

PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA ICE CREAM ALPUKAT AL-FATHIR DI MEDAN

Fauzia Agustini¹, Dita Amanah², Dedy Ansari Harahap³

¹Universitas Negeri Medan, ²Universitas Pendidikan Indonesia, ³Universitas Islam Bandung

*Email: fauziagustini24@gmail.com¹, ditaamanah@upi.edu², deanhar@yahoo.com³

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting sebagai penggerak roda ekonomi lokal, termasuk di sektor kuliner Kota Medan yang terus berkembang. Salah satu contoh menarik adalah *Ice Cream Alpukat Al-Fathir*, sebuah UMKM inovatif yang menghadirkan minuman alpukat segar berpadu dengan es krim lembut dan sentuhan manis gula aren. Kombinasi unik ini berhasil menarik perhatian konsumen dan memiliki potensi pasar yang menjanjikan. Namun, seperti banyak pelaku usaha lainnya, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Mulai dari ketatnya persaingan pasar, fluktuasi harga dan cuaca yang mempengaruhi bahan baku, hingga keterbatasan dalam penggunaan teknologi serta permasalahan operasional sehari-hari. Pengabdian ini dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi sekaligus merumuskan solusi yang aplikatif dan berkelanjutan. Hasil pembinaan menunjukkan bahwa berbagai kendala tersebut dapat diatasi dengan strategi yang tepat, seperti diferensiasi produk yang menarik, optimalisasi penggunaan media sosial untuk pemasaran, peningkatan kualitas layanan pelanggan, pemanfaatan teknologi digital sederhana, serta pembenahan manajemen usaha dan fasilitas pendukung. Dengan pendekatan yang adaptif dan inovatif, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* berpeluang besar tumbuh menjadi UMKM yang tidak hanya bertahan di tengah persaingan, tetapi juga mampu berkembang secara kompetitif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, Pembinaan UMKM

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in driving the local economy, including in Medan's growing culinary sector. One compelling example is Al-Fathir Avocado Ice Cream, an innovative MSME that offers a refreshing avocado drink combined with soft ice cream and a sweet touch of palm sugar. This unique combination has successfully captured consumers' attention and offers promising market potential. However, like many other businesses, Al-Fathir Avocado Ice Cream faces various challenges. These include intense market competition, price fluctuations and weather impacting raw materials, as well as limitations in technology and daily operational issues. This research was conducted through direct observation, in-depth interviews, and documentation of business owners. The goal was to identify the challenges faced and formulate applicable and sustainable solutions. The results of the coaching program indicate that these obstacles can be overcome with appropriate strategies, such as attractive product differentiation, optimizing the use of social media for marketing, improving customer service quality, utilizing simple digital technology, and improving business management and supporting facilities. With an adaptive and innovative approach, Al-Fathir Avocado Ice Cream has a great opportunity to grow into an MSME that not only survives the competition but also develops competitively and sustainably.

Keywords: Product Innovation, Marketing Strategy, MSME Development

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Kota Medan yang dikenal dengan kekayaan kulinernya (Agustini, Amanah, Harahap, et al., 2021), (Amanah et al., 2023). Di tengah persaingan yang semakin ketat dan selera konsumen yang terus berkembang, usaha berbasis kekhasan lokal menjadi pilihan yang menarik dan penuh potensi. Salah satu contohnya adalah minuman *pokat kocok*—olahan alpukat khas Medan yang telah menjadi bagian dari identitas kuliner kota ini.

Pokat kocok bukan sekadar minuman segar yang digemari masyarakat lokal, tetapi juga menjadi daya tarik wisata kuliner yang semakin dikenal. Menurut (Affandi et al., 2024), makanan tradisional berkontribusi signifikan terhadap ekonomi daerah, melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendukung tumbuhnya UMKM di sektor kuliner (Irawati, 2023).

Namun, seperti banyak UMKM lainnya, pelaku usaha pokat kocok masih menghadapi sejumlah tantangan. Minimnya pengetahuan manajemen usaha, teknik pemasaran yang belum modern, kesulitan menjaga kualitas bahan baku, serta akses yang terbatas terhadap teknologi dan permodalan masih menjadi kendala utama.

Salah satu pelaku yang mencerminkan dinamika ini adalah *Ice Cream Pokat Al-Fathir*. UMKM ini membawa angin segar dalam dunia kuliner Medan dengan menyajikan pokat kocok yang dikreasikan secara unik—menggabungkan alpukat segar dengan es krim dan gula aren. Cita rasa yang lezat berpadu dengan tampilan yang menarik menjadikannya sebagai inovasi yang mampu menjawab tren konsumen masa kini, yang mencari sesuatu yang baru namun tetap bernuansa lokal.

Kendati telah menarik perhatian pasar, usaha ini tetap dihadapkan pada berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan pasokan alpukat berkualitas yang bersifat musiman, teknik produksi yang masih tradisional, keterbatasan strategi pemasaran digital, hingga minimnya akses terhadap permodalan dan pelatihan manajerial.

Untuk bisa tumbuh dan bersaing, UMKM seperti *Ice Cream Pokat Al-Fathir* perlu memperkuat pemahaman terhadap dinamika industri kuliner serta menerapkan strategi yang relevan—mulai dari inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, hingga penguatan manajemen usaha. Dengan pendekatan yang tepat, potensi besar dari minuman khas lokal seperti pokat kocok dapat terus dikembangkan dan berkontribusi lebih luas terhadap perekonomian daerah.

Situasi dan Kondisi UMKM

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di lokasi usaha milik Ibu Sri, pemilik *Ice Cream Alpukat Al-Fathir*, menunjukkan bahwa UMKM ini telah beroperasi sejak pertengahan tahun 2022. Berlokasi di halaman depan Depot Air Minum Ikhlas, Jalan Tempuling No. 107, Kota Medan—tepat di depan Masjid Suluh—usaha ini hadir dengan konsep minuman kekinian yang memadukan segarnya alpukat, lembutnya es krim, dan manis alami dari gula aren cair.

Minuman ini cukup diminati, terutama di kalangan remaja dan pelajar dari tingkat sekolah menengah hingga mahasiswa. Penyajiannya yang dingin menjadikannya pilihan favorit saat cuaca panas. Namun demikian, penjualan menunjukkan pola yang fluktuatif dan sangat tergantung pada kondisi cuaca—meningkat saat musim kemarau, menurun saat musim hujan.

Sebagaimana disampaikan oleh (Agustini, Amanah, & Harahap, 2021), setiap usaha tentu menghadapi tantangan yang bisa menghambat pertumbuhan. Berikut beberapa kendala utama yang dihadapi oleh *Ice Cream Alpukat Al-Fathir*:

1. Persaingan Pasar yang Semakin Ketat

Seiring semakin populernya minuman berbasis alpukat, banyak pelaku usaha baru yang ikut terjun ke pasar dengan produk serupa. Hal ini memperketat persaingan dan menuntut inovasi berkelanjutan agar tetap diminati.

2. Harga yang Kurang Kompetitif

Meski harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas, kehadiran pesaing yang menawarkan harga lebih murah bisa menggeser minat konsumen. UMKM ini perlu strategi diferensiasi yang kuat untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Cuaca yang Tidak Menentu

Cuaca menjadi faktor signifikan dalam penjualan. Saat hujan atau suhu dingin, minat konsumen terhadap minuman dingin menurun drastis, yang berdampak langsung pada pendapatan harian.

4. Kualitas Bahan Baku yang Tidak Konsisten

Alpukat sebagai bahan utama terkadang sulit didapat dalam kondisi baik. Buah yang terlalu matang atau membusuk dapat menurunkan kualitas produk secara keseluruhan.

5. Jam Operasional Tidak Konsisten

Karena usaha ini masih dikelola secara mandiri oleh pemilik dan keluarganya, jam operasional sering kali berubah-ubah. Hal ini membuat pelanggan sulit memprediksi kapan usaha buka, dan berpotensi menurunkan loyalitas.

6. Kurangnya Pemanfaatan Teknologi

Masih terbatasnya penggunaan teknologi digital menjadi tantangan tersendiri. Belum tersedia metode pembayaran digital seperti QRIS atau e-wallet yang kini banyak digunakan, terutama oleh pelanggan muda yang terbiasa dengan transaksi cashless.

7. Lahan Usaha yang Sempit

Ukuran tempat berjualan yang terbatas membuat pelanggan kurang nyaman saat berkunjung. Selain itu, keterbatasan ruang juga menimbulkan potensi kemacetan di area sekitar.

8. Keamanan Stand yang Minim

Stand usaha hanya ditutup dengan terpal di malam hari, tanpa sistem keamanan yang memadai. Ini menimbulkan risiko kehilangan barang atau kerusakan fasilitas.

9. Keterbatasan Lahan Parkir

Minimnya area parkir menjadi kendala serius, terutama saat usaha ramai pengunjung. Konsumen kesulitan memarkir kendaraan, dan terkadang harus menggunakan lahan usaha orang lain, yang bisa menimbulkan konflik.

Ice Cream Alpukat Al-Fathir merupakan contoh UMKM kuliner lokal yang mampu membaca tren pasar dan menghadirkan inovasi produk yang digemari. Namun untuk bertahan dan berkembang, usaha ini memerlukan pendekatan manajerial yang lebih strategis—mulai dari perbaikan fasilitas, pemanfaatan teknologi, hingga evaluasi lokasi usaha. Dengan pembinaan yang tepat dan inovasi yang berkelanjutan, Ice Cream Alpukat Al-Fathir berpotensi menjadi pelopor minuman khas Medan yang sukses dan berkelanjutan.

2. METODE

Pengabdian ini dilaksanakan di lokasi usaha *Ice Cream Alpukat Al-Fathir*, yang terletak di Jalan Tempuling No. 107, Kota Medan—tepat di seberang Masjid Suluh. Kegiatan pengabdian berlangsung selama enam bulan, dimulai pada Januari 2025 dan berakhir pada Juli 2025.

Subjek utama dalam pengabdian ini adalah Ibu Sri, selaku pemilik usaha, serta pihak-pihak lain yang relevan seperti pelanggan tetap maupun pelanggan baru. Tujuan utamanya adalah menggali lebih dalam tentang dinamika usaha yang dijalankan, kendala yang dihadapi, serta peluang pengembangan yang bisa dioptimalkan (Wekke, 2022).

Untuk mendapatkan data yang akurat dan menyeluruh, peneliti menggunakan tiga teknik utama dalam proses pengumpulan data:

1. Observasi Langsung

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap berbagai aspek usaha, mulai dari aktivitas harian, kondisi fisik stand dan lingkungan sekitar, hingga interaksi dengan pelanggan dan alur pelayanan yang diterapkan. Observasi ini membantu membentuk gambaran nyata tentang operasional usaha sehari-hari (Nasution & Junaidi, 2024).

2. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara langsung dengan Ibu Sri sebagai pemilik usaha, serta narasumber lainnya yang dianggap memiliki informasi penting terkait proses pembinaan, tantangan usaha, dan strategi pengembangan yang sudah atau belum dilakukan. Metode ini bertujuan menangkap perspektif dan pengalaman langsung dari pelaku usaha (Siyoto & Sodik, 2015).

3. Dokumentasi

Sebagai pelengkap data, peneliti juga mengumpulkan berbagai dokumen pendukung seperti foto-foto kegiatan usaha, catatan penjualan (jika tersedia), serta dokumen lain yang dapat memperkuat validitas temuan di lapangan.

Dengan pendekatan ini, kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada apa yang terlihat, tetapi juga menggali konteks dan makna di balik setiap aktivitas usaha. Hasilnya diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan bermanfaat dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM berbasis kuliner lokal seperti Ice Cream Alpukat Al-Fathir.

3. SOLUSI DAN TARGET LUARAN

1. Persaingan Pasar

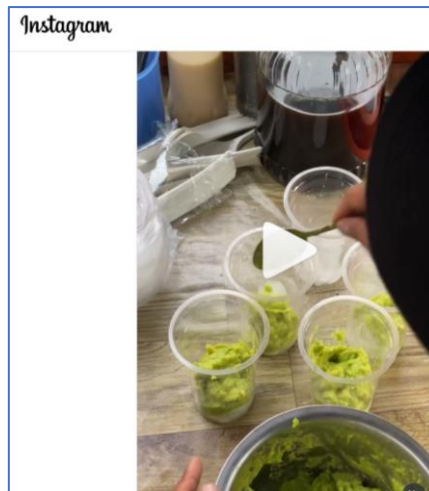
Tren viral minuman alpukat kocok telah memicu gelombang baru pelaku usaha yang menghadirkan produk serupa. Akibatnya, persaingan pasar menjadi semakin sengit. Untuk tetap eksis dan unggul di tengah kompetitor, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* perlu menerapkan strategi diferensiasi produk dan layanan yang mampu menciptakan nilai lebih bagi konsumen (Hasrul & Andiansyah, 2024).

Inovasi produk bisa menjadi langkah awal—misalnya dengan menghadirkan varian rasa baru, kombinasi topping unik, atau menyuguhkan kemasan yang lebih menarik secara visual. Namun bukan hanya soal rasa dan tampilan; elemen-elemen seperti pelayanan yang ramah, stand yang bersih dan rapi, serta penyajian yang cepat dan efisien juga berperan besar dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berkesan (Widiastuti & Mardiyanto, 2024).

Selain itu, kekuatan digital tak boleh diabaikan. Di era serba visual ini, kehadiran aktif di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform digital lainnya menjadi sangat krusial untuk membangun brand awareness dan menarik konsumen, khususnya dari kalangan muda.

Sebagaimana dijelaskan (Adhitya et al., 2024), media sosial dan platform daring telah merevolusi cara promosi kuliner modern. Produk yang “Instagramable” tidak hanya mencuri perhatian, tetapi juga mendorong konsumen untuk secara sukarela membagikannya, menciptakan efek promosi dari mulut ke mulut secara digital.

Dengan strategi inovatif, pelayanan unggul, dan kehadiran digital yang kuat (S. E. Sari, 2024), *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* dapat tampil menonjol di tengah lautan pesaing dan mengukuhkan posisinya sebagai pelopor minuman alpukat kekinian di Kota Medan.



Gambar 1. Instagram Usaha

2. Harga

Di tengah persaingan harga yang semakin dinamis, menurunkan harga bukanlah satu-satunya jalan untuk tetap kompetitif. Justru, pelaku usaha seperti *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* dapat mengambil langkah cerdas dengan meningkatkan nilai tambah produk—memberikan lebih, tanpa harus memangkas harga (Secapramana, 2000).

Beberapa strategi yang bisa diterapkan antara lain: memberikan *topping* gratis, menyajikan produk dalam ukuran porsi yang lebih besar, atau menghadirkan program diskon khusus untuk pelanggan setia. Dengan begitu, konsumen akan merasa mendapatkan nilai lebih dari setiap pembelian yang mereka lakukan (Yafie et al., 2016).

Selain itu, usaha ini juga dapat memperkenalkan sistem *loyalty card* sederhana, di mana pelanggan yang sering membeli akan mendapatkan reward, seperti minuman gratis setelah sejumlah pembelian tertentu. Strategi ini bukan hanya mendorong pembelian berulang, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara konsumen dan brand (Bariha, 2021).

Melalui pendekatan ini, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* tetap bisa bersaing secara sehat tanpa harus terjebak dalam perang harga, dan justru membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Alpukat Kocok Medan	
BEST SELLER	
Pukcok original	Rp. 12.000,-
Pukcok milo	Rp. 15.000,-
Pukcok kepal milo	Rp. 15.000,-
Avacoffee	Rp. 15.000,-
Pukcok Fullfoping	Rp. 18.000,-
Avocado Spesial	Rp. 20.000,-

Gambar 2. Daftar Harga

3. Perubahan Cuaca

Cuaca yang tidak menentu, terutama saat musim hujan, sering kali menjadi tantangan bagi usaha minuman dingin seperti *Ice Cream Alpukat Al-Fathir*. Penurunan suhu udara cenderung membuat konsumen enggan membeli minuman es, yang berdampak langsung pada penurunan penjualan.

Untuk mengatasi hal ini, pemilik usaha dapat menyiasatinya dengan menghadirkan menu alternatif yang cocok dinikmati di musim hujan. Misalnya, menambahkan varian minuman hangat berbahan dasar alpukat, seperti alpukat latte, susu alpukat hangat, atau puding alpukat panas sebagai opsi musiman (Hasanuddin et al., 2011).

Dengan menawarkan pilihan menu yang fleksibel dan sesuai dengan kondisi cuaca, usaha tidak hanya dapat menjaga stabilitas pendapatan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar. Pendekatan ini menunjukkan bahwa *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* mampu beradaptasi dengan perubahan dan tetap relevan sepanjang tahun (Y. I. Sari & Elida, 2023).



Gambar 3. Variasi Rasa

4. Bahan yang Kurang Berkualitas

Kualitas bahan baku, terutama alpukat segar, menjadi fondasi utama dalam menentukan kelezatan dan kepuasan pelanggan *Ice Cream Alpukat Al-Fathir*. Untuk menjaga standar kualitas yang konsisten, pemilik usaha disarankan menjalin kemitraan langsung dengan petani lokal atau distributor terpercaya (Hartatie, 2011).

Selain itu, proses seleksi manual buah secara rutin setiap hari sangat penting untuk memastikan hanya alpukat yang matang sempurna dan bebas cacat yang digunakan. Pengelolaan stok dan teknik penyimpanan yang tepat juga perlu diperbaiki, seperti menjaga suhu penyimpanan agar buah tidak cepat rusak dan tetap segar lebih lama (Irfan et al., 2024).

Dengan komitmen menjaga kualitas bahan baku, usaha ini tidak hanya mampu menghasilkan produk yang nikmat, tapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan jangka panjang.

5. Jam Operasional Tidak Konsisten

Ketidakpastian jam operasional sering kali membuat pelanggan bingung dan berpotensi kehilangan minat. Untuk mengatasi hal ini, pemilik usaha disarankan menyusun jadwal operasional yang jelas dan konsisten sehingga pelanggan tahu kapan stand selalu buka (Astari et al., 2022).

Jika pemilik berhalangan hadir, solusi ideal adalah dengan merekrut karyawan tetap atau paruh waktu yang dapat diandalkan untuk menjalankan operasional sehari-hari. Alternatif lainnya adalah mengatur kerja sama dengan anggota keluarga secara lebih terstruktur dan terjadwal, sehingga usaha tetap berjalan tanpa hambatan (Sunarto et al., 2019).

Dengan jam operasional yang teratur, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* dapat membangun reputasi sebagai usaha yang profesional dan dapat diandalkan, meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan.

6. Keterbatasan Teknologi

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, pemilik *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* perlu didorong untuk memanfaatkan teknologi digital sederhana sebagai alat pengembangan usaha. Memulai dengan promosi melalui WhatsApp, media sosial, dan platform digital

lainnya akan membuka peluang lebih luas untuk menjangkau pasar yang lebih besar serta memperkuat loyalitas pelanggan (Pratamansyah, 2024).

Seperti yang diungkapkan (Amanah et al., 2024), di era digital saat ini, setiap bisnis harus mampu menyesuaikan strategi pemasaran dengan memasuki ranah online guna meningkatkan daya saing dan efisiensi penjualan.

Selain itu, menjalin kolaborasi dengan foodvlogger lokal Medan dapat menjadi strategi jitu untuk memperkenalkan produk secara lebih luas dan menarik perhatian pelanggan baru melalui konten kreatif yang menarik (Putri & Mutiah, S.Sos., 2022).

Tak kalah penting, menyediakan metode pembayaran digital seperti QRIS atau e-wallet akan memudahkan pelanggan, terutama generasi muda yang mengutamakan kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi (Ramadhani et al., 2022).

Dengan langkah-langkah ini, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* tidak hanya mengikuti arus digitalisasi, tapi juga memperkuat posisinya sebagai UMKM yang modern dan adaptif.

7. Kapasitas Lahan Terbatas

Keterbatasan lahan sering menjadi tantangan bagi *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* dalam memberikan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan (Rahayu, 2021). Namun, ruang yang sempit bisa diubah menjadi keunggulan dengan penataan yang cerdas dan efisien. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain: a. Penataan ulang tata letak stand dan meja, sehingga ruang yang tersedia dimanfaatkan secara maksimal tanpa mengorbankan kenyamanan pelanggan. b. Menggunakan furnitur lipat atau portabel yang mudah dipindah-pindah, memungkinkan fleksibilitas dalam pengaturan area sesuai kebutuhan saat jam sibuk maupun sepi. c. Membangun kerja sama dengan pemilik lahan di sekitar lokasi untuk memperluas area usaha, atau sebagai langkah jangka panjang, mempertimbangkan relokasi ke tempat yang lebih luas dan representatif.

Dengan optimalisasi ruang yang kreatif dan rencana pengembangan lokasi yang matang, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* dapat memberikan suasana yang lebih nyaman sekaligus meningkatkan kapasitas pelayanan pelanggan.

8. Stand Kurang Aman

Keamanan stand (Rosiana & Cahyani, 2024) adalah hal krusial yang perlu diperhatikan agar usaha *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* dapat berjalan lancar tanpa risiko kehilangan atau kerusakan barang. Beberapa langkah strategis yang bisa dilakukan antara lain: a. Membangun booth semi permanen dengan bahan ringan namun kokoh, seperti rangka besi yang dipadukan dengan atap fiber transparan, sehingga stand terlindungi sekaligus tetap menarik secara visual. b. Memasang kunci gembok berkualitas, serta mempertimbangkan penggunaan CCTV sederhana dan lampu penerangan yang memadai untuk mengawasi area stand, terutama saat malam hari. c. Menata ulang penyimpanan barang dengan cermat, menghindari meninggalkan seluruh perlengkapan di lokasi saat malam, demi meminimalkan risiko kehilangan.

Dengan memperkuat aspek keamanan ini, usaha tidak hanya melindungi aset, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dan ketenangan bagi pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya.

9. Lahan Parkir

Keterbatasan lahan parkir (Kasan, 2010) sering menjadi kendala yang mengurangi kenyamanan pelanggan saat berkunjung ke *Ice Cream Alpukat Al-Fathir*. Untuk mengatasi hal ini, beberapa langkah strategis dapat diterapkan:

a. Berkoordinasi dengan pemilik toko atau usaha sekitar guna menciptakan aturan parkir yang tertib dan tidak mengganggu aktivitas lingkungan sekitar, sehingga suasana tetap kondusif dan ramah pelanggan.

b. Menyediakan layanan pesan antar (*delivery*) lokal sebagai alternatif praktis, terutama saat jam sibuk atau musim hujan. Layanan ini tidak hanya mengatasi masalah parkir, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dengan memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan kenyamanan tanpa harus datang langsung.

Dengan solusi ini, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* mampu menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan efisien, sekaligus meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. KESIMPULAN

Ice Cream Alpukat Al-Fathir menjadi contoh nyata bagaimana sebuah UMKM lokal dapat menghadapi berbagai tantangan—mulai dari ketatnya persaingan pasar, fluktuasi harga, perubahan cuaca, hingga keterbatasan operasional—dengan pendekatan yang strategis dan berkelanjutan.

Melalui penerapan strategi seperti diferensiasi produk, peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi digital, serta perbaikan dalam manajemen operasional, usaha ini tidak hanya bertahan, tetapi juga membangun fondasi untuk tumbuh lebih kuat dan kompetitif di masa depan.

Pembinaan yang dilakukan menjadi titik awal transformasi menuju UMKM yang lebih profesional, adaptif terhadap perubahan, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. Dengan langkah-langkah ini, *Ice Cream Alpukat Al-Fathir* diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, memperkuat identitas merek, dan terus berinovasi sebagai pelaku usaha kuliner lokal yang inspiratif dan berkelanjutan.

Rekomendasi

1. Pengembangan Produk dan Inovasi Menu

Usaha disarankan untuk terus melakukan inovasi rasa, ukuran porsi, dan penyajian agar tetap menarik di tengah tren yang cepat berubah. Misalnya, menambahkan varian topping (oreo, keju, boba) atau menyajikan menu musiman seperti “pokot rasa durian” saat musim buah.

2. Peningkatan Branding dan Promosi Digital

Pemilik usaha perlu didampingi dalam mengelola media sosial secara aktif dan profesional. Pelatihan singkat tentang content creation, fotografi produk, dan strategi pemasaran digital melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Google Maps dapat meningkatkan visibilitas usaha secara signifikan.

3. Penerapan Sistem Manajemen Sederhana

Disarankan untuk menerapkan sistem manajemen usaha yang sederhana namun efektif, seperti pencatatan keuangan harian, stok bahan baku, serta evaluasi penjualan mingguan. Ini akan membantu pemilik usaha dalam membuat keputusan berbasis data, bukan perkiraan semata.

4. Pengenalan Teknologi Pembayaran Digital

Agar tidak kehilangan pasar dari konsumen “cashless,” pemilik perlu diperkenalkan pada metode pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet, atau aplikasi kasir sederhana.

5. Perbaikan Fasilitas dan Stand Usaha

Usaha ini sebaiknya mendapatkan dukungan untuk peningkatan kenyamanan dan keamanan tempat usaha, seperti desain ulang stand yang lebih kokoh dan estetik, penambahan kanopi, serta tempat duduk yang nyaman bagi pelanggan.

6. Penjadwalan Operasional yang Konsisten

Pelatihan tentang pentingnya konsistensi jam operasional dan strategi untuk menjaga kontinuitas usaha saat pemilik berhalangan hadir sangat penting. Misalnya dengan melatih anggota keluarga atau mencari asisten tetap.

7. Program Loyalty dan Customer Engagement

Disarankan untuk membuat sistem loyalty sederhana seperti stempel/point card atau program "beli 5 gratis 1" untuk meningkatkan retensi pelanggan.

8. Kolaborasi dengan Komunitas dan Pelaku UMKM Lain

Membuka peluang kolaborasi dengan pelaku UMKM lain atau komunitas kuliner lokal, baik untuk promosi bersama, paket bundling, atau event kuliner mingguan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72. <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>
- Affandi, D. R., Khotimah, K., Afiah, R. N., Asmediana, A., Abdi, Y. F. R., Adi, P., & Mulyani, R. (2024). *Perkembangan Makanan Tradisional Indonesia Berbahan Tepung Beras*. Deepublish. https://books.google.co.id/books/about/Perkembangan_Makanan_Tradisional_Indones.html?id=45Q9EQAAQBAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y
- Agustini, F., Amanah, D., & Harahap, D. A. (2021). Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Opak Minang Yolanda. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(3), 293–300. <https://doi.org/https://doi.org/10.33330/jurdimas.v4i3.1197>
- Agustini, F., Amanah, D., Harahap, D. A., Kewirausahaan, P. S., Medan, U. N., Studi, P., Bisnis, P., Indonesia, U. P., Manajemen, P. S., & Bandung, U. I. (2021). Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Opak Minang Yolanda. *Jurdimas Royal*, 4(3), 293–300.
- Amanah, D., Rahayu, A., & Harahap, D. A. (2024). *Pemasaran Stratejik Kontemporer: Adaptasi di Era Digital*. UPI Press.
- Amanah, D., Ramadhanti, N. N., & Harahap, D. A. (2023). Pendampingan Usaha Minuman “Es Campur Dan Sop Buah Bhayangkara” Sukabumi Dalam Pemasaran Online. *Jurnal BUDIMAS*, 05(02), 1–7.
- Astari, D. W., Sugiarti, T., & Rostieni, N. (2022). Analisis Waktu Tunggu Pelayanan Pasien Di Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo. *The Journal of Hospital Accreditation*, 4(2), 70–75.
- Bariha, P. P. (2021). Customer Loyalty Program and Retention Relationship. *Psychology and Education Journal*, 58(1), 5069–5074. <https://doi.org/10.17762/pae.v58i1.2012>
- Hartatie, E. S. (2011). Kajian Formulasi (Bahan Baku, Bahan Pemantap) Dan Metode Pembuatan Terhadap Kualitas Es Krim. *Gamma*, 7(1), : 20-26.
- Hasanuddin, Dewi, K. H., & Fitri, I. (2011). Pengaruh Proses Pembuatan Es Krim Terhadap Mutu Es Krim Berbahan Baku Pisang. *Jurnal AgroIndustri*, 1(1), 1–7.
- Hasrul, S., & Andiansyah, F. (2024). Permintaan Pasar Terhadap Perusahaan Pada Pasar Persaingan Sempurna. *Indonesian Journal of Management and Accounting*, 5(1), 17–25.

- Irawati, S. A. (2023). *Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). https://books.google.co.id/books?id=vrzuEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Irfan, M., Mukhlisah, A. N., Agustina, & Syah, S. P. (2024). Kualitas Fisik Dan Organoleptik Es Krim Dengan Penambahan Ekstrak Kayu Secang (*Caesalpinia Sappan* L.) Sebagai Pewarna Alami. *Jurnal Teknologi Hasil Peternakan*, 5(1), 13–28. <https://doi.org/10.24198/jthp.v5i1.49593>
- Kasan, M. (2010). Model Kebutuhan Satuan Ruang Parkir Usaha Perdagangan Pakaian Di Kota Palu. *Jurnal SMARTek*, 8(1), 13–21.
- Nasution, U. H., & Junaidi, L. D. (2024). *Metode Penelitian*. Serasi Media Teknologi. https://books.google.co.id/books?id=WCE3EQAAQBAJ&pg=PA75&dq=metode+observasi&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjHoNv70sqOAXX2zDgGHayUDJkQ6AF6BAgGEAM#v=onepage&q=metode+observasi&f=false
- Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 2(2), 1–17.
- Putri, N. E., & Mutiah, S.Sos., M. I. K. (2022). Strategi Pengemasan Pesan E-Marketing Pada Food Vlogger (Studi Kasus Terhadap Akun Tiktok @Almasqol). *Commercium*, 5(3), 129–146.
- Rahayu, S. (2021). Analisis Luas Lahan Terhadap Pendapatan Usaha Tani Padi Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 4(2), 297–303. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v4i2.452>
- Ramadhani, A. N., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 111–119. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.127>
- Rosiana, D., & Cahyani, R. R. (2024). Strategi Pemilihan Lokasi Usaha Yang Optimal Dan Strategis Untuk Keberhasilan Bisnis Bagi Para Perintis Usaha. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(2), 114–121.
- Sari, S. E. (2024). Peran Inovasi dan Diferensiasi Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Jasa Digital di Pasar Global. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4244–4256. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6382>
- Sari, Y. I., & Elida. (2023). Analisis Kualitas Es Krim Dengan Penambahan Buah Senduduk. *Pasundan Food Technology Journal*, 10(2), 35–39.
- Secapramana, V. H. (2000). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sunarto, I. F., Susilowati, I. F., & Tinambunan, H. S. R. (2019). Pengawasan Aturan Jam Operasional Toko Swalayan Di Kota Surabaya. *Novum: Jurnal Hukum*, 6(3), 107–116. <https://doi.org/10.2674/novum.v6i3.30217>

- Wekke, I. S. (2022). *Metode Pengabdian Masyarakat : Dari Rancangan ke Publikasi*. CV. Adanu Abimata.
https://books.google.co.id/books?id=1xaMEAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode+pengabdian+masyarakat&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=metode+pengabdian+masyarakat&f=false
- Widiastuti, E., & Mardiyanto, D. (2024). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Strategi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lab Milk Di Sukoharjo. *Edunomika*, 8(1), 1–11.
- Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Food And Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11–19.