

STRATEGI MEMBANGUN BISNIS UMKM “SATE BEBEK HJ. SITI” KULINER KHAS CILEGON

SITI HAILATUL FIKRIYAH^{a,1}, MOH.YUDDY YUDAWIRAWAN^{b1}, NELLY BUDIYARTI^{c,1},
SUTANDIJO^{d1}, DEWI RANI GUSTIASARI^{e1}

^{a,b,c,d,e} Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang*

¹dosen01239@unpam.ac.id; ²yudayuddy@gmail.com; ³nellybudyarti@gmail.com;

⁴dosen01892@unpam.ac.id; ⁵dosen01148@unpam.ac.id

* Siti Hailatul Fikriyah

Email; dosen01239@unpam.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 masih belum berakhir, banyak karyawan yang akhirnya dirumahkan akibat ekonomi yang tidak stabil. Hal itu tentunya membuat sebagian orang harus berpikir keras untuk tetap bertahan hidup, terutama dengan kondisi ekonomi yang sulit. Salah satunya adalah dengan membuka usaha sendiri atau wirausaha. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di Yayasan Al – Kamilah, Depok, Jawa Barat. Tujuan diadakannya PKM ini adalah berbagi wawasan seputar bisnis kuliner kepada para santri di yayasan tersebut. Metode PKM yang digunakan adalah memberikan materi presentasi mengenai cara memulai bisnis kuliner, teknik pemasaran, hingga tata cara pengelolaan keuangannya dan juga metode kepustakaan. Hasil yang didapat dengan adanya PKM ini adalah menambah pengetahuan santri mengenai bisnis kuliner, khususnya kuliner daerah Cilegon yang belum diketahui banyak orang. Setelah mengikuti PKM ini, para santri menjadi antusias untuk menjadi seorang pengusaha kuliner.

Kata Kunci: UMKM; Bisnis kuliner; Teknik marketing; Pengelolaan keuangan

Abstract

The Covid-19 pandemic is still not over, many employees are finally laid off due to an unstable economy. This of course makes some people have to think hard to survive, especially with difficult economic conditions. One of them is to open your own business or entrepreneurship. This Community Service was carried out at the Al – Kamilah Foundation, Depok, West Java. The purpose of holding this PKM is to share insights about the culinary business with the students at the foundation. The PKM method used is to provide presentation materials on how to start a culinary business, marketing techniques, to financial management procedures. The results obtained by the existence of this PKM are to increase the knowledge of students about the culinary business, especially the culinary area of Cilegon which is not yet known by many people. After participating in this PKM, the students became enthusiastic about becoming culinary entrepreneurs.

Keywords: UMKM; Culinary business; Marketing techniques; Financial management

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh wilayah di dunia berdampak pada berbagai sektor, tak terkecuali sektor kuliner. Banyak pebisnis kuliner dan pemilik restoran di dunia terpaksa menutup usahanya untuk sementara waktu, dan tak sedikit yang mengalami kebangkrutan.

Di masa pandemi, bisnis kuliner jadi salah satu jenis usaha yang cukup populer. Meraih peluang tersebut tentu saja akan menghadirkan dampak baik untuk mengembangkan usaha yang telah jalan beberapa tahun ke belakang. Popularitas jenis usaha satu ini bisa hadir salah satunya karena dianggap sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan hidup esensial masyarakat di tengah keterbatasan ruang gerak masyarakat untuk bersosialisasi.

Dalam pengabdian kepada masyarakat kali ini, kelompok kami akan membahas mengenai “Strategi Membangun Bisnis UMKM Sate Bebek Hj. Siti Kuliner Khas Cilegon” yang diadakan di Yayasan Al – Kamilah, Depok Jawa Barat. Di sini kami akan memberikan presentasi mengenai cara membangun bisnis kuliner di masa pandemi, sehingga bisa dijadikan peluang usaha yang menjanjikan.

Tujuan diadakannya PKM ini adalah untuk memberikan edukasi kepada para peserta mengenai cara memulai bisnis di

tengah masa pandemi. Selain itu juga membahas mulai dari persiapan menu apa saja yang akan dijual, pemilihan tempat, pengaturan harga jual, serta target pasar kuliner dan juga pengelolaan keuangan usaha tersebut. Diharapkan dengan diadakannya kegiatan PKM ini, dapat memberikan wawasan dan ide kreatif kepada santri di Yayasan Al - Kamilah, sehingga kelak mereka bisa menjadi pengusaha sukses di bidang kuliner.

Pandemi Covid-19 yang sudah melanda sejak tahun lalu sangat berdampak besar bagi kehidupan manusia. Tidak hanya mempengaruhi masalah kesehatan, namun, pandemi turut mengguncang berbagai sektor industri dan bisnis dengan salah satu yang berdampak paling besar adalah usaha kuliner atau *Food & Beverage*, (Muliawan & Pradnyanita, 2021).

Di tengah pandemi yang belum juga berakhir, para pelaku usaha terus berupaya bangkit dari keterpurukan. Untuk menghadapi segala macam tantangan yang ada, mereka dituntut untuk lebih kreatif dengan lebih memaksimalkan strategi marketing baik penjualan melalui *online* maupun *offline*.

Pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam

peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah (Azqiara, 2019).

Menurut Rudjito (2003) berpendapat bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Anggraeni, 2013).

Menurut Kotler (Kharisma, 2016) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain. Definisi lain dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) dalam Murdiono (2014) bahwa pemasaran secara lebih luas, yaitu suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yg mereka butuhkan dan mereka

inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Dengan banyaknya pelanggan yang memilih untuk menggunakan berbagai bentuk teknologi ketika mencari dan memesan makanan, bagaimana melakukan strategi pemasaran pun juga harus berubah. Terlebih lagi, usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang paling banyak diminati saat ini.

Untuk dapat bertahan dan berkembang di pasar kuliner saat ini dengan banyaknya pemain dan tingkat persaingan yang tinggi, diperlukan strategi pemasaran yang komprehensif yang juga akan memberikan dampak yang tinggi yang sesuai dengan pola perilaku pelanggan saat ini. Dengan strategi pemasaran yang sesuai, dapat dibangun identitas *brand*, meningkatkan kesadaran (*awareness*), memperluas dan memperkuat jangkauan, mendorong keterlibatan pelanggan, serta memperbanyak pelanggan dan transaksi pada akhirnya (Purbaya, 2019).

Berikut beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk usaha kuliner: mendaftarkan platform pencarian restoran, memanfaatkan SEO, membentuk *review* yang baik, menggunakan media sosial, pasang iklan di Facebook & Google, bekerjasama dengan Ekspedisi, mengirimkan *E-mail Newsletter* ke perusahaan atau personal (Hamidah dkk., 2019).

PROSEDUR

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bertempat di Yayasan Al Kamilah, Depok Jawa Barat. Target Adapun target dari kegiatan ini adalah para santri di Yayasan Al Kamilah. Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode penyuluhan dan pelatihan dengan memberikan materi presentasi berupa pengetahuan seputar bisnis kuliner, mulai dari proses pengenalan bisnis, teknik pemasaran, hingga pengelolaan keuangan. Prosedur dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah menyampaikan materi PKM dan selanjutnya diadakan tanya jawab kepada para peserta.



Gambar 1. Pemaparan materi oleh narasumber

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh para dosen Universitas Pamulang setiap semester. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat di

sekitar kampus. Diharapkan dengan ada kegiatan ini, menarik minat masyarakat setempat untuk melanjutkan pendidikan di Universitas Pamulang.

Hasil yang kami peroleh dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah bahwasanya kami mendapat pengalaman baru mengenai para peserta pelatihan di Yayasan Al Kamilah.

Dengan mengetahui latar belakang para peserta yang merupakan peserta didik, maka kami sebagai tim penyelenggara PKM dapat menentukan apa yang harus kami paparkan dalam seminar dan pelatihan tersebut.

Para peserta yang merupakan peserta didik di Yayasan Al Kamilah yang mana mereka belajar berbagai macam pelatihan keterampilan. Dengan bekal keterampilan yang dimiliki oleh para siswa/siswi di Yayasan Al Kamilah, sebetulnya itu sudah menjadi modal mereka untuk memiliki usaha sendiri. Mereka hanya tinggal mengembangkan ilmu yang telah mereka peroleh untuk selanjutnya dijadikan ide dalam memulai suatu bisnis.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada para peserta agar mereka siap terjun ke masyarakat selepas mereka menempuh pendidikan di Yayasan Al - Kamilah. Diharapkan dengan bekal keterampilan yang

dimiliki dan didukung dengan pengetahuan berbisnis yang handal, mereka dapat menciptakan peluang usaha yang dapat membuka peluang kerja untuk orang banyak atau dengan kata lain mereka bisa menjadi seorang *entrepreneurship*.

Pembahasan materi ini meliputi strategi membangun bisnis kuliner, yaitu dengan menetapkan bisnis jenis bisnis yang diinginkan, survey pasar dan potensi bisnis, modal awal, lokasi usaha yang strategis, menu andalan, pemasok bahan baku, sumber daya manusia yang digunakan, target dan promosi, izin usaha, dan pencatatan atau pembukuan keuangan.

Adapun strategi pemasaran terbaik untuk usaha kuliner yaitu: mendaftar *Platform* pencarian restoran, memanfaatkan *Search Engine Optimization (SEO)*, membentuk review yang baik, menggunakan media sosial, pasang iklan di media sosial, kerjasama dengan ekspedisi, mengirimkan *E-mail Newsletter* ke perusahaan-perusahaan.



Gambar 2. Foto Bersama Selepas Acara

KESIMPULAN

Kehadiran UMKM memang sangat penting di tengah masyarakat. Dengan adanya UMKM, dapat membuka peluang usaha yang dapat menyerap tenaga kerja yang tidak terserap oleh industri. Sudah seharusnya jika Anda pemilik bisnis untuk mempelajari berbagai macam strategi untuk dapat bertahan menghadapi situasi apapun, salah satunya pandemi Covid – 19 seperti yang terjadi dua tahun belakangan.

Kreativitas menjadi suatu keahlian yang harus dimiliki oleh seorang wiraswasta agar usaha yang dijalankan tidak diam di tempat, apalagi sampai gulung tikar. Seorang pengusaha UMKM, harus putar otak dalam menyiasati situasi darurat. Sehingga usaha yang dijalankan bisa terus bertahan.

Strategi pemasaran produk yang dan terencana dengan susunan yang tepat bisa membuat berbagai aktivitas marketing berjalan dengan lebih efektif. Hal ini tidak menutup kemungkinan juga pada sebuah UMKM akan berkembang dengan cukup pesat.

Dengan diadakannya PKM ini, maka saran untuk pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut: perlu adanya dukungan dari pemerintah setempat agar UMKM tetap berjalan di tengah situasi

pandemic Covid – 19, serta perlu adanya bantuan dari pihak terkait, misalkan bank, agar memberikan kredit yang dapat membantu modal UMKM dan juga

memberikan keringanan bunga bank, sehingga para pengusaha UMKM terbantu.

REFERENSI

- Anggraeni, F. D. (2013). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha" Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Azqiara. (2019). *Pengertian UMKM Secara Umum dan Menurut Para Ahli Lengkap*. ID Pengertian. Diunduh tanggal 28 September 2019 <https://www.idpengertian.com/pengertian-umkm-secara-umum-dan-menurutpara-ahli-lengkap/#Rudjito>
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series* (Vol. 2, No. 1, pp. 345-349).
- Kharisma, dkk. (2016). *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI*. (Bandung: Jurnal Tidak Diterbitkan)
- Muliawan, K. D., & Pradnyanita, S. I. (2021). Analisa teknik fotografi dalam tren food photography. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 40-46.
- Murdiono. (2014). Usaha Jamur Crispy Kriuk. *Jurnal PKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Jakarta*.
- Purbaya, Angling Andhitya. (2019). Masalah UMKM di RI: Minim Melek Teknologi hingga Sulit Akses Modal. *Detik Finance*. Diakses tanggal 28 September 2019 dari <https://m.detik.com>
- Rudjito. (2003). *Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis*, dalam Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkuat ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI.