

Pelatihan Strategi Pemasaran Online Pada Usaha Kuliner Alumni SDN Malaka 12 Petang Jakarta Timur

R.A. Nurlinda¹, Eka Bertuah², Ari Anggarani³, Rojuaniah⁴

¹Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

²Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

³Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

⁴Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

nurlinda@esaunggul.ac.id

Abstract

Culinary business people who were members of the SDN Malaka 12 Petang Alumni Association which was formed in order to carry out social welfare activities and economic enterprises in togetherness as a means to improve social welfare its members. The problem faced at this time is that they are still managing their culinary business in conventional ways and also accompanied by a very simple marketing process, where entrepreneurs only carry out marketing to the extent of selling their products to surrounding areas that are considered busy without trying to develop their marketing further. This has an impact on the underdevelopment of their culinary business. Community service methods are carried out by providing training in the form of lectures, discussions, demonstrations, and exercises / practices. The training materials provided include business management and, online marketing strategies, The results of the training activities are that culinary business people have a better understanding of business management, understand online marketing procedures, having the ability to design an attractive packaging and give new enthusiasm to maintain business and compete in business, thereby fostering business improvement conditions and business sustainability. .

Keywords: culinary business, business management, online marketing

Abstrak

Pelaku bisnis kuliner yang merupakan anggota dari Ikatan Alumni SDN Malaka 12 Petang yang dibentuk dalam rangka melaksanakan kegiatan kesejahteraan sosial dan usaha ekonomi dalam semangat kebersamaan sebagai sarana untuk meningkatkan taraf kesejahteraan sosial para anggotanya. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah mereka masih mengelola bisnis kuliner mereka dengan cara-cara konvensional dan juga dibarengi dengan proses pemasaran yang masih sangat sederhana, dimana para pengusaha hanya melakukan pemasaran sebatas menjual hasil usahanya ke wilayah sekitar yang dianggap ramai tanpa mencoba mengembangkan pemasarannya lebih jauh lagi. Hal ini berdampak pada kurang berkembangnya usaha kuliner mereka. Metode Pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan memberikan pelatihan berupa ceramah, diskusi, peragaan, dan latihan/praktek. Materi pelatihan yang berikan meliputi manajemen bisnis dan strategi pemasaran online. Hasil kegiatan pelatihan adalah para pelaku bisnis kuliner lebih memiliki pemahaman atas manajemen bisnis, memahami prosedur pemasaran secara online, memiliki kemampuan untuk mendesain kemasan produk secara menarik, serta memberikan semangat baru untuk mempertahankan usaha dan bersaing dalam bisnis, sehingga menumbuhkan kondisi perbaikan usaha dan keberlanjutan usahanya.

Kata Kunci : Bisnis Kuliner, Manajemen bisnis, Pemasaran Online

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Tahun 2020 bisnis kuliner akan tetap menjadi tren dan bahkan semakin meningkat. Berdasarkan data dari Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman atau F&B meningkat sebesar 41,70% dari tahun 2015. (Abdul latief, 2019). Data ini juga didukung oleh laporan dari Kemenperin yang mencatat bahwa sektor makanan dan minuman pada tahun 2018 memiliki nilai investasi senilai Rp56,20 triliun dan pada tahun 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 9,86%. Industri kecil dan menengah (IKM), sektor makanan minuman menjadi penyumbang terbesar PDB bila dibandingkan dengan perusahaan besar, dimana pada tahun 2020 industri makanan dan minuman menjadi penyumbang terbesar pada PDB nasional dengan mencapai angka 7,02%. (Kemenperin, 2019)

Menurut Ali dalam (Setyanti, 2012), bisnis kuliner termasuk yang menjadi pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Namun, bisnis kuliner termasuk bisnis yang tergolong rumit karena membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini, meski dalam lingkup usaha kecil. Para pelaku bisnis kuliner,

dituntut untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan melalui makanan yang sesuai dengan yang diinginkan pelanggan dan juga pelayanan yang diberikan.

Pelaku bisnis kuliner yang tergabung dalam Ikatan Alumni SDN Malaka 12 Petang juga berusaha untuk dapat meningkatkan usaha kuliner mereka dengan cara pemasaran yang inovasi dan kreatif. Mereka sadar bahwa dalam usaha kuliner pemasaran memiliki peran vital. Pemasaran yang luas dan tepat sasaran tentu akan membuat usaha kuliner alumni mereka kian berkembang dan berkibar. Namun dalam prosesnya mereka mengalami beberapa hambatan antara lain:

1. Ketidakmampuan mereka melakukan pengembangan produk untuk memperoleh laba karena pengelola hanya mempertemukan proses input dan output secara sederhana dan pragmatis, tidak memahami bahwa setiap kegiatan produktif dapat dikembangkan produknya dan diperluas pangsa pasarnya.
2. Proses pemasaran yang masih sangat sederhana, dimana para pengusaha yang tergabung dalam Ikatan Alumni SDN Malaka 12 Petang hanya melakukan pemasaran sebatas menjual hasil usahanya ke wilayah sekitar yang dianggap ramai tanpa mencoba mengembangkan pola produksi dan pemasarannya lebih jauh lagi.
3. Ketidaktahuan dalam hal pemasaran produk, yaitu produk-produk yang sudah dikemas tidak informatif, tidak ada keunikan yang ditawarkan, tidak menjelaskan kapan kedaluwarsa produknya, kemasan tidak "good looking", kesan higienis terabaikan.

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi para alumni ini wajar terjadi karena mereka masih kurang pengalaman dalam melakukan usaha dan tidak pernah mendapatkan informasi ataupun pengetahuan terkait produk dan pemasarannya, sehingga mereka kesulitan menentukan yang benar tentang produksi dan pemasaran yang mempunyai nilai jual. Hal ini terjadi karena penguasaan pengetahuan di bidang pengembangan manajemen, produk dan pemasaran, serta proses produksi tidak dikuasai secara memadai.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku bisnis kuliner Ikatan Alumni SDN Malaka 12 Petang maka tujuan utama kegiatan pengabdian masyarakat adalah meningkatkan ketrampilan dalam perencanaan usaha, pengembangan usaha dan promosi produk, yang berguna untuk pengembangan usaha kuliner sehat mereka. Implikasinya adalah diharapkan kelompok usaha tersebut mampu untuk mandiri secara ekonomis dan edukasi. Bahkan diharapkan usahaini dapat ditularkan pada lingkungan sekitarnya untuk melakukan usaha yang serupa atau usaha lainnya.

Metode Pelaksanaan

Metode yang dilakukan adalah *metode action dan quality awereness* dengan tahapan kegiatan dimulai dengan melakukan pertemuan dengan ketua dan pengurus Ikatan Alumni SDN Malaka 12 Petang pada tanggal 20 Februari 2020. Pada pereteman ini tim pengabdian pada masyarakat membahas tentang permasalahan yang dihadapi mitra kemudian menetapkan materi yang akan disampaikan dalam pelatihan serta menentukan waktu pelatihan dan agenda

pelatihan..dan selanjutnya tim pengabdian pada masyarakat mempersiapkan materi pelatihan untuk para peserta.

Gambar 1.1 Pertemuan Awal Dengan Ketua dan Pengurus Ikatan Alumni SDN 12 Petang

Selanjutnya tim melakukan rapat persiapan pelatihan dengan agenda



mempersiapkan materi pelatihan untuk para peserta . Tahap selanjutnya tim pengabdian masyarakat melaksanakan pelatihan yang dilakukan pada tanggal 3 Maret 2020. Acara pelatihan akan dilaksanakan di SDN Malaka 12 Petang Malaka Sari Duren Sawit Jakarta Timur, di mulai jam 08.00 sampai dengan jam 12.30 WIB dengan memberikan pelatihan berupa ceramah, diskusi, peragaan, dan latihan/praktek dengan materi pelatihan sebagai berikut:

1. Pelatihan Manajemen Bisnis,

Metode yang digunakan dengan memberikan pengetahuan dan wawasan tentang ilmu manajemen. Pelatihan ini bertujuan agar para alumni mampu berkontribusi dan mengatur strategi kerja, agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik dan lebih mudah. Dapat meningkatkan disiplin kerja dan mengerti tugas masing masing. Pelatihan manajemen memiliki pengaruh

signifikan terhadap kinerja karyawan. Dari pelatihan tersebut akan berdampak pada peningkatan kinerja dan prestasi kerja karyawan yang secara tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan.

2. Pelatihan Pemasaran Online

Metode yang digunakan dengan memberikan pengetahuan tentang pemasaran secara online. Pelatihan ini bertujuan agar para peserta mengetahui bagaimana melakukan pemasaran secara online, meningkatkan kemampuan mereka dalam melakukan pemasaran serta memberikan pengetahuan tentang bagaimana mendesain kemasan produk yang menarik. Selain itu pelatihan pemasaran online ini mengajarkan pada anggota Alumni untuk memanfaatkan teknologi dan media online seperti WA, Facebook, IG, Youtube dalam memasarkan produk mereka.

Hasil dan Pembahasan

Usaha kuliner yang dilakukan alumni SDN Malaka 12 Petang masih dilakukan secara sederhana dan tampilannya pun juga sederhana. Usaha kuliner ini juga belum dipromosikan secara maksimal. Penjualan produk hanya dilakukan sebatas daerah wilayah dimana kuliner berada sehingga daerah pemasarannya juga masih terbatas.

Pelatihan diikuti oleh 20 peserta yang merupakan anggota Ikatan Alumni SDN Malaka 12 petang yang bergerak dalam bisnis kuliner antara lain berupa Keripik Gendarsari, Pempek, Macaroni Keju, Minuman herbal, Ayam Bakar, Aneka Snack dan Catering makanan sehat. Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan sangat lancar,

peserta mengikuti penyuluhan dengan sangat antusias dengan banyak mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada perbaikan usaha mereka



Gambar 1.2

Tim Pengabdian Pada Masyarakat

Pemberian materi pertama di mulai dengan memberikan pemahaman tentang Manajemen Bisnis dengan metode ceramah dan diskusi tentang permasalahan yang dihadapi selama mereka mengelola bisnis kulinernya. Pada kesempatan ini, pemateri memberikan pemahaman kepada peserta tentang pentingnya menerapkan prinsip manajemen yang baik dan benar dalam usaha mereka. Materi ini perlu disampaikan kepada para peserta karena manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses (*process oriented*) yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam

mencapai kesuksesan. Oleh sebab itu, tidak akan ada organisasi yang akan sukses apabila tidak menggunakan manajemen yang baik.(Hasibuan, 2016). Pelatihan ini bertujuan agar para alumni mampu berkontribusi dan mengatur strategi kerja, agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien

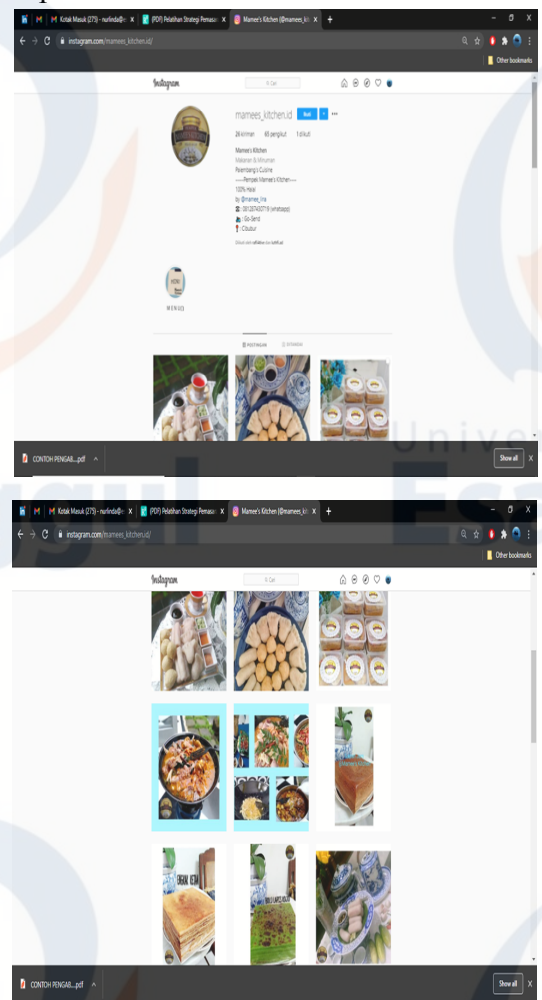


Gambar 1.3

Suasana Pelatihan Manajemen Bisnis

Pelatihan berikutnya adalah pelatihan tentang Pemasaran online, materi yang diberikan mulai dari konsep *marketing online* dan mengetahui produknya dan memahami value produk masing-masing. Peserta dapat memahami tahap-tahapan dan proses dalam *marketing online*, pentingnya melakukan pemasaran secara online pada kondisi saat ini dan mengajarkan pada para

peserta untuk lebih memanfaatkan smartphone mereka untuk pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran seperti whatsapp, instagram, Facebook, line dan youtube. Peserta juga diajarkan cara melakukan pemasaran online dengan metode lainnya seperti memanfaatkan *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, OLX, Lazada dan lainnya. Pada sesi ini banyak dilakukan diskusi dengan para peserta untuk lebih memberikan pemahaman lebih kepada mereka tentang pemasaran online. Selain itu peserta juga diajarkan cara untuk mendesain produk dengan baik sehingga menarik pada dipasarkan secara online



Suasana Pelatihan Pemasaran Online

Gambar 1.4
Contoh Pemasaran online melalui media
Instagram

. Pada sesi ini banyak dilakukan diskusi dengan para peserta untuk lebih memberikan pemahaman lebih kepada mereka tentang pemasaran online. Selain itu peserta juga diajarkan cara untuk mendesain produk dengan baik sehingga menarik pada dipasarkan secara online.



Gambar 1.5

Berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peserta kebanyakan mereka selama ini belum memahami dengan benar tentang pemasaran secara online. Dalam pelatihan ini juga dilakukan diskusi secara mendalam dengan peserta tentang kegiatan usaha yang dilakukan berkaitan dengan materi pelatihan yang diberikan. Pada sesi ini para peserta diminta untuk menjelaskan bagaimana cara mereka melakukan pemasaran produk mereka masing-masing agar dapat dilakukan perbaikan cara mereka melakukan pemasaran terutama pemasaran secara online. Dampak dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam menerapkan *marketing online*.

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan pemasaran online pada peserta anggota ikatan Alumni SDN Malaka 12 Petang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelatihan berjalan dengan baik dan peserta pelatihan sangat bersemangat untuk meningkatkan pengetahuan tentang perencanaan usaha yang berkaitan dengan manajemen usaha dan pemasaran online demi pengembangan dan kelangsungan hidup usahanya.. Dalam upaya mempertahankan usaha, para peserta akan melakukan perbaikan dalam hal pengelolaan usaha dengan menerapkan prinsip manajemen yang baik
2. Demi terbukanya pasar yang lebih luas maka peserta akan mengusahakan untuk lebih kreatif dalam melakukan pemasaran online dengan memanfaatkan

berbagai media sosial yang ada serta, membuat produk yang berbeda dan belum banyak di pasaran, serta akan lebih konsisten terhadap kualitas produk yang mereka hasilkan selain itu juga akan mengembangkan pemasaran dengan strategi *e-commerce*.

Daftar Pustaka

- abdul latief. (2019). Tren Bisnis 2020, Bisnis Kuliner Masih Akan Tumbuh Berkembang. *MeleniaNews*.
<https://milenianews.com/2019/12/13/tren-bisnis-2020->
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Revisi.). Penerbit PT Bumi Aksara.
- Kemenperin. (2019). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*.
<https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->
- Setyanti. 2012. (2012, September 17). Cara Menentukan Kemasan Produk. *Kompas.Com*.