



Peningkatan Daya Saing Usaha Bakso Bang Boneng Titi Kuning, Kota Medan

Nursiah Fitri^{1,*}, Jumjuma¹, Desri Wiana¹

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia, 20155

*email: nursiahfitri@polmed.ac.id

Abstrak

Kata kunci

bakso,
belu,
daring

Program PKM ini memilih mitra usaha bakso Bang Boneng yang telah mampu bertahan selama 27 tahun. Mulai bulan Maret, efek pandemi Covid-19 amat dirasakan oleh pemilik usaha. Pemasaran hanya dilakukan secara langsung, belum menggunakan media online. Tidak mampu memenuhi permintaan baru di era new normal berupa bakso frozen. Belum memiliki peralatan berupa freezer box untuk persediaan logistik daging dan bakso. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan daya saing agar mitra mampu bertahan dan dapat mengembangkan usaha melalui program pendampingan usaha yang dilakukan oleh staf pengajar Politeknik Negeri Medan. Pengusaha diajak untuk menerapkan strategi pemasaran secara online sehingga usaha ini mampu menjangkau pelanggan lebih luas lagi. Memberikan materi pelatihan tentang komunikasi pemasaran yang efektif. Disamping itu pengusaha harus mampu menangkap peluang baru dari permintaan konsumen yang membutuhkan makanan dalam bentuk frozen. Memberikan bantuan berupa peralatan mesin blender penggiling daging untuk membantu mempersingkat waktu proses pembuatan bakso dan membantu pengadaan peralatan freezer box untuk membantu penyediaan bakso dalam bentuk frozen. Hasil dari kegiatan ini, pengusaha telah mampu menyediakan bakso frozen, memiliki logistik persediaan daging, bisa diakses secara online, dan memiliki tempat usaha dalam bentuk ruko.

Abstract

Keywords

meatball,
frozen,
online

This PKM program chose Bang Boneng's meatball business partner who has been able to survive for 27 years. Starting in March, the effects of the Covid-19 pandemic were felt by business owners. Marketing is only done directly, not using online media. Unable to meet the new demand in the new normal era in the form of frozen meatballs. Do not have equipment in the form of a freezer box for logistics supplies of meat and meatballs. The purpose of this activity is to increase competitiveness so that partners are able to survive and can develop their business through a business assistance program carried out by the teaching staff of the Medan State Polytechnic. Entrepreneurs are invited to implement online marketing strategies so that these businesses are able to reach a wider range of customers. Provide training materials on effective marketing communications. In addition, entrepreneurs must be able to capture new opportunities from consumer demand that requires food in the form of frozen. Provide assistance in the form of a meat grinder blender machine to help shorten the time of the meatball-making process and help procure freezer box equipment to help provide frozen meatballs. As a result of

this activity, entrepreneurs have been able to provide frozen meatballs, have logistics for meat supplies, can be accessed online, and have a place of business in the form of a shophouse.

PENDAHULUAN

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria sebuah usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta (Tambunan, 2012). Peningkatan jumlah UMKM di Indonesia dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah industri makanan dan minuman. Beberapa tahun terakhir perkembangan bisnis ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Industri ini diyakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup bagus, walaupun dalam kondisi krisis. Walaupun begitu, ada banyak juga industri makanan seperti restoran dan warung yang gulung tikar, karena tidak kuat mempertahankan jumlah pembelinya. Kesuksesan di bidang makanan dan minuman tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya. (Ling, 2013).

Jenis makanan Mie sudah lama menjadi kesukaan orang Indonesia termasuk orang tua dan kaum milenial. Bagi orang-orang yang menghindari makan mie instan, maka mie bakso dan mie ayam menjadi suatu pilihan alternatif. Oleh karena itu usaha mie bakso dan mie ayam ini banyak ditekuni orang, dari yang berlokasi di restoran, mall, sampai warung pinggir jalan bahkan dijajakan dengan menggunakan gerobak bakso. Satu diantara pedagang tersebut adalah usaha Mie ayam bakso Bang Boneng. Usaha ini telah berjalan

cukup lama, sekitar 27 tahun. Sudah mengalami masa krisis ekonomi 1998, dan sekarang mengalami masa krisis ekonomi yang disebabkan adanya pandemi Covid 19. Usaha ini bermula dilakukan dengan menggunakan gerobak- becak bakso yang dikayuh. Mulai bulan September tahun 2019, ada upaya untuk melakukan perubahan. Jika sebelumnya menggunakan gerobak becak bakso yang dikayuh, maka saat ini menempati lokasi di kaki lima di depan sebuah toko yang telah menutup usahanya.

Lokasi usaha berdekatan dengan tempat tinggal pemilik di sebuah rumah sewaan di Jalan B. Z. Hamid gang Manggis No.14 Km. 16 Kelurahan Titi Kuning. Kelurahan ini merupakan kelurahan yang terletak di Kecamatan Medan Johor, Kota Medan yang berkembang sebagai daerah jasa perdagangan, permukiman dan lain-lain. Kelurahan Titi Kuning terdiri dari 15 lingkungan. Pemukiman yang padat penduduk disertai dengan kompleks perumahan etnis Tionghoa, memungkinkan usaha ini memiliki pelanggan yang cukup banyak sehingga mampu bertahan dalam waktu yang begitu lama.

Pembeli yang selama ini didatangi dari rumah ke rumah, sekarang banyak datang berjalan kaki, menggunakan sepeda motor bahkan mobil ke lokasi usaha. Pemilik usaha juga berkongsi dengan penjual juice. Selain itu pemilik juga menerima titip jual dari pedagang lain berupa kerupuk mie kuning, kerupuk udang besar, sate kerang, sate kentang, sate jengkol, risol, bakwan, kacang tojin, dan peyek.

Pada saat menggunakan gerobak becak bakso, pemilik usaha memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp. 600.000 s/d Rp 700.000/hari.

Setelah menempati lokasi di depan toko, maka pemilik bisa memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp 3.100.000/hari. Warung bakso buka mulai jam 16.00 wib hingga jam 23.00 wib. Repotnya seluruh peralatan yang dibutuhkan diangkut dari rumah ke warung pada saat warung buka. Begitu pula pada saat warung tutup, seluruh peralatan kembali di bawa pulang. Sempat terfikir untuk pindah lokasi dengan menyewa lokasi baru karena besarnya minat pembeli. Jika kondisi penjualan stabil seperti itu, maka pemilik yakin mampu menyewa lokasi baru disekitar lokasi sekarang.

Sayangnya di bulan Maret 2020 pemilik usaha juga merasakan dampak ekonomi dari pandemi Covid-19. Adanya anjuran *stay at home*, menghindari kerumunan dan jaga jarak, menyebabkan jumlah pembeli berkurang datang ke warung. Warung mulai buka jam 16.00 wib dan harus tutup jam 21.00 wib. Makanan hanya boleh di bawa pulang dan menjaga jarak jika makan ditempat. Akhirnya pemilik memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp 800.000 s/d Rp 900.000/hari. Dari hasil berjualan bakso, pemilik usaha ini mampu untuk menyekolahkan anak pertama sampai sarjana. Anak ke-2 dan ke-3 sekolah hingga tamat STM dan bekerja di bengkel. Saat sebelum pandemi, usaha ini memiliki delapan orang karyawan. Saat ini, tinggal lima orang karyawan dan dibantu oleh istri dan anaknya.

Permasalahan dari segi pemasaran adalah promosi dilakukan dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Permasalahan dari sisi produksi, mitra belum menangani persediaan bahan baku daging dengan baik. Hal itu dikarenakan pemilik belum memiliki mesin penggiling daging dan freezer box, sehingga setiap hari harus ke pasar untuk menggilingkan daging

terlebih dahulu. Hal ini dirasakan kurang efisien, karena memerlukan waktu. Selain itu kapasitas produksi terbatas karena tidak siap dengan storage.

Saat pandemi covid 19, timbul kebiasaan baru dimana pembeli membeli makanan untuk dibawa pulang. Pembeli juga mencari bakso dalam bentuk frozen. Sampai saat ini penjual masih belum memiliki freezer untuk membekukan bakso. Untuk itu usaha ini amat membutuhkan freezer box untuk memenuhi permintaan tersebut. Keinginan pemilik yang sampai saat ini juga belum tercapai adalah ingin memiliki tempat jualan dengan luas yang memadai dan menetap sehingga tidak kesulitan untuk menggotong barang-barang keperluan ke lokasi jualan seperti sekarang ini. Jika saja pendapatan kotor dari penjualan bakso bisa stabil di sekitar Rp 3.100.000/hari, maka pengusaha yakin akan mampu menyewa lokasi baru.

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, maka dapat diuraikan permasalahan mitra yang mencakup hal-hal berikut ini:

1. Masalah pemasaran:

- a) Pemasaran produk masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*). Promosi seperti ini menjangkau konsumen yang terbatas.

2. Masalah Produksi:

- a) Tidak memiliki alat khusus untuk menggiling daging. Setiap hari harus menggilingkan daging ke pasar. Hal ini tentu saja tidak efisien karena memakan waktu. Padahal jika memiliki alat ini, akan dapat menggiling daging sendiri sekaligus mencampur dengan bahan-bahan lain, sehingga lebih terjamin higienisnya dan menghemat

- waktu persiapan pembuatan bakso.
- b) Tidak mempunyai persediaan daging karena tidak memiliki alat pendingin untuk menyimpan daging.
 - c) Belum bisa memenuhi permintaan konsumen untuk produk bakso dalam bentuk frozen karena belum memiliki freezer.
 - d) Lokasi usaha belum memadai karena lokasinya berada di emperan toko yang ditutup pada sore hingga malam hari. Disamping itu pemilik mengotong semua dagangan dan perlengkapannya pada saat membuka usaha, demikian pula pada saat pulang kembali harus membawa semua peralatannya ke rumah dengan becak gero-bakyang ada.

METODE

Metode Pelaksanaan kegiatan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut.

1. Diskusi awal dengan mitra pengusaha Mie bakso beserta timnya yang terdiri dari pemasok makanan sate, kerupuk dan minuman Juice. Melalui diskusi ini, permasalahan mitra dapat diidentifikasi dan kemudian ditawarkan solusi yang baik untuk menyelesaikan permasalahan mitra.
2. Kegiatan pelatihan, kegiatan ini difokuskan untuk memasarkan produk secara online. Strategi pemasaran Online atau sering disebut dengan Online marketing strategy merupakan segala usaha (bisnis) yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media online, yakni media internet (Setiawati & Widyarti, 2017). (Selain itu juga memanfaatkan jasa Grabfood dan

Gofood untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pererta pelatihan berjumlah 15 orang yang terdiri dari pengusaha bakso beserta istri dan dua orang anaknya, tiga orang pemasok makanan sate dan kerupuk, tiga orang mitra penjual minuman juice dan es campur, dan tim pengabdian yang terdiri dari lima orang. Dari kegiatan ini mitra akan menjadi mitra Gofood dan Grabfood. Kegiatan ini akan dipandu oleh Mahasiswa yang ikut dalam tim.

3. Kegiatan pelatihan membuat pesan pemasaran dengan menggunakan media online. Permasalahan mitra diatasi melalui penerapan manajemen dan teknik pemasaran produk mitra dengan menggunakan media internet (online). Hasilnya mitra memiliki kemampuan untuk mengkomuni-kasikan produk dan merk produk sehingga memiliki daftar pelanggan tetap pada website yang berpotensi melakukan pembelian produk secara berkelanjutan. (Dedy, dkk:2019). Dari kegiatan ini diharapkan mitra memiliki pesan promosi di media sosial. Kegiatan ini akan dipandu oleh Staf Pengajar Politeknik Negeri Medan.
4. Memberikan bantuan berupa mesin blender penggiling daging agar dapat membantu menghemat waktu dalam persiapan pembuatan bakso.
5. Memberikan bantuan kulkas freezer yang akan membantu dalam proses produksi seperti persediaan daging dan bakso dalam bentuk beku.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program setelah selesai kegiatan pengabdian pada masyarakat. Pada akhir pendampingan juga dilakukan evaluasi melalui feedback kegiatan. Diharapkan melalui kegiatan ini mitra kembali dapat mencapai penjualan Rp 3.100.000/hari sehingga bisa menye-

wa lokasi usaha yang baru. Dalam evaluasi digunakan instrumen pengamatan langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini disajikan beberapa kegiatan yang telah dilakukan sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan mitra bakso ayam bang Boneng.

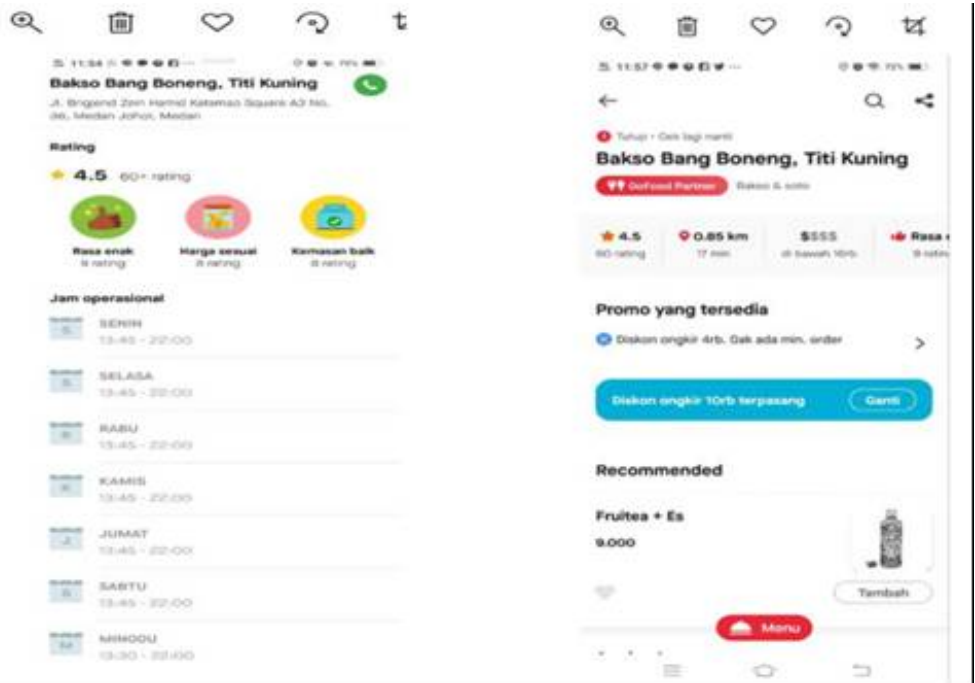
1. Pemasaran dengan menggunakan media online.

Kegiatan dilakukan dengan memberikan pengetahuan mengenai penting-

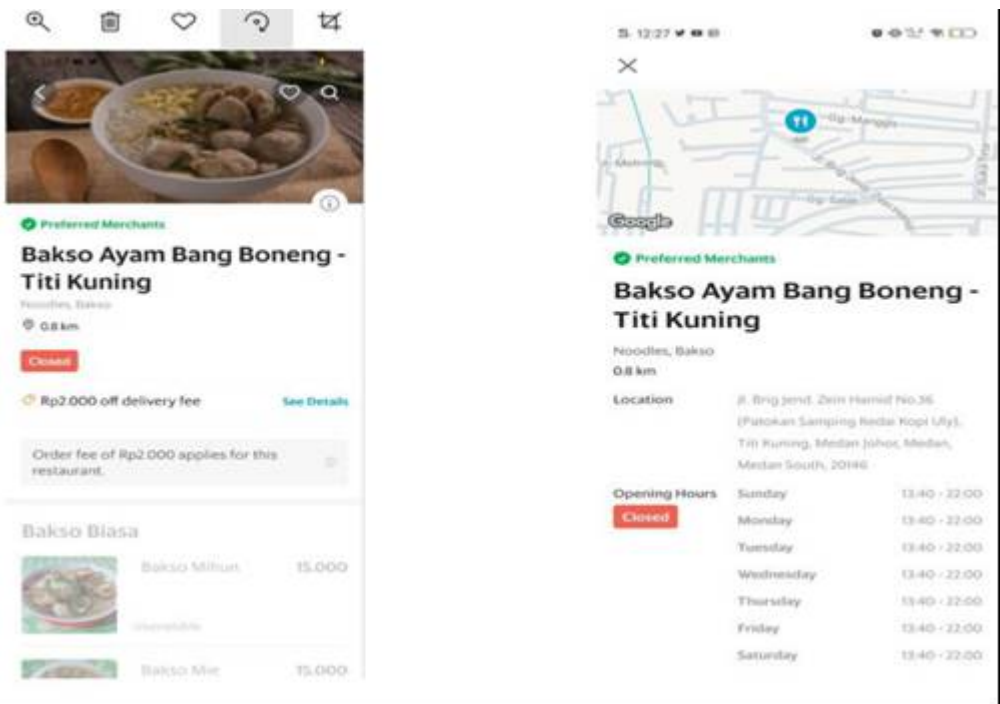
nya pemasaran dengan menggunakan media online. Kegiatan pemasaran juga tidak terlepas dari komunikasi pemasaran yang efektif. Selain menggunakan Facebook, Instagram dan Twitter pengusaha juga harus masuk ke aplikasi lain seperti Gofood dan Grabfood sehingga mudah untuk diakses oleh pelanggan. Saat ini bakso dan mie ayam bang Boneng sudah masuk dalam aplikasi Gofood dan Grabfood



Gambar 1. Kegiatan pelatihan pemasaran online



Gambar 2. Iklan bakso ayam bang Boneng dalam Gofood



Gambar 3. Iklan bakso ayam bang Boneng dalam Grabfood

2. Penyerahan Bantuan alat freezer box

Pemberian alat freezer box ini memungkinkan pengusaha bakso

menyediakan bakso frozen dan mempersiapkan persediaan daging ayam untuk bahan baku bakso.



Gambar 4. Penyerahan bantuan freezer Box

3. Penyerahan bantuan alat blender daging

Pemberian bantuan alat blender daging kepada mitra usaha bakso bang Boneng untuk dapat

mempersiapkan daging giling untuk keperluan menggiling daging ayam. Dengan demikian diharapkan mitra akan terbantu dalam penyediaan bahan baku daging giling.



Gambar 5. Penyerahan bantuan blender daging

4. Penyerahan Banner



Gambar 6. Penyerahan bantuan banner

5. Lokasi baru usaha bakso bang Boneng

Pada saat pertama sekali meninjau usaha bakso bang Boneng, lokasi usaha masih berada di emperan toko yang sudah di tutup. Saat ini usaha bakso bang Boneng

sudah memiliki kemampuan untuk menyewa satu ruko untuk berjualan sekaligus untuk tempat tinggal. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pada usaha yang dijalani oleh bakso bang Boneng.



Gambar 7. Lokasi lama dan lokasi baru usaha bakso bang Boneng

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan melalui pendampingan dan memberikan

pembelajaran mengenai pemasaran online mampu membuka kesempatan pemasaran yang lebih luas kepada mitra yaitu telah memasarkan barangnya melalui pesan

pemasaran lewat Gofood dan Grabfood. Tersedianya perataan freezer box memberi kesempatan kepada mitra untuk memasarkan bakso dalam bentuk frozen dan mempersiapkan persediaan bahan baku untuk pembuatan bakso. Disamping itu mitra juga dapat membantu rekan kerjanya dengan memberi kesempatan untuk mempersiapkan daging ayam giling yang diperlukan untuk proses pembuatan bakso. Dengan kepercayaan diri mitra telah mampu untuk menyewa lokasi baru untuk berjualan bakso, sehingga memungkinkan pengembangan usaha dimasa yang akan datang.

Mitra perlu belajar untuk membuat variasi bakso yang istimewa, yang berbeda dari bakso yang sudah pernah ada. Melalui media online dan pesan pemasaran diharapkan bisa membuat jenis bakso yang viral dan disukai oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Dedy Harto, S. R. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada

UMKM. *PPM (Jurnal pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 39-45.

- Kaplan, A. M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*.
- Ling, A. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). *Agora*, 1-8.
- Saputr, H. K. (2018). 5 Kiat Membangun Strategi Pemasaran Online Bagi Pengusaha-UKM. Retrieved from <https://www.jurnal.id/blog/2018>
- Setiawati, I., & Widyarti, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Bima (Bina Manajemen)*, 243-247.
- Tambunan, T. (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. *LP3ES*, 117.