

DIGITALISASI UMKM: OPTIMALISASI PEMASARAN WARUNG MAKAN DI DESA APUAN

Nengah Landra¹⁾, Anak Agung Inten Paraniti²⁾, Jerri Pati Molan³⁾, Ni Kadek
Juliantari⁴⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: nengahlandra@unmas.ac.id¹⁾ intenparaniti@unmas.ac.id²⁾
lamanepaj@gmail.com³⁾ julikdk96@gmail.com⁴⁾

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Apuan, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli. Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Warung Makan Buk Nyoman. Berdasarkan observasi yang dilakukan tim kepada pihak terkait pada UMKM Warung Makan Buk Nyoman di Desa Apuan ditemukan masalah kurangnya promosi melalui media sosial dan belum ada titik penunjuk lokasi usaha yang menyebabkan kurangnya jangkauan pemasaran serta papan nama yang sudah usang. Begitu juga belum tersedia daftar menu makanan yang berfungsi penting bagi konsumen dan dapat memudahkan dalam pemesanan makanan. Melihat kondisi tersebut dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat yakni melakukan pemasaran melalui media sosial dan membuat penunjuk letak lokasi usaha untuk mengembangkan UMKM Warung Makan Buk Nyoman, seperti Instagram dan Google Maps serta memperbaiki papan nama yang telah usang serta menambahkan daftar menu makanan sebagai bahan promosi dari UMKM Warung Makan Buk Nyoman. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelaku UMKM Warung Makan Buk Nyoman ini adanya pemahaman tentang tata cara pemasaran melalui media sosial agar dapat memasarkan produk usaha secara lebih luas sehingga sudah terealisasi dengan baik dan tepat waktu serta sudah terealisasi 100%.

Kata Kunci: pemasaran, UMKM, digitalisasi

ANALISIS SITUASI

Pengabdian Masyarakat merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa yang manfaatnya secara langsung dapat dirasakan oleh masyarakat sasaran. Manfaat yang dirasakan bagi mahasiswa dapat meningkatkan kepedulian sosial pada diri mahasiswa dan menumbuhkan rasa kebersamaan, serta mahasiswa dapat memanfaatkan ilmu pengetahuan yang dimiliki untuk diterapkan di masyarakat. Dengan kehadiran mahasiswa diharapkan dapat membantu masyarakat dalam berbagai aspek, termasuk dalam perekonomian pada usaha mikro kecil dan menengah sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan. Digitalisasi adalah suatu proses pemindahan informasi dari bentuk analog ke bentuk digital. Promosi produk di media social mampu menunjang kelancaran penjualan bagi perusahaan dan dapat meningkatkan citra perusahaan (Bagus et al. 2022). Guna meningkatkan keunggulan bersaing, maka UMKM perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pemasaran yang lagi berkembang saat ini, seperti

kemampuan dalam bermedia sosial atau digital marketing (Aisyah and Rachmadi 2022). Perusahaan yang menggunakan pemasaran digital mempunyai peluang yang lebih besar untuk mendapatkan pembeli. Hal ini menandakan bahwa digital memang mau tidak mau harus diikuti oleh perusahaan atau pelaku bisnis. Digital sangat diperlukan untuk kemudahan manajemen. Tentu saja berbeda ketika perusahaan atau pelaku bisnis tidak mau untuk terlibat dan menggunakan sarana digital (Sukoco and Maulana 2022).

Warung Makan Buk Nyoman merupakan salah satu warung makan yang bergerak dalam bidang usaha kuliner yang berlokasi di Jl. Desa Apuan, Apuan, Kec. Susut, Kabupaten Bangli dan usaha ini sudah berjalan selama 4 tahun. Permasalahan yang terungkap dari hasil observasi yaitu kurangnya promosi melalui media sosial dan belum ada titik penunjuk lokasi usaha yang menyebabkan kurangnya jangkauan pemasaran serta papan nama usaha yang telah usang. Maka perlu penggunaan media sosial sebagai sarana untuk promosi agar memperluas pemasaran produk. Begitu juga belum tersedia daftar menu makanan yang berfungsi penting bagi konsumen dan dapat memudahkan dalam pemesanan makanan karena konsumen tidak perlu bertanya lagi mengenai menu yang disediakan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan dan analisis permasalahan yang dihadapi usaha UMKM Warung Makan Buk Nyoman, maka tim akan melaksanakan pengabdian di UMKM Warung Makan Buk Nyoman. Melalui program yang dirancang diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan terkait kurangnya pemasaran dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk melalui promosi di media sosial seperti Instagram dan Google Maps. Hal ini memudahkan pelaku usaha untuk menjual produknya dan masyarakat lebih familiar dengan Warung Makan Buk Nyoman.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang dilakukan tim kepada pihak terkait pada UMKM Warung Makan Buk Nyoman di Desa Apuan, terdapat beberapa masalah yang dapat diambil:

1. Kurangnya melakukan pemasaran melalui media sosial dan kurangnya penunjuk letak lokasi dari UMKM Warung Makan Buk Nyoman.
2. Papan nama usaha yang telah usang sehingga perlu adanya perbaikan serta kurang menampilkan daftar menu makanan dari UMKM Warung Makan Buk Nyoman.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun solusi yang dapat diberikan kepada UMKM Warung Makan Buk Nyoman mengenai permasalahan yang terjadi berdasarkan hasil observasi sebagai berikut:

1. Melakukan pemasaran melalui media sosial dan membuat penunjuk letak lokasi usaha untuk mengembangkan UMKM Warung Makan Buk Nyoman, seperti Intagram dan Google Maps.
2. Memperbaiki papan nama yang telah usang serta menambahkan daftar menu makanan sebagai bahan promosi dari UMKM Warung Makan Buk Nyoman.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan yang akan digunakan terkait Pemasaran UMKM Warung Makan Buk Nyoman di Desa Apuan yaitu, sebagai berikut:

1) Tahap Observasi

Pada tahap observasi ini, tim melakukan observasi pada pelaku usaha UMKM di Desa Apuan mengenai apa kendala dan permasalahan khususnya pelaku usaha. Setelah melakukan observasi, kendala yang tim temui yaitu kurangnya pemasaran melalui media sosial dan tidak ada penunjuk letak lokasi usaha serta kurang menampilkan menu makanan yang dapat menginformasikan makanan yang dijual, begitu juga papan nama yang telah usang.

2) Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini, tim akan melakukan persiapan terlebih dahulu sebelum melaksanakan program, dimana persiapannya dimulai pembuatan akun media sosial yaitu Intagram dan Google Maps untuk penunjuk letak lokasi usaha kemudian pembuatan design untuk papan nama usaha dan daftar menu makanan.

3) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, tim melaksanakan program kepada UMKM Warung Makan Buk Nyoman terkait dengan melaksanakan pemasangan papan nama usaha dan pemberian daftar menu makanan pada usaha UMKM Warung Makan Buk Nyoman. Selanjutnya melakukan pemasaran melalui sistem digitalisasi yaitu media sosial.

4) Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi ini, tim tetap memperhatikan pelaku UMKM mengenai memasarkan produk secara baik dan efektif melalui sistem digitalisasi.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan program kerja pengabdian masyarakat ini, ketercapaian kegiatan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Memperkenalkan kepada pelaku UMKM Warung Makan Buk Nyoman tentang tata cara pemasaran melalui digitalisasi agar dapat memasarkan produk usaha secara lebih luas dan dapat dengan mudah mengetahui letak lokasi usaha, sehingga konsumen dapat mengetahui lebih detail mengenai makanan yang disediakan UMKM Warung Makan Buk Nyoman.

2. Memperkenalkan kepada pelaku UMKM Warung Makan Buk Nyoman dengan pemasangan papan nama sebagai bentuk identitas usaha dan begitu juga pembuatan daftar menu makanan sebagai alat untuk menampilkan menu-menu makanan guna mempermudah dalam pemesanan, sehingga konsumen tidak perlu bertanya mengenai makanan yang disediakan dan dapat langsung melihat dari buku menu.



Gambar 1. Melakukan Observasi dengan pemilik Warung Makan Buk Nyoman dan Pemasangan papan nama pada Warung Makan Buk Nyoman



Gambar 2. Penyerahan buku menu makanan kepada pemilik Warung Makan Buk Nyoman



Gambar 3. Penyerahan Media Sosial UMKM Warung Makan Buk Nyoman

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi UMKM Warung Makan Buk Nyoman masih kurangnya melakukan promosi melalui sistem digitalisasi terutama media sosial, begitu juga dengan papan nama yang sudah mulai usang dan tidak menampilkan menu makanan. Sehingga sangat diperlukan untuk memperlas target pemasaran melalui media sosial agar dapat menarik minat masyarakat dan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dengan dibantu adanya Google Maps agar mempermudah mencari lokasi usaha sehingga dapat meningkatkan penjualan. Begitu juga dengan pembuatan papan nama agar masyarakat mengetahui letak lokasi usaha dan mempermudah pemesanan makanan melalui daftar menu. Dari hasil kegiatan pelaksanaan pembuatan media sosial, daftar menu dan pembuatan papan nama, terealisasi dengan baik dan tepat waktu serta sudah terealisasi 100%.

Saran yang dapat tim sampaikan yaitu melakukan pemasaran melalui media sosial sangat penting karena dapat menemukan konsumen-konsumen baru dan usaha yang sudah dijalankan tidak ketinggalan jaman, sehingga mampu bersaing dengan usaha-usaha lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti, and Kartika Rose Rachmadi. 2022. “Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan.” *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2):442–48. doi: 10.46576/rjpkm.v3i2.1866.
- Bagus, Gde, Brahma Putra, Ni Putu, Zelga Wahyuni, and Universitas Mahasaraswati Denpasar. 2022. “PENGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK DI ERA COVID-19 PADA TOKO.” *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat* 1(November).
- Sukoco, Sampir Andrean, and Akbar Maulana. 2022. “Digitalisasi Pemasaran Melalui Platform Media Sosial.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 3(2):1179–84.