

OPTIMASI E-COMMERCE DAN KUALITAS KULINER UNTUKMENDUKUNG KUBE INDUSTRI KECIL SEWAJAN KOTA PADANG

Meci Nilam Sari¹, Prety Diawati²

¹Program Study Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Adabiah, Padang

²Program Study Manajemen Perusahaan, Universitas Logistik dan Bisnis International Bandung

email : mecinilam1502@gmail.com¹, pretydiawati@ulbi.ac.id²

Abstrak

kelompok Usaha Bersama atau yang biasa disebut dengan adalah salah satu bentuk produktif pengusaha dalam sektor kuliner yang dapat meningkatkan usaha secara bersama-sama baik dari segi ilmu atau kualitas produksi kuliner nantinya. Pada pengabdian masyarakat ini di mana dilakukan pada KUBE SEWAJAN kota Padang. Di mana SEWAJAN kota Padang dipilih karena melihat eksistensinya yang kreatif dan mampu memperluas akses pasar mereka. Pada pengabdian ini kita tim PKM melakukan transfer ilmu melalui pelatihan E-Commerce untuk KUBE serta melihat dan memberikan pengetahuan kepada KUBE SEWAJAN dalam proses pemasaran dan produksi kulinernya. Bagaimana KUBE dapat melakukan bazar. Serta KUBE ini juga mendapatkan dukungan yang lebih baik dari pemerintah nantinya. Oleh karena itu dengan adanya KUBE dapat membentuk usaha kuliner mampu berkembang dan mempertahankan usahanya pada era perekonomian yang cepat berkembang dan berubah saat sekarang ini.

Kata Kunci Sewajan, Kube, Usaha

Abstract

Joint Business Groups or commonly referred to as is one form of productive entrepreneurs in the culinary sector who can improve business together both in terms of knowledge or quality of culinary production later. In this community service where it is carried out at KUBE SEWAJAN Padang city. Where SEWAJAN Padang city was chosen because it saw its creative existence and was able to expand their market access. In this service, we, the PKM team, transfer knowledge through E-Commerce training for KUBE and see and provide knowledge to SEWAJAN KUBE in the marketing and culinary production process. How KUBE can do bazaars. And this KUBE also gets better support from the government later. Therefore, the existence of KUBE can form a culinary business capable of developing and maintaining its business in today's fast-growing and changing economic era.

Keywords Sewajan, Kube, Business

PENDAHULUAN

Sumatera Barat sedang menggalakan 10.000 UMKM agar dapat maju dan berkembang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat SUMBAR nantinya. Salah satu program yang di lakukan oleh pemerintah adalah dengan membuat kelompok kecil UMKM. Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan kelompok keluarga yang dibentuk, tumbuh, dan berkembang atas prakarsanya dalam melaksanakan Usaha Ekonomi Produktif (UEP) untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan sosial keluarga. merupakan metode pendekatan yang terintegrasi dan keseluruhan proses PROKESOS dalam rangka Memantapkan Program Menghapus Kemiskinan (MPMK). KUBE tidak dimaksudkan untuk menggantikan keseluruhan prosedur baku PROKESOS kecuali untuk Program Bantuan Kesejahteraan Sosial Fakir Miskin yang mencakup keseluruhan proses. Pembentukan KUBE dimulai dengan proses pembentukan kelompok sebagai hasil bimbingan sosial dan pendampingan.

Tujuan KUBE diarahkan kepada upaya mempercepat penghapusan kemiskinan, melalui peningkatan kemampuan berusaha para anggota KUBE secara bersama dalam kelompok, peningkatan pendapatan, pengembangan usaha, dan peningkatan kepedulian dan kesetiakawanan sosial diantara para anggota KUBE dengan masyarakat sekitar. Berikut adalah foto dokumentasi KUBE dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam peningkatan kualitas Kuliner di SEWAJAN Kota Padang:



Gambar 1: Produksi KUBE SEWAJAN Padang

Produksi kuliner dari kelompok usaha bersama atau yang biasa disebut dengan KUBE SEWAJAN Padang adalah, mulai dari Banking, Cathering, sampai dengan aneka jajanan atau Snack serta cookies yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan perekonomian serta kreatifitas dan inovasi dalam sektor kuliner. Di kota Padang Sumatera Barat dimana sektor usahanya paling banyak rata-rata bergerak dalam bidang kuliner oleh karena itulah KUBE SEWAJAN ini dibentuk karena ingin menumbuhkan rasa kebersamaan dan saling bertukar pikiran dalam ilmu kuliner.

Dalam menghadapi masalah baik secara internal dan external, KUBE SEWAJAN terus meningkatkan perkembangan ilmu pengetahuan baik dalam bidang kuliner itu sendiri sampai dengan pengoptimasian E-Commerce untuk bidang pemasaran dari usaha yang mereka jalani. Dimana dengan memanfaatkan media sosial yang ada membawa pengusaha lebih inovasi, kreatif, dan efisiensi dalam menggunakan waktunya serta dapat memanfaatkan Media sosial, e-commerce membuat mereka lebih banyak lagi menjualkan barang yang mereka promosikan dengan trend online shop yang ada pada dunia digital marketing sekarang ini menurut Wila & Meci (2021). Dalam dunia online atau digital marketing pembisnis selalu dituntut untuk lebih up to date, dengan ilmu yang ada serta produk yang nantinya dapat menarik dimata konsumen, Karena pemasaran secara online tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan pembeli menurut Nilam (2023). Oleh karena itu pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memfasilitasi para umkm untuk terus maju dan berkembang serta dapat mencari informasi dalam kuliner melalui KUBE nantinya.

Berdasarkan hal tersebut, maka Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimasikan bagaimana kualitas kuliner dapat mendukung kelompok usaha bersama untuk lebih maju kembali dan meningkatkan eksistensinya dalam dunia kuliner. Kegiatan ini diketua oleh Meci Nilam Sari S.Pd.,M.A.B sebagai dosen pengampu mata kuliah E-Commerce di ADM.Bisnis STIA Adabiah Padang, dan beranggota 1 orang Dr. Prety Diawati, S.sos., M.M sebagai dosen Universitas Logistik dan Bisnis International D4 Manajemen Perusahaan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode observasi langsung. sebelum dilakukan pengabdian, serta dosen memberikan pelatihan tentang bagaimana mengoptimasikan E-Commerce dan menjaga kualitas kuliner agar dapat menumbuhkan kreativitas dan inovasi dalam kelompok usaha bersama SEWAJAN tersebut.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Hasil pengamatan awal PKM yang dilakukan oleh dosen adalah dengan pemberian materi bagaimana meningkatkan pemasaran mereka dibidang kuliner dengan pemanfaatan digitalisasi atau yang biasa kita sebut dengan E-commerce. Dengan pemanfaatan digital maka kelompok usaha bersama akan lebih paham bagaimana menggaet target pasar secara online dan memperluas usaha kuliner mereka sehingga bisa di ekspor juga nantinya ke luar negeri dengan syarat dan ketentuan yang ada seperti telah adanya PIRT dan halal agar dapat menunjang kepercayaan konsumen dan pelanggan terhadap produk yang mereka miliki. Serta KUBE ini juga melakukan bazar nantinya atau mengikuti pelatihan baik dari sektor pemerintah atau swasta yang dapat mengupgrade Ilmu kembali nantinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada zaman digitalisasi sekarang ini yang semakin maju menuntut semua usaha bisnis turut berkembang menjalankan bisnisnya agar lebih maju sesuai dengan perkembangan zaman. Bisnis bukan hanya dijalankan oleh pria pengusaha tetapi pada zaman sekarang ini banyaknya wanita pengusaha yang mampu turut hadir dalam mengembangkan bisnis untuk membantu perekonomian Indonesia khususnya perekonomian keluarga menurut Meci. Ns (2022).

Setiap melakukan usaha harus mampu keluar dari zona nyaman yang ada menurut Diawati et.al (2023) Not always in your comfort zone to be creative, try to challenge yourself to something that requires you to make a change. For example, you've been an employee for years, why don't you try your own business that suits your interests? This change will force you to learn something. Novelty in quantity In line with the discussion relating to novelty in quality, human nature always seeks novelty with quality assurance. Humans also have a habit of seeking novelty in relation to quantity. Humans are always of the view that being well-off is always linked to quantity. The perception is that a rich person is someone who has a large amount of wealth. A knowledgeable person is one who has a lot of knowledge. Menurut Diawati et.al (2023).

Langkah Pertama dalam melakukan pengabdian masyarakat ini adalah dengan pemberian materi tentang digital marketing atau E-commerce. Materi yang diberikan berupa pemanfaatan media sosial melalui Instagram, tiktok shop, dan penggunaan aplikasi shopee atau Tokopedia sejenisnya. Dimana KUBE SEWAJAN ini melakukan langsung pengaplikasian teknologi dengan pembuatan media sosial serta meng-upload foto produk yang packingnya sudah dipelajari dari berbagai pelatihan sebelumnya. Serta peserta PKM juga diajarkan bagaimana membranding produk dengan menggunakan konsep viral marketing yang ada. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia menciptakan peluang bisnis berbasis online dan merubah perilaku konsumen dari berbelanja langsung konvensional menjadi lebih senang berbelanja online melalui marketplace yang lebih efisien dan terjamin keamanannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh strategi promosi marketplace yang menggunakan brand ambassador dan viral marketing terhadap keputusan pembelian menurut Diawati, dkk (2021)

Setelah E-Commerce yang mereka gunakan siap untuk dipasarkan maka mereka tinggal menunggu konsumen dalam mengorder produk yang ada. Salah satu bentuk pelatihan dan pemasaran E-Commerce yang mereka lakukan adalah dengan tiktok shop adalah sebagai berikut:



Gambar 3: KUBE SEWAJAN Padang mengupgrade Ilmu Bisnis dengan Mengikuti Pelatihan & Pemasaran E-Commerce

Langkah kedua adalah setelah melakukan pelatihan dan pemasaran digital dan saling bertemu dalam membedah resep kuliner maka KUBE SEWAJAN juga turut aktif dalam akses ke pemerintah.

Dimana sektor pemerintah merupakan salah satu faktor penunjang dalam keberhasilan UMKM khususnya sektor kuliner. Dengan pengaksesan baik secara modal, materi dan juga peralatan dapat membantu KUBE bergerak aktif dalam menghasilkan tingkat produksi yang maksimal dan menyiapkan pesanan konsumen dalam waktu yang cepat karena di dukung dengan peralatan masak yang dapat mempermudah proses pembuatan produk tersebut. Sebagai salah satu contoh dukungan pemerintah adalah sebagai berikut:



Gambar 4: Dukungan Pemerintah Untuk KUBE SEWAJAN Padang

Langkah terakhir adalah setelah melakukan pemasaran digital atau memperkenalkan produk kepada konsumen online dan mendapatkan akses atau kemudahan dari pemerintah, selanjutnya KUBE ini digiring dalam melakukan perluasan perdagangan dengan melakukan bazar UMKM yang dapat mempertemukan konsumen serta reseller yang nantinya bisa memperluas pangsa pasar mereka dalam bidang kuliner. Hal tersebut terlihat dari gambar 4 salah satu dosen PKM menghadiri stand bazar KUBE.

Oleh karena itu dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, mampu membawa dampak positif bagi UMKM khususnya KUBE SEWAJAN dan juga dapat menunjang kegiatan produksi agar lebih optimal lagi serta pemasaran digital yang dapat dijangkau oleh seluruh konsumen dan target market yang mereka tuju. KUBE ini dibentuk bukan hanya sekedar berkumpul saja, tetapi dapat menjanjikan bisnis yang layak bagi para sektor kuliner nantinya dan hal ini juga dapat menjaga eksistensi mereka di sektor kuliner mengingat pada era sekarang ini keadaan ekonomi sangat lemah dan harus berjuang dengan para pembisnis yang mulai bermunculan dan baru serta mempunyai akses modal tenaga, uang, dan keadaan lapangan yang lebih baik mungkin sebagai pesaing dari KUBE SEWAJAN nantinya, oleh karena itulah kami sebagai tim pengabdian masyarakat menunjang mereka dalam proses penerapan ilmu E-Commerce untuk KUBE lebih baik lagi kedepannya.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen tim pengabdian masyarakat kepada kelompok usaha bersama atau yang biasa disebut dengan KUBE. Salah satu KUBE yang dituju dalam PKM ini adalah KUBE SEWAJAN. Dimana KUBE ini merupakan KUBE yang aktif dalam proses produksi serta dalam organisasi yang mereka jalani juga. Dari hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa perlu adanya peningkatan dan koordinasi yang bagus dalam KUBE tersebut. Serta yang perlu diperhatikan untuk KUBE SEWAJAN selanjutnya adalah dengan melakukan perluasan pasar melalui Ekspor serta mereka bisa juga untuk membuka sebuah cafe atau restoran bahkan tempat pusat oleh-oleh secara bersama, dimana mengingat dari segi ilmu telah di dapat dari program pelatihan dan juga sudah memasarkan produk melalui E-Commerce yang telah dipelajari dari berbagai sumber yang ada. Oleh karena itu KUBE SEWAJAN dapat lebih baik kedepannya dan membuka lapangan pekerjaan bagi para pengangguran atau pusat pelatihan kuliner nantinya yang dapat membantu orang-orang untuk membuka usaha pada sektor kuliner juga nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

Azmen Kahar, Rika Septrizarty, Asrul Mulyadin, Meci Nilam Sari, & Dabitha Wise Maliha. (2022). Meningkatkan Gairah Usaha Kecil Dan Menengah (Umkm) Dengan Perantara Eksternal Dan Mengembangkan Potensi Internal. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4427–4434. Retrieved From <https://www.bajangjournal.com/index.php/J-Abdi/article/view/2992>

- Diawati, P., Putri, R. R., Sugesti, H., Hakim, L., & Farizki, R. (2021). Pengaruh brand ambassador dan viral marketing terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen marketplace. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 560-569.
- Diawati, P., Ausat, A., & Augustin, J. (2023). Creativity: How to Develop an Entrepreneurial Attitude of Creativity. *Journal on Education*, 5(4), 11116-11122. Retrieved from <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2036>
- Diawati, P., Gadzali, S. S., Mahardhani, A. J., Irawan, B., & Almaududi Ausat, A. M. (2023). ANALYSING THE DYNAMICS OF HUMAN INNOVATION IN ADMINISTRATION. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 537-540. Retrieved from <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/1652>
- Farlina, W. ., Nilam Sari, M. ., & Nadia. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Profit Pengusaha Wanita Di Kuranji Kota Padang. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 1(1), 48-52. Diambil Dari <Http://Jurnal.Pustakagalerimandiri.Co.Id/Index.Php/Pustakaaktiva/Article/View/220>
- Kahar et al., .2022. Meningkatkan Gairah Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Perantara Eksternal Dan Mengembangkan Potensi Internal. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4427-4434. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.2992>
- Maulina, E., & Sari, M. N. (2017). Kebijakan Dan Strategi Bisnis Wanita Pengusaha: Studi Pada Usaha Kecantikan Salon Nadisse. *Jurnal Adbispreneur*, 2(1), 69-78.
- Maulina, E., & Sari, M. N. 2017. Policies And Business Strategies Of Women Entrepreneurs: Study On Beauty Business Nadisse Salon. *Adbispreneur*, 2(1), 67-78 <Https://Doi.Org/10.24198/Adbispreneur.V2i1>
- Meci Nilam Sari, Rika Septrizarty, Wila Farlina, Azmen Kahar, & Agus Nurofik. (2022). Analisis Strategi Bisnis Ukm Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop. *Journal Of Economics And Management Scienties*, 5(1), 001-009. Retrieved From <Https://Ojs.Hr-Institut.Id/Index.Php/Jems/Article/View/155>
- Sari, N. M. (2022). Application Of Digital Marketing In The Covid-19 Era At The Indonesian Muslim Entrepreneurs Association (Ipemi Pc Kuranji) Padang City. *Jurnal Ekonomi Manajemenakuntansi Dan Keuangan*, 3(1). Doi: <Https://Doi.Org/10.53697/Emak.V3i1>
- Sari, M. N., Rizal, M., & Purnomo, M. (2017). Business Performance Of Women Entrepreneurs In Iwapi City Bandung. *International Journal Of Management And Applied Science (Ijmas)*. Vol. 4, No. 11, (20-25) <Https://Www.Ijmas.Org/4-11/Ijmas-41106-2017-1.Pdf>
- Sari, M., Angraini, N., Kahar, A., Septrizarty, R., & Maliha, D. (2023). Online Shop Trends For Women Entrepreneurs In Improving The Family Economy. *Journal on Education*, 5(3), 6829 - 6836. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1467>