

	Jurnal Ilmiah MADIYA Masyarakat Mandiri Berkarya	
	Vol. 5 Nb. 2, November 2024: 194-200	E-ISSN 2775-779X

Upaya Peningkatan Penjualan pada Rumah Makan Khas Jawa “TUGIAH” Melalui *Digital Marketing*

Safaruddin¹, Nursiah Fitri², Efni Siregar³, Vivianti Novita⁴

^{1,2,3,4} *Jurusan Adm. Niaga, Politeknik Negeri Medan, Indonesia*

E-mail: safaruddin@polmed.ac.id, efnisiregar@polmed.ac.id, viviantinovita@polmed.ac.id

Abstrak

Khalayak sasaran Program Pengabdian Kemiteraan Masyarakat (PKM) ini adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi yakni Rumah Makan Khas Jawa “Tugiah” di Jalan K.L. Yos Sudarso, Km 7 Kelurahan Tanjung Mulia, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Permasalahan mitra adalah rendahnya omset penjualan mitra perhari, mitra tidak memahami cara promosi lewat media sosial, tidak pernah menyusun laporan keuangan, serta kondisi fisik peralatan usaha seperti meja dan papan merek sudah terlalu usang. Solusi yang ditawarkan adalah berupa pelatihan *digital marketing*, pelatihan menyusun laporan keuangan usaha, dan memberikan peralatan usaha. Hasil dari pelaksanaan kegiatan dapat diketahui bahwa kegiatan pengabdian ini mampu mengatasi masalah omset usaha yang rendah dengan terjadinya peningkatan penjualan setelah dilakukan pemasaran melalui Promosi dari kegiatan *digital marketing*. Kendala keterbatasan alat masak, dapat diatasi dengan penerimaan kompor hibah dari pelaksana pengabdian, serta Tampilan Warung yang kurang menarik diatasi dengan mengadakan atau menyiapkan stiker spanduk dan papan merek usaha. Kendala kemampuan dalam mengelola keuangan usaha, Tim PKM memberikan pelatihan singkat cara menyusun Buku Kas, Buku Penjualan, Buku Pembelian dan Buku Biaya usaha.

Kata kunci: Digital Marketing, Keuangan Usaha, Rumah Makan, Keunikan Jawa

Abstract

per day, partners do not understand how to promote through social media, have never compiled financial reports, and the physical condition of business equipment, such as tables and brand boards, is too outdated. The solutions offered include digital marketing training, preparing financial reports, and providing business equipment. The results of the implementation of the activity show that this service activity can overcome the problem of low business turnover with an increase in sales after marketing through promotion from digital marketing activities. The constraints of limited cooking utensils can be overcome by receiving a grant stove from the service implementer. The stall's unattractive appearance is overcome by organizing or preparing banner stickers and business brand boards. Regarding the constraints on managing business finances, the PKM Team provided brief training on compiling a Cash Book, Sales Book, Purchase Book, and Business Cost Book.

Keywords: Digital Marketing, Business Finance, Restaurant, Java Uniqueness

© 2024 Author(s). All rights reserved.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan tumbuhnya sektor UMKM akan dapat menyerap tenaga kerja yang hingga saat ini jumlah angkatan kerja masih cukup tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia 278,69 juta jiwa pada pertengahan tahun 2023. Jumlah penduduk yang bekerja pada tahun 2023 sebanyak 139,85 juta orang, naik sebanyak 4,55 juta orang dari Agustus 2022. Lapangan usaha yang mengalami peningkatan terbesar adalah Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum sebesar 1,18 juta orang. Kondisi ini menunjukkan peluang usaha yang besar pada sektor makanan.

Industri makanan ringan masih banyak dikelola oleh perorangan sehingga usaha industri ini selalu dinamakan Industri Rumah Tangga (*Home Industry*) dan tergolong usaha mikro. Menurut Selamet F. dkk. (2018: 10) Kegiatan usaha yang dijalankan dalam rumah tangga memiliki porsi yang sangat besar dibandingkan jenis-jenis usaha lainnya, yaitu lebih dari 90%.

Menurut Badan Pusat Statistik (2023) Perusahaan Industri Pengolahan dibagi dalam 4 (empat) Golongan yaitu:

- a. Jumlah tenaga kerja: 1- 4 orang Golongan Industri rumah tangga
- b. Jumlah tenaga kerja: 5-19 orang Golongan Industri kecil
- c. Jumlah tenaga kerja: 20-99 orang Golongan Industri menengah
- d. Jumlah tenaga kerja: ≥ 100 orang Golongan Industri besar

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM, Pasal 35 ayat 6), jenis atau pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan. Diantaranya terdiri atas:

- a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp2 miliar.
- b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2 miliar, maksimal Rp15 miliar.
- c. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15 miliar dengan
- d. Nominal sampai Rp50 miliar

Memperhatikan akan kebutuhan yang tinggi terhadap penyediaan makanan masak, maka hadir beberapa usaha rumah makan dengan berbagai ciri khas, seperti rumah makan Padang, rumah makan khas Jawa, rumah makan khas Batak, Mandailing, dan lain sebagainya. Berbagai pilihan dan keunikan dari rumah makan ini menjadi daya tarik dari pelanggan untuk mencoba hingga akhirnya berlangganan dan mereferensikan bila dirasakan layanan dan makanannya memuaskan. (AK dan Bangun 2019) (Alimuddin et al. 2021) Tentu untuk memperoleh tahap ini sangat dibutuhkan upaya pelayanan dan pengelolaan usaha yang menerapkan strategi marketing dan strategi pemasaran termasuk di era saat ini yang serba digital. (Egim et al. 2022) Pilihan dalam melakukan pemasaran produk secara digital dengan memanfaatkan media sosial menjadi salah satu strategi utama yang efektif untuk meningkatkan interaksi pembelian oleh konsumen terhadap produk yang dijual. (Ginting, Ramadhani, dan AK 2023)

Salah satu usaha yang berkembang dan memiliki kebutuhan dari konsumen setiap hari adalah rumah makan, dalam kegiatan pengabdian ini Tim Pengabdian melakukan survei awal ke usaha Rumah makan "Tugiah" masakan khas Jawa di Jalan K.L. Yos Sudarso Km 7 Tanjung Mulia Medan, kami melakukan wawancara awal dan diperoleh data berikut ini:

Tabel 1. Kondisi Tenaga Kerja Mitra

Jenis Tenaga kerja	Jumlah	Pendidikan	Masa kerja
Juru masak	2 orang	SMA 1 orang SMP 1 orang	8 tahun 12 tahun
Tenaga Penjual	2 orang	SMA 2 orang	5 tahun
Keuangan	1 orang	SMA 1 orang	3 tahun

Jumlah penjualan tahun 2024 ini per hari semua produk adalah berkisar antara Rp1.500.000 s.d Rp2.000.000 dan menurun dibandingkan dengan capaian penjualan tahun lalu yang bisa mencapai Rp3.000.000,- per harinya. Sedangkan laba kotor sekitar 40% atau $40\% \times \text{Rp}1.500.000,- = \text{Rp}600.000,-$. Mitra memberdayakan 2 orang tenaga penjual dengan gaji perbulan masing-masing Rp2.000.000,- per bulan.

Tabel 2: Kondisi Peralatan dan Perlengkapan Mitra

Nama Peralatan/ Perlengkapan	Jumlah	Kondisi	Masa pakai
Kompor Masak	3	Baik	5 s.d 10 tahun
Kursi Plastik untuk makan	25	Sedang	5 s.d 10 tahun
Meja makan untuk usaha	5	Kurang Baik	10 tahun
Stelling usaha	3	Baik	5 s.d 10 tahun
Papan nama (<i>Bill board</i>)	2	Kurang Baik	15 tahun

Beberapa pelanggan yang pernah makan di warung itu mengatakan bahwa makanannya enak dan murah. Pada umumnya yang belanja makan di warung tersebut adalah orang-orang yang bekerja di perusahaan/ pabrik, yang lokasinya di pinggir jalan besar, tidak jauh dari lokasi pabrik. Tidak jauh dari lokasi usaha Mitra, ada juga beberapa warung makan pinggir jalan yang merupakan pesaing usaha (*competitor*) sehingga harga makan harus dapat bersaing lebih murah dan fasilitas ruang makan yang lebih baik, sejuk, dan nyaman. Mitra juga tidak membuat pembukuan untuk mengetahui perkembangan keuangan usaha, sehingga uang yang diperoleh dari penjualan tidak dicatat dengan baik pada buku kas dan buku penjualan.

Tabel 3: Makanan dan Minuman yang di Jual Setiap Hari Kecuali Hari Libur

No	Jenis Makanan	Harga per porsi (Rp)	No	Jenis Makanan /Minuman	Harga (Rp)
1.	Nasi soto ayam	15.000	8	Pergedel	2.000/ptg
2.	Nasi soto daging	20.000	9	Tempe bacem	3.000/ptg
3.	Nasi Kari Kambing	30.000	10	Kopi	5.000/gls
4.	Nasi Sop Kambing	30.000	11	Kopi susu	7.000/gls
5.	Nasi Ikan Kakap	15.000	12	Teh manis	3.500/gls
6.	Sayur	15.000	13	Jus Buah	10.000/gls
7.	Sambal Kentang	10.000	14	Jus Timun	7.000/gls

Berdasarkan hasil survei awal tim pengabdian ke usaha mitra, maka diperlukan adanya peningkatan kompetensi mitra dalam mengelola usahanya. Menurut Dun & Bradstreet *Business Credit Service* dalam Suryana (2013: 80) ada 10 kompetensi yang harus dimiliki wirausaha yaitu:

- a. *Knowing your business*, yaitu harus mengetahui usaha apa yang akan dilakukan dan pengetahuan yang berkaitan dengan usaha tersebut.
- b. *Knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis.
- c. *Having the proper attitude*, yaitu memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukannya (sungguh-sungguh).
- d. *Having adequate capital*, yaitu memiliki modal yang cukup.
- e. *Managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan mengatur/mengelola keuangan secara efektif dan efisien.
- f. *Managing time efficiently* yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin.
- g. *Managing people*, yaitu kemampuan mengelola SDM.
- h. *Satisfying customer by providing high quality product*, yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan.
- i. *Knowing how to compete*, yaitu mengetahui strategi/cara bersaing (SWOT)
- j. *Copying with regulations and paperwork*, yaitu membuat aturan/pedoman yang jelas.



Gambar 1. Tampilan Rumah Makan saat Operasional



Gambar 2. Tim PKM dan Tampilan Dapur Usaha Rumah Makan

2. Metode Pelaksanaan

Metode Pelaksanaan yang ditawarkan untuk memecahkan permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

Tahap Pertama, Tim Pengabdian melakukan survey ke lokasi untuk memperoleh informasi melalui wawancara langsung kepada Ibu Tugiah, pemilik Rumah makan khas Jawa tersebut, untuk mengetahui latar belakang usahanya, produk makanan yang dijual, dan kendala yang dihadapi dalam mengelola usahanya selama ini, serta membicarakan rencana kegiatan Tim Pengabdian Polmed.

Tahap kedua, Tim Pengabdian akan menyelenggarakan Pelatihan *Digital Marketing* dengan metode ceramah dan diskusi kelompok

Tahap ketiga, Tim Pengabdian akan memberikan Pelatihan cara menyusun Laporan keuangan usaha kecil yakni Laporan Laba Rugi dan Neraca, buku besar Kas, buku Penjualan dan Buku Pembelian.

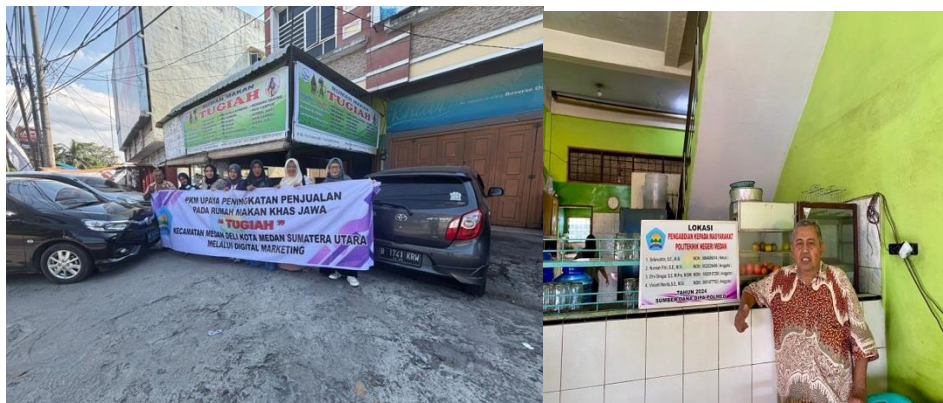
Tahap keempat, Tim Pengabdian akan mengevaluasi penerapan ilmu pengetahuan digital marketing dan Laporan keuangan usaha.

3. Hasil Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertempat di Warung makan Khas Jawa “Tugiah” Jalan K.L.Yos Sudarso, Km7, Simpang Tanjung Mulia, Medan. Kegiatan Pelatihan yang diberikan kepada Pemilik warung dan karyawannya adalah Digital Marketing dan Pelatihan Akuntansi untuk buku Kas, Buku Pembelian dan Buku beban usaha.

Tujuan Pelatihan bidang Digital Marketing adalah agar peserta khususnya Pemilik usaha dapat mempromosikan usahanya dengan menggunakan Media Digital Marketing sehingga diharapkan akan meningkatkan permintaan konsumen dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Mitra juga dibuatkan akun media sosial Facebook dan Instagram sebagai wadah promosi. Selain itu, beberapa konten untuk mengisi media sosial dihasilkan dari pengabdian ini. Mitra juga dibuatkan Google My Business sehingga dapat dengan mudah ditemukan masyarakat apabila mencari rumah makan Tugiah pada mesin pencarian Google beserta dengan nomor telepon, media sosial yang dimiliki dan beberapa informasi rumah makan juga dicantumkan sehingga *visibilitas* dan jangkauan rumah makan mitra dapat berkembang lebih luas dan rumah makan semakin dikenal masyarakat.

Sedangkan tujuan Pelatihan Akuntansi bertujuan untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam mengelola Keuangan usaha, sehingga diharapkan peserta dapat mengetahui posisi keuangan usaha dan sebagai dasar dalam mengembangkan usaha dari aspek modal. Untuk Pelatihan bidang Akuntansi, Tim Pengabdian telah menyediakan Contoh Buku Besar Kas, Buku Penjualan, Buku Pembelian dan contoh buku Beban usaha. Selanjutnya peserta dilatih dengan beberapa transaksi untuk memindahkannya ke Buku-buku besar yang sesuai.



Gambar 3: Rumah makan Tugiah setelah pengabdian

4. Simpulan

Rendahnya omzet penjualan dapat diatasi dengan melatih mitra menerapkan Promosi dengan Digital marketing. Kendala keterbatasan alat masak, Tim PKM memberikan Kompor gas, sedangkan Tampilan Warung yang kurang menarik diatasi dengan mengadakan atau menyiapkan stiker spanduk untuk papan merek usaha. Kendala kemampuan dalam mengelola keuangan usaha, Tim PKM memberikan pelatihan singkat cara menyusun Buku Kas, Buku Penjualan, Buku Pembelian dan Buku Biaya usaha.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada UP2M Politeknik Negeri Medan yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini. Juga kepada Mitra Ibu Tugiah, Pemilik warung makan Khas Jawa, Jl. K.L. Yos Sudarso, Kec. Tanjung Mulia Medan, Sumut.

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik (Bps), 2023, Penggolongan Perusahaan Industri Pengolahan Peraturan Pemerintah (Pp) No.7 Tahun 2021, Pasal 36 Ayat 6, Klasifikasi Umkm Berdasarkan Omzet Penjualan

Slamet Franky, Tunjungsari Hetty Karunia & Le Mei, 2018, Dasar- Dasar Kewirausahaan, Teori Dan Praktik, Jakarta: Pt. Indeks.

Solihin Ismail, *Pengantar Bisnis*, Edisi 1, Terjemahan Fadriansyah Anwar, Emil Salim, Kusnedi, Erlangga, Jilid 2, Jakarta.

Suryana, 2013. Kewirausahaan : Kiat Dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ke-4, Salemba Empat, Jakarta.

Ak, M. F., Dan R. Bangun. 2019. "Strategi Maksimalisasi Usaha Goody Bag Stylish Di Kelurahan Padang Bulan Selayang Ii Kecamatan Medan Selayang Kota Medan." *Prosiding (Senias) Seminar*

Alimuddin, A., A. Supriadi, U. Enas, F. Aziz, K. T. S. Dewi, Dan ... 2021. *Kewirausahaan (Teori Dan Praktis)*. Repository.Penerbitwidina.Com.

- Egim, A. S., I. Sari, S. I. Angmalisang, Y. Londa, F. Sudirjo, Dan ... 2022. *Smart Entrepreneurship*. Researchgate.Net.
- Ginting, H. R., D. P. Ramadhani, Dan M. F. Ak. 2023. “Analisis Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Kursus Logan Untuk Mendukung Sumber Daya Manusia Unggul Di Kota Medan.” ... *Konferensi Nasional Social*