

PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA TAMAN KULINER GINTUNGAN YANG SEHAT DAN BERDAYA SAING

Mona Inayah Pratiwi¹,
Dewi Ari Ani,
Riva Mustika

monainayahpratiwi@unw.ac.id¹ Corresponding Author
deviariani1808@gmail.com,
rivamustika86@gmail.com

Artikel diterima: 6 Desember 2021

Artikel direvisi: 16 Desember 2021

Abstrak

Sejak Agustus 2020, Badan Usaha Milik Desa Gogik mendirikan UMKM Taman Kuliner Gintungan dan Kafe Oemah Rangkong. Usaha kuliner tersebut dikelola oleh masyarakat, karang taruna dan perangkat Desa Gogik. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu strategi pemasaran usaha kuliner yang masih menggunakan metode konvensional, penyajian makanan yang belum menarik dan belum sesuai prosedur penyajian, menu makanan yang kurang variatif dan masih menggunakan bahan makanan non organik serta pengelolaan manajemen keuangan yang masih konvensional. Tujuan dari pelatihan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola dan pelaku UMKM Taman Kuliner dalam mengembangkan usaha kuliner yang sehat dan berdaya saing tinggi. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa kegiatan pembimbingan, pembinaan dan monitoring. Dapat disimpulkan bahwa Pembinaan dan Pengembangan Usaha Taman Kuliner Gintungan yang Sehat dan Berdaya Saing di Kabupaten Semarang mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha kuliner dalam perencanaan dan pengelolaan pemasaran digital, pengelolaan manajemen keuangan usaha, menyajikan makanan yang menarik dengan memperhatikan hygiene sanitasi serta membuat variasi menu makanan dan minuman. Sehingga permasalahan yang dihadapi mitra dapat teratasi dan terselesaikan dengan baik.

Kata kunci: Kuliner sehat, pemasaran digital, manajemen keuangan, hygiene sanitasi

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil atau Menengah (UMKM) mampu memperbaiki perekonomian negara dari keterpurukan yang terjadi dengan menciptakan lapangan kerja baru. UMKM merupakan salah satu kekuatan yang mampu membangun perekonomian daerah dan meningkatkan PDB (Peningkatan Domestik Bruto). Salah satu bidang UMKM yang berkembang adalah usaha kuliner (Zaazou, 2021). Data Badan Pusat Statistik (BPS) dan

Bekraf menyatakan dari 15 sub sektor ekonomi kreatif tersebut, ada 3 sub sektor ekonomi kreatif yang memberikan sumbangan terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia antara lain kuliner, fashion, dan kerajinan. Subsektor kuliner berkontribusi Rp382 triliun atau 41,40% pada Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif tahun 2016

Sejak Agustus 2020, Badan Usaha Milik Desa Gogik mendirikan UMKM Taman Kuliner Gintungan dan Kafe Oemah Rangkong. Usaha kuliner tersebut dikelola oleh masyarakat,

karang taruna dan perangkat Desa Gogik. Taman Kuliner Gintungan terdiri dari 13 stan yang menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Hanya lima stan yang beroperasi setiap hari (Senin sampai dengan Minggu), sisanya hanya beroperasi pada weekend saja. Hal ini disebabkan masih sepi pengunjung di Taman Kuliner tersebut, terlebih kondisi pandemi yang tidak kunjung usai. Menurut hasil survei kami, para pedagang kuliner masih menerapkan proses penyajian, pemasaran, penjualan sampai dengan pembayaran dengan metode konvensional. Sangat disayangkan cara penyajian dan penataan (display) produk yang dijual sangat kurang menarik perhatian pengun-

jung. Penjual dan pelayan warung kulinernya pun masih kurang ramah dan menarik pembeli.

Kafe Oemah Rangkong yang berada di seberang Taman Kuliner Gintungan dikelola oleh Karang Taruna Desa Gogik. Kafe tersebut beroperasi setiap hari pada siang hari sampai dengan dini hari (bergantung pada reservasi pelanggan). Lokasi dan pemandangan Kafe Oemah Rangkong berpotensi untuk menjadi kafe idaman bagi kalangan muda yang kami rasa cukup instagram-able. Keragaman menu yang disajikan masih belum bervariasi, untuk transaksi pembayarannya pun masih menggunakan cash only. Pemasaran melalui social media juga belum dilakukan



Figure 1. Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan daya saing

oleh pengelola kafe yang terdiri dari mayoritas adik-adik karang taruna generasi millennial.

Berdasarkan hal tersebut, perangkat Desa Gogik menyadari perlunya pembinaan dalam pengelolaan dan pengembangan UMKM Taman Kuliner Gintungan dan Kafe Oemah Rangkong menjadi usaha kuliner sehat yang berdaya saing tinggi di Kabupaten Semarang

Permasalahan Mitra

Usaha Mikro Kecil atau Menengah (UMKM) Adapun permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra yaitu masih minimnya pengunjung atau pembeli yang datang ke taman kuliner dan kafe tersebut. Mitra juga ingin usaha kulinernya berdaya saing tinggi di wilayah Kabupaten Semarang. Dari permasalahan

utama tersebut, kami breakdown permasalahan-permasalahan yang menjadi perhatian kami untuk dapat mewujudkan harapan-harapan mitra yang belum terlaksana sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran usaha kuliner yang masih menggunakan metode konvensional yang belum menggunakan konsep digital marketing.
2. Sumber daya manusia yang ada masih belum menerapkan standard pelayanan dalam usaha food service. Penjual dan pelayan dirasa kurang ramah dan menarik pembeli.
3. Dalam hal penyajian (display) makanan masih belum menarik dan belum sesuai ketentuan prosedur penyajian food service.

4. Menu makanan yang kurang variatif dan penggunaan bahan makanan non organik juga menjadi perhatian kami dalam merumuskan permasalahan mitra.
5. Proses pembayaran juga masih menggunakan sistem konvensional serta manajemen keuangan yang masih belum terkelola dengan baik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu dengan melakukan pembimbingan, pembinaan serta monitoring dengan sasaran pengelola UMKM. Pembimbingan dilakukan dengan memberikan materi pemasaran digital, penyajian makanan dan pelayanan serta pengelolaan manajemen keuangan di Taman Kuliner Gintungan dan Kafe Oemah Rangkong. Indikator target pembimbingan ini adalah pengetahuan pengelola dalam pemasaran digital, peningkatan pelanggan dan layanan, penyajian makanan yang menarik dan manajemen keuangan yang baik.

Selanjutnya metode pembinaan kepada

pengelola UMKM dengan memberikan materi penyajian makanan dan membuat menu makanan sehat. Indikator target dari kegiatan ini adalah penyajian produk yang menarik, menu makanan sehat dan variatif. Monitoring yang dilakukan kepada pengelola UMKM terkait terlaksananya seluruh kegiatan yang sudah direncanakan dengan indikator target Taman Kuliner Gintungan dapat menjadi usaha kuliner sehat dan berdaya saing tinggi.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Digital marketing merupakan strategi pemasaran menggunakan alat, platform dan saluran online dan media digital sebagai sarannya. Berdasarkan survei yang dilakukan sejumlah pakar, digital dan content marketing lebih hemat biaya tiga kali lipat dibanding metode traditional marketing. Berbagai ragam digital marketing yang tersedia seperti website, search engine marketing, social media marketing, online advertising, email marketing serta video marketing (Manik Pratiwi, 2020).

Pengabdian kepada masyarakat kali ini kami



Figure 2. Tutorial membuat video marketing dengan aplikasi Capcut

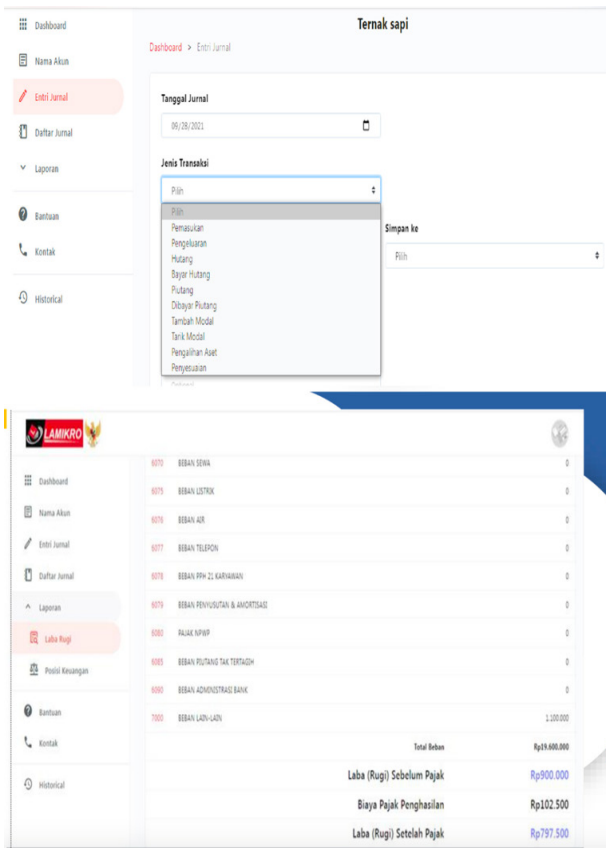


Figure 3. Tutorial membuat jurnal harian di LAMIKRO

melakukan pembinaan dengan memberikan tutorial pembuatan video marketing yang dapat meningkatkan branding bisnis kuliner serta mampu menjangkau target konsumen. Tutorial pembuatan video marketing dengan menggunakan aplikasi Capcut. Aplikasi ini tidak berbayar dan mudah digunakan oleh pengguna serta menghasilkan hasil video yang sangat baik. Selama ini promosi dari produk kuliner di Taman Kuliner Gintungan masih menggunakan traditional marketing seperti *word of mouth*.

Selain itu tim pengabdian juga memberikan pembinaan terkait optimasi digital marketing dalam hal membuat website bisnis yang menarik dan menganalisa data digital atau tren analisis menggunakan Google Trends untuk bisa menentukan kata kunci yang akan digunakan dalam digital marketing. Adapun strategi optimasi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha kuliner di Taman Kuliner Gintungan dan Cafe Omah Rangkong yaitu:

- a. Membuat website yang merupakan pusat kegiatan bisnis online yang dibangun, tidak hanya sebagai identitas namun juga untuk membangun reputasi online

- b. Menggunakan teknik SEO yang jitu yang bertujuan untuk membuat website muncul di peringkat atas Google, mulai dari riset keyword dan optimasi agar website mobile friendly.
- c. Menjalankan social media marketing, mulai dari riset audiens, pembuatan konten yang menarik hingga merencanakan iklan yang tepat.
- d. Membuat akun Google Business yang berperan dalam pencarian lokal melalui Google Maps agar mendatangkan pengunjung.
- e. Bekerjasama dengan influencer seperti food blogger atau food hunter.

Materi kedua diisi anggota tim yang menjelaskan terkait pengelolaan manajemen keuangan dengan memberikan pembimbingan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi LAMIKRO

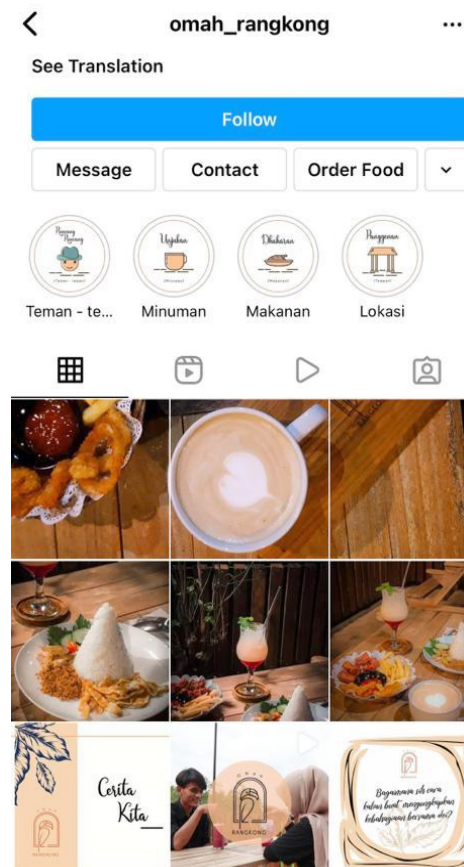


Figure 3. Konten social media Cafe Omah Rangkong setelah pembinaan

(Laporan Akuntansi Usaha Mikro). Pada sesi ini para peserta pelatihan mampu menentukan dan mengelompokkan jenis-jenis transaksi dari usaha yang dijalankan sebagai berikut:

- a. Harga pokok produksi yang terdiri dari harga pokok bahan untuk menu makanan dan minuman
- b. Perlengkapan seperti tisu, se-dotan, sabun cuci piring dan lainnya
- c. Gaji karyawan, biaya listrik/air serta penjualan

Peserta juga dibekali dengan pelatihan membuat jurnal harian sederhana yang mencakup pemasukan dan pengeluaran dari berbagai jenis transaksi seperti harga pokok produksi, penjualan, biaya listrik/air, perlengkapan dan sebagainya. Selain itu peserta juga dijelaskan terkait pembuatan buku besar dan laporan laba rugi.

Tim pengabdian memberikan tutorial dalam membuat jurnal harian menggunakan aplikasi LAMIKRO (Laporan Akuntansi Usaha Mikro). Pada aplikasi tersebut, pelaku usaha dimudahkan dengan menu atau tampilan yang sederhana sehingga dapat dengan mudah membuat jurnal harian dari setiap transaksi keuangan yang terjadi setiap hari. Aplikasi tersebut secara otomatis akan memberikan laporan berupa buku besar, laporan laba rugi serta laporan posisi keuangan, sehingga pelaku usaha dapat mengunduh laporan tersebut di akhir periode berjalan.

Materi ketiga atau sesi terakhir diisi anggota tim yang menjelaskan terkait higiene sanitasi makanan dan usaha kuliner sehat. Tim pengabdian memberikan pelatihan penyajian makanan yang sesuai dengan prosedur serta pembuatan menu makanan yang sehat dan variatif. Dalam sesi pelatihan ini mencakup beberapa materi dan praktik sebagai berikut:

- a. Pemilihan bahan baku makanan, yang terbebas dari kerusakan dan pencemaran serta kontaminasi terhadap makanan.
- b. Penyimpanan bahan makanan yang terdiri dari berbagai cara seperti penyimpanan sejuk (cooling), penyimpanan dingin (chilling), penyimpanan dingin sekali (freezing) dan penyimpanan beku (frozen) (Sumbayak, 2021)
- c. Pengolahan makanan berdasarkan per-

syarat Kepmenkes No. 942/Menkes/SK/VII/2003 tentang Persyaratan Hygiene Sanitasi Makanan Jajanan.

- d. Penyimpanan makanan untuk mencegah pertumbuhan dan berkembangnya bakteri, mengawetkan makanan dan mencegah serangan hama.
- e. Pengangkutan makanan untuk mencegah terjadinya pencemaran makanan. Pencemaran pada makanan masak lebih tinggi resikonya daripada pencemaran bahan makanan.
- f. Penyajian atau pengemasan makanan yang menarik untuk memberikan nilai tambah dalam menarik pelanggan namun tetap memperhatikan kaidah keamanan pangan.

Selain itu, tim pengabdian juga membina para peserta untuk membuat variasi menu makanan dan minuman dengan membuat siklus menu secara berkala yaitu setiap bulan atau tiga bulan serta membuat siklus minuman secara berkala yaitu setiap minggu atau setiap bulan

Peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam hal ini pelaku usaha kuliner di Taman Kuliner Gintungan dan Cafe Omah Rangkong tercapai dengan kegiatan Pembinaan dan Pengembangan Usaha Taman Kuliner Gintungan yang Sehat dan Berdaya Saing di Kabupaten Semarang. Pembinaan dan Pengembangan Usaha Taman Kuliner Gintungan yang Sehat dan Berdaya Saing di Kabupaten Semarang sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha kuliner terutama dalam beberapa hal sebagai berikut:

- a. Meningkatkan branding bisnis kuliner serta mampu menjangkau target konsumen. Salah satunya dengan membuat konten video marketing yang menarik yang dapat dibuat menggunakan aplikasi Capcut.
- b. Memberikan pembinaan terkait optimasi digital marketing dalam hal membuat website bisnis yang menarik dan menganalisa data digital atau tren analisis menggunakan Google Trends untuk bisa menentukan kata kunci yang akan digunakan dalam digital marketing.
- c. Pengelolaan manajemen keuangan dengan memberikan pembimbing-

gan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi LAMIKRO (Laporan Akuntansi Usaha Mikro).

- d. Pelatihan penyajian makanan yang sesuai dengan prosedur serta pembuatan menu makanan yang sehat dan variatif.

Di akhir kegiatan monitoring dan evaluasi, tim pengabdian kepada masyarakat merasa bahagia karena umpan balik yang ditunjukkan oleh peserta yaitu pelaku usaha kuliner dapat menerima dengan baik materi serta pelatihan yang diberikan yang ditunjukkan dari antusias peserta yang melakukan praktik langsung, peningkatan pengetahuan pelaku usaha serta hasil dari kuesioner yang dibagikan oleh tim pengabdian. Secara keseluruhan, pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini telah terlaksana dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat maka dapat disimpulkan bahwa Pembinaan dan Pengembangan Usaha Taman Kuliner Gintungan yang Sehat dan Berdaya Saing di Kabupaten Semarang mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha kuliner dalam perencanaan dan pengelolaan pemasaran digital, pengelolaan manajemen keuangan usaha, menyajikan makanan yang menarik dengan memperhatikan hygiene sanitasi serta membuat variasi menu makanan dan minuman. Sehingga permasalahan yang dihadapi mitra seperti strategi pemasaran usaha kuliner yang masih

menggunakan metode konvensional, penyajian makanan yang belum menarik dan belum sesuai prosedur penyajian, menu makanan yang kurang variatif dan masih menggunakan bahan makanan non organik serta pengelolaan manajemen keuangan yang masih konvensional dapat teratasi dan terselesaikan dengan baik.

REFERENCES

- Manik Pratiwi, A. A. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>
- Peraturan Menteri Kesehatan No. 942/Menkes/SK/VII/2003 tentang Persyaratan Hygiene Sanitasi Makanan Jajanan.
- Soemantri. (2012). *Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. November, 2.
- Sumbayak MP, Kahar IA, Silitonga E. Evaluasi Hygiene Makanan Jajanan Siswa Sekolah Dasar Negeri 064972 Kota Medan tahun 2020. *Journal Of Helathcare Technology and Medicine Vol 7 No 1 April 2021*.
- Zaazou, Z. A., & Salman Abdou, D. (2021). Egyptian small and medium sized enterprises' battle against COVID-19 pandemic: March – July 2020. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jhass-09-2020-0161>