

## PENGEMBANGAN UKM WARUNG MAKAN “NDELIK” PINANG

Dewi Astuti Herawati<sup>1</sup>, D. Andang Arif Wibawa<sup>2</sup>, G. Prima Indra Budianto<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Prodi S1 Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Setia Budi Surakarta

<sup>2</sup>Prodi D4 Analis Kesehatan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Setia Budi Surakarta

\*E-mail: dewitkusb@gmail.com

### ABSTRAK

Program pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan pendapatan Mitra UKM Warung Makan “Ndelik” dengan masakan utama aneka mie, bihun, goreng dan rebus serta nasi goreng. Usaha peningkatan pendapatan melalui sarana promosi, meningkatkan tingkat penjualan melalui optimalisasi dan intensifikasi pemasaran *online* dan *offline*. Pemasaran yang baik harus diikuti dengan meningkatnya kualitas dan kuantitas produk. Peningkatan kualitas produk pada Mitra dilakukan melalui introduksi teknologi dalam proses memasak sehingga dapat mendukung pemasaran. Peningkatan kuantitas secara *offline* pada Mitra dengan perbaikan tempat (*display*) warung makan sehingga menarik dan meningkatkan minat beli konsumen. Metode dilakukan dengan pendekatan observasi, wawancara, diskusi, pelatihan sistem serta melengkapi peralatan yang belum ada untuk mendukung percepatan proses produksi, dan pendampingan. Pendampingan dilakukan pada Mitra agar usahanya berkelanjutan dan meningkatkan pendapatan pengusaha tersebut. Berdasarkan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berguna sekali bagi pengembangan Mitra. Mitra mendapatkan pengetahuan baru tentang mengelola usaha kuliner, khususnya pengelolaan manajemen keuangan. Mitra dapat meningkatkan kapasitas produksi dan penghasilannya.

**Kata kunci** : warung makan, kuliner, produk, *online*

### ABSTRACT

*This service program generally aims to increase the income of Mitra Warung UKM "Ndelik" with main dishes of various noodles, vermicelli, fried and boiled and fried rice. Efforts to increase revenue through means of promotion, increase sales levels through optimization and intensification of online and offline marketing. Good marketing must be followed by increasing the quality and quantity of the product. Product quality improvement for Partners is carried out through the introduction of technology in the cooking process so that it can support marketing. Increasing the quantity offline with Partners by improving the display of food stalls to attract and increase consumer buying interest. The method is done by observation, interview, discussion, system training and completing equipment that does not yet exist to support the acceleration of the production process, and assistance. Assistance is carried out to Partners so that the business is sustainable and increases the income of the entrepreneur. Based on the program of community service activities that have been carried out it can be concluded that this activity is very useful for the development of Partners. Partners get new knowledge about managing culinary businesses, specifically the management of financial management. Partners can increase their production capacity and income. Based on the program of community service activities that have been carried out it can be concluded that this activity is very useful for the development of Partners. Partners get new knowledge about managing culinary businesses, specifically the management of financial management. Partners can increase their production capacity and income.*

**Keywords** : food stalls, culinary, products, *online*

### PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang penting dalam mewujudkan Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur. Ekonomi ini digerakkan

oleh sumber daya terbarukan dan tersedia secara berlimpah di Indonesia, yaitu sumber daya manusia kreatif dalam jumlah besar, sumber daya alam terbarukan yang berlimpah, dan sumber warisan budaya yang unik dan beragam. Ketiganya menjadi kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan (Ramadhan, D. R. 2017).

Kuliner sebagai salah satu dari lima belas subsektor di dalam ekonomi kreatif, merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsure kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan citarasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen. Saat ini masih ada masalah-masalah yang menghambat pertumbuhan industri kuliner di Indonesia, termasuk di dalamnya jumlah dan kualitas orang kreatif yang masih belum optimal, ketersediaan sumber daya alam yang belum teridentifikasi dengan baik, keseimbangan perlindungan dan pemanfaatan sumber daya budaya, minimnya ketersediaan pembiayaan bagi orang-orang kreatif, pemanfaatan pasar yang belum optimal, ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif serta kelembagaan dan iklim usaha yang belum sempurna ( Wilantara, R. F dkk, 2016 ).

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS kuliner memberikan kontribusi sebesar 33% terhadap total PDB Industri Kreatif. Nilai ini merupakan yang terbesar dibandingkan kontribusi subsektor lainnya. Laju pertumbuhan unit usaha, kuliner memiliki nilai rata-rata pertumbuhan (1.48%) yang berada di atas nilai rata-rata industri kreatif (0.98%) dan nasional (1.05%). Lazuardi, M (2019) menyampaikan laju pertumbuhan unit usaha ini tidak sebanding dengan laju pertumbuhan tenaga kerja subsector kuliner (0.26%) yang justru berada jauh di bawah rata-rata pertumbuhan tenaga kerja industri kreatif (1.09%) maupun nasional (0.79%), kondisi ini menunjukkan bahwa unit usaha yang tumbuhan memang berada pada tingkat kecil dan menengah yang tidak menyerap banyak tenaga kerja.

Mitra adalah pengusaha warung makan aneka nasi dan bakmie Warung makan dinamakan “Ndelik” Pinang nama warung ini diambil dari kata “ndelik” yang berarti di tempat yang tersembunyi di dalam perkampungan Baron Gedhe RT 02 RW 02 Kalurahan Panularan Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Warung didirikan dan dikelola keluarga dan dibantu anaknya dengan pendidikan terakhir SMU. Pengelolaan usaha ini masih sangat sederhana, yang merupakan usaha sampingan untuk membantu menopang perekonomian keluarga, dimana pada pagi hari mengelola parkir. Warung makan ini dibuka di dalam rumah yang sangat sederhana dengan peralatan rumah tangga yang seadanya dan tidak memiliki tempat dan *display* untuk memperlihatkan dagangannya. Usaha untuk menarik pembeli pengusaha ini sudah mendaftarkan dagangannya secara online di Go-Jek. Warung makan ini dibuka melalui aplikasi Go-Jek dari pukul 15.00 sampai dengan 04.00 dini hari. Masakan berupa aneka mie, bihun, nasi goreng, dan minuman serta beberapa lauk. Omset penjualannya 150.000 sampai dengan 200.000 per hari. Penjualan *online* telah berjalan kurang lebih 3 bulan, sejak September 2019 dan sudah

memiliki beberapa pelanggan. Penjualan *offline* sangat kurang ini disebabkan warung makan ini tidak terlihat sebagai warung makan karena belum memiliki tempat untuk memperlihatkan dagangannya. Pemasaran secara *offline* hanya terbatas tetangga dan antar teman. Pemasaran secara *online* dengan berbagai gambar yang sangat sederhana, belum dilakukan secara intensif, mengingat usaha ini sebagai usaha sampingan. Berdasar diskusi dengan Mitra, diperlukan peralatan berupa wajan sebagai tempat untuk membuat nasi goreng maupun bakmi dan wajan anti lengket (Teflon) untuk membuat telur dadar maupun telur ceplok agar hasil masakannya cepat dan bagus penampilannya. Peralatan *display* diperlukan berupa lemari kaca untuk memperlihatkan dagangannya, Kursi maupun meja untuk para pembeli maupun *driver* Go-jek yang menunggu proses menyiapkan pesanan melalui Gofood. Tampilan yang menarik diperlukan berupa daftar menu yang dijual berikut harganya.

Berdasar analisis situasi maka program pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk memberdayakan Mitra dalam meningkatkan penghasilan melalui peningkatan promosi pemasaran, penataan manajemen keuangan, peningkatan kuantitas (jumlah) dengan penambahan peralatan, dan peningkatan kualitas produk.

Berdasarkan uraian di atas ditemukan masalah utama Mitra adalah adanya kelemahan / kekurangan pemasaran *offline* terbatas antar teman dan tetangga disebabkan tempat penjualan yang sangat terbatas seadanya dan tidak representative sebagai sebuah warung makan. Pemasaran online masih belum memuaskan, foto dan produk yang ditawarkan belum seluruhnya ditampilkan sehingga kurang menarik. Peralatan proses produksi yang terbatas dan sistem manajemen keuangan masih sangat sederhana bahkan belum ada.

Pengabdian ini dilakukan dengan pertimbangan Mitra telah berkontribusi dalam perencanaan program ini memberikan informasi dengan baik. Mitra dapat bekerjasama dengan baik mempunyai pemikiran maju dan dapat menerima masukan. Mitra bersedia terlibat dalam pelaksanaan menyumbangkan tenaga dalam pembuatan produk, ikut serta dalam mempersiapkan tempat. Mitra juga bersedia terlibat dalam evaluasi hasil pelaksanaan, memonitor jalannya proses dan pengukuran unjuk kerja. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini juga seiring dengan program penelitian maupun pengabdian pada program sub unggulan Pengentasan kemiskinan (Pengembangan UMKM dan Kewirausahaan) yang tercantum dalam Rencana Induk Penelitian (RIP) LPPM Universitas Setia Budi.

## **METODE**

Metode yang dilakukan Tim pengabdian masyarakat diawali dengan melakukan identifikasi dan observasi masalah Mitra. Mitra merupakan pengusaha warung makan aneka nasi dan bakmie yang dimiliki oleh sebuah keluarga yang bertempat di Baron Gedhe Rt 02 RW 02 Kalurahan Panularan

Kecamatan Laweyan. Omzet penjualan per hari Rp 150.000,00 sampai dengan Rp 200.000,00. Hasil identifikasi dan observasi masalah mitra adalah sebagai berikut ditampilkan dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan**

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan
<p><b>Proses produksi:</b>  <b>Mitra :</b>                      Peralatan memasak yang sangat minin</p> <p><b>Managemen:</b>                      Mitra menemui masalah terkait belum adanya managemen keuangan, keuangan belum dikelola dengan baik, belum ada buku besar dan buku kecil. Pengelolaan <i>cash-flow</i> belum tercatat.</p> <p><b>Pemasaran:</b>                      Permintaan pasar tinggi, masih terbatas promosinya. Promosi belum optimal dan efektif baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>.</p>	<p><b>Proses produksi:</b>  <b>Mitra :</b>                      Menyediakan peralatan memasak yang memadai berupa alat pengorengan (wajan anti lengket dan peralatan pembantu lainnya )</p> <p><b>Managemen:</b>                      Ada pelatihan managemen keuangan sederhana, melalui pemberian buku besar dan buku kecil dan pengelolaan <i>cash-flow</i>.</p> <p><b>Pemasaran</b>                      Optimalisasi dan mengintensifkan promosi secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>. Promosi <i>offline</i> dengan memperbaiki <i>display</i> tempat penjualan, promosi <i>online</i> menambah foto produk sehingga lebih menarik. pembuatan dan distribusi brosur ke berbagai kalangan</p>

Kondisi warung makan Mitra sangat sederhana dan seadanya diperlihatkan dalam Gambar 1. Warung makan tidak representatif karena hanya terlihat papan nama tetapi tidak menampilkan etalase dan menu masakan sehingga pembeli kurang tertarik. Konsumen malas untuk mencari tahu ataupun bertanya sehingga menurunkan minat untuk membeli.



**Gambar 1. Tempat berjualan Mitra warung makan “Ndelik” dan Pemasaran**

### **Online Mitra melalui aplikasi Go-jek**

Pemasaran *online* Mitra melalui aplikasi Go-jek ( go-food ) dapat dilihat pada Gambar 2. Tampilan tersebut belum memperlihatkan foto produk yang ditawarkan secara keseluruhan, tampilan tersebut kurang menarik.

## **HASIL**

Berdasarkan permasalahan tersebut maka hasil kegiatan pengabdian ini berupa :

### **1. Perbaikan Proses**

Perbaikan proses produksi Mitra melalui penambahan peralatan. Peralatan tersebut berupa wajan untuk memasak bakmie maupun nasi goreng, wajan anti lengket untuk membuat telur ceplok maupun telur dadar. Peralatan pembantu pengorengan lainnya. Gambar 2 menunjukkan serah terima alat masak.



( Sumber : Koleksi Pribadi, 2019 )

**Gambar 2. Serah Terima Alat masak kepada Mitra**

### **2. Pemasaran**

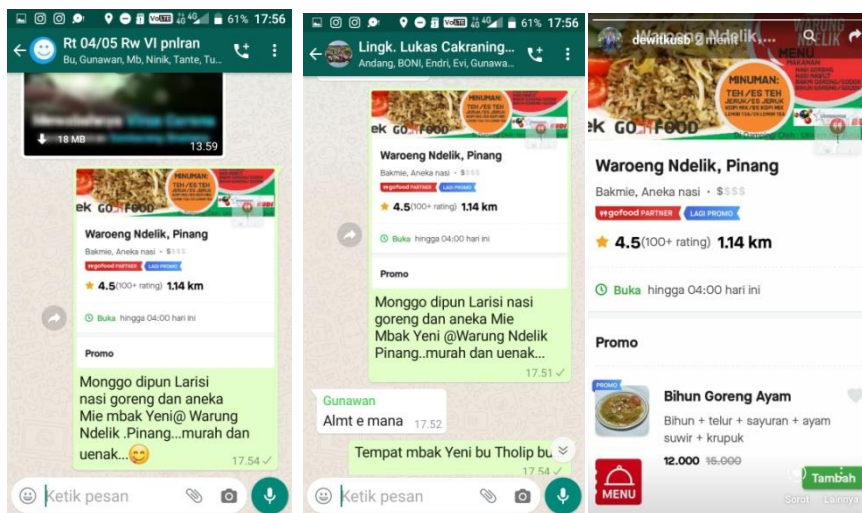
Tim Pengabdian masyarakat telah melakukan pemesanan display dagangan berupa etalase lemari kaca bagi mitra, dan proses pembuatan etalase selama 1 minggu. Upaya ini dilakukan untuk menarik konsumen secara *offline*. Perbaikan tempat berdagang secara *offline* dilakukan dengan memasang etalase dan spanduk mmt yang berisi macam / menu dagangan sehingga terlihat bahwa secara fisik ada ditunjukkan pada Gambar 3. Warung makan juga dilengkapi dengan kursi bagi pembeli *offline* yang mengantri atau menunggu proses memasak maupun para *driver* Go-jek yang menunggu proses masakan untuk penjualan yang berlangsung secara *offline*.



(Sumber: Koleksi Pribadi, 2019)

Gambar 3. Perbaikan tempat berjualan secara *offline*

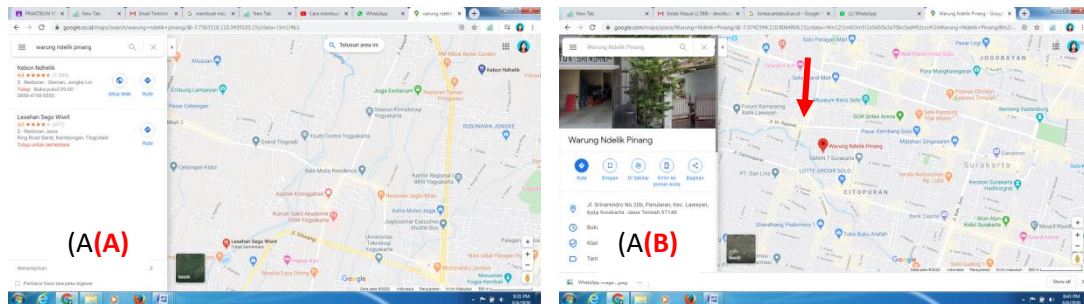
Disamping perbaikan tempat berjualan, untuk membantu mengoptimalkan pemasaran maka upaya yang dilakukan adalah perbaikan aplikasi Go-jek (go-food) menampilkan menu dan gambar jualan. Tim pengabdian berpartisipasi dalam mempromosikannya melalui WA group dan Instagram (Gambar 4)..



Gambar 4. Promosi lewat WA Group maupun Instagram

### 3. Pembuatan denah lokasi di Google Map

Pembuatan denah lokasi bertujuan agar lebih dikenal dan memudahkan konsumen mencari lokasi Warung Makan “Ndelik” Pinang



**Gambar 5. Denah lokasi warung makan: “Ndelik” Pinang sebelum (A) dan sesudah pembuatan denah di Google Map (B).**

#### **4. Manajemen**

Pemberian pelatihan manajemen keuangan sederhana bagi kedua mitra. pemberian buku kas dan pelatihan cara pengelola keuangan diharapkan ke Mitra mampu mengatur keuangan usaha ini dengan baik tidak tercampur dengan manajemen keuangan keluarga.



( Sumber : Koleksi Pribadi, 2019 )

**Gambar 6. Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana**

## **PEMBAHASAN**

### **1. Perbaikan Proses**

Bantuan peralatan memasak bagi Mitra (Gambar 3) dapat mempersingkat waktu setiap masakan semula 10 -15 menit menjadi 7 menit. Ini berdampak pada penggunaan bahan bakar menjadi lebih hemat. Waktu

proses yang singkat meningkatkan pelayanan konsumen lebih baik karena masakan lebih cepat tersaji. Pelayanan konsumen offline ini juga berdampak pada pelayanan konsumen online. Para Driver Go-jek juga lebih produktif karena bisa melanjutkan pekerjaan (order) yang lain. Hal ini membantu pekerja lain dalam efisiensi waktu.

## **2. Pemasaran**

Aspek pemasaran Mitra yang dilakukan secara *offline* sudah dilakukan melalui adanya display dagangan dan daftar menu dengan yang terlihat secara fisik (gambar 4). Perbaikan tampilan di aplikasi Go-jek maupun bantuan promosi melalui wa group maupun instagram menaikkan rating pembeli *online* di aplikasi Go-jek dari 90+ naik menjadi 100+ (Gambar 3 dan Gambar 4). Naiknya rating pembeli secara online maupun pembeli offline berdampak pada naiknya pendapatan perhari dari Rp 150.000,00-Rp 200.000,00 menjadi Rp 200.000,00-Rp 300.000,00. Kenaikan Rp 50.000,00 cukup baik karena program pendampingan ini baru berjalan 1 bulan. Diharapkan peningkatan pendapatan dapat memotivasi pengusaha untuk lebih semangat dan terus melakukan inovasi jenis masakan maupun peningkatan kualitas masakan

## **3. Pembuatan denah lokasi di Google Map,**

Gambar 5 memperlihatkan bahwa setelah Mitra warung makan “Ndelik” Pinang dimasukan dlam denah di Google Map, maka konsumen dengan mudah mencari lokasinya.

## **4. Manajemen**

Berdasarkan hasil pelatihan manajemen keuangan, mitra belajar untuk melakukan manajemen keuangan, walaupun omzet penjualan masih belum maksimal. Hasil pendampingan ke Mitra memperoleh manajemen keuangan telah cukup tertata. Mitra dapat menghitung laju uang masuk dalam keluar perhari sehingga terlihat usaha ini mengalami kerugian atau keuntungan. Manajemen keuangan dapat memberikan motivasi mitra dalam meningkatkan produktifitas usahanya. Manajemen yang baik, walau usaha sampingan diharapkan akan berkembang dan merupakan usaha yang dapat membantu mencukupi perekonomian keluarga dan memperoleh penghasilan yang menjanjikan bahkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Kegiatan pelatihan manajemen keuangan mitra ditunjukkan pada Gambar 6.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berguna sekali bagi pengembangan Mitra. Mitra mendapatkan pengetahuan baru tentang mengelola usaha kuliner maupun catering, khususnya pengelolaan manajemen keuangan. Mitra dapat meningkatkan kapasitas produksi dan penghasilannya.



Saran yang bisa diberikan, banyak masyarakat yang belum memiliki pekerjaan, maka jika dimungkinkan program pengabdian masyarakat diarahkan kepada pembentukan usaha-usaha baru bekerjasama dengan perguruan tinggi dan CSR.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada institusi pendidikan Universitas Setia Budi Surakarta yang telah membantu pendanaan dalam kegiatan pengabdian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Lazuardi, M.dan Triady, M. S. Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019. Jakarta. xv+106 hlm.

Ramadhan, D. R. 2017. Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Asean Economic Community (AEC). <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/16728>. diakses 27 April 2019.

Wilantara, R. F. dan Indrawan,R. 2016. Pengembangan UMKM Strategi dan Kebijakan. <https://docplayer.info/68264169-Pengembangan-umkm-strategi-dan-kebijakan-rio-f-wilantara-rully-indrawan-editor-rully-indrawsn-bandung-strategi-dan-kebijakan-pengembangan-umkm.html> Diakses 28 April 2019.

---

