



Penguatan Pemasaran Online, Inovasi Produk, dan Penerapan Akuntansi Sederhana pada Bisnis Kuliner Depot Ceria Gresik

Mustika Winedar¹, Maria Agustini², Sri Utami Ady³, Wahyu Widayati⁴

Universitas Dr. Soetomo Surabaya^{1,2,3,4}

Email : sri.utami@unitomo.ac.id,

Abstract

Empowerment of women entrepreneurs by opening access to business, encouraging increased digital capabilities and creating a fair and safe work environment is a global issue in order to reduce inequality in women's equality in the economic field. As part of the global community, this community service program aims to provide solutions to the problems faced by Ceria entrepreneurs, namely problems in product, marketing, and financial aspects. The short-term solution offered to overcome the problems above is the first to create product innovation. Second, optimize online marketing. And third, increasing knowledge and application of simple accounting for MSME businesses. Transfer of knowledge and skills is carried out using training and mentoring methods. And the results of this community service activity are the creation of innovative products in the form of Sushi Krawu, the use of social media Tik Tok, Instagram and the Go-food and Grab-food delivery order applications and the preparation of balance sheet and income statement. The implications of the implementation of this community service program are an increase in the variety of culinary products offered through the interaction of business actors with customers on social media and the integration of online sales applications into levers to increase sales, increase financial accountability, and professionalism so as to create economic independence and increase empowerment for entrepreneurs woman.

Keywords: Online; Innovation; Women , Culinary, Accounting

Abstrak

Pemberdayaan pengusaha perempuan dengan cara membuka akses berusaha, mendorong peningkatan kemampuan digital dan menciptakan lingkungan kerja yang adil serta aman merupakan isu global dalam rangka mengurangi kesenjangan kesetaraan perempuan di bidang ekonomi. Sebagai bagian dari masyarakat global, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM depot Ceria, yaitu permasalahan pada aspek produk, pemasaran, dan keuangan. Solusi jangka pendek yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan di atas yang pertama adalah menciptakan

inovasi produk. Kedua, mengoptimalkan pemasaran online. Dan ketiga, meningkatkan pengetahuan dan penerapan akuntansi sederhana untuk bisnis UMKM. Transfer knowledge dan skill dalam program ini dilakukan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terciptanya produk inovasi berupa Sushi Krawu, peningkatan aktivitas media sosial Tik Tok dan Instagram, serta dapat disusunnya laporan neraca dan perhitungan laba rugi. Adapun implikasi dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan varian produk kuliner yang ditawarkan melalui interaksi pelaku usaha dengan pelanggan di media sosial dan integrasi aplikasi penjualan online menjadi pengungkit peningkatan penjualan, peningkatan akuntabilitas keuangan, dan profesionalitas sehingga tercipta kemandirian ekonomi dan peningkatan keberdayaan bagi pengusaha perempuan.

Kata Kunci: Online, Inovasi, Perempuan, Kuliner, Akuntansi

PENDAHULUAN

Kesenjangan dan pentingnya kesetaraan peran perempuan dalam perekonomian menjadi salah satu fokus perhatian tim B20 Women in Business Action Council (B20 WiBAC) yang merupakan salah satu gugus tugas dari Presidensi B20 Indonesia. Keterbatasan akses, kesempatan, dan keterwakilan perempuan pada posisi strategis di dunia usaha merupakan permasalahan yang harus segera ditangani bersama. B20 WiBAC pada 2019 melaporkan kesetaraan partisipasi perempuan dalam perekonomian global tumbuh sebesar 3% - 6% dan berkontribusi US\$ 2,5 - 5 triliun pada perekonomian global. Di Indonesia, 60% dari total ekonomi nasional disumbang oleh sektor UMKM dari sisi penciptaan dan penyerapan kesempatan kerja, sedangkan 64% dari total pelaku UMKM adalah perempuan (Damayanti, 2022). Maka diperlukan serangkaian kebijakan dan aksi untuk memberdayakan pengusaha perempuan yang inovatif, inklusif, dan kolaboratif dengan cara mengembangkan ekosistem yang memberikan akses seluas-luasnya bagi pelaku usaha perempuan. Mendorong kemampuan digital dan kepemimpinan perempuan serta mendorong lingkungan kerja yang adil serta aman bagi pekerja perempuan.

Program pengabdian kepada masyarakat ini mengusung tema inovasi produk kuliner dan pemasaran online bekerjasama dengan pelaku usaha perempuan yang menjalankan bisnis kuliner spesialis olahan ayam, seperti ayam geprek, ayam unkep, aneka penyetan dan nasi krawu khas Gresik. Usaha kecil yang dirintis sejak tahun 2018 ini menggunakan nama dagang Depot Ceria dan berlokasi di Jalan Raya Gempolkurung Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Tingkat penjualan Depot Ceria berkisar antara 42 hingga 70 porsi menu perhari, angka ini masih dibawah kapasitas produksi yang mampu memproduksi hingga 100 porsi per hari. Penjualan pada week-end dan hari libur biasanya 30% lebih tinggi dibanding penjualan pada week-day. Harga yang dibanderol pada kisaran Rp 14.000 per porsi untuk pembelian secara offline dan Rp 17.000 per porsi untuk pembelian secara online. Depot Ceria membidik konsumen kelas menengah ke bawah. Tingkat penjualan rata-rata 64 porsi per hari, maka taksiran omzet penjualan mencapai Rp. 1.200.000 hingga Rp 1.700.000 setiap harinya. Depot Ceria melayani penjualan baik offline maupun online. Untuk pembelian offline disediakan layanan dine-in maupun layanan take-away yang dikemas dalam wadah styrofoam. Sejauh ini penjualan online lebih mendominasi, atau mencapai 75% dari total penjualan. Untuk meningkatkan penjualan depot

Ceria telah memanfaatkan e-commerce, diantaranya telah didukung aplikasi go-food, grab-food dan sophie-food. Mitra juga telah memanfaatkan media sosial untuk menunjang pemasaran produk sejak tahun 2020, yaitu menggunakan WhatsApp, Tik Tok, dan Instagram dengan nama akun Geprek Ce_Ri@. Pemanfaatan e-commerce dan akun media sosial merupakan bentuk kreativitas mitra dalam merespon perubahan gaya hidup konsumen yang lebih menyukai bertransaksi secara digital karena lebih simple dan efisien. Untuk itu mitra aktif memasarkan produk melalui unggahan-unggahan di akun media sosial dan menjalin komunikasi yang intensif dengan pelanggan melalui akun media sosial. Adapun untuk logo yang digunakan mitra masih perlu ditingkatkan kualitasnya. Gambar pada logo tampak buram dan belum mencirikan ke-khasan produk.

Seperti yang dituturkan oleh ibu Badariyah sebagai pemilik usaha, bahwa bisnis yang beliau rintis tersebut sempat terhenti akibat terimbas pandemi covid-19 yang melanda Indonesia. Pada puncak masa pandemi sekitar pertengahan tahun 2021 lalu, penjualan depot Ceria mengalami penurunan drastis bahkan sempat berhenti beroperasi selama lebih dari 4 bulan hingga akhir tahun 2021. Pada awal tahun 2022, depot Ceria kembali beroperasi dan bangkit. Namun kondisi paska pandemi sungguh berbeda dibanding sebelum pandemi. Penjualan tidak seramai sebelum pandemi melanda. Semakin banyak pemain baru bermunculan. Para korban pemutusan hubungan kerja sebagai eksekutif panjang pandemi memilih berganti haluan dan mencoba peruntungan dengan berbisnis kuliner yang memang relatif mudah dijalankan dibanding bisnis yang lain. Selain itu masuknya brand-brand besar ke wilayah kecamatan Menganti seperti Mr. Suprek, Geprek Benu, Geprek Juara, Ayam Asyik dan lain sebagainya semakin memperkecil "bagian kue" yang diperebutkan oleh lebih banyak pelaku pasar termasuk usaha skala rumah tangga dan terjadi ketidakseimbangan kekuatan diantara mereka.

Usaha kuliner merupakan usaha yang pertumbuhannya sangat dinamis, mudah sekali tumbuh dan berkembang namun mudah pula berguguran karena tidak mampu bertahan ditengah persaingan yang ketat. Bermunculannya pelaku-pelaku usaha kuliner baru, telah mengurangi porsi penguasaan pasar oleh para pelaku lama. Pada lingkungan industri kuliner dewasa ini, untuk mempertahankan eksistensi, keunggulan cita rasa saja tidaklah cukup. Pengusaha kuliner juga dituntut kreativitasnya dalam berinovasi baik inovasi dalam bentuk menciptakan menu baru yang unik atau mengembangkan menu yang sudah ada namun dengan tampilan baru yang ekstrem agar menarik rasa penasaran dan menggugah selera para calon konsumen. Tampilan visual makanan seringkali juga menjadi faktor kuat yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, yang dapat ditunjang dari unsur warna, bentuk, pilihan bahan baku dan wrapping yang menawan. Diperlukan skill khusus bagi para pelaku bisnis kuliner dalam merespon persaingan bisnis dan usaha untuk bertahan hidup, dimana mitra belum memiliki skill atau pengalaman dan pengetahuan apapun tentang kiat sukses bisnis kuliner (Indra, 2019).

Berdasar analisis situasi dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi pelaku usaha depot Ceria ditinjau dari 7 aspek, yaitu aspek produk, produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi. Namun, mengingat keterbatasan lingkup program pengabdian kepada masyarakat ini, maka permasalahan diprioritaskan pada aspek produk, aspek pemasaran dan aspek keuangan, yang lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

1. Ditinjau dari aspek produk, jenis menu yang dijual depot Ceria minim inovasi sehingga tidak terdapat pilihan menu yang bervariasi dan terbaru. Penampilan produk juga belum menampilkan keunikan yang menjadi pembeda dari produk sejenis yang dijual di tempat lain. Berdasar riset yang dilakukan tim pengabdian masyarakat, industri kuliner kekinian menjual bermacam-macam produk olahan dengan tampilan yang berbeda dari produk sejenis pada umumnya, dan seringkali menggunakan nama-nama

yang terdengar aneh, dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Penciptaan menu baru dengan tampilan unik dan kekinian untuk menarik perhatian lebih banyak konsumen saat ini belum terpikirkan oleh mitra.

2. Ditinjau dari aspek pemasaran jelas terlihat bahwa walaupun transaksi penjualan secara online lebih banyak menyumbangkan pundi-pundi rupiah namun depot Ceria justru kurang mengoptimalkan pemasaran online untuk menggerakkan kenaikan penjualan.
3. Dan ditinjau dari aspek pengelolaan keuangan, depot Ceria telah melakukan pencatatan setiap transaksi namun belum sesuai kaidah akuntansi sehingga masih sulit ditentukan laba/rugi usaha yang merupakan indikator kinerja keuangan.

Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan pada aspek produk adalah bahwa untuk memenangkan persaingan, mitra dituntut memiliki keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki pesaing. Keunggulan kompetitif dapat diraih melalui inovasi produk yaitu dengan menciptakan varian menu baru. Agar varian menu baru mudah diterima konsumen sasaran, maka mitra perlu mempertimbangkan muatan kearifan lokal daerah Gresik, bahan baku yang mudah diperoleh, dan varian menu baru tersebut menampilkan keunikan dan terkesan kekinian. Luaran dari solusi permasalahan ini adalah tercipta varian menu baru dan peningkatan skill dalam memproduksi menu-menu baru yang secara kualitas dan tampilan lebih baik.

Solusi untuk permasalahan pada aspek pemasaran adalah memberikan pelatihan tentang pemasaran online. Mitra dilatih mengoptimalkan media sosial untuk menjajakan dagangan di dunia maya. Mitra diberikan pengetahuan tentang bagaimana membuat konten di media sosial, informasi apa saja terkait barang dagangannya yang harus diinformasikan secara berulang ulang kepada viewer media sosial dan bagaimana menjalin komunikasi yang efektif dengan konsumen lewat media sosial. Dalam pelaksanaan pelatihan pemasaran online ini anggota tim pengabdian dari unsur mahasiswa mewakili kaum milenial, mengambil peran dengan berbagi pengalaman berniaga menggunakan media sosial. Diharapkan setelah diberi pelatihan mitra dapat lebih aktif mempromosikan dagangan di media sosial dan menarik lebih banyak pembeli, baik pembeli secara offline maupun online. Luaran yang diharapkan dari solusi ini adalah terciptanya peningkatan lalu lintas penjualan terutama penjualan online, karena akan muncul multiplier effect mengingat penjualan online akan melibatkan pelaku usaha lain yaitu para driver Gofood, Grabfood, dan Sophiefood.

Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan pada aspek keuangan adalah diberikan pelatihan dan pendampingan dalam melakukan pencatatan akuntansi, menghitung harga pokok produksi dan membuat laporan keuangan sederhana. Diharapkan setelah diberikan pelatihan akuntansi, pelaku UMKM secara tertib dapat melakukan pencatatan akuntansi, dan dapat menyusun serta menginterpretasikan isi laporan keuangan sederhana, sehingga dapat memantau kinerja keuangan dan perkembangan bisnisnya. Luaran yang dihasilkan dari solusi ini adalah laporan keuangan sederhana berupa neraca dan laporan laba rugi yang menginformasikan kondisi keuangan dan capaian kinerja keuangan.

METODE PENELITIAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan pada Juli hingga bulan Agustus 2022. Pengabdian menerapkan metode pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha perempuan sebagai mitra. Program ini bertujuan mentransfer *knowledge* kepada mitra dalam rangka membantu mitra memecahkan permasalahan yang menjadi prioritas, yaitu permasalahan pada aspek produk, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode pelatihan, pendampingan, dan konsultasi yang meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan. Pada tahap persiapan dilakukan identifikasi potensi industri rumah tangga bidang kuliner yang dapat dikembangkan dan potensi pasar yang tersedia

melalui wawancara dan observasi. Dilakukan juga identifikasi terhadap ketersediaan bahan baku dan kemudahan untuk mendapatkannya, serta ketersediaan peralatan yang dibutuhkan.

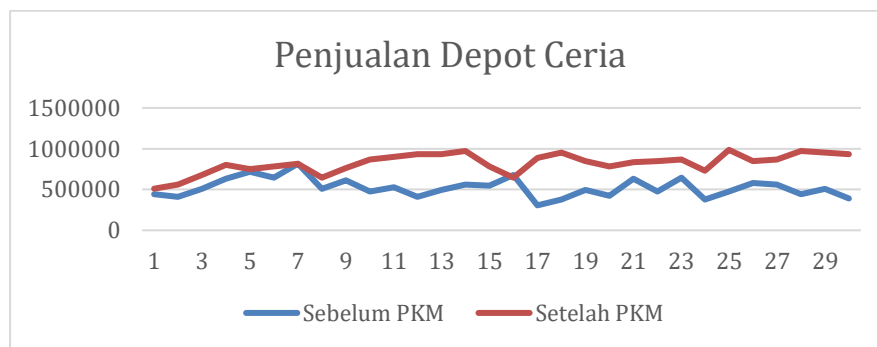
2. Tahap Pelaksanaan. Pada tahap ini dirancang jenis inovasi kuliner yang dikembangkan sesuai ketersediaan bahan baku yang mudah didapat, memiliki cita rasa yang sesuai selera masyarakat, harga jual yang terjangkau, mudah cara pembuatannya dengan memanfaatkan peralatan yang tersedia. Selain itu dilakukan juga uji coba pembuatan menu baru, merancang metode pemasaran, dan pendampingan proses pencatatan akuntansi.
3. Tahap Monitoring dan Pembinaan. Tahap ini dimaksudkan untuk pengukur peningkatan pemahaman pelaku UMKM dan internalisasi materi pelatihan Selanjutnya diperlukan juga pembinaan berkelanjutan. Metode *Mentoring* dapat diterapkan untuk pembinaan mitra, dimana mekanisme ini memberikan *sharing* pengalaman dan pengetahuan dari seseorang yang telah sukses baik dari bidang bisnis yang sama maupun berbeda. *Mentor* dapat membagikan *tips* sukses mengelola bisnis dengan menerapkan *digital marketing*.
4. Tahap Pengembangan Strategi Bisnis. Pada tahap ini pelaku UMKM di anggap telah mengalami kemajuan, sehingga untuk pengembangan bisnis lebih lanjut diperlukan konsultan bisnis. Dengan menerapkan metode Konsultasi Bisnis diharapkan dapat membantu mencari solusi bagi permasalahan yang dihadapi mitra dan membantu mitra memformulasikan strategi bisnis, strategi operasional, dan strategi pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Program pelatihan dan pendampingan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan inovasi produk dan peningkatan aktivitas pemasaran melalui media sosial. Mitra telah mampu menawarkan pilihan menu yang lebih bervariasi dan menarik. Modifikasi menu lokal yang dipadukan dengan trend kekinian menghasilkan menu baru "sushi krawu" yang unik, baik dalam hal penampilan produk maupun cita rasa yang mengulik rasa penasaran konsumen untuk mencoba menu baru tersebut. Selain itu mitra secara agresif mengunggah konten di media sosial untuk menginformasikan produk baru dan program promosi serta diskon dalam rangka mengoptimalkan pemasaran online. Peningkatan aktifitas di media sosial mitra tersebut mendapat respon positif dari konsumen sehingga mampu mendongkrak penjualan sebesar 57% melebihi penjualan sebelum diciptakan menu baru yang dipromosikan secara agresif di media sosial. Perbandingan tingkat penjualan mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat disajikan pada Gambar1, sedangkan ringkasan aktifitas akun media sosial mitra disajikan pada Tabel 1.

Pada Gambar 1 ditunjukkan kurva berwarna biru menggambarkan pergerakan tingkat penjualan mitra sebelum dilakukan pelatihan dan pendampingan, sedangkan kurva yang berwarna orange menggambarkan pergerakan tingkat penjualan mitra setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan. Posisi kurva berwarna orange diatas kurva berwarna biru menunjukkan bahwa peningkatan penjualan mitra lebih tinggi setelah mitra diberikan pelatihan dan pendampingan.



Gambar 1 : Perkembangan Tingkat Penjualan Mitra

Aktivitas akun media sosial sebelum dan sesudah pengabdian dapat dilihat pada Tabel 1. Pada kolom ke 2 Tabel 1 menunjukkan data sebelum pelatihan dan pendampingan, jumlah unggahan per bulan sebanyak 11 unggahan dengan jumlah pengikut sebanyak 42 akun dan jumlah yang diikuti sebanyak 74 akun. Sedangkan pada kolom ke 3 Tabel 1 menunjukkan data setelah pelatihan dan pendampingan, jumlah unggahan per bulan menjadi 48 unggahan, dengan jumlah pengikut 366 akun dan jumlah akun yang diikuti sebanyak 1.174 akun. Hal ini menunjukkan aktivitas pengabdian yang dilakukan memiliki dampak yang sangat baik dalam perkembangan UMKM tersebut.

Tabel 1 . Aktifitas Akun Media Sosial Mitra

Uraian	Sebelum Pelatihan dan Pendampingan	Sesudah Pelatihan dan Pendampingan
Jumlah unggahan per bulan	11 unggahan	48 unggahan
Jumlah pengikut	42 akun	366 akun
Jumlah yang diikuti	74 akun	1.174 akun

Pelaksanaan pelatihan akuntansi sederhana menghasilkan kemampuan mitra melakukan pencatatan transaksi bisnis secara tertib sesuai kaidah akuntansi dan dapat disusun laporan Neraca serta laporan Laba Rugi, sehingga mitra dapat mengetahui berapa laba yang diraih dari usaha kuliner yang dijalankan. Berdasar catatan mitra, peningkatan penjualan rata-rata sebesar 30% telah berkontribusi meningkatkan laba.

Pembahasan

Permasalahan pada aspek produk yang menjadi prioritas dalam program kemitraan masyarakat ini telah menyebabkan penurunan penjualan mitra. Kondisi ini semakin diperburuk oleh semakin ketatnya persaingan bisnis kuliner, sehingga kapasitas produksi mitra tidak berhasil dimanfaatkan secara optimal untuk mencetak penghasilan bagi mitra. Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan utama ini adalah bahwa untuk memenangkan persaingan, mitra dituntut memiliki keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki pesaing. Fokus utama bisnis yang berorientasi pasar adalah pada kepuasan pelanggan dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Dimana kepuasan dan penciptaan nilai bagi pelanggan dapat diwujudkan salah satunya melalui keunikan produk yang tercipta dari hasil inovasi. Inovasi produk meningkatkan keunggulan kompetitif, semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi pula keunggulan kompetitif (Alwi & Handayani, 2018). Keunggulan kompetitif sangat diperlukan untuk dapat bertahan di tengah persaingan bisnis yang ketat terutama pada bisnis kuliner. Keunggulan kompetitif dapat diraih melalui inovasi produk yaitu dengan menciptakan varian menu baru. Agar varian menu

baru mudah diterima konsumen sasaran, maka mitra perlu mempertimbangkan muatan kearifan lokal daerah Gresik, bahan baku yang mudah diperoleh, dan varian menu baru tersebut menampilkan keunikan serta terkesan kekinian.

Dalam diskusi awal yang dilakukan tim pengabdian masyarakat bersama mitra, sebagai masukan tim pengabdian mengusulkan kepada mitra untuk membuat inovasi pada penampilan menu nasi krawu yang biasa disajikan secara konvensional agar lebih menarik dan kekinian. Sebagai hasilnya disepakati untuk mencoba menyajikan nasi krawu dengan tampilan menyerupai *sushi* yaitu makanan ala Jepang yang juga sangat populer dan digandrungi masyarakat di Indonesia, terutama generasi milenial saat ini. Penampilan baru yang diusulkan ini berupa lauk nasi krawu digulung didalam nasi dan kemudian dibalut rumput laut kering (*nori*) sebagai pengganti daun pisang yang biasanya digunakan untuk membungkus nasi krawu konvensional. Penggunaan *nori* selain memberikan cita rasa *sea food* pada nasi krawu juga menambah kandungan gizi pada makanan, selain itu juga dapat mengurangi penumpukan sampah karena *sushi* krawu dapat dikonsumsi sekaligus bersama bungkusnya.

Usulan solusi permasalahan ini berdasar pertimbangan bahwa 1) bahan baku untuk membuat *sushi* krawu tidak jauh berbeda dengan bahan baku dagangan yang dijual mitra saat ini, serta mudah didapat di pasaran, 2) cita rasa nasi krawu dapat diterima dan sesuai selera masyarakat Gresik yang merupakan konsumen sasaran, 3) pembuatan *sushi* krawu tidak memerlukan peralatan khusus sehingga mitra dapat tetap memanfaatkan peralatan produksi yang sudah ada.

Selain itu tim pengabdian kepada masyarakat juga memberikan masukan untuk perbaikan tampilan menu mie geprek yang dijual mitra agar lebih menarik, yaitu adonan mie dan telur dicetak menggunakan cetakan kue *Taiyaki* yang berbentuk ikan sehingga dapat menampilkan bentuk dan karakter yang lebih menarik. Untuk merealisasikan usulan ini mitra akan diberikan pelatihan membuat aneka *sushi* dan kreasi hidangan mie telur dari tim pengabdian kepada masyarakat. Diharapkan dengan menjual menu *sushi* krawu dan mie telur *taiyaki* ini dapat menarik minat konsumen sehingga penjualan mitra dapat terangkat naik kembali.



Gambar 2 : Pelatihan Membuat Sushi Krawu dan Mie Telor Taiyaki

Tim pengabdian kepada masyarakat juga mengusulkan penggantian kemasan *styrofoam* dengan kemasan berbahan ramah lingkungan yang tidak menimbulkan masalah kesehatan, seperti menggunakan kemasan kotak kardus. Penggantian kemasan ini mungkin akan menimbulkan kenaikan biaya produksi, namun seiring peningkatan unit produk yang terjual

maka kenaikan biaya produksi tersebut akan tercover dan menjadi tidak signifikan. Selain itu upaya penggantian kemasan produk dari kemasan *styrofoam* menjadi kemasan karton dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas kesehatan produk kuliner. Kemasan *styrofoam* membahayakan kesehatan karena terbuat dari bahan kimia *polisterin*, senyawa *butadien*, *dioktil ptalat*, *buthil hidroksi toluena*, dan *klorofluorokarbon* (Wardana, 2016). Beberapa penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa residu *styrofoam* dalam makanan sangat berbahaya karena menyebabkan gangguan pada sistem endokrinologi dan reproduksi manusia akibat kandungan bahan kimia karsinogen dalam makanan. Bahan dasar *styrofoam* bersifat mutagenik atau mampu mengubah gen, dan berpotensi menjadi karsinogen (pemicu penyakit kanker). Semakin lama jangka waktu pengemasan dan semakin tinggi suhu, semakin meningkatkan migrasi bahan bahan yang bersifat toksik tersebut ke dalam makanan atau minuman dalam kemasan *styrofoam*. Oleh sebab penggunaan kemasan *styrofoam* untuk makanan dan minuman tidak dianjurkan, bahkan di beberapa daerah seperti di Jawa Barat penggunaan *styrofoam* untuk produk pangan dilarang. Luaran dari solusi permasalahan utama mitra yaitu dengan tercipta varian menu baru berupa sushi krawu dan mie telur taiyaki yang menarik dan unik. Mitra juga memperoleh peningkatan *skill* dalam memproduksi menu-menu baru yang secara kualitas dan tampilan lebih baik.

Solusi untuk permasalahan mitra yang ke dua adalah memberikan pelatihan tentang pemasaran online. Pemasaran online sangat tepat untuk bisnis kuliner karena saat ini di Indonesia tercatat 171 juta penduduk terhubung dengan internet dan 87% pengguna internet sangat terbantu dengan adanya mesin pencari untuk mendapatkan informasi tentang segala kebutuhan mereka, termasuk mencari rekomendasi kuliner (Indra, 2019). Maka mengoptimalkan media sosial sebagai media untuk menjajakan dagangan di dunia maya adalah cara yang cukup ampuh (Wind & Mahajan, 2002). Berdasar penelitian, rata-rata orang menghabiskan 142 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial, sehingga sangat tepat jika menjadikan media sosial sebagai garda terdepan dalam pemasaran *online* dan selain itu pemasaran melalui media sosial tidak berbayar (Benefita, 2021). Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mitra diberikan pengetahuan tentang bagaimana membuat konten dan mengunggah konten secara konsisten di media sosial. Dengan aktifitas media sosial diharapkan statistik media sosial mitra meningkat. Mitra juga dilatih untuk membangun komunikasi dengan konsumen dan calon konsumen dengan cara membuat kuis, membuat kompetisi, memasang iklan, menawarkan promo dan diskon, serta informasi menarik lainnya. Mitra dapat memanfaatkan media sosial yang telah ada seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Hasil dari pelatihan ini mitra dapat lebih aktif mempromosikan dagangan di media sosial dan menarik lebih banyak pembeli, baik pembeli secara *offline* maupun *online*.

Mitra dilatih mengoptimalkan media sosial untuk menjajakan dagangan di dunia maya. Mitra diberikan pengetahuan tentang informasi apa saja terkait barang dagangannya yang harus diinformasikan secara berulang ulang kepada *viewer* dan *follower* media sosial dan bagaimana menjalin komunikasi yang efektif dengan konsumen lewat media sosial. Dalam pelaksanaan pelatihan pemasaran online ini anggota tim pengabdian dari unsur mahasiswa mewakili kaum milenial, mengambil peran dengan berbagi pengalaman berniaga menggunakan media sosial. Diharapkan setelah diberi pelatihan mitra dapat lebih aktif mempromosikan dagangan di media sosial dan menarik lebih banyak pembeli, baik pembeli secara *offline* maupun *online*. Luaran dari solusi ini adalah terciptanya peningkatan lalu lintas penjualan terutama penjualan *online*, karena akan muncul *multiplier effect* mengingat penjualan *online* akan melibatkan pelaku usaha lain yaitu para *driver Gofood*, *Grabfood*, dan *Sophiefood*.

Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan mitra yang ketiga adalah mitra dilatih dan didampingi melakukan pencatatan akuntansi, menghitung harga pokok produksi dan membuat laporan keuangan sederhana. Diharapkan setelah diberikan pelatihan akuntansi, mitra secara

tertib melakukan pencatatan akuntansi, dapat menyusun dan menginterpretasi isi laporan keuangan sederhana. Sehingga mitra mampu memantau kinerja keuangan dan perkembangan bisnisnya. Luaran yang dihasilkan dari solusi ini adalah laporan keuangan sederhana berupa neraca dan laporan laba rugi yang menginformasikan kondisi keuangan dan capaian kinerja keuangan mitra.

Materi akuntansi yang disampaikan kepada mitra antara lain pentingnya dilakukan pencatatan setiap transaksi secara tertib dalam format jurnal umum. Selanjutnya mitra diajarkan cara mengklasifikasikan setiap transaksi jurnal umum ke ke dalam formulir buku besar yang bertujuan untuk memperoleh saldo dari masing-masing perkiraan akuntansi. Berikutnya mitra diajarkan cara menyusun daftar saldo yang merupakan cikal bakal penyusunan laporan keuangan. Terakhir, mitra diajarkan menyusun laporan perhitungan laba rugi dan laporan neraca sederhana. Indikator capaian dari kegiatan ini mitra telah mampu menyusun perhitungan laba rugi dan neraca untuk periode bulan September 2022. Berdasar data dari catatan akuntansi mitra yang diolah, berhasil digambarkan perbandingan tingkat penjualan mitra sebelum dan sesudah diberikan pelatihan dan pendampingan.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai target capaian luaran dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat peningkatan daya saing bagi bisnis mitra dengan terciptanya varian menu baru dan terdapat perbaikan kualitas produk. Menu yang lebih bervariasi dan unik dengan kualitas yang baik menjadi keunggulan kompetitif bagi bisnis mitra yang tidak dimiliki pesaing. Dengan keunggulan kompetitif tersebut memungkinkan mitra mampu bertahan ditengah persaingan bisnis kuliner yang sangat ketat.
2. Terdapat peningkatan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat melalui penerapan pemasaran *online* oleh mitra dan penerapan sistem akuntansi sederhana. Penerapan IPTEK di masyarakat ini meningkatkan profesionalisme dan akuntabilitas mitra dalam menjalankan usaha.
3. Terdapat peningkatan keberdayaan mitra secara ekonomi yang dapat diukur melalui peningkatan penjualan, yang dapat juga diartikan sebagai peningkatan pendapatan mitra. Peningkatan kemampuan mitra meraup pendapatan mencerminkan peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi mitra selaku pengusaha perempuan dan turut berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga.

Saran

1. Mengingat program pengabdian masyarakat ini hanya memprioritaskan penyelesaian permasalahan mitra yang terbatas, maka disarankan untuk kegiatan selanjutnya lebih banyak lebih banyak permasalahan mitra yang mendapatkan solusi, seperti solusi permasalahan pada aspek produksi, sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.
2. Dalam bisnis kuliner penting sekali menjaga image dan kualitas produk maka diharapkan mitra secara konsisten mempertahankan kebersihan, kesehatan, dan cita rasa makanan yang dijual agar tidak mengecewakan konsumen. Dan untuk menjalin komunikasi dengan konsumen diharapkan mitra secara konsisten aktif mengunggah informasi bisnis di media sosial sebagai media online marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Benefita. (2021). *Panduan Belajar Digital Marketing (Bonus Tips Lengkap)*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/belajar-digital-marketing/>
- Damayanti, A. (2022). *Kesenjangan Peran Perempuan Masih Terjadi, Pengusaha Kasih Solusi Ini*. DetikFinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6134528/kesenjangan-peran-perempuan-masih-terjadi-pengusaha-kasih-solusi-ini>
- Indra, I. (2019). *Tips Digital Marketing Paling Moncer untuk Bisnis Kuliner!* <https://www.niagahoster.co.id/blog/digital-marketing-untuk-bisnis-kuliner/>
- Wardana, N. (2016). *Bahaya Styrofoam Sebagai Kemasan Makanan Bagi Kesehatan*. Apakabarsidimpuan. <https://www.apakabarsidimpuan.com/bahaya-styrofoam-sebagai-kemasan-makanan-bagi-kesehatan/#:~:text=Styrofoam selama ini merupakan salah satu bahan yang mengandung karsinogen sebagai salah satu penyebab penyakit kanker.>
- Wind, J., & Mahajan, V. (2002). Digital Marketing. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 1, 43-54. <https://doi.org/10.4468/2002.1.04wind.mahajan>