

## PEMBANGUNAN KOMUNITAS MELALUI PENDEKATAN *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS* DAN AJARAN TAMANSISWA

Ignatius Soni Kurniawan<sup>1</sup>, Suddin Bin Lada<sup>2</sup>, Umi Wahidah<sup>3</sup>,  
Ana Fitrotun Nisa<sup>4</sup>, Shifa Megarani<sup>5</sup>

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa<sup>1</sup>; email: [soni\\_kurniawan@ustjogja.ac.id](mailto:soni_kurniawan@ustjogja.ac.id)\*

Universiti Malaysia Sabah, Malaysia<sup>2</sup>; email: [suddin@ums.edu.my](mailto:suddin@ums.edu.my)

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa<sup>3</sup> email: [umi.wahidah@ustjogja.ac.id](mailto:umi.wahidah@ustjogja.ac.id)

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa<sup>4</sup>; email: [ananisa@ymail.com](mailto:ananisa@ymail.com)

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa<sup>5</sup>; email: [shifa.megarani8@gmail.com](mailto:shifa.megarani8@gmail.com)

### Abstrak

UMKM di Yogyakarta, khususnya pada sektor kuliner dan minuman siap saji, masih menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk, literasi digital, dan manajemen usaha. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendekatan pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan ekonomi, tetapi juga menumbuhkan nilai-nilai kemandirian dan keberlanjutan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas dan kreativitas pelaku UMKM melalui penerapan *Participatory Learning and Action (PLA)* yang diintegrasikan dengan ajaran Tamansiswa Tri N (Niteni, Nirokke, Nambahi) dan prinsip Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Pendekatan ini menekankan pada pembelajaran partisipatif dan pengembangan inovasi berbasis komunitas yang berkelanjutan. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahapan. Tahap Niteni difokuskan pada identifikasi potensi dan permasalahan mitra melalui observasi lapangan dan wawancara. Tahap Nirokke meliputi pelatihan dan sharing session yang berorientasi pada inovasi produk, literasi digital, dan pengelolaan usaha. Tahap Nambahi diarahkan pada pengembangan ide baru, peningkatan kualitas produk, serta penguatan jejaring komunitas. Mitra yang terlibat meliputi Dapoerangell, Es Teh Segar, Kopi Dari Jiwa, Pondok Tamia, Prima Mochi, Warung Padang Pitunang, dan Warmindo Sundawa. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan manajerial, kreativitas produk, dan strategi pemasaran digital di antara pelaku UMKM. Setiap mitra berhasil menerapkan prinsip keberlanjutan dan inovasi sesuai target *SDGs* poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), poin 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab) serta poin 1 (pengentasan kemiskinan). Sehingga, kegiatan ini menunjukkan efektivitas model pemberdayaan berbasis komunitas dengan pendekatan *PLA* menggunakan nilai-nilai pendidikan Tamansiswa.


**Kata Kunci:** *Participatory Learning and Action*; Pemberdayaan Komunitas; *SDGs*; TRI N, UMKM.

### Abstract

MSMEs in Yogyakarta, especially in the culinary and ready-to-drink beverage sectors, still face challenges in terms of product innovation, digital literacy, and business management. This condition shows the need for an empowerment approach that is not only oriented towards economic improvement but also fosters the values of independence and sustainability. This community service activity aims to strengthen the capacity and creativity of MSME actors through the application of *Participatory Learning and Action (PLA)* integrated with the teachings of Tamansiswa Tri N (Niteni, Nirokke, Nambahi) and the principles of Sustainable Development Goals (SDGs). This approach emphasizes participatory learning and the development of sustainable community-based innovation. The implementation method is carried out in three stages. The Niteni stage focuses on identifying the potential and problems of partners through field observations and interviews. The Nirokke stage includes training and sharing sessions oriented towards product innovation, digital literacy, and business management. The Nambahi stage is directed at developing new ideas, improving product quality, and strengthening community networks. The partners involved include Dapoerangell, Es Teh Segar, Kopi Dari Jiwa, Pondok Tamia, Prima Mochi, Warung Padang Pitunang, and Warmindo Sundawa. The results of the activities show an increase in managerial skills, product creativity, and digital marketing strategies among MSME players. Each partner successfully implemented the

*principles of sustainability and innovation in accordance with SDG targets 8 (Decent Work and Economic Growth), 12 (Responsible Consumption and Production), and 1 (No Poverty). Thus, this activity demonstrates the effectiveness of a community-based empowerment model with a PLA approach using Tamansiswa educational values.*

**Keywords:** Participatory Learning and Action; Community Empowerment; SDGs; TRI N, SMEs.

This is an open access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license. 

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan nasional. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS-Statistics, 2024), UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia, menyumbang 60.30% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta berkontribusi sebesar 14.40% pada ekspor nasional. Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat, dengan lebih dari 65 juta unit usaha yang tersebar di berbagai sektor, mulai dari perdagangan, kuliner, kerajinan, hingga jasa berbasis pariwisata (Limanseto, 2025). Kontribusi besar ini menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya sebagai penyokong ekonomi nasional, tetapi juga memiliki peran penting dalam pencapaian pembangunan berkelanjutan. Namun, dibalik kontribusi yang signifikan, UMKM masih menghadapi beragam tantangan yang kompleks. Keterbatasan modal, rendahnya literasi keuangan, lemahnya akses terhadap teknologi digital, serta minimnya inovasi produk dan manajemen menjadi masalah utama yang sering dihadapi oleh pelaku usaha kecil. Hal ini diperkuat oleh fenomena pasca-pandemi COVID-19 yang masih menyisakan dampak serius terhadap UMKM, terutama dalam hal penurunan omzet, berkurangnya daya beli masyarakat, dan terbatasnya akses terhadap pasar (Hidayat, 2021). Kondisi ini membuat sebagian besar UMKM, terutama pada level mikro, rentan mengalami stagnasi bahkan gulung tikar jika tidak mampu beradaptasi dengan perubahan zaman (Hidayat, 2021).

Fenomena tersebut juga terlihat jelas di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang dikenal sebagai kota pendidikan, budaya, dan pariwisata. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM DIY tahun 2024, tercatat sebanyak 345.980 unit UMKM yang tersebar di wilayah ini, dengan sekitar 94,7% di antaranya merupakan usaha mikro (327.774 unit), disusul oleh usaha kecil sebanyak 16.076 unit dan usaha menengah sebanyak 2.130 unit (Baperida, 2025). Sebagian besar UMKM di DIY bergerak pada sektor kuliner, kerajinan, serta jasa pariwisata lokal yang berperan penting dalam mendukung perekonomian daerah. Namun demikian, hasil observasi awal pada Mitra menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kendala mendasar, seperti pengelolaan usaha, kurangnya inovasi, serta rendahnya tingkat adopsi teknologi digital dalam kegiatan operasional dan pemasaran (Gambar 1.). Temuan ini juga mengindikasikan bahwa pelaku UMKM masih bergantung pada metode konvensional dalam menjalankan usaha, sehingga daya saingnya relatif rendah dibandingkan dengan pelaku usaha yang telah bertransformasi secara digital. Lebih lanjut, kapasitas inovasi UMKM di DIY masih tergolong terbatas. Sebagian besar produk yang dihasilkan belum memiliki diferensiasi yang memadai, kualitas produk belum terstandarisasi, serta strategi branding dan promosi belum berjalan secara optimal. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Padahal, dinamika perilaku konsumen menunjukkan adanya pergeseran preferensi menuju produk yang tidak

hanya berkualitas, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan, memiliki nilai tambah, serta merepresentasikan identitas lokal (Zakariya & Darmawan, 2025). Kondisi tersebut menegaskan bahwa UMKM perlu mendapatkan dukungan dan intervensi yang tepat, tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga dalam penguatan kapasitas inovasi dan orientasi keberlanjutan.

Dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, UMKM memiliki kontribusi potensial untuk mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) (Alisjahbana & Murniningtyas, 2018). UMKM dapat berperan langsung pada tujuan SDG 1 terkait pengentasan kemiskinan, SDG 8 mengenai pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta SDG 12 yang menekankan konsumsi dan produksi berkelanjutan (Alisjahbana & Murniningtyas, 2018). Namun, agar kontribusi ini dapat optimal, diperlukan upaya sistematis untuk memperkuat kapasitas UMKM, terutama di level mikro, melalui strategi pemberdayaan yang kontekstual dan berakar pada nilai-nilai lokal. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah ajaran Ki Hajar Dewantara melalui konsep pendidikan Taman Siswa, yakni Tri N: *Niteni* (mengenal), *Nirokke* (meniru), dan *Nambahi* (mengembangkan) (Trisharsiwi et al., 2020). Konsep ini digunakan dalam dunia pendidikan, namun relevan diaplikasikan dalam konteks pemberdayaan UMKM. Pada tahap *Niteni*, pelaku UMKM dituntut untuk mampu mengenali potensi, peluang pasar, serta memahami tren dan kebutuhan konsumen (Ketamansiswaan, 2014; Trisharsiwi et al., 2020). Tahap *Nirokke* berarti meniru praktik baik dari pelaku usaha yang lebih maju, misalnya dalam hal pemanfaatan digital marketing, manajemen keuangan sederhana, atau strategi branding (Ketamansiswaan, 2014; Trisharsiwi et al., 2020). Sedangkan tahap *Nambahi* merupakan proses inovasi, di mana UMKM didorong untuk mengembangkan produk, menambahkan nilai baru, serta menciptakan keunikan yang membuat produk mereka berbeda dengan kompetitor (Ketamansiswaan, 2014; Trisharsiwi et al., 2020).

Dengan mengintegrasikan ajaran Tri N dalam praktik usaha, UMKM tidak hanya akan mampu bertahan, tetapi juga berkembang melalui inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar. Pendekatan ini juga selaras dengan prinsip SDGs. *Niteni* membantu mengurangi kerentanan ekonomi dan mendukung pengentasan kemiskinan (SDG 1), *Nirokke* mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan membuka peluang kerja (SDG 8), sedangkan *Nambahi* mengarahkan UMKM pada praktik produksi dan konsumsi yang lebih bertanggung jawab (SDG 12). Dengan demikian, penguatan UMKM berbasis Tri N tidak hanya relevan secara lokal melalui nilai-nilai Taman Siswa, tetapi juga berkontribusi pada agenda pembangunan global.

Sehingga pengabdian masyarakat yang difokuskan pada pemberdayaan UMKM di Yogyakarta dengan mengintegrasikan prinsip SDGs dan pendekatan Tri N menjadi sangat penting. Melalui kegiatan *sharing session*, pendampingan dan pelatihan, serta fasilitasi digitalisasi usaha, diharapkan UMKM mikro mampu meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, dan pada saat yang sama menjalankan praktik usaha yang berkelanjutan. Pendekatan ini akan membantu UMKM tidak hanya bertahan dalam situasi sulit, tetapi juga berkembang dengan nilai tambah yang lebih besar, sekaligus memperkuat kontribusi mereka terhadap pencapaian SDGs. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha, tetapi juga membawa dampak luas bagi pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan di Yogyakarta.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) yang dipadukan dengan pendekatan Tri N Tamansiswa (*Niteni, Nirokke, Nambahi*) menghasilkan peningkatan signifikan terhadap kapasitas dan kemandirian para pelaku UMKM kuliner dan minuman siap saji di wilayah Yogyakarta (Gupta, 2000; Arbarini *et al*, 2022). Metode PLA berfokus pada keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan solusi, hingga penerapan inovasi berbasis kebutuhan lokal. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Kurniawan, Lada, *et al.* (2024) dan Kurniawan, Wahidah, *et al.* (2024) yang menegaskan bahwa PLA berorientasi pada proses pembelajaran kolaboratif antara fasilitator dan masyarakat, di mana keputusan dan solusi yang muncul merupakan hasil refleksi bersama berdasarkan pemahaman kontekstual komunitas.

Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini meliputi Dapoerangell, Es Teh Segar, Kopi Dari Jiwa, Pondok Tamia, Prima Mochi, Warung Padang Pitunang, dan Warmindo Sundawa. Ketujuh mitra tersebut mewakili sektor usaha kuliner dan minuman yang memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan penguatan manajemen bisnis berbasis keberlanjutan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara kolaboratif antara dosen dan praktisi dari dua institusi, yaitu Suddin Bin Lada, MBA., Ph.D. dari Universiti Malaysia Sabah serta Ignatius Soni Kurniawan, Ana Fitrotun Nisa, dan Umi Wahidah dari Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Kolaborasi lintas institusi ini bertujuan memperkaya perspektif akademik sekaligus memperkuat praktik lapangan dalam konteks pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam implementasinya, mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa memegang fungsi strategis sebagai fasilitator dialog partisipatif antara pemilik dan tenaga kerja untuk mengartikulasikan problematika usaha, menggali alternatif solusi, serta menginisiasi langkah inovatif yang aplikatif. Pendekatan ini tidak bersifat instruktif satu arah, melainkan menekankan proses emansipatif dan reflektif melalui pembelajaran kontekstual di lapangan, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara penuh dalam setiap siklus pengambilan keputusan, eksperimen praktik, dan evaluasi hasil pendampingan. Dengan demikian, keberlanjutan hasil kegiatan tidak hanya bergantung pada intervensi eksternal, tetapi tumbuh dari kesadaran kritis dan kemandirian pelaku usaha itu sendiri.

Tahapan pelaksanaan kegiatan dilakukan secara berurutan dan reflektif, mengikuti prinsip Tri N Tamansiswa yang sekaligus berfungsi sebagai bentuk operasional dari metode PLA. Sebelum kegiatan observasi dilaksanakan, tim pengabdian menyusun surat tugas resmi dari pihak kampus sebagai dasar legalitas kegiatan, serta menyiapkan materi pendampingan dan instrumen observasi yang disesuaikan dengan karakteristik mitra agar proses pelaksanaan berjalan sistematis, partisipatif, dan selaras dengan tujuan pemberdayaan:

1. *Niteni* (Mengamati dan Mengidentifikasi)

Tahap *Niteni* difokuskan pada proses identifikasi potensi, kebutuhan, dan permasalahan utama yang dihadapi masing-masing mitra. Kegiatan ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara partisipatif, dan diskusi kelompok terarah, untuk memahami karakteristik usaha, hambatan operasional, serta peluang pengembangan yang sesuai dengan prinsip SDGs, terutama dalam aspek ketahanan ekonomi. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar mitra menghadapi tantangan dalam inovasi produk,



manajemen operasional, strategi promosi, serta pemanfaatan media digital yang masih terbatas, sehingga berpengaruh pada daya saing di tengah perkembangan pasar digital.

2. *Nirokke* (Meniru dan Menerapkan Praktik Baik)

Tahapan *Nirokke* berfokus pada pelatihan dan pendampingan berbasis praktik, di mana mitra diberi kesempatan untuk meniru dan mengadaptasi praktik baik (*best practices*) dari pelaku usaha lain yang lebih maju, seperti strategi branding, pengelolaan bahan baku, serta inovasi produk berkelanjutan. Proses ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis, tetapi juga menumbuhkan pola pikir kewirausahaan yang kolaboratif dan terbuka terhadap perubahan.

3. *Nambahi* (Menambah Nilai dan Berinovasi)

Tahapan *Nambahi* merupakan fase inovasi dan pengembangan berkelanjutan, di mana para mitra mulai menciptakan nilai tambah melalui modifikasi produk, peningkatan desain kemasan, penerapan strategi promosi digital yang kreatif, serta peningkatan kualitas layanan pelanggan. Mitra juga diarahkan untuk memperkuat jejaring komunitas antar pelaku UMKM guna menciptakan ekosistem usaha yang saling mendukung dan berorientasi pada keberlanjutan. Tahap ini mencerminkan pembelajaran adaptif dan kemandirian berbasis nilai-nilai budaya lokal Tamansiswa, serta selaras dengan tujuan SDGs poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan poin 9 (Inovasi dan Infrastruktur).

Tahap akhir kegiatan adalah evaluasi, yang dilakukan dengan pendekatan partisipatif untuk menilai tingkat partisipasi mitra, peningkatan keterampilan, inovasi produk, dampak sosial dan ekonomi setelah pelaksanaan kegiatan (Haryanto & Lestari, 2022). Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dokumentasi hasil pelatihan, serta umpan balik dari peserta. Hasil evaluasi menjadi dasar pengembangan program lanjutan guna memperkuat efektivitas penerapan metode PLA dan Tri N Tamansiswa dalam pemberdayaan UMKM. Sehingga, dalam penerapan PLA dengan prinsip Tri N dapat menciptakan pemberdayaan, yang tidak hanya meningkatkan kapasitas usaha tetapi juga memperkuat nilai-nilai kemandirian, kreativitas, gotong royong, dan keberlanjutan dalam mewujudkan pembangunan ekonomi masyarakat secara holistic.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat menggunakan PLA yang dipadukan dengan pendekatan Tri N Tamansiswa (*Niteni, Nirokke, Nambahi*), terbukti menghasilkan peningkatan signifikan dalam kapasitas dan kemandirian para pelaku UMKM kuliner dan minuman siap saji di wilayah Yogyakarta. Metode PLA berfokus pada keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan solusi, hingga penerapan inovasi berbasis kebutuhan lokal (Gupta, 2000). Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Arbarini et al. (2022) yang menegaskan bahwa PLA berorientasi pada proses pembelajaran kolaboratif antara fasilitator dan masyarakat, di mana keputusan dan solusi yang dihasilkan merupakan refleksi bersama berdasarkan pemahaman kontekstual komunitas. Dalam pelaksanaannya, konsep Tri N Tamansiswa memperkuat efektivitas metode PLA melalui penerapan prinsip *Niteni, Nirokke*, dan *Nambahi* secara berurutan dan berkesinambungan. Tahap *Niteni* menjadi proses pengamatan dan identifikasi kebutuhan yang membantu mitra memahami permasalahan utama yang mereka hadapi. Tahap *Nirokke* berfokus pada pembelajaran dan peniruan praktik baik dari pelaku usaha lain yang lebih maju, sementara

tahap *Nambahi* mendorong kreativitas serta inovasi untuk menyesuaikan dan mengembangkan strategi baru yang relevan dengan kondisi lokal. Sesuai dengan pengabdian yang dilaksanakan Lutvianto et al. (2024) yang menunjukkan bahwa penerapan prinsip Tri N secara konsisten mampu memperkuat kemampuan masyarakat dalam menginternalisasi nilai-nilai kemandirian, kreativitas, dan pembelajaran berkelanjutan dalam kegiatan pemberdayaan. Keterpaduan antara metode PLA dan pendekatan Tri N Tamansiswa tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mitra dalam mengelola usaha, tetapi juga menumbuhkan pola pikir kewirausahaan yang reflektif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil memperkuat daya saing UMKM lokal sekaligus mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam aspek pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengentasan kemiskinan. Berikut urutan tahapan dalam pelaksanaan konsep Tri N Tamansiswa pada mitra UMKM:

### **Tahap *Niteni* (Mengamati dan Memahami)**

Tahap *Niteni* merupakan fase awal dalam penerapan konsep Tri N Tamansiswa yang berfokus pada kegiatan pengamatan dan identifikasi kebutuhan nyata yang dihadapi oleh UMKM mitra. Pada tahap ini, tim pengabdian bersama pelaku usaha melakukan observasi lapangan dan diskusi partisipatif untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai permasalahan, potensi, serta peluang pengembangan usaha. Menurut Lutvianto et al. (2024), tahap *Niteni* berfungsi sebagai proses pembelajaran awal yang menekankan pentingnya *learning by observing*, di mana pelaku usaha diajak untuk mengenali, memahami, dan menganalisis kondisi objektif usaha sebelum melakukan perubahan. Sehingga, hasil observasi menunjukkan bahwa setiap mitra memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda sesuai dengan jenis usaha dan konteks operasionalnya.

- 1) Mitra Dapoerangell mengidentifikasi bahwa kendala utama terletak pada strategi promosi yang belum efektif dan desain kemasan produk yang masih sederhana sehingga kurang menarik perhatian konsumen.
- 2) Mitra Es Teh Segar menemukan bahwa minimnya variasi rasa produk serta pelayanan pelanggan yang belum optimal menjadi hambatan dalam menjaga konsistensi kualitas dan kepuasan pelanggan.
- 3) Mitra Kopi Dari Jiwa melakukan pengamatan terhadap praktik terbaik pengelolaan kafe modern, seperti tata kelola operasional, penyusunan menu, dan strategi pelayanan pelanggan. Dari hasil pengamatan, mitra menyimpulkan perlunya penguatan identitas merek dan perbaikan sistem pencatatan keuangan agar lebih transparan serta efisien.
- 4) Mitra Pondok Tamia berfokus pada pengamatan preferensi pelanggan dan pola konsumsi masyarakat sekitar, yang kemudian dijadikan dasar dalam penyesuaian menu dan strategi promosi agar lebih sesuai dengan karakteristik pasar lokal.
- 5) Mitra Prima Mochi melakukan pengamatan terhadap tren pasar dan selera konsumen, di mana ditemukan kecenderungan konsumen untuk memilih produk dengan cita rasa unik dan kemasan yang menarik. Temuan ini menjadi landasan bagi mitra dalam merancang inovasi produk yang lebih kompetitif.
- 6) Mitra Warung Padang Pitunang melakukan observasi terhadap kondisi ruang makan, pola pelayanan, dan respon pelanggan terhadap menu yang ditawarkan. Berdasarkan hasil pengamatan, ditemukan bahwa tata letak ruang makan yang kurang efisien serta pelayanan

yang belum maksimal menjadi kendala dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

- 7) Sementara itu, mitra Warmino Sundawa melakukan pengamatan terhadap pola pelayanan dan manajemen waktu penyajian, di mana hasil identifikasi menunjukkan adanya ketidakefisienan dalam alur penyajian yang memengaruhi kecepatan layanan.

Secara keseluruhan, hasil pada tahap *Niteni* menunjukkan bahwa kegiatan pengamatan dan identifikasi kebutuhan memberikan dasar yang kuat bagi masing-masing mitra dalam memahami kondisi aktual usaha, mengenali permasalahan utama, serta menentukan prioritas pengembangan. Tahap ini menjadi landasan penting bagi proses pembelajaran dan replikasi praktik baik pada tahap berikutnya, yaitu *Nirokke* (Meniru dan Mempelajari Praktik Baik).

### **Tahap *Nirokke* (Meniru dan Mempelajari Praktik Baik)**

Pada tahap ini, pelaku UMKM tidak hanya meniru secara pasif, tetapi juga mempelajari prinsip dan strategi keberhasilan usaha lain untuk kemudian diadaptasi sesuai dengan konteks lokal dan kapasitas masing-masing. Menurut Lutvianto et al. (2024), tahap *Nirokke* menjadi bentuk *contextual learning* yang berfungsi memperkuat kemampuan masyarakat dalam menginternalisasi nilai-nilai produktivitas, kreativitas, dan inovasi melalui proses observasi terhadap praktik yang telah berhasil. Melalui tahapan ini, pelaku usaha dapat mengidentifikasi model bisnis, strategi promosi, maupun teknik produksi yang telah terbukti sukses, kemudian mengadaptasinya secara kreatif untuk meningkatkan daya saing. Dalam kegiatan pengabdian ini, penerapan tahap *Nirokke* pada UMKM mitra dilakukan melalui proses pendampingan dan studi komparatif terhadap usaha sejenis yang telah berhasil di bidang kuliner dan minuman siap saji. Hasil penerapannya dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Mitra Dapoerangell memperoleh wawasan dari praktik usaha kuliner lain yang telah sukses memanfaatkan inovasi visual dan strategi pemasaran digital. Melalui pembelajaran ini, mitra mulai menyesuaikan tampilan produk, meningkatkan kualitas konten promosi, serta memperkuat citra merek melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran utama.
- 2) Mitra Es Teh Segar terdorong untuk melakukan pembaruan usaha secara kreatif, antara lain dengan menghadirkan varian rasa baru yang lebih segar dan menarik, memperbaiki desain kemasan agar lebih modern, serta meningkatkan sistem pelayanan menjadi lebih cepat dan ramah. Selain itu, mitra mulai mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru. Upaya ini terbukti meningkatkan daya tarik usaha dan loyalitas pelanggan melalui pengalaman konsumsi yang lebih memuaskan.
- 3) Mitra Kopi Dari Jiwa melakukan pembelajaran dari praktik terbaik pengelolaan kafe modern yang meliputi tata kelola operasional, penyusunan menu, serta strategi pelayanan pelanggan berorientasi kepuasan konsumen. Hasil pembelajaran ini mendorong mitra untuk memperkuat identitas merek (*brand identity*) serta memperbaiki sistem pencatatan keuangan agar lebih transparan dan efisien.
- 4) Mitra Pomdok Tamia meniru praktik baik dari usaha kuliner lain terutama dalam pengolahan dan penyajian menu agar lebih menarik bagi pelanggan. Mitra juga memperoleh pemahaman tentang pentingnya kebersihan, estetika penyajian, dan pelayanan yang konsisten sebagai faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

- 5) Mitra Prima Mochi meniru praktik baik dari produsen mochi lain yang telah berhasil mengembangkan inovasi rasa dan strategi branding produk. Melalui proses ini, mitra terdorong untuk menciptakan varian rasa baru, memperkuat ciri khas produk, dan menyesuaikan kemasan agar lebih menarik serta memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
- 6) Mitra Warung Padang Pitunang meniru praktik baik dari rumah makan lain yang telah berhasil mengelola ruang makan secara efisien dan fungsional serta menerapkan sistem pelayanan yang cepat dan ramah. Pembelajaran ini memberikan inspirasi bagi mitra untuk menata ulang tata ruang dan memperbaiki alur pelayanan guna meningkatkan kenyamanan pelanggan.
- 7) Mitra Warmindo Sundawa meniru praktik pengelolaan waktu dan pelayanan dari usaha sejenis yang lebih terstruktur, seperti pembagian tugas antarpegawai yang lebih jelas serta penataan menu yang lebih informatif dan menarik bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil pada tahap *Nirokke* menunjukkan bahwa proses peniruan yang dilakukan oleh mitra tidak bersifat menyalin secara langsung, tetapi lebih menekankan pada proses adaptasi dan kontekstualisasi praktik baik. Tahap ini membentuk dasar penting bagi lahirnya kreativitas dan inovasi yang lebih mandiri pada fase berikutnya, yaitu *Nambahi* (Mengembangkan dan Berinovasi).

### **Tahap *Nambahi* (Mengembangkan dan Berinovasi)**

Tahap *Nambahi* merupakan fase ketiga dalam konsep Tri N Tamansiswa yang menekankan pada proses pengembangan dan inovasi berdasarkan hasil pembelajaran dari dua tahap sebelumnya, yaitu *Niteni* (mengamati dan memahami) serta *Nirokke* (meniru dan mempelajari praktik baik). Pada tahap ini, pelaku UMKM tidak hanya mengadopsi praktik yang sudah ada, tetapi menghasilkan pembaruan yang kreatif, adaptif, dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan pasar serta identitas usaha mereka. Menurut Kurniasih et al, (2024), tahap *Nambahi* merupakan bentuk penerapan nilai cipta, rasa, dan karsa dalam dunia kewirausahaan, di mana pelaku usaha didorong untuk berinovasi berdasarkan pengalaman empirik yang telah diperoleh. Hal ini sejalan dengan pandangan Lutvianto et al, (2024) menunjukkan bahwa inovasi pada tahap *Nambahi* merupakan hasil sintesis antara pengetahuan yang diperoleh dari praktik sebelumnya dengan kreativitas individu dalam menciptakan nilai tambah produk. Sehingga, tahap ini menjadi puncak dari proses pembelajaran kewirausahaan berbasis filosofi Tamansiswa, di mana praktik inovatif dilakukan secara sadar, terukur, dan berorientasi pada peningkatan nilai ekonomi dan sosial usaha. Penerapan tahap *Nambahi* pada kegiatan pengabdian ini diwujudkan melalui berbagai inovasi dan pengembangan yang dilakukan oleh masing-masing mitra UMKM sebagai berikut:

- 1) Mitra Dapoerangell, pada tahap *Nambahi* mulai melakukan pembaruan melalui peningkatan kualitas kemasan, penyesuaian tampilan produk agar lebih estetik, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi utama untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Inovasi ini berimplikasi langsung terhadap peningkatan minat konsumen dan perluasan jaringan pemasaran, mencerminkan kemampuan mitra dalam menerapkan prinsip inovasi yang berorientasi pada pasar dan estetika produk.
- 2) Mitra Es Teh Segar, pada tahap *Nambahi*, mitra terdorong untuk melakukan inovasi dan pembaruan usaha secara kreatif. Mitra menghadirkan varian rasa baru yang lebih segar dan menarik, memperbaiki kemasan agar tampak modern, serta meningkatkan sistem



pelayanan agar lebih cepat dan ramah pelanggan. Selain itu, strategi pemasaran digital mulai dioptimalkan melalui pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru. Upaya ini terbukti meningkatkan daya tarik usaha dan loyalitas pelanggan melalui pengalaman konsumsi yang lebih memuaskan. Keberhasilan ini sejalan dengan temuan Rusliani et al, (2023) yang menunjukkan bahwa inovasi produk dan strategi digital marketing berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil di sektor minuman.

- 3) Mitra Kopi Dari Jiwa, Pada tahap *Nambahi*, mitra berinovasi dengan menambahkan variasi menu berbasis cita rasa lokal, mempercantik tampilan produk, serta memanfaatkan promosi digital melalui media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Upaya ini menghasilkan peningkatan jumlah pelanggan dan loyalitas konsumen terhadap produk kopi lokal yang ditawarkan.
- 4) Mitra Pomdok Tamia, Pada tahap *Nambahi*, mitra mulai berinovasi dengan mengembangkan variasi menu seperti ayam kremes dan ayam laos, serta meningkatkan strategi promosi dan memperbaiki sistem pelayanan agar lebih efisien dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perubahan ini menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam memahami kebutuhan pasar dan mengelola usaha secara lebih profesional. Hal ini sejalan dengan temuan Ningsih et al. (2025) yang menunjukkan bahwa inovasi produk dan strategi pemasaran kreatif mampu memperluas jangkauan pasar serta memperkuat daya saing UMKM di tengah perubahan preferensi konsumen.
- 5) Mitra Prima Mochi, Pada tahap *Nambahi*, Prima Mochi berhasil menciptakan varian rasa baru yang lebih beragam dan memperbaiki desain kemasan agar lebih estetik dan fungsional. Selain itu, mitra memanfaatkan *platform* digital untuk promosi dan memperluas jangkauan pasar melalui konten visual yang menarik. Dengan demikian, inovasi produk dan digitalisasi promosi menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing usaha kecil di sektor makanan olahan. Temuan ini konsisten dengan Nurhayati et al. (2023) yang menegaskan bahwa pengembangan produk baru dan pemanfaatan teknologi digital berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM berbasis kuliner di era ekonomi kreatif.
- 6) Mitra Warung Padang Pitunang, Pada tahap *Nambahi*, Warung Padang Pitunang melakukan inovasi dengan menghadirkan variasi menu baru khas daerah, memperbaiki kebersihan tempat usaha, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi digital dalam memperkenalkan menu unggulan mereka. Upaya ini secara nyata meningkatkan citra usaha, pengalaman pelanggan, dan jangkauan pasar. Hasil ini sejalan dengan Hidayat et al. (2023) dan Pratamansyah (2024) yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik dan komunikasi digital yang efektif merupakan elemen penting dalam meningkatkan daya tarik usaha kuliner tradisional.
- 7) Mitra Warmindo Sundawa, Pada tahap *Nambahi*, mitra menerapkan inovasi dalam penyesuaian menu berdasarkan preferensi pelanggan, memperbaiki tampilan penyajian, serta menjaga konsistensi cita rasa agar tetap sesuai dengan selera lokal. Kombinasi antara efisiensi waktu, peningkatan kualitas pelayanan, dan konsistensi rasa mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat loyalitas pelanggan tetap. Hasil dari proses ini menunjukkan adanya kemajuan signifikan, ditandai dengan peningkatan pendapatan, jumlah pelanggan yang bertambah, serta keberhasilan mitra membuka cabang baru sebagai bentuk nyata penerapan prinsip *Nambahi* yang menekankan inovasi dan

pengembangan berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan Triwijayati et al. (2023) yang menegaskan bahwa strategi berbasis efisiensi dan kedekatan komunitas mampu memperkuat daya saing UMKM kuliner lokal.



**Gambar 1. Observasi Kondisi Mitra**



**Gambar 2. Pendampingan Bersama Mitra**



**Gambar 3. Pelaksanaan Abdimas Bersama Mitra**



## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan menerapkan metode PLA dan pendekatan Tri N Tamansiswa (*Niteni, Nirokke, Nambahi*) terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas, kemandirian, serta daya saing para pelaku UMKM kuliner dan minuman siap saji di wilayah Yogyakarta. Proses *Niteni* membantu mitra mengenali permasalahan dan potensi usaha yang dimiliki, *Nirokke* mendorong mereka untuk meniru praktik baik dari pelaku usaha yang lebih maju, sedangkan *Nambahi* menumbuhkan kreativitas dan inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan lokal. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan nyata pada mitra, seperti peningkatan kualitas produk, pembaruan kemasan, optimalisasi strategi pemasaran digital, serta perbaikan manajemen operasional dan pelayanan pelanggan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan performa bisnis, tetapi juga memperkuat pola pikir kewirausahaan yang adaptif dan berkelanjutan. Secara implikatif, keterpaduan antara metode PLA dan nilai-nilai Tri N Tamansiswa memberikan model pemberdayaan yang kontekstual dan aplikatif bagi pengembangan UMKM di daerah lain. Pendekatan ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara akademisi, masyarakat, dan pelaku usaha dalam memperkuat ekosistem ekonomi lokal yang tangguh dan berorientasi pada inovasi. Sehingga, hasil pengabdian ini berimplikasi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama pada SDG 1 (pengentasan kemiskinan), SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), serta SDG 12 (konsumsi dan produksi berkelanjutan).

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada LP2M Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta dan Universiti Malaysia Sabah atas dukungn maupun fasilita syang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Kami juga sampaikan kepada Tim Abdimas maupun mitra UMKM yang telah memberikan komitmen yang luar biasa selama kegiatan berlangsung.*

## REFERENSI

- Alisjahbana, A. S., & Murniningtyas, E. (2018). *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia: Konsep, Target, dan Strategi Implementasi*. Unpad Press.
- Arbarini, M., Kisworo, B., Malik, A., & Siswanto, Y. (2022). Pelatihan Ecoprinting Berbasis Participatory Learning and Action upaya Mewujudkan Sustainable Development Goals. *Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 02(3), 857–866. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.2.3.857-866.2022>,
- Baperida. (2025). *Unit Usaha UMKM yang Tangguh dan Mandiri*. Bapperida.Jogjaprovo.go.id. [https://bapperida.jogjaprovo.go.id/dataku/data\\_dasar/cetak/107-umkm?utm\\_source=com](https://bapperida.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm?utm_source=com)
- BPS-Statistics. (2024). *Profil Industri Mikro dan Kecil*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/18/52d85cbe9de005b6f5d69f95/prof-ile-of-micro-and-small-industries-2023.html>
- Gupta, A. (2000). Participatory Learning and Action – A Review Aashish. *Decentralization and Governance*, 6, 1–6.

- Hidayat, K. (2021). *OECD pangkas lagi proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2021*. Kontan.Co.Id.
- Ketamansiswaan, T. D. (2014). *Materi Kuliah Ketamansiswaan*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.
- Kurniasih, D. C., Wulandari, A. S., Fitriana, D. W., Sari, M. A., Pratiwi, W. S., & Lysander, M. A. S. (2024). Optimalisasi Penjualan dan Persewaan Berbasis Ketamansiswaan: Niteni, Niroke, Nambahi untuk Peningkatan Kestabilan Usaha di Era Digital. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(4), 2164–2172.
- Kurniawan, I. S., Lada, S. Bin, Nisa, A. F., Wahidah, U., & Megarani, S. (2024). Program Pengabdian untuk Optimalisasi Manajemen UMKM Berbasis Prinsip Asih di Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 517–524. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.1.4675>.
- Kurniawan, I. S., Wahidah, U., Lada, S. Bin, Nisa, A. F., & Megarani, S. (2024). Integration of Artificial Intelligence in Character-Based Education : Strengthening Teachers with the Tamansiswa Approach in Indonesian Schools Kota Kinabalu. *International Journal Of Community Service Integration*, 5(1), 57–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijcs.v5i1.267>.
- Limanseto, H. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>.
- Lutvianto, M., Yani, L., Iqbal, R. N. Q. M., Alexander, & Indraswari, N. M. (2024). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Berdasarkan Ajaran Ketamansiswaan “Konsep Tri-N” Ki Hadjar Dewantara untuk Meningkatkan Penjualan Dzaqeela Tas Batik Yogyakarta. *JAI: Journal Abdimas Indonesia*, 4(4), 2173–2179.
- Ningsih, N. M. W. P., Kusuma, P. S. A. J., Diva, A. A. I. M., & Wulandari, N. K. F. S. (2025). Pengembangan UMKM Kuliner Tradisional melalui Proses Produksi dan Inovasi Produk pada PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI*, 9(2), 372–379. <https://doi.org/https://doi.org/10.53769/jai.v4i4.1095>.
- Rusliani, H., Kurniyati, & Widia. (2023). Analisis Strategi Inovasi Berkelanjutan Pada UMKM Di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 114–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i2.700>.
- Trisharsiwi, Prihatni, Y., Karyaningsih, E. W., Hangestningsih, E. E., Sumiyati, Y., Susanto, R., Yasin, I., Wijayanto, Z., Setiawan, A. D., Majid, A. Al, Taryatman, Ballerina, T., Kartikasari, E., & Sudrajat, I. S. (2020). *Ketamansiswaan*. UST Press.
- Zakariya, M. N., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Lampu. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i1.626>.