksanaan pada kegiatan abdimas ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

#### Tahapan *groundbreaking*

Dilaksanakan untuk mengidentifikasi kemampuan dan kebutuhan mitra sehingga program yang akan dilaksanakan tepat sasaran. Pada tahap ini juga menyampaikan rencana program yang akan dilaksanakan dan memastikan mitra dapat berpartisipasi dan mendukung pelaksanaan program. Tim pelaksanaan abdimas dibentuk dengan melibatkan dosen dan mahasiswa Universitas Al Azhar Indonesia. Selain itu, pada tahap ini adanya penyamaan persepsi dari rencana pelaksanaan kegiatan dan persiapan materi pada tim dosen dan mahasiswa.

#### Tahapan sosialisasi

Dilakukan 1 bulan sebelum kegiatan abdimas dimulai. Pada tahapan ini, tim abdimas UAI menyampaikan informasi secara jelas dan terstruktur kepada mitra terkait program yang ingin dilaksanakan.



Gambar 3. Rapat Koordinasi dengan mitra

#### Pelatihan

Dilaksanakan melalui dua kegiatan, yaitu *online* dan *offline* untuk memastikan pemahaman dan penerapan materi secara komprehensif. Pada pelatihan *online* maupun

*offline*, tim abdimas UAI berdiskusi dengan pengelola kantin terlebih dahulu. Diskusi dengan pengelola kantin menjadi langkah penting dalam memahami tantangan yang dihadapi serta merumuskan solusi yang tepat untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan di kantin mini.

#### Penerapan Teknologi

Mitra diberi kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh pada saat pelatihan dengan menggunakan *Microsoft 365* yaitu *forms* dan *copilot AI* untuk merancang butir instrumen riset pmenggunakan *forms* yang terdapat pada *Microsoft 365*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan abdimas di Pesantren Al Amaliyah, Desa Cikidang, Sukabumi, Jawa Barat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, kegiatan ini dilaksanakan melalui 2 metode yaitu *online* dan *offline*. Sebelum kegiatan dimulai, mitra diberikan sejumlah pertanyaan pre-test untuk mengukur pemahaman awal mereka terkait topik yang akan dibahas.

Berikut adalah daftar pertanyaan pre-test yang dirancang untuk mengidentifikasi pemahaman mitra, yaitu:

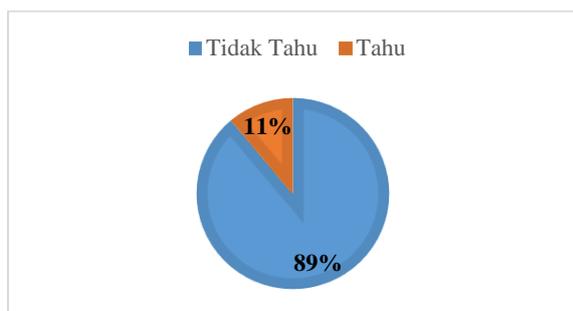
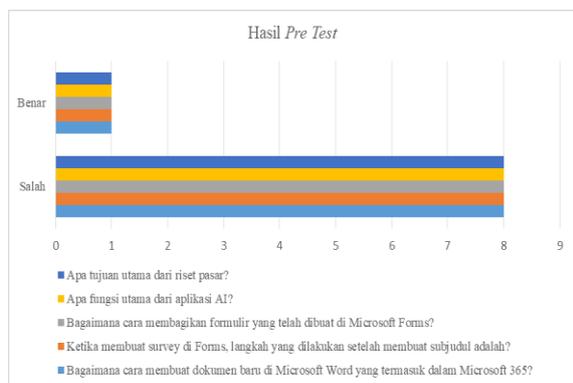
#### Pertanyaan *Pre-Test*

Tabel 1. Pertanyaan *pre-test*

No	Pertanyaan
1	Bagaimana cara membuat dokumen baru di <i>Microsoft Word</i> yang termasuk dalam <i>Microsoft 365</i> ? <ol style="list-style-type: none"> <li>Klik "<i>File</i>" &gt; "<i>Open</i>"</li> <li>Klik "<i>File</i>" &gt; "<i>New</i>" &gt; Pilih <i>template</i> atau dokumen kosong</li> <li>Klik "<i>Home</i>" &gt; "<i>New Document</i>"</li> <li>Klik "<i>Insert</i>" &gt; "<i>New File</i>"</li> </ol>
2	Ketika membuat survey di <i>Forms</i> , langkah yang dilakukan setelah membuat subjudul adalah? <ol style="list-style-type: none"> <li>Klik respons untuk melihat hasil jawaban</li> <li>Klik tambahkan baru untuk menambahkan pertanyaan</li> <li>Klik pratinjau</li> <li>Klik salin tautan</li> </ol>
3	Bagaimana cara membagikan formulir yang telah dibuat di <i>Microsoft Forms</i> ? <ol style="list-style-type: none"> <li>Klik "<i>Ubah Izin Akses</i>" &gt; Pilih "<i>Share Link</i>"</li> <li>Klik "<i>Send</i>" &gt; Pilih "<i>Email Form Link</i>"</li> </ol>

No	Pertanyaan
c.	Klik "Print" > Pilih "Print Form"
d.	Klik "Save As" > Pilih "Share Form Link"
4	Apa fungsi utama dari aplikasi AI? <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengeditan gambar</li> <li>b. Memvisualisasikan data dengan kecerdasan buatan</li> <li>c. Pembuatan presentasi</li> <li>d. Desain grafis</li> </ul>
5	Apa tujuan utama dari riset pasar? <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menentukan harga jual produk</li> <li>b. Mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta preferensi konsumen</li> <li>c. Meningkatkan efisiensi produksi</li> <li>d. Mengembangkan strategi pemasaran digital</li> </ul>

### Hasil Jawaban Pre-Test



Gambar 4. Hasil jawaban *pre-test* mitra

Gambar 4 merupakan jawaban *pre-test* mitra terkait pertanyaan yang diberikan sebelum kegiatan abdimas dimulai. Berdasarkan gambar 4, hasil jawaban *pre-test* menunjukkan bahwa semua komponen pertanyaan mengindikasikan perlunya untuk melanjutkan kegiatan abdimas serta pendampingan. Pada gambar tersebut, keterangan "tahu" menunjukkan bahwa peserta menjawab soal *pre-test* dengan benar. Sebaliknya, keterangan "tidak tahu" mengindikasikan bahwa peserta menjawab soal

*pre-test* dengan salah. Hal ini didasarkan pada jawaban yang diberikan oleh mitra sebanyak 89% menunjukkan ketidaktahuan mitra terhadap materi yang ditanyakan, sementara hanya 11% yang menunjukkan pemahaman. Dalam pelaksanaan *pre-test*, sebanyak 9 responden yang terdiri dari pengelola dan pemilik Kantin An-Najah telah berpartisipasi. Dari 9 orang tersebut, hanya 1 orang yang berhasil menjawab pertanyaan terkait materi riset pasar dengan benar. Sementara itu, 8 orang lainnya tidak mampu memberikan jawaban yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam terkait konsep pengenalan riset pasar. Fungsi *pre-test* adalah untuk mengukur pengetahuan dasar atau tingkat pengetahuan awal peserta sebelum memasuki pelatihan. Pelatihan yang diberikan penting untuk membantu mitra memperoleh pemahaman lebih dalam tentang topik mengenai riset pasar. Hasil *pre-test* yang rendah juga menunjukkan adanya kebutuhan mitra untuk meningkatkan pengetahuannya melalui program abdimas yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan.

### Pelatihan

Pada tahap pertama dilakukan secara *online*, di mana materi tentang dasar "riset pasar dan *digital skills*" disampaikan secara mendetail melalui *Zoom Meeting* dengan tujuan untuk memberikan dasar materi. Materi yang diberikan terdiri dari teori riset pasar, *digital skill set* Canva untuk visualisasi kebutuhan kantin, Julius AI dan Copilot AI untuk analisis data dan Microsoft 365 untuk platform survei menggunakan fitur *forms*. Sebelum membuat pertanyaan-pertanyaan riset, mitra harus melakukan langkah-langkah sebagai berikut (1) Mengenali masalah dan menetapkan tujuan riset pasar. (2) Mengembangkan rencana riset dalam pengumpulan data. (3) Melaksanakan rencana riset melalui pengumpulan dan analisis data. (4) Menafsirkan dan melaporkan hasil riset, nantinya hasil analisis data tersebut akan memberikan informasi yang dapat diterapkan dalam mengambil keputusan mitra.

Sedangkan pada tahap kedua, pelatihan dilaksanakan secara *offline* yang berfokus pada penerapan langsung dari materi yang telah disampaikan dengan pendampingan pembuatan butir-butir instrumen riset pasar. Tim UAI mendampingi mitra dalam menggunakan Copilot AI dan memberikan instruksi kepada mitra untuk menuliskan kata kunci di

Penggunaan Copilot AI. Contoh salah satu kata kunci yang disampaikan sebagai panduan awal dalam merancang instrumen riset yang sesuai yaitu “buatkan instrumen riset pasar untuk kantin sekolah”. Setelah mendapatkan jawaban pilihan instrumen riset dari Copilot AI, instrumen tersebut kemudian dipilih dan diterapkan untuk rancangan survei riset pasar Kantin An-Najah menggunakan aplikasi *forms* yang tersedia dalam Microsoft 365.

Sebelum menyusun instrumen riset, diperlukan beberapa langkah awal, termasuk mengidentifikasi permasalahan dan menetapkan tujuan riset pasar. Kantin Mini An-Najah telah menetapkan tujuan pembuatan instrumen ini, yaitu untuk mengevaluasi kualitas layanan kantin serta mengumpulkan data mengenai kepuasan konsumen terhadap variasi makanan yang tersedia di Kantin An-Najah. Rancangan instrumen riset yang diterapkan oleh mitra yaitu, kategori seperti usia, pendidikan, pekerjaan, uang saku, kepuasan, frekuensi kunjungan, kualitas pelayanan, dan variasi produk. Masing-masing kategori yang ditetapkan harus memberikan informasi yang relevan untuk memahami profil konsumen dan preferensi mereka. Kategori yang pertama yaitu usia dan pendidikan yang artinya membentuk pola segmentasi pasar, hal ini akan memberikan informasi terkait keputusan produk nantinya agar produk yang ditawarkan dapat sesuai dengan kebutuhan dan daya beli konsumen. Kategori yang kedua yaitu uang saku dan pekerjaan yang berperan untuk menentukan anggaran harian konsumen, yang dapat berpengaruh pada pola pembelian konsumen. Selanjutnya, kategori yang ketiga yaitu kepuasan dan preferensi pelanggan, di mana pada kategori ini mengeksplorasi frekuensi kunjungan, kualitas pelayanan, dan variasi produk untuk mendapatkan wawasan mengenai pengalaman konsumen terhadap kantin. Diharapkan data yang terkumpul dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan diversifikasi produk untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang. Dengan demikian, kategori-kategori ini mendukung perencanaan bisnis yang lebih baik dan berkelanjutan.



Gambar 5. Penyampaian materi pengenalan riset



Gambar 6. Penyampaian materi *digital skill*

### Penerapan Teknologi

Sebelum pembuatan instrumen riset dilakukan, perlu melalui beberapa tahap, termasuk mengenali masalah dan menetapkan tujuan riset pasar. Kantin Mini An-Najah sudah menetapkan tujuan riset pasar, yaitu untuk mengevaluasi kualitas pelayanan kantin serta mengumpulkan informasi mengenai kepuasan konsumen terhadap variasi makanan yang tersedia di Kantin An-Najah. Selanjutnya, pengembangan rencana riset untuk pengumpulan data sangat penting untuk dilakukan yaitu dalam hal pembuatan instrumen riset. Pada konteks kantin mini ini, tim memanfaatkan *tools* Copilot untuk membantu dalam merancang instrumen riset, serta menggunakan media kuesioner *Forms* untuk menyusun instrumen yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan riset pasar.



Gambar 7. Penjelasan Pembuatan Instrumen Riset Pasar



Gambar 8. Tutorial Pembuatan Instrumen Riset Pasar menggunakan *Forms Microsoft 365*



Gambar 9. Hasil pembuatan *forms* menggunakan *Microsoft 365*

Gambar 9 merupakan hasil mitra dalam pembuatan instrumen riset menggunakan aplikasi *forms* yang terdapat dalam *Microsoft 365*. Berdasarkan gambar 9, peserta dapat membuat instrumen riset sederhana menggunakan aplikasi *forms Microsoft 365* dengan baik. Hal ini dikarenakan mitra telah mendapatkan materi atau pelatihan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terhadap pembuatan instrumen riset. Hasil yang baik pada pembuatan instrumen menggunakan *forms* ini menunjukkan efektivitas pelatihan yang diberikan. Namun, terdapat beberapa poin yang perlu ditingkatkan, seperti dalam mengkategorikan setiap opsi jawaban dapat diurutkan pada bagian paling atas merupakan opsi yang paling baik dan opsi selanjutnya mengurut menjadi kurang dan seterusnya. Sehingga, penilaian masing-masing instrumen menjadi lebih konsisten dan memudahkan pada saat melakukan *coding*. Keberhasilan tugas ini menunjukkan bahwa bahan ajar dan metode penyajian telah sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman awal mitra.

## Output Tugas Pelatihan oleh Mitra

Tabel 2. Instrumen riset pasar yang dibuat oleh mitra

No	Instrumen
1	Berapa usia anda? a. 6-12 tahun b. 12-20 tahun c. >20 tahun
2	Pendidikan terakhir (saat ini) a. SD b. SMP c. SMA d. Perguruan Tinggi
3	Apa pekerjaan anda?
4	Berapa uang saku atau jajan sekolah? a. Rp1.000 – Rp2.000 b. Rp2.000 – Rp3.000 c. Rp3.000 – Rp4.000 d. Rp4.000 – Rp5.000 e. >Rp5.000
5	Seberapa puas anda dari makanan yang tersedia di kantin an-najah? a. Saya merasa varian makanan yang dijual di kantin sangat cukup b. Saya merasa varian makanan yang dijual di kantin cukup c. Saya merasa varian makanan di kantin terlalu sedikit d. Saya tidak memiliki pengetahuan terkait varian makanan yang tersedia di kantin
6	Seberapa sering Anda mengunjungi kantin mini ini? a. Setiap hari b. Beberapa kali seminggu c. Beberapa kali sebulan d. Jarang sekali e. Tidak pernah
7	Bagaimana Anda menilai kualitas makanan yang disajikan? a. Sangat baik b. Baik c. Cukup d. Buruk e. Sangat buruk
8	Apakah variasi menu yang ditawarkan di kantin mini ini memuaskan? a. Sangat memuaskan b. Memuaskan c. Cukup memuaskan d. Tidak memuaskan e. Sangat tidak memuaskan

No	Instrumen
9	<p>Bagaimana penilaian Anda terhadap harga makanan di kantin mini?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Sangat terjangkau</li> <li>Terjangkau</li> <li>Sedikit mahal</li> <li>Mahal</li> <li>Sangat mahal</li> </ol>
10	<p>Bagaimana Anda menilai pelayanan yang diberikan oleh staf kantin?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Sangat baik</li> <li>Baik</li> <li>Cukup</li> <li>Buruk</li> <li>Sangat buruk</li> </ol>
11	Tuliskan makanan favorit anda di kantin an-najah!
12	<p>Seberapa sering Anda mengonsumsi makanan favorit Anda di kantin an-najah?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Setiap hari</li> <li>Beberapa kali seminggu</li> <li>Beberapa kali sebulan</li> <li>Jarang</li> <li>Tidak pernah berulang/hanya sekali</li> </ol>
13	<p>Seberapa puas Anda dengan rasa makanan di kantin?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Sangat enak</li> <li>Enak</li> <li>Cukup enak</li> <li>Kurang enak</li> <li>Tidak enak</li> </ol>

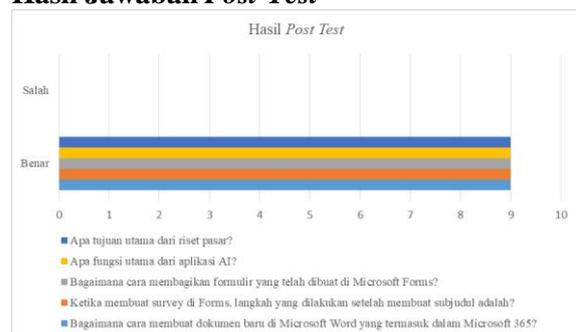
Tabel 2 menunjukkan bahwa setelah mitra mendapatkan materi serta pelatihan mengenai riset pasar, mitra telah mampu menyusun instrumen riset dengan cukup baik, termasuk pemahaman dalam merancang serta pembuatan pertanyaan yang relevan dengan tujuan riset.

Meskipun kegiatan belum sepenuhnya selesai, pelatihan pembuatan instrumen telah menunjukkan bahwa mitra mampu merancang instrumen riset sederhana dengan baik. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam keterampilan digital mitra dalam menggunakan *tools* Copilot AI untuk merancang instrumen riset dan *Forms* pada Microsoft 365 untuk menyusun instrumen terkait riset pasar sebagai alat untuk pengambilan keputusan berbasis data.

Pembuatan instrumen riset pasar yang dilakukan oleh Kantin Mini An-Najah bertujuan untuk mengumpulkan data tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan yang berkunjung ke

kantin tersebut. Informasi yang didapat akan membantu pengelola kantin dalam mengidentifikasi peluang baru dan mengevaluasi produk yang sudah ada. Berdasarkan instrumen riset pasar yang sudah dibuat terdapat beberapa kategori, seperti data demografi, kepuasan, penilaian, dan frekuensi kunjungan pelanggan. Masing-masing kategori tersebut memberikan wawasan yang berbeda tentang perilaku dan preferensi pelanggan. Data demografi dapat membantu dalam memahami profil pelanggan, seperti usia, pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain. Kategori kepuasan mengukur sejauh mana pelanggan puas dengan produk yang ditawarkan dan dapat membantu memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan kantin. Penilaian membantu untuk mengevaluasi kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh pengelola kantin, sedangkan frekuensi kunjungan mengungkap seberapa sering pelanggan datang ke kantin, yang dapat mengindikasikan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

### Hasil Jawaban *Post-Test*

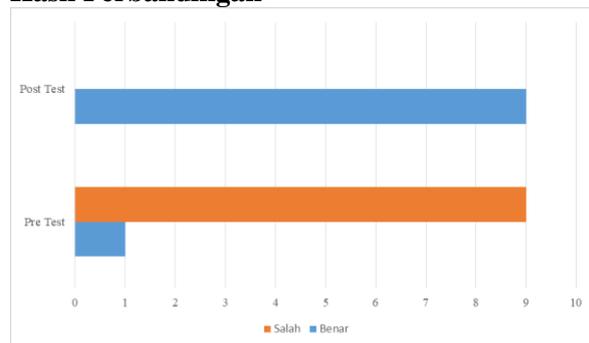


Gambar 10. Hasil jawaban *post-test* mitra

Gambar 10 merupakan hasil jawaban *post-test* yang diberikan oleh mitra. Berdasarkan gambar 10, hasil *post-test* mitra menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang telah disampaikan selama pelatihan pada kegiatan abdimas. Pada pelaksanaan *post-test*, 9 responden yang terdiri dari pengelola dan pemilik Kantin An-Najah kembali

berpartisipasi. Pada gambar tersebut, keterangan "tahu" menunjukkan bahwa peserta menjawab soal *post-test* dengan benar. Sebaliknya, keterangan "tidak tahu" mengindikasikan bahwa peserta menjawab soal *post-test* dengan salah. Berbeda dengan hasil *pre-test*, kali ini seluruh peserta berhasil menjawab semua pertanyaan dengan benar. Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka, mengingat pada *pre-test* sebelumnya hanya 1 orang yang mampu menjawab dengan tepat. Perubahan ini menandakan bahwa materi yang disampaikan selama pelatihan berhasil dipahami dengan baik oleh para peserta. Seluruh peserta mampu menjawab pertanyaan *post-test* dengan tepat dan sesuai dengan konsep yang diajarkan, menandakan bahwa mitra telah menyerap pengetahuan secara efektif. Hal ini dikarenakan pada saat pelatihan dilaksanakan, pemateri menggunakan pendekatan yang interaktif dan dilengkapi dengan diskusi serta latihan secara langsung yang memungkinkan peserta dapat memperdalam pemahaman secara aktif.

### Hasil Perbandingan



Gambar 11. Perbandingan hasil jawaban *pre-test* dan *post-test*

Gambar 11 merupakan hasil jawaban *pre-test* dan *post-test* yang sudah diisi oleh mitra. Berdasarkan gambar tersebut, Terdapat peningkatan signifikan sebesar 89% yang mencerminkan pada keterampilan mitra berdasarkan perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test*. Berdasarkan hasil ini, menunjukkan peningkatan dari 11% pada *pre-test* menjadi 100% pada *post-test*, yang merupakan indikator keberhasilan program pelatihan dalam meningkatkan kemampuan digital mitra. Fokus peningkatan keterampilan ini adalah pada penggunaan teknologi, khususnya Copilot AI dan Microsoft 365, untuk merancang dan menyusun instrumen riset. Peningkatan ini

menunjukkan bahwa mitra mampu membuat instrumen sederhana dengan baik.

### Evaluasi

Dalam sesi penyampaian materi *online*, mitra terlihat aktif dan terlibat dalam diskusi yang menunjukkan minat serta keseriusan dalam meningkatkan kemampuan mengenai materi riset pasar. Pada saat praktik, mitra mampu mengikuti tahapan dengan cukup baik terutama dalam menyusun instrumen riset hanya saja keterbatasan perangkat yaitu, laptop. Mitra mengalami kesulitan pada saat menyebarkan kuesioner melalui *online* kepada responden dikarenakan calon responden yang masih berstatus sebagai santri/wati sehingga tidak mempunyai alat komunikasi / *handphone*.

### Keberlanjutan Program

Dalam kegiatan abdimas selanjutnya, mitra akan dibekali cara mengimplementasikan riset pasar secara berkala, cara mengumpulkan data dan menganalisis data riset pasar untuk mengidentifikasi masalah hingga mendapatkan solusi berdasarkan data. Harapan kedepannya mitra dapat mengambil keputusan berdasarkan data yang telah dikumpulkan, bukan hanya berdasarkan intuisi, dan keputusan tersebut disesuaikan dengan tujuan riset yang telah ditetapkan dan disarankan untuk terus meningkatkan keterampilan dalam menganalisis dan memantau perkembangan secara berkala agar kantin Mini An-Najah dapat beroperasi secara efisien, memberikan layanan berkualitas, dan berkontribusi positif terhadap pengalaman dan kebutuhan masyarakat setempat.

Hasil dari kegiatan abdimas ini dapat dikatakan bahwa adanya perubahan yang signifikan dengan diadakannya kegiatan abdimas 2024 oleh tim UAI. Dengan demikian, kegiatan ini bertujuan untuk memfasilitasi peningkatan keterampilan pengelola kantin.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan abdimas di Pondok Pesantren Al Amaliyah, Desa Cikidang, Sukabumi, Jawa Barat telah dilaksanakan dan tercapai sesuai dengan tujuannya, yaitu meningkatkan keterampilan pengelolaan kantin melalui edukasi dan penerapan riset pasar. Dalam kegiatan ini, mitra mengalami peningkatan yang cukup signifikan sebesar 89%. Peningkatan

tersebut fokus terhadap kemampuan digital mitra dalam menggunakan Copilot AI dan *forms Microsoft 365* untuk merancang instrumen riset serta mitra menunjukkan antusiasme tinggi dalam memahami pentingnya riset pasar untuk pengambilan keputusan di Kantin Mini An-Najah.

Dalam sesi penyampaian materi *online*, mitra menunjukkan keterlibatan aktif dan minat yang tinggi dalam meningkatkan pemahaman mengenai riset pasar. Meski berhasil mengikuti praktik dengan baik, keterbatasan perangkat, seperti laptop, serta kesulitan dalam menyebarkan kuesioner secara *online* kepada calon responden yang tidak memiliki alat komunikasi menjadi tantangan.

Pada kegiatan abdimas selanjutnya, mitra akan dibekali dengan pengetahuan tentang bagaimana mengimplementasikan riset pasar secara berkala, serta cara mengumpulkan dan menganalisis data riset pasar untuk mengidentifikasi masalah dan menemukan solusi berbasis data. Diharapkan, mitra nantinya dapat membuat keputusan yang didasarkan pada data yang telah dikumpulkan, bukan hanya mengandalkan intuisi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia atas dukungan dana hibah DRTPM pada tahun 2024 dengan skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dan juga kepada Pondok Pesantren Al-Amaliyah yang telah bersedia menjadi mitra dan memberikan dukungan serta kerjasama selama pelaksanaan kegiatan abdimas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, N., & Said, R. W. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 03(1), 2745–5939.
- Arnu, A. P., (2023). OPEN ACCESS Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Bisnis pada Peserta UMKM Jabar Juara Tahun 2022 di Kabupaten Karawang Business Management Training and Assistance for MSMEs JABAR JUARA in 2022 in Karawang Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(3).
- Erinda, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1). [www.aboutmcdonalds.com](http://www.aboutmcdonalds.com)
- Haraharap, N. A., & Tambunan, K. (2022). UMKM DAN PEMBANGUNAN. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(2), 228–235.
- Khoiriyah, I. F., Aini, I. N., Triyani, I. D., Kumalasari, I. F., Dwi, I., & Ningtyas, K. (2024). Memanfaatkan Platform Digital: Pendampingan Strategi Pemasaran Live Streaming Memanfaatkan Platform Digital: Pendampingan Strategi Pemasaran Live Streaming TikTok untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Chocolazo Indonesia Kota Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 2986–5824.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4).
- Marlina, A., & Cahyono, J. (2021). Strategi Riset Pasar Melalui Digital Marketing Untuk Mendukung Pemasaran Produk Umkm Masyarakat Magersari Di Kawasan Baluwarti Surakarta. *Jurnal SENTHONG*, 4(2), 803–812.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(3).
- Nisa, C., Faradila, D., & Rohayati, F. (2023). Manajemen Pengelolaan Kantin Sehat SD Muhammadiyah 22 Surakarta. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3).
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 34–40.
- Raisa, A., Mawaddah, I., Melati, R., & Sarah Maesaroh, S. (2024). Analisis Pengalaman UMKM Makanan dan Minuman dalam Mengimplementasikan Sistem QRIS di Jawa Barat. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6701–6710.
- Rimadias, S., Andrew, Tansuri, V., Febrianto, N., Christian, A., & Kevin Timothy, K.,

- (2023). Peningkatan Usaha UMKM Kantin Yen Yen melalui Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(2), 134–138.
- Sudirjo, F., Harto, B., Fauzan, R., Hapsara, O., Mohammad, A., Adzka, W., Tri, R. S., Putra, A. E., & Nuryadi, A. M. (2023). *RISET PEMASARAN* (Vol. 146, pp. 1–146).
- Suryaningsih, I., Anggraini, S., Ulum, B., & Wulandari, P. (2022). Perberdayaan Santri Pondok Pesantren Al-Amaliah Desa Cikidang-Sukabumi dalam Pengembangan Potensi Wirausaha melalui “Cipta Kantin Mini An-Najah.” *Prosiding Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat (SENDAMAS)*, 2(1).
- Suryaningsih, I., Anggraini, S., Wulandari, P., Ulum, B., & Rahmawati, S. (2023). Santripreneur Ponpes Al-Amaliah; Mencipta Kantin Kolaboratif antara Santri dan Guru. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1).
- Wijiyanti, M., Purwinarti, T., & Hadikusuma, R. (2014). Riset Perilaku Konsumen Sebagai Bagian Dari Riset Pemasaran. *Epigram*, 11(2).