

## PENDAMPINGAN PENERAPAN INOVASI PEMASARAN *ONLINE* PADA SEKTOR USAHA KECIL BIDANG KULINER

Dina Amaluis<sup>1)</sup>, Putri Meliza Sari<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Sumatera Barat  
email: [dina.amaluis@gmail.com](mailto:dina.amaluis@gmail.com)

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Sumatera Barat  
email: [putrimelizasari@gmail.com](mailto:putrimelizasari@gmail.com)

### *Abstract*

*In an era that makes the world more accessible, the seemingly limitless speed of information is a challenge for small businesses to be able to be present directly from the palm of their hand. Small and medium entrepreneurs with limited capital must immediately realize that information in this era can be obtained in seconds or real-time easily, cheaply, and even without paying. Implementation of the service program for Mami's Kitchen Business A3 in the context of implementing online marketing in order to increase sales and business promotion. This program is very beneficial for partners, because this program can increase knowledge and skills in formulating competitive strategies so as to create a broad market share.*

**Keywords:** *UMKM, Pemasaran Online, Inovasi*

### 1. PENDAHULUAN

Di era yang menjadikan dunia semakin mudah diakses, kecepatan informasi yang seolah tanpa batas menjadi tantangan bagi usaha kecil untuk mampu hadir secara langsung lewat genggaman tangan. Pengusaha kecil dan menengah dengan keterbatasan modal harus secepatnya menyadari bahwa informasi pada era ini bisa didapatkan dalam hitungan detik atau real-time secara mudah, murah, bahkan tanpa bayar. Era internet dan media sosial sudah membudaya di kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Kompetisi menentukan akurasi kegiatan Perseroan yang dapat menopang kinerja, seperti inovasi, kohesif budaya atau implementasi baik. Strategi yang kompetitif adalah mencari posisi kompetitif menguntungkan dalam industri, daerah mendasar yang mana terjadi kompetisi. Strategi yang kompetitif bertujuan untuk menegakkan posisi menguntungkan dan dapat dipertahankan melawan kekuatan yang menentukan industri kompetisi. Hal yang sama dinyatakan oleh Cravens (tahun 1996:18), perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan memberikan nilai lebih kepada konsumen melalui: a) menurunkan harga daripada pesaing untuk manfaat yang sama; b) manfaat unik yang dapat mencakup harga yang tinggi, jadi dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif

akan dimiliki oleh perusahaan mampu memberikan nilai lebih kepada konsumen dengan menawarkan harga yang lebih rendah atau memberikan manfaat yang unik yang dapat mencakup harga tinggi.

Menurut Aaker (1992:182) di Kaltum, (2009) menjelaskan bagaimana perusahaan mampu bersaing bukanlah satu-satunya kunci untuk sukses, karena ada tiga faktor yang diperlukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan, yaitu:

#### 1. Dasar kompetisi

Strategi harus didasarkan pada seperangkat aset, keahlian dan kemampuan. Tiga hal akan mendukung strategi dikejar sehingga keunggulan dapat bertahan.

#### 2. Dalam pasar dimana perusahaan bersaing

Sangat penting untuk memilih perusahaan yang sesuai dengan strategi pasar target dijalankan, atau dengan kata lain, aset, keterampilan dan kemampuan yang harus mampu mendukung strategi memberikan sesuatu yang berharga kepada pasar.

#### 3. Dengan siapa perusahaan bersaing

Selain itu, perusahaan harus mampu mengidentifikasi pesaing, Apakah pesaing lemah, moderat atau kuat.

Usaha kecil dan menengah harus menciptakan strategi pemasaran yang tepat sasaran dan tepat guna untuk membuat masyarakat menyadari keberadaan mereka.

Strategi pemasaran adalah alur yang memampukan sebuah organisasi untuk merumuskan sumber yang spesifik dalam rangka untuk meningkatkan penjualan, memiliki *competitive advantages*, dan mengirimkan nilai-nilai kepada konsumen dan stakeholders (Macy & Thompson, 57, 2011).

Strategi pemasaran harus ditetapkan dengan seksama, agar segmentasi dan target yang ditetapkan dapat terpenuhi. Dengan latar belakang pengusaha kecil dan menengah yang memiliki modal terbatas, media digital bisa dijadikan alat pemasaran sebagai cara yang efektif dan efisien. Media digital saat ini bersifat *real-time* sehingga efektif untuk membangun kesadaran konsumen dan meningkatkan penjualan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan sebagai tindak lanjut dari matakuliah Manajemen Pemasaran. Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi mitra yang telah dihimpun oleh mahasiswa dengan memetakan strategi pemasaran mitra dalam beberapa semester yang telah dijalani. Inovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis.

Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian-penilaian baru, ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja karyawan yang memuaskan pelanggan. Inovasi menunjuk pada segi kreatif untuk mengadaptasi perkembangan tiap produk atau jasa yang berdasarkan pada teknologi baru yang selalu diperkenalkan pertama kalinya oleh negara industri. Perkembangan teknologi telah mengubah cara dan peta bisnis dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, juga terjadi perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan, misalnya dalam aspek politik ekonomi, sosial, dan budaya. Sejalan dengan cepatnya perkembangan teknologi informasi tersebut, perusahaan-perusahaan makin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Bukan hanya perusahaan besar yang memanfaatkan teknologi informasi tetapi usaha mikro, kecil menengah (UMKM) pun memanfaatkannya.

Usaha mikro, kecil menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam

pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Pemafaatan teknologi informasi dilakukan oleh UMKM umumnya diawali dari proses pemasaran. Pemanfaatan teknologi pada proses pemasarannya dapat memperluas pangsa pasar atas produk yang dijual. Pelaku usaha tersebut pun berkeyakinan bahwa dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti media pemasaran berbasis *online* dapat mewujudkan pertumbuhan dan peningkatan penjualan produk yang dipasarkan. Sehingga pelaku usaha tersebut dapat meningkatkan potensi keuntungan yang maksimal. Namun, keuntungan yang maksimal tersebut, tidak serta merta terwujud dengan hanya adanya transaksi penjualan produk yang tinggi sebagai akibat bertambah luasnya pangsa pasar atas produk yang dijual. Keuntungan usaha yang dilakukan baru dapat terlihat jika pelaku UMKM tersebut membuat laporan keuangan sebagai wujud pertanggungjawaban pengelolaan suatu badan usaha. Sehingga diperlukan pelatihan penyusunan laporan keuangan untuk pelaku UMKM.

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM sangat bergantung pada seberapa luas pangsa pasar atas proses pemasaran produk yang dipasarkan. Selain itu, berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan bahwa masih banyak pelaku usaha sektor usaha kecil (UMKM) yang belum memahami bagaimana cara menyusun Laporan Keuangan kegiatan usahanya. Meskipun aktifitas usahanya sudah berjalan beberapa tahun dan kebanyakan pelaku usaha ini berkeinginan memperluas usahanya sehingga membutuhkan informasi keuangan yang sebenarnya. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat difokuskan kepada pelatihan pemanfaatan media online sebagai salah satu media pemasaran produk UMKM dan pelatihan penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan yang diterbitkan oleh IAI.

## **2. IDENTIFIKASI MASALAH**

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, uraikan permasalahan prioritas mitra yang mencakup hal-hal berikut ini:

- a. Untuk Mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif: penentuan permasalahan prioritas mitra baik

- produksi maupun manajemen yang telah disepakati bersama mitra.
- b. Untuk Mitra yang mengarah ke ekonomi produktif: penentuan permasalahan prioritas mitra baik produksi maupun manajemen untuk berwirausaha yang disepakati bersama.
  - c. Untuk Mitra yang tidak produktif secara ekonomi/sosial: nyatakan persoalan prioritas mitra dalam layanan kesehatan, pendidikan, keamanan, konflik sosial, kepemilikan lahan, kebutuhan air bersih, premanisme, buta aksara dan lain-lain.
  - d. Tuliskan secara jelas justifikasi pengusul bersama mitra dalam menentukan persoalan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan selama pelaksanaan program PKM.

### 3. METODELOGI PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian pada Usaha Dapu mami A3 dalam rangka penerapan pemasaran online dalam rangka meningkatkan penjualan dan promosi usaha. dapat dilihat dari luaran kegiatan ini yaitu:

#### a. Proses Persiapan Pelatihan

Kegiatan pertama yang dilakukan sebagai persiapan kegiatan ini adalah pemantapan jadwal yaitu penentuan jadwal bersama mitra setelah usulan kegiatan disetujui untuk dilaksanakan oleh pihak Perguruan Tinggi. Berdasarkan hasil diskusi bersama mitra, maka disepakatilah waktu untuk pelaksanaan kegiatan pada bulan agustus 2020. Kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh tim yaitu melakukan pengurusan izin pelaksanaan kegiatan. Setelah perizinan selesai, maka dilakukanlah penetapan peserta bersama owner usaha beserta para karyawannya.

#### b. Pelaksanaan Kegiatan

Peserta yang terlibat di pengabdian ini berjumlah 8 orang yang terdiri dari Owner dan karyawan. Pada saat kegiatan semua peserta diwajibkan untuk membawa laptop. hal ini dilakukan untuk melatih, memetakan dan mensimulasikan promosi online usaha kuliner. Kegiatan ini dibagi menjadi beberapa tahapan, tahap pertama yaitu penyampaian materi oleh pembicara. Memberi kesempatan kepada pelaku usaha untuk

menyampaikan kesulitan yang dihadapi dalam mempromosikan usahanya.

#### c. Tahap akhir kegiatan

Pada tahap ini dilakukan kegiatan observasi dan evaluasi. Evaluasi kegiatan program pengabdian ini diarahkan kepada tiga aspek kinerja yakni; aspek perencanaan, aspek pelaksanaan dan aspek hasil. Untuk memudahkan kegiatan evaluasi ketiga aspek kinerja tersebut indikator keberhasilannya.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan pemasaran *online* sangat penting untuk menciptakan strategi bersaing, mengingat saat ini makin menjamurnya usaha kuliner di Kota Padang. Sehingga dengan dimilikinya kemampuan pemahaman maka pihak owner dapat merumuskan strategi untuk meningkatkan penjualan. Agar dapat meningkatkan kepuasan pasien maka owner terlebih dahulu harus mengetahui bagaimana kondisi kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya, dan tidak lupa pula tentang peluang dan ancaman yang akan dihadapinya dari pihak eksternal. Jadi apabila pihak klinik sudah mengetahui kondisi internal dan eksternalnya maka klinik akan mudah merumuskan strategi apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di usaha Kuliner Dapur Mami A3 pada tanggal 7 April diikuti oleh peserta sebanyak 7 orang.
- b. Program ini sangat bermanfaat bagi mitra, karena program ini bisa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam merumuskan strategi bersaing sehingga dapat menciptakan pangsa pasar yang luas.
- c. Program Pengabdian yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik tanpa ada hambatan yang berarti.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan maka saran yang dapat tim berikan adalah sebagai berikut:

- a. Pemasaran *Online* untuk sektor usaha kuliner saat ini hendaknya segera

diaplikasikan atau diimplementasikan secara maksimal oleh Owner.

- b. Meningkatnya kemampuan Mitra untuk melakukan evaluasi diri untuk pengembangan usaha.

## **6. UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas PGRI Sumatera Barat dan Mitra pengabdian kami Dapur Mami A3 yang telah memberi dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

## **7. REFERENSI**

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pengendalian dan Implementasi*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallido.
- Rangkuty, Fredy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuty, Fredy. 2010. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Binsis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, Parasuraman dan Bery, 1991, *Delivering Quality Service*. Inc. New York: The Free Press Macmilland.