

## PENGEMBANGAN USAHA KULINER DI DESA TAPUS, SUMATERA SELATAN

Ersa Dinda<sup>1)</sup>, Selly Mariska<sup>1)</sup>, Ade Irmawati<sup>1)</sup>, Andini Apriyanti<sup>1)</sup>, Monica Sapitri<sup>1)</sup>, Anita<sup>1)</sup>, Emilda<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang, Indonesia

Corresponding author : Emilda

E-mail : emilda@uigm.ac.id

Diterima 17 Agustus 2022, Direvisi 08 Desember 2022, Disetujui 17 Desember 2022

### ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian. UMKM khususnya pada bidang kuliner di Desa Tapus belum berkembang karena mayoritas mata pencaharian warga di Desa Tapus adalah petani. Padahal banyak potensi desa yang bisa dikembangkan. Usaha Angkringan Bar – Bar merupakan usaha angkringan yang ada di Desa Tapus, Sumsel tetapi usaha angkringan tersebut tutup dan lokasi angkringan tidak dimanfaatkan lagi. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk membuka dan mengembangkan usaha angkringan sebagai salah satu upaya mengembangkan usaha kuliner di Desa Tapus, Sumsel. Dalam pengembangan usaha UMKM melalui usaha angkringan di Desa Tapus, Sumsel diperlukan waktu satu minggu. Pelaksanaan pengembangan usaha angkringan ini dilakukan dengan melakukan pengembangan tempat usaha, menu, dan pemasaran. Dari hasil pengembangan usaha angkringan ini menunjukkan adanya respon positif dari warga Desa Tapus, hal ini terlihat dari warga desa yang antusias datang ke angkringan. Selain itu, terjadi peningkatan pembeli yang berdampak pada meningkatnya omset penjualan. Hasil pengembangan usaha angkringan ini diharapkan dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan.

**Kata kunci:** pendampingan, pengembangan UMKM; bauran pemasaran

### ABSTRACT

MSMEs have an important role in the economy. MSMEs, especially in the culinary field in Tapus Village, have not developed because the majority of residents' livelihoods in Tapus Village are farmers. Even though there is a lot of village potential that can be developed. The Bar-Bar Angkringan business is an angkringan business in Tapus Village, South Sumatra, but the angkringan business is closed and the angkringan location is no longer used. The purpose of this activity is to open and develop an angkringan business as an effort to develop a culinary business in Tapus Village, South Sumatra. In developing the UMKM business through the angkringan business in Tapus Village, South Sumatra takes one week. The implementation of this angkringan business development is carried out by developing business premises, menus, and marketing. Based on the results of the development of this angkringan business, it shows a positive response from the residents of Tapus Village, this can be seen from the enthusiastic villagers who come to the angkringan. In addition, there was an increase in buyers which resulted in an increase in sales. The results of this angkringan business development are expected to be maintained and even improved.

**Keywords:** mentoring; MSME development; marketing mix

### PENDAHULUAN

UMKM merupakan bagian dari sektor riil yang memegang peranan penting dalam perekonomian. Selain itu, menurut Emilda, Meiriasari, et al., (2022) UMKM tidak hanya sebagai sumber pendapatan bagi pelaku usaha, tetapi juga memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Sektor ini terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja (Nasution et al., 2017)

UMKM khususnya bidang kuliner yang ada di Desa Tapus, Sumatera Selatan belum berkembang, hal ini terlihat dari mayoritas

warga desa menggantungkan ekonomi keluarga sebagai petani. Usaha kuliner masih belum banyak ditemukan, kuliner yang ada di Desa Tapus masih kuliner pada umumnya seperti bakso dan mie ayam dan itu tidak banyak yang menjual bakso dan mie ayam di Desa Tapus, padahal di Desa Tapus ada lokasi yang tidak dimanfaatkan dan dikembangkan untuk usaha angkringan. Berikut kondisi lokasi yang bisa dikembangkan untuk usaha angkringan.



**Gambar 1.** Kondisi lokasi yang tidak dimanfaatkan.

Gambar 1 merupakan usaha Angkringan Bar – Bar pada mulanya, Angkringan Bar – Bar adalah jenis usaha yang bergerak di bidang kuliner berasal dari daerah Muara Enim, Sumatera Selatan yang ingin menghidupkan kembali makanan daerah, dan memulai membuat angkringan yang awalnya pelanggan hanya teman. Namun usaha Angkringan Bar – Bar tersebut ditutup karena tidak ramai pembeli. Selanjutnya tempat ini hanya dijadikan sebagai pondok biasa untuk warga berkumpul, Oleh karena itu kami berinisiatif untuk membuka dan melakukan pengembangan usaha angkringan di Desa Tapus, Sumatera Selatan.

Pengembangan yang dilakukan yaitu penambahan lampu, proyektor, gerobak yang sudah diperbarui dengan menambahkan Banner ,daftar menu, meja , tiker, serta menambahkan hiburan untuk masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk mendatangi angkringan.

#### **METODE**

Dalam melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan (Emilda, Wulandari, et al., 2022). Berikut penjelasan masing – masing tahapan kegiatan dalam kegiatan ini.

##### **Persiapan kegiatan**

Setelah mengetahui situasi, permasalahan dan apa yang dibutuhkan oleh warga desa. Selanjutnya, melakukan pembentukan tim dan membuat program kegiatan yang akan dilakukan. Sebelum pelaksanaan kegiatan pengembangan usaha angkringan, perlengkapan yang perlu dipersiapkan yaitu

1. Lampu
2. Meja
3. Tikar
4. Sound
5. Proyektor

#### **Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di Desa Tapus, kecamatan Lembak ini bertemakan “Pengembangan Usaha Angkringan Desa Tapus di Sumatera Selatan ” dimana dalam pelaksanaannya, kami memberikan pengembangan usaha angkringan di Desa Tapus tentang bagaimana cara mengembangkan usaha agar banyak diminati masyarakat. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama satu minggu. Berikut kegiatan dalam pelaksanaan pengembangan usaha angkringan di Desa Tapus, Sumsel.

**Tabel 1.** Agenda Kegiatan pelaksanaan

No	Tanggal	Kegiatan
1	28 - 30 Juni 2022	Pengembangan tempat usaha
2	01 - 02 Juli 2022	Pengembangan produk (menu)
3	03 - 04 Juli 2022	Kegiatan promosi

#### **Evaluasi Kegiatan**

Kegiatan yang sudah dilakukan perlu dievaluasi untuk menilai bagaimana situasi usaha angkringan setelah adanya pengembangan. Keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat ketika jumlah pembeli meningkat yang berdampak pada peningkatan omzet penjualan.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Usaha bidang kuliner di Desa Tapus yang masih belum berkembang dan banyak potensi di Desa Tapus yang bisa dikembangkan. Melalui kegiatan ini, kami mengembangkan UMKM melalui usaha angkringan dengan membuka dan mengembangkan lagi usaha Angkringan Bar – Bar

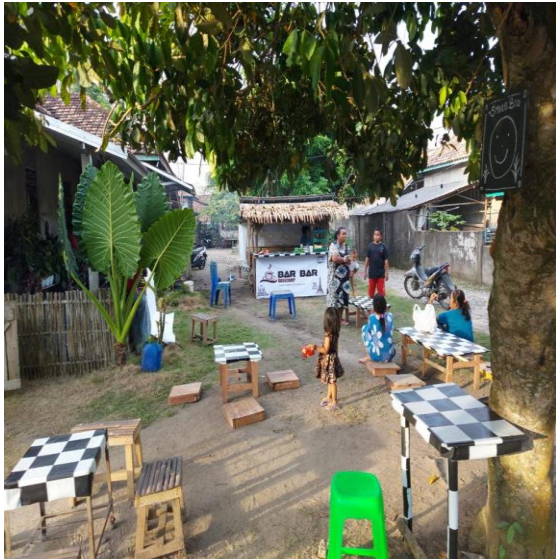
##### **Hasil Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan pengembangan usaha Angkringan Bar – Bar terdiri dari pengembangan tempat usaha, menu, dan promosi. Berikut hal – hal yang kami lakukan dalam mengembangkan usaha Angkringan Bar – Bar di Desa Tapus, Sumsel.

##### **Pengembangan Tempat Usaha**

Tempat usaha Angkringan Bar - Bar sebelumnya kurang menarik dan sarana yang memadai seperti jumlah meja dan tikar yang terbatas. Suasana tempat angkringan yang membosankan karena tidak ada musik ataupun event nonton bareng sehingga berdampak jumlah pembeli yang sedikit dan berakhir dengan Angkringan Bar – Bar yang ditutup. Maka, kami berinisiatif membantu untuk membuka dan mengembangkan UMKM warga Desa Tapus melalui Angkringan Bar –Bar. Kami melakukan pengembangan tempat usaha

melalui membuat atmosfer angkringan menarik seperti menambahkan lampu, mengadakan karaoke dan menonton bersama untuk menarik pengunjung. Berikut gambar persiapan pengembangan tempat usaha Angkringan Bar - Bar



**Gambar 2.** Persiapan Pengembangan Tempat

Dalam mengembangkan tempat atau lokasi Angkringan Bar – Bar, kami melakukan persiapan perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan seperti menambahkan meja, menata tata letak meja dan kursi, memasang lampu dan menyiapkan hiburan untuk karaoke dan nonton bareng. Menurut Pramatatya et al., (2004) atmosfer sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian

### Pengembangan Menu

Angkringan Bar - Bar sebelumnya belum memiliki menu yang terlalu banyak. Menu Angkringan Bar – Bar sebelumnya hanya terdapat sosis, bakso bakar, dan telur puyuh serta minuman yang belum bervariasi. Oleh karena itu, kami menambahkan menu agar menu lebih bervariasi seperti cikuwa, sate cekec dan juga menambahkan variasi pada menu minuman seperti bandrek dan teh susu. Selain menambahkan menu, kami juga membuat daftar menu untuk pembeli yang datang. Berikut daftar menu yang kami buat.

Menu Angkringan Bar – Bar dikategorikan menu makanan dan minuman. Menu makanan terdiri dari sosis, bakso bakar, telur puyuh, sate usus, sate cekec, dan cikuwa. Menu minuman terdiri dari minuman bandrek, teh susu, dan marimas. Dari menu makanan diatas, menu yang dikembangkan atau tambahan adalah sate usus, cekec dan cikuwa. Sedangkan menu minuman yang dikembangkan atau tambahan adalah bandrek dan teh susu.

ANGKRINGAN BAR - BAR	
DAFTAR MENU	
MAKANAN	MINUMAN
◦ SOSIS : 2000	◦ BANDREK : 5000
◦ SATE USUS : 2000	◦ TEHSISI : 2000
◦ SATE TELURPUYUH : 2000	◦ MARIMAS : 2000
◦ SATE CEKER : 2000	
◦ BAKSO BAKAR : 2000	
◦ TELUR GULUNG : 2000	
◦ CIKUWA : 2000	

TERIMA KASIH ATAS KUNJUNGAN ANDA

**Gambar 3.** Daftar Menu Angkringan

### Promosi

Dalam melakukan promosi, kami melakukan promosi word of mouth marketing dan memanfaatkan sosial media untuk pemasaran (*social commerce*) seperti Whatsapp dan Instagram. Menurut Puspitarini & Nuraeni (2019) media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha Angkringan Bar - Bar dengan cara pengenalan dari teman ke teman dan mengajak kelompok dari desa lain untuk ikut memeriahkan serta mengenalkan bahwa ada usaha baru di Desa Tapus serta melakukan promosi di media sosial. Selain itu, kami memberikan hiburan seperti karaoke bersama dan nonton bareng untuk menarik pembeli datang ke angkringan.

### Evaluasi Kegiatan

Setelah pelaksanaan pengembangan usaha Angkringan Bar – Bar yang dimulai dari pengembangan tempat usaha, menu, dan melakukan promosi. Maka, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi usaha dari Angkringan Bar – Bar setelah adanya pengembangan usaha. Menurut Wahyuni & Sutarto (2018) tahap evaluasi merupakan proses yang berfungsi untuk mengetahui dan mengukur hasil yang telah dilaksanakan. Swastha & Irawan (2008) menjelaskan bahwa pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu tercapainya target penjualan, dimana target penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual.

Berikut gambaran suasana Angkringan Bar – Bar setelah pengembangan usaha.





**Gambar 4.** Tim membantu melayani pembeli



**Gambar 5.** Kondisi Angkringan Bar - Bar setelah dikembangkan

Pada gambar 4 dan gambar 5 dapat terlihat Angkringan Bar – Bar ramai dikunjungi dan terjadi peningkatan pembeli yang berdampak pada meningkatnya omzet penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha dari tempat usaha, menu dan adanya hiburan seperti karaoke dan nonton bareng dapat diterima positif oleh masyarakat sekitar dan banyak warga Desa Tapus sangat antusias dengan dibuka kembali usaha angkringan di Desa Tapus ini. Pengembangan bauran pemasaran meliputi produk, tempat, dan promosi mampu meningkatkan volume penjualan. Hal ini sejalan juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairunisa et al., (2015), Tambajong (2013), dan Malik (2015)

yang menunjukkan adanya pengaruh secara simultan bauran pemasaran terhadap volume penjualan

### SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelaksanaan pengembangan usaha kuliner angkringan di Desa Tapus diterima dengan sangat positif dari masyarakat Desa Tapus. Setelah adanya pengembangan usaha kuliner Angkringan Bar – Bar, jumlah pembeli meningkat yang berdampak pada peningkatan omzet penjualan. Keberhasilan dari pengembangan usaha kuliner Angkringan Bar – Bar yang sudah baik ini dapat dipertahankan dan bahkan bisa ditingkatkan.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada pihak Universitas Indo Global Mandiri Palembang yang telah memberikan kami kesempatan dalam melaksanakan kegiatan KKN dan mendukung pelaksanaan KKN tahun 2022. Selain itu, terima kasih juga kepada Kepala Kades, Aparatur, dan warga Desa Tapus yang telah menerima dan membantu dalam pelaksanaan program kerja dari KKN-T, serta terima kasih juga kepada Dosen kami Ibu Emilda, S.E., M.B.A, Vhika Meirisari, S.E., M.Si dan Try Wulandari, S.E., M.Fin yang telah membimbing kami dalam kegiatan KKN-T.

### DAFTAR RUJUKAN

- Emilda, E., Wulandari, T., & Lazuardi, S. (2022). Pendampingan UMKM Penjual Jamu dalam Meningkatkan Penjualan melalui Kemasan, Merek, dan Label. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 53–60.
- Emilda, Meirisari, V., & Suwartati. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Plakat Tinggi, Sumsel. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 491–496.
- Khairunisa, H., Prasetya, B., & Rini, N. (2015). the Influence of the Marketing Mix on the Export Sales Volumes of Textile Product At Pt Primatexco Indonesia. *Jurnal of Business Studies*, 1(2), 155–169. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jobs/article/view/665>
- Malik, Z. N. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV. Galaksi Komputer di Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 821–831. [ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id)
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan

- ( Analysis of the effect of marketing mix to sales volume). *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Pramataty, V., Najib, M., & Nurrochmat, D. R. (2004). Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi Dan Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(2), 126–136.  
<https://doi.org/10.17358/jma.12.2.126>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.  
<https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Surabaya: Liberty Title.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1291–1301.
- Wahyuni, S., & Sutarto, J. (2018). Pembelajaran Kursus Menjahit di Lembaga Kursus dan Pelatihan Gassebo Kabupaten Kendal. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat, Vol 5*.