

STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN MENU SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING RK CAFÉ FOOD & DRINK

Sakinah Sudin¹, Sukarni Majid², Nasria Syawal³, Murni Dokulamo⁴, Florensia S Luang⁵
sakinahsudin80@yahoo.id¹, sukarnimajid@gmail.com², nasriasyawal11@gmail.com³,
dokulamomurni@gmail.com⁴, florensialuang@gmail.com⁵
Universitas Muhammadiyah Maluku Utara

ABSTRAK

Pengembangan usaha kafe, seperti RK Cafe Food & Drink Ternate, merupakan tantangan yang memerlukan strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik perhatian pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi oleh RK Cafe Food & Drink, khususnya dalam menarik pelanggan dari masyarakat luas di luar kalangan mahasiswa. Dengan menggunakan pendekatan Pengabdian Kepada Masyarakat, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Maluku Utara melakukan wawancara dengan pemilik kafe dan menyusun strategi pemasaran yang melibatkan digital marketing, video promosi, dan penambahan menu makanan berat. Hasil dari pengabdian ini adalah implementasi strategi pemasaran terintegrasi dengan memanfaatkan media sosial, influencer lokal, promosi offline, dan video promosi menggunakan aplikasi CapCut. Selain itu, solusi lain yang diusulkan adalah menambahkan menu makanan berat populer seperti Ayam Geprek dan Nasi Kuning. Video promosi telah dihasilkan dan diunggah di akun Instagram @rkcafeternate. Diharapkan langkah-langkah ini dapat membantu RK Cafe Food & Drink untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan, dan menjaga stabilitas usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang dinamis. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran bagi usaha kecil di sektor kuliner.

Kata Kunci: PKM, Technopreneurship

Developing a cafe business, such as RK Cafe Food & Drink Ternate, is a challenge that requires innovative marketing strategies to attract customer attention amidst intense competition. This research aims to provide solutions to the obstacles faced by RK Cafe Food & Drink, especially in attracting customers from the wider community outside of students. Using a Community Service approach, students at the Muhammadiyah University of North Maluku conducted interviews with cafe owners and developed a marketing strategy involving digital marketing, promotional videos, and the addition of a heavy food menu. The result of this service is the implementation of an integrated marketing strategy by utilizing social media, local influencers, offline promotions and promotional videos using the CapCut application. Apart from that, another proposed solution is to add popular heavy food menus such as Geprek Chicken and Yellow Rice. A promotional video has been produced and uploaded to the Instagram account @rkcafeternate. It is hoped that these steps can help RK Cafe Food & Drink to expand market share, increase revenue and maintain business stability amidst dynamic culinary business competition. This research contributes to the development of marketing strategies for small businesses in the culinary sector.

Keywords: PKM, Technopreneurship

PENDAHULUAN

Kewirausahaan disimpulkan secara umum merupakan harmonisasi antara kreativitas yang menciptakan ide-ide dengan pertimbangan peluang maupun resiko dan keinovasian dalam menerapkan ide-ide kreatif menjadi suatu bentuk barang dan jasa yang mempunyai nilai jual bagi wirausahawan. Membangun kewirausahaan berarti membangun atau

menciptakan sesuatu yang baru. (Miraza, 2008).

RK Cafe Ternate merupakan sebuah usaha kafe yang telah berdiri sejak tahun 2019 di kota Ternate. Dengan konsep yang unik dan suasana yang nyaman, RK Cafe berhasil menarik perhatian masyarakat lokal dan wisatawan. Pemilik kafe, Bapak Piyon, memiliki visi untuk tidak hanya menjadi tempat nongkrong yang populer, tetapi juga ingin memberikan kontribusi positif kepada komunitas sekitar.

RK Cafe food and drink merupakan sebuah usaha yang menyajikan berbagai makanan serta minuman, berlokasi di Kota Ternate khususnya Kelurahan Sasa, menyajikan beragam menu serta harga yang terbilang Murah mulai awal di buka sampai saat ini kurang lebih tiga tahun, RK Café food and drink terbilang ramai di kunjungi. dengan melihat peluang mulai dari menambahkan menu sesuai dengan permintaan konsumen, dan juga fasilitas yang di sediakan terus untuk dikembangkan agar mempertahankan stabilitas usaha tersebut, sampai saat ini RK Café mampu mempertahankan stabilitas di Tengah banyaknya pesaing baru di bidang tersebut.

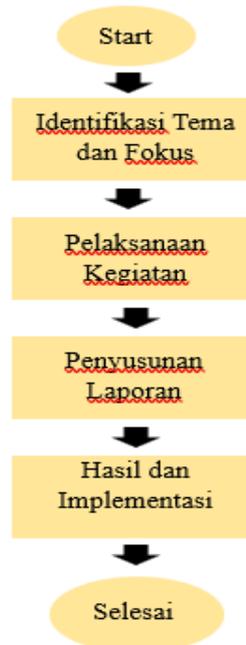
Namun yang menjadi kendala pemilik Rk Café food and drink sampai saat ini adalah menu apa yang harus ditambahkan dikarenakan kurangnya pemahaman terkait permintaan konsumen yang terus berubah-ubah serta belum dikenalnya RK Café di kalangan luas, di kerencikan lokasi letak RK Café yang jauh dari pusat kota, berlokasi di kelurahan sasa Kota Ternate Selatan RK Café banyak dikenal hanya di kalangan mahasiswa yang itu menjadi kendala tersendiri bagi pemilik Usaha sampai saat ini.

Dengan hadirnya kami mahasiswa Universitas Muhammadiyah Maluku Utara yang melakukan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) berusaha untuk menghadirkan Solusi dari kendala dan berharap kami dapat membantu menyelesaikan masalah tersebut.

METODOLOGI

1. Metode Pelaksana

Metode yang dilakukan yaitu tahapan prosedur kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat antara lain seperti terlihat pada gambar berikut :



Gambar 2.2 Metode Pelaksanaan PKM

Secara detail dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Start, yaitu tahap awal atau persiapan.
2. Identifikasi tema dan fokus, yaitu tahap mengidentifikasi tema atau topik kajian dan menetapkan fokus pada pengabdian masyarakat.
3. Pelaksanaan kegiatan, yaitu melakukan survei lokasi, wawancara pemilik, dan mengumpulkan studi literatur.
4. Penyusunan Laporan, yaitu Tahap ini merupakan tahap dimana semua tahapan sebuah laporan tertulis mengenai rangkaian kegiatan PKM dan biasanya diikuti tahap
5. publikasi hasil dari kegiatan PKM.
Hasil dan Implementasi, tahap ini yaitu hasil yang diperoleh dari solusi yang ditawarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil yang dapat kami tawarkan kepada RK Cafe food & drink Ternate yaitu membuat video promosi agar menarik pelanggan dari masyarakat luas. Hasil video tersebut dapat dilihat di akun Instagram @rkcafeternate atau silahkan kunjungi link <https://www.instagram.com/rkcafeternate?igsh=b2RvbnMxOTI4aXY0>

Pembahasan

a. analisis masalah

RK Cafe Food & Drink merupakan Cafe yang menyediakan berbagai jenis makanan, snack, Coffe dan berbagai Jenis Ice drink. RK Cafe Food & Drink terletak di Pertigaan Stikip kelurahan Sasa, Ternate Selatan. Tempat ini merupakan tempat yang strategis bagi mahasiswa, terutama mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Maluku Utara (UMMU) dan Mahasiswa Sekolah Tinggi Keguruan (STIKIP), kebanyakan Pelanggan dari RK Cafe Food & Drink adalah mahasiswa. Selain tempatnya yang strategis, RK Cafe Food & Drink juga menawarkan harga yang tergolong murah, dan fasilitasnya yang memadai sehingga membuat para mahasiswa tergiur dan lebih nyaman untuk belajar ataupun sekedar nongkrong ditempat ini.

Karena hal tersebut RK Cafe food & Drink mengalami permasalahan dalam menarik pelanggan selain dari mahasiswa, contohnya pelanggan dari masyarakat setempat ataupun para pekerja kantor. Dan ada beberapa permasalahan lainnya yaitu kurangnya menu makanan berat, karena di RK Cafe disediakan paling banyak snack, kopi, serta minuman ice.

b. kekurangan dan kelebihan

Kekurangan dari RK Cafe food & Drink menurut pemiliknya yaitu, Menu dari RK Cafe foog & Drink masih Kurang / belum terlalu banyak, jadi variannya masih kurang, terutama untuk menu makanan berat itu masih sangat kurang, sehingga susah dalam menarik pelanggan diluar mahasiswa. Kalau untuk kelebihanannya sendiri dari RK Cafe Food & Drink yaitu, lokasinya yang strategis dan fasilitas yang memadai.

c. analisis pendapatan

Suatu usaha yang bergerak dalam sektor formal maupun informal dalam penentuan tingkat produksi akan memperhitungkan tingkat pendapatan yang akan dihasilkan dalam suatu produksi. Dengan efisiensi biaya produksi maka akan mencapai profit/keuntungan yang maksimum karena profit merupakan salah satu tujuan penting dalam berusaha (Bastian, 2015).

Pendapatan usaha atau perolehan dari kegiatan operasi utama dalam suatu perusahaan ialah pendapatan misal penerimaan hasil penjualan termasuk dalam pendapatan usaha. Penghasilan yang didapatkan pada transaksi dalam penyediaan barang atau jasa atau

kegiatan bisnis lain ialah transaksi yang secara tepat berkaitan dengan kegiatan dalam mendapatkan penghasilan untuk peroleh keuntungan pemilik (Lesly dan Yuliadi, 2020).

Sebagaimana pendapat di atas tentang konsep pendapatan, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pendapatan adalah semua keuntungan baik berupa uang atau lainnya yang diperoleh seseorang atau badan usaha atas jasa yang telah dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Keuntungan / pendapatan dari RK Cafe Food & Drink menurut pemilikinya yaitu, sekitar 10 – 15 jt per/bulan.

d. solusi pemecahan masalah

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan diatas, selanjutnya kelompok kami menindak lanjuti permasalahan tersebut dengan memberikan solusi beserta penyelesaian masalah yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh RK Cafe Food & Drink sesuai dengan kemampuan kami. Adapun beberapa solusi yang ditawarkan kelompok V (Lima) selama PKL di RK Cafe food & drink sebagai berikut.

1. Strategi Pemasaran Dan Promosi

Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya.

a. promosi online

Promosi online merujuk pada berbagai strategi dan teknik pemasaran yang dilakukan secara digital atau melalui internet untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau layanan. Berbagai platform online digunakan untuk tujuan ini, termasuk situs web, media sosial, email, mesin pencari, dan platform periklanan online. Promosi online dapat dilakukan melalui berbagai strategi dan saluran.

b. promosi offline

Promosi offline merujuk pada berbagai strategi pemasaran yang dilakukan di luar ranah digital atau secara fisik, bukan melalui internet atau platform online. Promosi offline dapat mencakup sejumlah taktik untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan.

c. pemasaran mulut ke mulut (word of mouth marketing)

Ini merujuk pada proses di mana informasi atau rekomendasi tentang suatu produk atau layanan disampaikan dari satu orang ke orang lain melalui percakapan langsung. Ini dapat terjadi secara offline, seperti obrolan antar teman atau keluarga, atau secara online melalui media sosial, ulasan online, atau forum diskusi.

2. Menambahkan Menu Makanan

Solusi dari kelompok kami yang kedua adalah menambahkan menu makanan berat di RK Cafe Food & Drink, seperti menambahkan makanan Ayam Geprek dan Nasi Kuning. Menurut survei dari kelompok kami, banyak mahasiswa, khususnya di Kota Ternate, seputaran wilayah Sasa dan Gambesi, menunjukkan minat yang tinggi terhadap Ayam Geprek dan Nasi Kuning. Dua menu ini dianggap enak dan memiliki harga yang terjangkau, sehingga banyak mahasiswa yang tertarik.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada hasil pengabdian, dapat disimpulkan bahwa RK Café Food & Drink memiliki potensi untuk meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan dengan menerapkan strategi pemasaran yang lebih luas, baik secara online maupun offline. Penggunaan promosi online, termasuk media sosial dan influencer lokal, dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya Tarik RK Café Food & Drink di kalangan mahasiswa dan Masyarakat luas. Selain itu, promosi offline seperti pemasaran langsung, sponsorship acara, dan kerjasama dengan bisnis lokal juga dapat menjadi langkah

efektif dalam menarik perhatian konsumen. Selain strategi pemasaran, penambahan menu makanan berat seperti Ayam Geprek dan Nasi Kuning dapat memberikan variasi dan menarik pelanggan yang lebih luas, termasuk mereka yang mencari menu makanan utama. Dengan menyesuaikan menu dengan preferensi konsumen dan menanggapi perubahan tren pasar, RK Cafe Food & Drink dapat memperluas basis pelanggan dan meningkatkan keuntungan.

Keseluruhan, langkah-langkah ini diambil untuk membantu RK Cafe Food & Drink mengatasi kendala dalam menarik pelanggan di luar mahasiswa dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat. Dengan implementasi solusi yang telah diusulkan, diharapkan RK Cafe Food & Drink dapat mempertahankan stabilitas usaha dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Misnawati¹, Abdul Aziz², Anwarsani³, Siti Rahmawati⁴, Petrus Poerwadi⁵, Nirena Ade Christy⁶, Ibnu Yustiya Ramadhan⁷, Yulina Mingvianita⁸, Stefani Ratu Lestaringtyas⁹, Syarah Veniaty¹⁰ (2022) Pemberdayaan Kewirausahaan Untuk Anak Tunarungu Dengan Pembuatan Selai Nanas.
- Mukrodi¹, Wahyudi², Endang Sugiarti³, Tri Wartono⁴, Martono⁵, (2021) Membangun Jiwa Usaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan Rante, Y., & Ratang, W. (2020). Analisis Faktor-Faktor Jiwa Kewirausahaan Pada
- Rintan Saragih (2017) Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial
- Pemuda Remaja di Wilayah Kotaraja dan Abepura. Jumabis: Jurnal Manajemen dan Bisnis, <https://rifqimulyawan.com/blog/pengertian-data-mining/>