



PENINGKATAN KAPASITAS BISNIS LINTAS NEGARA MELALUI PELATIHAN KULINER NUSANTARA DI MALAYSIA

Istiqomah¹; Lisa Agus Tina², Fenty Fauziah³, Ilmi Mu'min Musyrifin⁴, Dea Angraini Putri⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia

INFO NASKAH

Diserahkan

7 Mei 2026

Diterima

9 Mei 2026

Diterima dan Disetujui

30 Juni 2026

Kata Kunci:

Warisan Budaya, Kuliner Tradisional, Pelestarian Kuliner

Keywords:

Cultural Heritage, Traditional Culinary, Culinary Preservation

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkenalkan Nasi Kuning khas Kalimantan Timur kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Melaka Malaysia. Tim pengabdian melaksanakan program ini di Kampung Belimbing Dalam. Sasaran kegiatan berjumlah 16 peserta dari perwakilan Jawatan Kuasa Pembangunan dan Keselamatan Kampung, Jabatan Kemajuan Masyarakat, dan pelaku usaha setempat. Tim Pengabdian menggunakan metode sosialisasi dan pendampingan praktik langsung. Peserta mempraktikkan cara memasak dan menghitung estimasi biaya produksi. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat pemahaman peserta mencapai rata-rata 89,8%. Edukasi ini berhasil membekali peserta dengan keterampilan teknis dan pemetaan peluang bisnis kuliner baru. Kegiatan ini secara nyata membuka peluang kerja sama wirausaha lintas negara. Tim pengabdian merekomendasikan pendampingan pemasaran digital sebagai tindak lanjut program.

Abstract.

This community service activity aimed to introduce East Kalimantan's traditional Nasi Kuning to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Melaka, Malaysia. The program was conducted in Kampung Belimbing Dalam and involved 16 participants representing the Village Development and Security Committee, the Community Development Department, and local entrepreneurs. The service team employed socialization and hands-on mentoring methods to facilitate participants' understanding and practical skills. Participants were trained in the preparation of Nasi Kuning and guided in calculating estimated production costs. The evaluation results indicated that the participants achieved an average level of understanding of 89.8%. The program successfully equipped participants with technical culinary skills and enhanced their awareness of potential business opportunities in the food sector. Furthermore, the activity fostered opportunities for cross-border entrepreneurial collaboration between Indonesia and Malaysia. As a follow-up initiative, the service team recommends providing digital marketing assistance to support business development and market expansion.

1. PENDAHULUAN

Kegiatan “Introduction of East Kalimantan Nasi Kuning for Malaysian SMEs” merupakan salah satu upaya memperkenalkan kekayaan kuliner Indonesia kepada masyarakat internasional melalui pengenalan Nasi Kuning khas Kalimantan Timur kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Malaysia. Kegiatan ini dilaksanakan di Kampung Belimbing Dalam, Melaka, Malaysia, dengan melibatkan Jawatan Kuasa Pembangunan dan Keselamatan Kampung (JPKK), Jabatan Kemajuan Masyarakat (KEMAS), serta pelaku usaha setempat. Program ini dirancang tidak hanya untuk memperkenalkan produk kuliner khas Indonesia, tetapi juga untuk membuka peluang pengembangan usaha berbasis kuliner yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat.

Melaka merupakan salah satu pusat sejarah dan kebudayaan di Malaysia yang dikenal memiliki keragaman kuliner hasil perpaduan berbagai budaya. Kondisi tersebut menjadikan Melaka sebagai lokasi yang strategis untuk memperkenalkan kuliner khas dari daerah lain di kawasan Nusantara. Kampung Belimbing Dalam sebagai bagian dari wilayah Melaka memiliki masyarakat yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan dan pengembangan ekonomi lokal, sehingga berpotensi menjadi mitra yang tepat dalam pengembangan usaha kuliner berbasis budaya.

Salah satu kekayaan kuliner Indonesia yang memiliki potensi untuk diperkenalkan secara lebih luas adalah Nasi Kuning khas Kalimantan Timur. Di Kota Samarinda, Nasi Kuning telah menjadi bagian dari identitas kuliner masyarakat dan dikenal memiliki cita rasa khas yang berasal dari penggunaan rempah-rempah lokal serta variasi lauk pendamping yang beragam. Selain berfungsi sebagai makanan tradisional, Nasi Kuning juga memiliki nilai budaya yang erat kaitannya dengan simbol kemakmuran, rasa syukur, dan harapan akan kehidupan yang lebih baik. Warna kuning yang berasal dari kunyit melambangkan kemuliaan dan kesejahteraan dalam berbagai tradisi masyarakat Indonesia.

Makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi juga dapat menjadi media diplomasi budaya yang efektif. Konsep diplomasi kuliner (*culinary diplomacy*) mengacu pada pemanfaatan makanan dan tradisi kuliner sebagai sarana membangun pemahaman lintas budaya, memperkuat hubungan antar masyarakat, serta meningkatkan citra suatu bangsa di tingkat internasional. Menurut (Chapple-Sokol, 2013), diplomasi kuliner mampu menciptakan interaksi dan kerja sama antarbudaya melalui pengalaman bersama dalam menikmati makanan. Sementara itu, (Rockower, 2012) menjelaskan bahwa promosi kuliner merupakan bagian dari strategi diplomasi publik yang dapat memperkuat identitas budaya dan

meningkatkan pengenalan suatu negara di mata dunia. Dengan demikian, pengenalan Nasi Kuning Kalimantan Timur kepada masyarakat Malaysia dapat dipandang sebagai salah satu bentuk diplomasi budaya Indonesia melalui sektor kuliner.

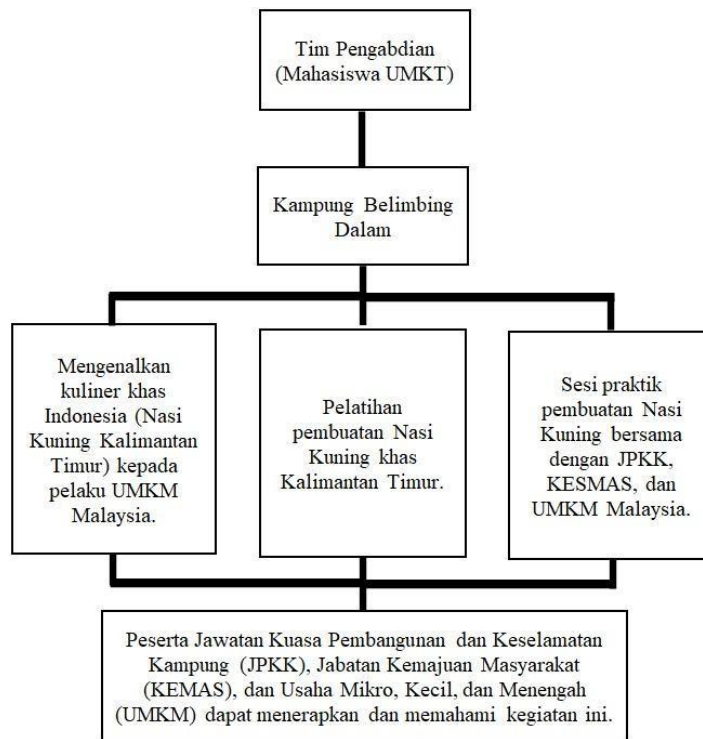
Selain memiliki nilai budaya, kuliner tradisional juga berpotensi menjadi sumber pengembangan ekonomi masyarakat. Sektor UMKM memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut (Tambunan, 2019), UMKM merupakan salah satu pilar utama pembangunan ekonomi karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dan mengembangkan potensi ekonomi lokal. Pemanfaatan produk kuliner berbasis kearifan lokal dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai tambah produk, memperluas peluang usaha, serta memperkuat daya saing pelaku usaha. Dalam konteks ini, pengenalan Nasi Kuning tidak hanya bertujuan memperkenalkan makanan khas Indonesia, tetapi juga memberikan alternatif peluang usaha bagi pelaku UMKM di Malaysia.

Perkembangan ekonomi global turut mendorong munculnya kewirausahaan lintas negara (*cross-border entrepreneurship*), yaitu aktivitas kewirausahaan yang melibatkan pertukaran pengetahuan, produk, dan jaringan bisnis antarnegara. (Drori et al., 2009) menjelaskan bahwa kewirausahaan lintas negara dapat menciptakan peluang ekonomi baru melalui kolaborasi antara individu atau komunitas yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Melalui pertukaran pengetahuan dan pengalaman, pelaku usaha dapat mengembangkan inovasi produk maupun strategi pemasaran yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, kegiatan pengenalan Nasi Kuning Kalimantan Timur kepada pelaku UMKM di Melaka tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi budaya, tetapi juga sebagai langkah awal dalam membangun kerja sama kewirausahaan berbasis kuliner antara Indonesia dan Malaysia.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan “Introduction of East Kalimantan Nasi Kuning for Malaysian SMEs” dilaksanakan untuk memperkenalkan kuliner khas Kalimantan Timur kepada masyarakat Malaysia sekaligus meningkatkan pemahaman peserta mengenai proses produksi, perhitungan biaya usaha, serta peluang pengembangan bisnis kuliner. Melalui kegiatan ini diharapkan tercipta peluang kolaborasi ekonomi dan kewirausahaan yang berkelanjutan antara pelaku usaha Indonesia dan Malaysia melalui pemanfaatan potensi kuliner tradisional sebagai sumber inovasi dan pengembangan usaha.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi dan pendampingan praktik. Program ini dilakukan pada tanggal 01 Mei 2025 di Balairaya Kampung Belimbing Dalam Melaka Malaysia. Sasaran peserta berjumlah 16 orang. Peserta meliputi perwakilan Jawatan Kuasa Pembangunan dan Keselamatan Kampung Jabatan Kemajuan Masyarakat dan pelaku UMKM setempat. Pelaksanaan kegiatan terbagi dalam tiga tahapan.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Tahap pertama adalah sesi Perkenalan dan Jejaring. penyelenggara membuka acara dengan menyapa 16 peserta dari JPJK KEMAS dan UMKM Malaysia. penyelenggara memfasilitasi aktivitas networking awal untuk membangun hubungan personal. Pada tahap ini juga dilakukan Pemaparan Keunggulan Produk. penyelenggara menjelaskan keunikan Nasi Kuning Kalimantan Timur. penyelenggara menjabarkan penggunaan rempah lokal yang membentuk cita rasa khas dan mempresentasikan nilai budaya dari hidangan tersebut. Penyelenggara juga menyoroti potensi Nasi Kuning untuk diterima di pasar Malaysia. Penyelenggara memotivasi peserta untuk mempertimbangkan hidangan ini sebagai peluang usaha baru.



Gambar 2. Perkenalan dan Jejaring

Tahap kedua adalah praktik pembuatan produk. Narasumber memandu peserta memasak Nasi Kuning bersama. Tahap ini dilakukan untuk memperdalam teknik memasak agar makanan yang dihasilkan otentik seperti di daerah asalnya. Tahap ketiga adalah diskusi interaktif. Narasumber memfasilitasi sesi tanya jawab. Narasumber mengajak peserta bertukar pikiran mengenai strategi pengembangan bisnis lintas negara. Narasumber merekam seluruh rangkaian kegiatan melalui dokumentasi.



Gambar 3. Praktik Pembuatan Produk

Tahap ketiga adalah diskusi interaktif. Narasumber memfasilitasi sesi tanya jawab. Narasumber mengajak peserta bertukar pikiran mengenai strategi pengembangan bisnis lintas negara. Narasumber merekam seluruh rangkaian kegiatan melalui dokumentasi. Pada tahap ini juga dilakukan penawaran kerja sama. Narasumber memaparkan peluang kolaborasi antara UMKM Kalimantan Timur dan UMKM Malaysia. Narasumber menjelaskan rencana kemitraan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengabdian ini berfokus pada pengembangan potensi ekonomi lokal. Pelatihan keterampilan kuliner dan manajemen bisnis dapat meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal (Buckner et al., 2021). Tim memperkenalkan produk sekaligus menonjolkan keuntungan bisnis bagi masyarakat Kampung Belimbing Dalam Melaka, Malaysia. Tim juga membangun hubungan erat dengan calon mitra di Malaysia. Interaksi langsung dan personal menjadi kunci utama dalam memperkuat jaringan kerjasama ini.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian mencatat tingkat partisipasi aktif dari 16 peserta. Peserta terdiri dari anggota Jawatan Kuasa Pembangunan dan Keselamatan Kampung, Jabatan Kemajuan Masyarakat, dan pelaku UMKM Malaysia. Seluruh peserta mempraktikkan langsung tahapan pembuatan Nasi Kuning khas Kalimantan Timur. Tim pengabdian mengukur antusiasme peserta melalui interaksi aktif saat sesi tanya jawab.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Pemahaman Peserta

No.	Indikator Penilaian	Tingkat Pemahaman
1	Pemahaman jenis bahan baku dan fungsi rempah lokal	92 persen
2	Penguasaan teknik memasak dan mengukus nasi kuning	88 persen
3	Pengetahuan nilai budaya dan filosofi kuliner Nusantara	85 persen
4	Kemampuan menghitung estimasi biaya produksi sesuai bahan lokal	90 persen
5	Pemetaan peluang penjualan dan strategi penyesuaian cita rasa	94 persen

Fokus kegiatan ini mengarah pada aspek pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial. Penelitian Putra et al. (2024) mengatakan kuliner berbasis komunitas telah menunjukkan potensi untuk mengangkat daerah-daerah dengan menciptakan sumber pendapatan berkelanjutan dan meningkatkan kondisi sosial. Sesi praktik memasak Nasi Kuning dirancang menjadi simulasi bisnis kuliner lintas negara. Tim pengabdian memandu peserta menghitung estimasi biaya produksi. Perhitungan ini menggunakan referensi harga bahan baku di wilayah Melaka. Peserta berdiskusi untuk merumuskan strategi penyesuaian cita rasa dengan lidah konsumen lokal. Pelaku UMKM memetakan peluang penjualan produk kuliner ini di gerai mereka masing-masing.



Gambar 4. Diskusi Penyesuaian Rasa

Pendekatan kewirausahaan ini memastikan keterampilan memasak memberikan dampak ekonomi yang nyata. Langkah ini menjadi fondasi awal untuk membangun kemitraan bisnis antara pelaku usaha Indonesia dan Malaysia. Pendekatan ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan potensi ekonomi kreatif melalui penguatan tata kelola usaha, peningkatan wawasan kewirausahaan, produktivitas, dan strategi pemasaran (Rahayu et al., 2022). Kuliner juga memainkan peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi dengan menjaga memori budaya, memperkuat identitas kolektif, dan mempromosikan rantai nilai yang berkelanjutan. Mengintegrasikan pengetahuan lokal dan partisipasi masyarakat ke dalam inisiatif kuliner memastikan keberlanjutan jangka panjang dan ketahanan ekonomi (Garcia & Araque, 2025).

4. SIMPULAN

Tim pengabdian mengenalkan Nasi Kuning khas Kalimantan Timur untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat desa setempat. Peserta meliputi anggota JP KK KEMAS dan pelaku UMK M Malaysia. Peserta mencatat tingkat pemahaman rata-rata 89,8 persen. Edukasi ini membekali peserta dengan keterampilan teknis memasak. Tim pengabdian memandu peserta menghitung biaya produksi. Peserta memetakan peluang penjualan Nasi Kuning sebagai menu baru di tempat usaha mereka. Kegiatan ini menciptakan peluang kerja sama bisnis kuliner lintas negara secara nyata.

DAFTAR PUSTAKA

Buckner, L., Carter, H., Crocombe, D., Kargbo, S., Korre, M., Bhar, S., Bhat, S., Chakraborty, D., Douglas, P., Gupta, M., Tsimpli, I., & Ray, S. (2021). "Bhavishya Shakti: Empowering the Future": Establishing and evaluating a pilot community mobile teaching kitchen as an innovative model, training marginalised women to become nutrition champions and culinary health educators in Kolkata, India. BMJ Nutrition

- Prevention and Health*, 4(2), 405–415. <https://doi.org/10.1136/bmjnph-2020-000181>
- Chapple-Sokol, S. (2013). *Culinary diplomacy: Breaking bread to win hearts and minds*. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(2), 161-183.
- Drori, I., Honig, B., & Wright, M. (2009). *Transnational entrepreneurship: An emergent field of study*. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(5), 1001-1022.
- Garcia, F. A. R., & Araque, W. O. A. (2025). *Systematic Review Of The Relationship Between Culinary Heritage And Economic, Social, And Environmental Sustainability*. *Scientific Culture*, 11(3.2), 76–90. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11322506>
- Putra, M. R., Amri, S., & Trie, H. (2024). *Evaluating Community Empowerment through Social Return on Investment (SROI) in Tambakharjo Village: A Case Study of PT Pertamina Patra Niaga Central Java Region Pujasera Energy Culinary Program at Aviation Fuel Terminal Ahmad Yani Semarang*. *15th International Conference on Advances in Computing Control and Telecommunication Technologies Act 2024*, 2, 2062–2072.
- Rahayu, E., Denik Risyanti, Y., Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, S., Kunci, K., Pengembangan, U., Kreatif, E., & Wisata Kuliner, S. (2022). *Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Wisata Kuliner Kampung Singkong*. *RESONA : Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 153–161. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/resona/article/view/1223>
- Rockower, P. S. (2012). *Recipes for gastrodiploamacy. Place Branding and Public Diplomacy*, 8(3), 235-246.
- Tambunan, T. (2019). *Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia*. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.