

Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi Pelaku IKM sebagai Upaya Peningkatan Layanan Penjualan Jabet Sop

Digital Marketing Training and Assistance for SMEs as an Effort to Improve the Jabet Sop Sales Service

Sri Wahyuni, Welda Mudiar, Andyni Yulfanis Aulia Masrifa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

IKPIA Perbanas Jakarta

Jl. Perbanas Setia Budi Karet Kuningan, Jakarta Selatan 12940, Indonesia
wahyuni7997@gmail.com; weldanova@gmail.com; yulfanis22@gmail.com

ABSTRACT

From their developments, food stalls, especially those in DKI Jakarta, experienced very rapid growth. The increasing number of businesses in the culinary field provides the consumers with many choices. For soup fans in Jakarta, one alternative is Jabet Sop. In one area in Kemayoran Subdistrict, Serdang District, there are several SMEs and one of them is Jabet Sop. Perbanas IKPIA, in collaboration with the DKI Jakarta Department of Industry and Energy, provided training for SMEs in making financial reports and simple bookkeeping and building adequate business facilities and infrastructure. This method of community-empowerment activities was carried out through training and mentoring programs and resolving ongoing problems by providing entrepreneurial motivation and managerial skills training, training in the use of information technology for marketing. After the training, Jabet Sop has been able to market their product through social media namely IG, become a merchant of both GrabFood and GoFood, provide decent facilities and infrastructure such as tables, and prepare financial statements and bookkeeping.

Keywords: digital marketing; jabet sop; financial statements; infrastructure

ABSTRAK

Dalam perkembangannya, kedai makanan, khususnya di DKI Jakarta, mengalami pertumbuhan sangat pesat. Semakin banyak pelaku usaha di bidang kuliner membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Bagi penggemar sop di Jakarta, salah satu alternatifnya adalah Jabet Sop. Salah satu wilayah di Kecamatan Kemayoran, yaitu daerah Serdang, memiliki beberapa pelaku IKM, salah satunya Jabet Sop. IKPIA Perbanas bekerja sama dengan Suku Dinas Perindustrian dan Energi DKI Jakarta membantu memberikan pelatihan membuat laporan keuangan dan pembukuan sederhana, sarana dan prasarana usaha yang belum layak. Metode kegiatan ini dilakukan melalui program pelatihan dan pendampingan serta membantu menyelesaikan masalah berkelanjutan dengan cara memberikan pelatihan motivasi dan kemampuan manajerial kewirausahaan dan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk marketing. Hasil yang dicapai adalah Jabet Sop sudah melakukan pemasaran melalui media sosial, yaitu IG, dan menjadi *merchant* pada GrabFood dan GoFood. Selain itu, diberikan sarana dan prasarana, khususnya meja yang layak, dan telah membuat laporan keuangan dan pembukuan sederhana.

Kata kunci: digital marketing; jabet sop; laporan keuangan; sarana-prasarana

PENDAHULUAN

DKI Jakarta merupakan salah satu kota metropolitan yang selalu sibuk dengan kegiatan ekonomi. Terlepas dari itu, kegiatan perbaikan infrastruktur dan sarana prasarana di DKI Jakarta membuat kegiatan ekonomi menjadi ramai, lancar, dan mudah bagi masyarakat. Diikuti dengan adanya kemajuan pada usaha perdagangan, restoran, rumah, dan kedai makan. Tentu kemudahan seperti itu membuat konsumen dapat menjangkau dengan mudah tempat yang ingin didatangi, seperti restoran, rumah makan, dan kedai makan. Industri pengolahan bahan pangan siap saji (restoran, rumah makan, dan kedai makan) merupakan tempat yang mudah dijangkau dan terdapat di setiap sudut kota, baik di kota besar maupun kota kecil, dengan skala rumah makan, interior, pelayanan harga, dan lain-lain yang berbeda-beda.

Kedai makan merupakan salah satu tempat yang banyak dikunjungi konsumen. Dalam perkembangannya, kedai makan di DKI Jakarta mengalami pertumbuhan sangat pesat. Semakin banyak pelaku usaha di bidang kuliner membuat usaha ini semakin ketat dalam persaingan usaha. Perkembangan usaha merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan bagaimana usaha kedai makan dapat bersaing dan berjalan dengan baik. Pengembangan pada hakikatnya merupakan kajian yang selalu dilakukan oleh setiap pelaku usaha dalam mencapai tujuan karena salah satu kegiatan rumah dan kedai makan atau usaha kuliner untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin (Nurahaman dalam Masengi, 2014).

Jabet Sop, yang berlokasi di Kemayoran, Jakarta Pusat, merupakan nama usaha sop iga dan sop buntut yang dimiliki oleh pasangan suami istri yang berasal dari Jawa dan Betawi. Dari asal yang berbeda itu, usahanya diberi nama Jabet Sop (Jawa Betawi Sop). Sesuai dengan namanya, menu yang disediakan adalah sop iga dan atau sop buntut. Seperti menu sop lainnya, Jabet Sop merupakan makanan berkuah yang diberi tambahan sayur, seperti wortel dan kentang, dengan bumbu rempah-rempah yang kuat hingga menambah cita rasa kekhasan Jabet Sop.

Menurut Peraturan Menteri Perindustrian No. 6/M-IND/PER/7/2016 Pasal 3 ayat (1), Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki skala industri kecil dan menengah serta memiliki karyawan maksimal 19 orang, dengan nilai investasi kurang dari 1 miliar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut Peraturan Menteri Perindustrian No. 6/M-IND/PER/7/2016 Pasal 4, dalam pembangunan ekonomi, peran IKM sangat penting. Dengan jumlah populasi yang paling banyak, pertumbuhan IKM relatif stabil dan IKM mampu menyerap tenaga kerja mencapai 97,22% pada tahun 2016 (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/16808/Menperin-Fokus-Tingkatkan-Daya-Saing,-Populasi-dan-Tenaga-Kerja-IKM>).

Jabet Sop merupakan IKM yang perlu dikembangkan lebih lanjut. Waktu operasional usaha Jabet Sop setiap hari pukul 09.00 sampai dengan 21.00 WIB. Produk yang dijual adalah sop iga per porsi seharga Rp35.000,00; sop daging per porsi seharga Rp25.000,00; sop buntut per porsi seharga Rp40.000,00. Modal awal sebesar Rp750.000,00 dan kegiatan operasional dilakukan oleh suami, istri, dan anak. Kegiatan pemasaran Jabet Sop selama ini hanya mengikuti bazar, dan terakhir pada bazar 4 Agustus 2018 di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) diperoleh omzet Rp250.000,00.

Permasalahan yang ditemukan di Jabet Sop adalah sebagai berikut:

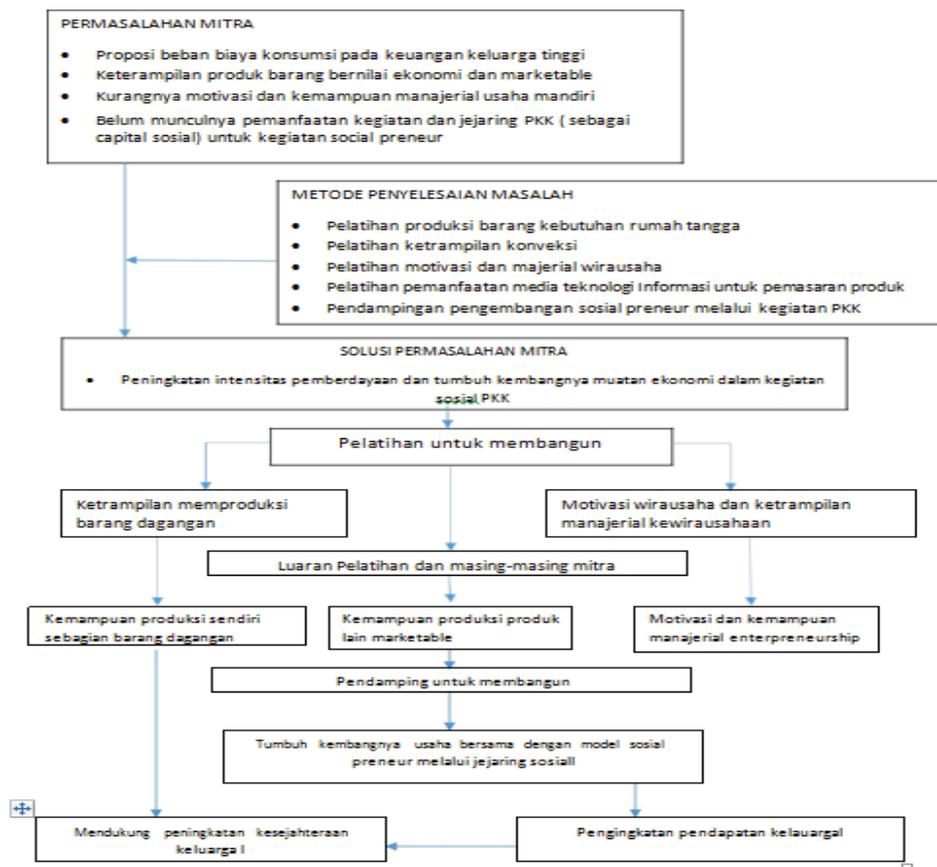
1. Bagaimana Jabet Sop melakukan perubahan pemasaran konvensional menjadi digital?
2. Bagaimana Jabet Sop memiliki sarana dan prasarana yang lebih layak?
3. Bagaimana Jabet Sop membuat laporan keuangan dan pembukuan sederhana?

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan berikut.

- a. Kegiatan awal diawali dengan sosialisasi dan koordinasi dengan Jabat Sop dengan merancang kegiatan, mendengarkan keluhan dan permasalahan yang dihadapi Jabat Sop.
- b. Metode yang diusulkan untuk pengembangan IKM adalah sebagai berikut.
 - 1) Program pelatihan
Memberikan pelatihan cara membuat pembukuan sederhana kepada pelaku IKM.
 - 2) Program pendampingan
 - a) Mengawal jalannya bisnis IKM, dari proses produksi sampai dengan pemasarannya.
 - b) Mengawal proses pemasaran via daring.
 - 3) Membantu sarana dan prasarana dengan cara
 - a) mendesain produk-produk yang akan dijual dengan menggunakan digital supaya dikenal publik yang lebih luas;
 - b) membantu mendesain pemasaran secara daring;
 - c) membuat laporan keuangan jika suatu saat perlu pengembangan permodalan dan mendapatkan dari bank atau lembaga keuangan lainnya.
- c. Metode pendekatan solusi permasalahan, yaitu tim memberikan pelatihan dan pendampingan berikut.
 - 1) Pelatihan pembuatan produk.
Tim memberikan pelatihan untuk membuat produk yang sehat dan higienis sehingga akan menarik konsumen untuk membeli, dari cara memasak sampai menyajikan.
 - 2) Pelatihan motivasi dan *skill* manajerial kewirausahaan.
IKM diarahkan untuk menumbuhkan wirausaha dan kemampuan mengelola usaha dengan cara pelatihan motivasi, pengenalan *social entrepreneur*, pembuatan perencanaan usaha, manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan akuntansi.
 - 3) Pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran.
IKM diberikan pemahaman mengenai kemudahan dalam pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi, antara lain pengenalan media sosial, penggunaan internet, pembuatan blog, pemanfaatan pemasaran secara daring dan transaksi pemasaran secara daring (Iswanto, 2013).
 - 4) Pendampingan peserta pelatihan dalam rangka
 - a) pemahaman dan aplikasi pengetahuan serta *skill* manajerial;
 - b) analisis potensi pasar dan pembuatan perencanaan usaha agar aplikatif;
 - c) perancangan/pembangunan dan pengelolaan usaha bersama dalam bentuk *social preneur* melalui kegiatan PKK (dari perencanaan, proses produksi, pemasaran, pengaturan mekanisme, hingga sistem pembagian keuntungan usaha).

Berikut bagan metode dan tahapan pelaksanaan penyelesaian masalah:



Skema metode dan tahapan penyelesaian masalah

HASIL DAN DISKUSI

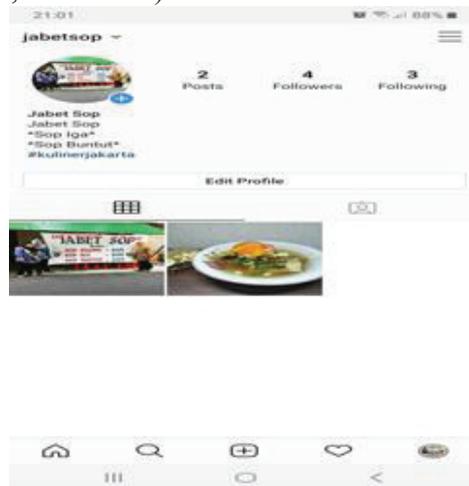
Kegiatan pemasaran selama ini dengan cara konvensional akan ditambahkan dengan cara elektronik atau *digital marketing*. Solusi yang diberikan adalah sebagai berikut.

1. Tim memberikan pendampingan dalam meningkatkan penyajian dalam hal melayani pembeli dari meracik hingga menyajikan kepada pembeli yang makan di tempat atau dibawa pulang. Tampilan sop iga sebelum menjadi berbeda dengan setelah pendampingan (Gambar 1).

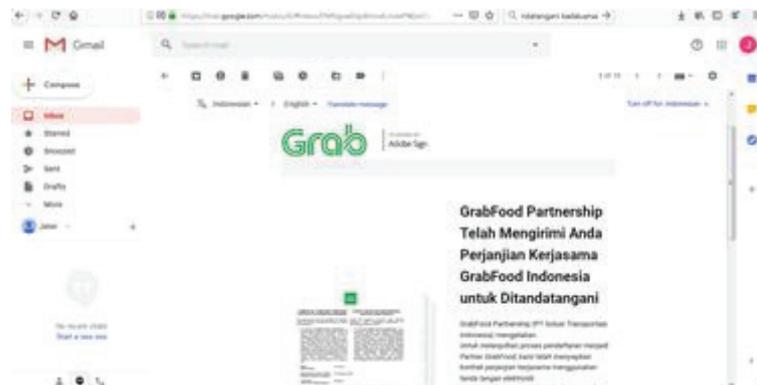


Gambar 1. Tampilan sop iga sebelum dan setelah pendampingan

2. IKM Jabet Sop perlu memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas dan menyajikan makanan yang lebih menarik serta lebih variatif melalui *digital marketing*, yaitu IG, dan menjadi *merchants* Gofood dan Grabfood (Gambar 2, Gambar 3).



Gambar 2. Akun IG @jabetsop



Gambar 3. Kerja sama dengan Grabfood Partnership

3. Memberikan bantuan sarana dan prasarana untuk IKM Jabet Sop, yaitu gerobak untuk usaha.
4. Memberikan bantuan meja makan baru untuk makan konsumen agar tampilan usaha lebih menarik konsumen serta memberikan kenyamanan kepada konsumen (Gambar 4).



Gambar 4. Hasil pembuatan meja makan

5. Membantu melatih IKM Jabet Shop menyusun pembukuan sederhana, yaitu dengan memberikan informasi cara menghitung harga pokok produksi dan keuntungan setiap bulan dan per hari.
6. Membantu pemilik untuk menghitung keuntungan setiap bulan, menghitung penyusutan peralatan yang digunakan, bahan baku, dan bahan pembantu, biaya umum usaha, dan membandingkan dengan penjualan yang diperoleh setiap bulannya.

Berikut ini perhitungan keuangan yang disarankan kepada IKM Jabet Sop.

Menentukan dan Menghitung Biaya-Biaya Usaha

Biaya usaha yang dihitung, antara lain biaya peralatan yang digunakan, biaya bahan baku dan pembantu, serta biaya umum. Di bawah ini tabel biaya dan proyeksi penjualan (Ramana, Iriani & Oktarina, 2012).

Tabel 1
Biaya peralatan yang digunakan

No.	Nama Barang	Qty	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Penyusutan per Tahun (Rp)
1	Spanduk	3	Buah	150.000,00	450.000,00	45.000,00
2	Gerobak	1	Buah	7.000.000,00	7.000.000,00	700.000,00
3	Meja	2	Buah	1.000.000,00	2.000.000,00	200.000,00
4	Kursi plastik	5	Buah	100.000,00	500.000,00	50.000,00
5	Kompore gas	2	tabung	170.000,00	340.000,00	34.000,00
6	Toples (tempat bumbu)	4	toples	15.000,00	60.000,00	6.000,00
7	Sendok	3	Lusin	25.000,00	75.000,00	7.500,00
8	Panci besar	2	Buah	500.000,00	1.000.000,00	100.000,00
9	Baskom besar	2	Buah	150.000,00	300.000,00	30.000,00
10	Blender	1	Buah	350.000,00	350.000,00	35.000,00
11	Box plastic	2	Buah	250.000,00	500.000,00	50.000,00
12	Motor	2	Buah	7.500.000,00	15.000.000,00	1.500.000,00
Total Biaya Peralatan					27.575.000,00	2.757.500,00

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan ini membantu Jabet Sop dalam menghitung biaya penyusutan per tahun terhadap peralatan-peralatan yang telah digunakan. Metode penyusutan yang digunakan menggunakan metode penyusutan garis lurus dengan umur ekonomis lima tahun serta nilai residu 10%. Total biaya penyusutan per tahun yang ditanggung oleh Jabet Sop sebesar Rp2.757.500,00.

Tabel 2
Biaya bahan baku dan bahan pembantu

No.	Nama Bahan	Per Hari	Satuan	Per Bulan	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Daging sapi	5	Kg	100	120.000,00	12.000,000
2	Bawang putih	0.25	Kg	7.5	30.000,00	225.000
3	Merica bubuk	2	Bungkus	50	1.000,00	50.000,00
4	Kaldu sapi bubuk	1	Bungkus	20	1.000,00	20.000,00
5	Garam	2	Bungkus	15	2.500,00	37.500,00

No.	Nama Bahan	Per Hari	Satuan	Per Bulan	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
6	Cabai	1	Kg	30	100.000,00	3.000.000,00
7	Kecap manis	3	Botol	60	5.000,00	300.000,00
8	Margarin	1	Bungkus	30	5.000,00	150.000,00
9	Plastik	5	Pack	60	15.000,00	900.000,00
10	Kresek kecil	1	Pack	30	15.000,00	450.000,00
Total Biaya Bahan Baku dan Bahan Pembantu (Rp)						17.132.500, 00

Berdasarkan Tabel 2, kegiatan ini membantu Jabet Sop dalam menghitung biaya bahan baku dan bahan pembantu. Biaya-biaya per bulan yang dikeluarkan untuk pembelian biaya baku dan bahan pembantu selama satu bulan Rp17.132.500,00 dengan asumsi biaya per hari dengan metode rata-rata sebesar Rp685.300,00 (Munizu, 2010).

Tabel 3
Biaya umum usaha

No.	Jenis Biaya	Jumlah Biaya per Bulan (Rp)
1	Gaji Pemilik	3.000.000,00
2	Bensin	200.000,00
3	Gas	600.000,00
4	Listrik dan air	100.000,00
5	Pulsa	100.000,00
6	Penyusutan peralatan	292.050,00
7	Pemeliharaan bangunan	100.000,00
8	Biaya lain-lain	100.000,00
Total Biaya Umum Usaha		4.492.050,00

Berdasarkan Tabel 3, kegiatan ini membantu Jabet Sop dalam menghitung biaya umum usaha per bulan sebesar Rp4.492. 050,00.

Menghitung Proyeksi Penjualan Usaha

Berikut disampaikan perhitungan proyeksi penjualan per hari dan per bulan yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Proyeksi penjualan per hari dan per bulan

Menu	Porsi	@Rp	Rp
Sop iga	10	40.000,00	400.000,00
Sop daging	15	30.000,00	450.000,00
Sop butut	10	42.000,00	420.000,00
Penjualan per hari			Rp1.270.000,00
Penjualan sebulan (25 hari)			Rp31.750.000,00

Berdasarkan Tabel 4, kegiatan ini membantu Jabet Sop dalam menghitung biaya proyeksi penjualan usaha per bulan sebesar Rp31.750.000,00.

Menghitung Proyeksi Laba Usaha

Tabel 5
Proyeksi laba usaha per bulan

Penjualan	Rp31.750.000,00
Biaya usaha	Rp24.382.500,00
Keuntungan sebulan (25 hari)	Rp7.367.500,00
Keuntungan sehari	Rp294.700,00

Berdasarkan Tabel 5, kegiatan ini membantu Jabet Sop dalam menghitung biaya proyeksi laba usaha per bulan sebesar Rp7.367.500,00 dan per hari sebesar Rp294.700,00.

7. Program pendampingan dan pemantauan beberapa periode (bulan) ke depan untuk memonitoring program *digital marketing* (Rianto, 2015).
8. Secara bertahap juga perlu dilakukan perbaikan sarana dan prasarana lainnya di lokasi penjualan dan pendampingan untuk pembukuan sederhana secara berkelanjutan. Tim memberikan bantuan sejumlah dana untuk perbaikan sarana dan prasarana lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan telah memberikan manfaat kepada pelaku bisnis atau mitra dalam hal melakukan penjualan melalui *digital marketing* agar pembeli lebih luas dengan aplikasi GoFood dan GrabFood. Tentunya hal itu akan meningkatkan volume penjualan Jabet Sop jika dibandingkan pada periode sebelumnya yang masih menggunakan metode penjualan konvensional. Selain itu, tim memberikan bantuan material dalam bentuk meja yang dapat digunakan oleh mitra guna memberikan rasa nyaman kepada pembeli. Kegiatan ini juga membantu mitra agar dapat menyusun pembukuan sederhana sehingga mitra akan lebih mudah memprediksi dan menghitung harga pokok produksi dan keuntungan setiap hari atau setiap bulan.

Kegiatan ini sebaiknya dilanjutkan dengan pendampingan dan pemantauan secara berkelanjutan. Hal itu disebabkan mitra masih membutuhkan pelatihan-pelatihan lainnya sehingga harapan mitra untuk memiliki tempat usaha yang permanen dapat terwujud atau bahkan dapat membuka cabang di tempat lain guna memudahkan pembeli dan calon pembeli mengonsumsi JabetSop dari tempat yang berbeda, atau berinovasi membuat menu-menu baru untuk menarik daya tarik pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim berterima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan: (1) Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan hibah PKM tahun 2019; (2) Pemilik Jabet Sop Kemayoran yang telah berkenan menjadi mitra PKM dan mendukung tim dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2017/01/27/212819326/kemenperin.dorong_ikm.masuk.o_nline.melalui.e-smart.ikm. Diakses tanggal 01 maret 2018.
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16808/Menperin-Fokus-Tingkatkan-Daya-Saing,-Populasi-dan-Tenaga-Kerja-IKM>. Diakses tanggal 01 maret 2018.
- <https://www.bukalapak.com/promo/e-smart-ikm.Kuliner>. Diakses tanggal 01 maret 2018.
- Irianto, A. B. P. (2015). Pemanfaatan *soial media* untuk meningkatkan *market share* UKM. *Teknomatika*, 8,1-12.
- Iswanto, T. (2013). Optimalisasi *digital marketing* sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 80--86.
- Masengi, G. (2014). Analisis keuntungan usaha Rumah Makan El-Shadai di kawasan wisata kuliner “Wakeke Manado”. Jurusan Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 33-41.
- Rahmana, A., Iriani, Y., & Oktarina, R. (2012). *Strategi pengembangan usaha kecil menengah sektor industri pengolahan*.