

## **Perbaikan Kapasitas Produksi dan Pengkayaan Kreasi Makanan pada Usaha Bisnis Katering Dapur Jawi**

**Iwan Hermawan<sup>1)</sup>, Inayah<sup>2)</sup>, Mellasanti Ayuwardani<sup>3)</sup>, Febrina Indrasari<sup>4)</sup>,  
Hadiahti Utami<sup>5)</sup>, Luqman Khakim<sup>6)</sup>, Taviyastuti<sup>7)</sup> dan Azizah<sup>8)</sup>**

Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Soedarto, Tembalang,  
Semarang, 50275  
E-mail: iwanpolines@gmail.com

### **Abstract**

SMEs have an important role in promoting economic development in Indonesia. Therefore, special attention is needed for SMEs to maximize these opportunities. One of the types of SMEs that are most in-demand by the community is culinary. In this community service, the object is one of the SMEs in Semarang City which is engaged in the culinary field, namely the Jawi Kitchen Katering Business. Problems with partner SMEs include that the food processing production process is done manually simply, thus creating inefficiencies in time and effort, limited menu variations, currently relying on word of mouth marketing, important information about partner SMEs has not been disseminated. The direction of this community service is (a) encouraging productivity in the form of enriching the design of food menu variations as well as a more elegant presentation display, (b) creating an instrument for disseminating information about profiles, reputations, and excellent catering products. The impact of this service is the strengthening of production capacity in response to growing demand, the development of new knowledge about the variants in the catering menu list, and the dissemination of SMEs through social media networks..

**Keywords:** *SMEs, production capacity, food creation*

### **Abstrak**

UKM memiliki peran penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan perhatian khusus bagi UKM untuk memaksimalkan peluang tersebut. Salah satu jenis UKM yang paling diminati oleh masyarakat adalah kuliner. Dalam pengabdian masyarakat ini yang menjadi objek adalah salah satu UKM di Kota Semarang yang bergerak di bidang kuliner yaitu Usaha Katering Dapur Jawi. Permasalahan pada UKM mitra meliputi dalam proses produksi pengolahan makanan dilakukan secara manual sederhana, sehingga menciptakan inefisiensi dalam waktu dan tenaga, variasi menu terbatas, saat ini mengandalkan pemasaran *word of mouth*, informasi penting mengenai UKM mitra belum terdiseminasi. Arah pengabdian masyarakat ini adalah (a) mendorong produktivitas baik berupa pengkayaan desain variasi menu makanan maupun tampilan penyajian yang lebih elegan, (b) menciptakan instrumen diseminasi informasi mengenai profil, reputasi, serta produk unggulan katering. Dampak dari pengabdian ini adalah penguatan kapasitas produksi dalam merespon permintaan yang semakin berkembang, terbangunnya pengetahuan baru mengenai varian dalam daftar menu katering, serta diseminasi UKM melalui jaringan media sosial.

**Kata Kunci:** *UKM, Kapasitas Produksi, Kreasi Makanan*

## PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan unit bisnis yang dapat digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memberdayakan masyarakat (Hermawan & Setiadi, 2014). UKM berkontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi tersebut meliputi kemampuan penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dan memperoleh investasi hingga 60,4% (Limanseto, 2021). Kota Semarang ikut berkontribusi melalui peningkatan jumlah UKM dengan kenaikan sebesar 2000 UKM per tahunnya. Angka ini menunjukkan potensi pengembangan ekonomi mikro di Kota Semarang. Berbagai bisnis UKM tubuh berinovasi dan membutuhkan pendampingan dalam pengembangannya. Seperti halnya pendampingan bisnis kuliner katering Dapur Jawi melalui program pengabdian masyarakat.

Dapur Jawi adalah UKM mitra dalam pengabdian pratama. Dapur Jawi merupakan UKM yang bergerak di bidang bisnis kuliner dalam bentuk usaha katering mengkombinasikan menu makanan tradisional Jawa namun juga menerima order pesanan masakan Asia maupun menu kekinian *modern*. Dapur Jawi berlokasi di Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Dapur Jawi menerima pesanan berupa makanan prasmanan, nasi kotak, hingga nasi tumpeng, selain itu Dapur Jawi juga menerima pesanan berupa kue dengan *brand* Artha Snack. UKM mitra telah memiliki izin usaha mikro kecil dengan nomor 0220109102102. UKM mitra telah menerapkan protokol kesehatan dalam penyajian makanan, namun permasalahan yang dihadapi Katering Dapur Jawi adalah berkaitan dengan kapasitas produksi yang kurang maksimal. Walaupun dalam kondisi pandemi COVID-19 pesanan katering justru cenderung meningkat bahkan dalam kapasitas besar. Namun, UKM mitra seringkali tidak dapat menerima pesanan karena keterbatasan katering set sebagai perlengkapan saji. Selama ini UKM mitra harus menyewa katering set apabila terjadi lonjakan order yang berimbas pada munculnya beban biaya tambahan. Disamping itu, UKM mitra juga terkendala keterbatasan variasi menu makanan yang ditawarkan, padahal pengkayaan kreasi adalah penting untuk menjaga keberlanjutan usaha (Hardilawati, Sandri, & Binangkit, 2019). Pengkayaan desain produk katering melibatkan inovasi. Inovasi akan meningkatkan keunggulan bersaing (Lahindah, Merisa, & Siahaan, 2018), dengan berbagai pilihan produk yang tidak monoton (Elfahmi & Jatmika, 2019). Variasi menu

makanan relevan dengan reputasi katering yang menawarkan baik menu Asia, Timur Tengah, maupun menu Barat. Sejalan dengan permintaan atas menu baru dari konsumen, pengkayaan variasi ini pada sudut pandang UKM mitra tidaklah mudah karena membutuhkan induksi pengetahuan maupun eksperimen yang cukup. Sejalan dengan kebutuhan perbaikan aspek produksi, aspek lainnya yang menjadi tantangan adalah pada sisi pemasaran. Publisitas saat ini melalui *word of mouth*. Kendati pesanan selalu ada tetapi hanya mencakup pada area terbatas. Dalam sisi membangun kebutuhan *brand equity* belum ada dukungan *platform* yang menjadi identitas untuk memperkenalkan profil UKM mitra maupun *push promotion* pada produk unggulan yang dimiliki. Sejalan dengan pendapat (Untari & Fajariana, 2018), media sosial menjadi *platform* efektif dalam mempromosikan produk dengan *internet marketing*, sehingga mengembangkan pasar sasaran baru (Hermawan, Sartono, Ghoniyah, & Khakim, 2016; Ningrum & Roostika, 2021). Salah satu media sosial yang berpeluang besar sebagai media pemasaran adalah Instagram dengan *traffic* pengguna mencapai 91,77 Juta pada Juli 2021 melalui fitur *instagram shopping, insight, hingga promotions* (Rizaty, 2021) untuk menarik perhatian calon konsumen.

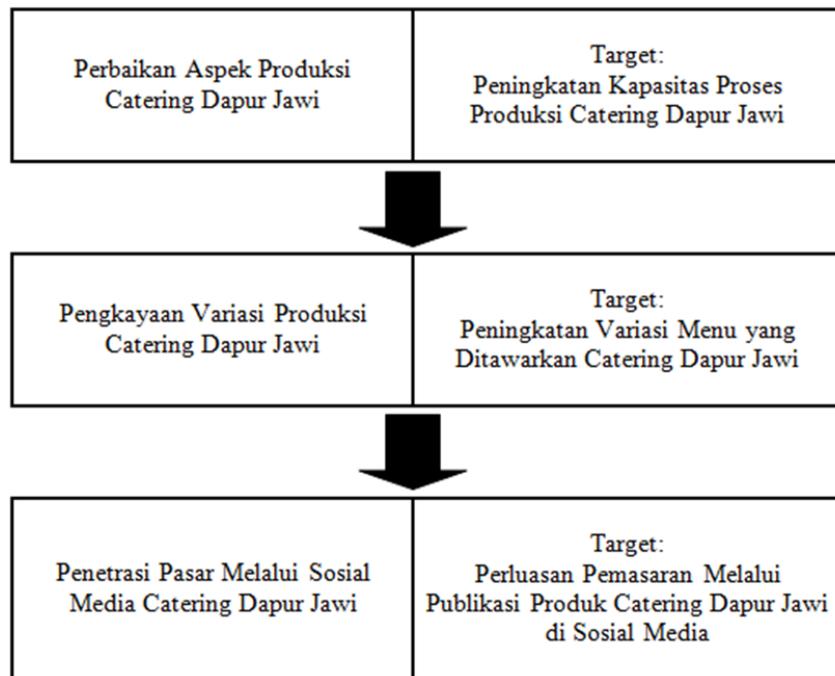
Arah pengabdian ini adalah untuk memperbaiki kapasitas produksi guna mengejar gap order permintaan katering yang masuk pada UKM mitra melalui ekstensifikasi usaha berupa set peralatan saji katering. Dukungan ini juga akan mereduksi biaya sewa peralatan yang melekat pada penambahan *order* yang tidak terpenuhi saat ini. Disamping itu, induksi pengetahuan melalui pelatihan oleh pelaku bisnis katering yang lebih senior akan mendorong pengkayaan variasi menu makanan, cara mendesain kue dan tumpeng, serta mendapatkan *sharing knowledge* berdasarkan penetapan harga terbaik dari menu makanan yang disajikan. Induksi pengetahuan ini ditawarkan dalam praktek program pelatihan. Kedua aspek produksi perlu dikuatkan pada tinjauan pemasaran agar terjadi konversi penjualan, diantaranya usaha perluasan pasar melalui pembuatan akun media sosial yang mampu menarik *traffic* konsumen seperti instagram.

## **METODE**

Pelaksanaan kerja dari kegiatan Pengabdian Pratama 2021 ini dibangun berdasarkan metode manajemen *Plan, Do, Check, dan Act* atau yang lebih dikenal

akronimnya sebagai PDCA. Metode manajemen ini dipilih dengan harapan terdapat perbaikan yang berkelanjutan baik dari segi kualitas dan kuantitas usaha bisnis mitra (Isniah, Hardi Purba, & Debora, 2020)

**Plan.** Kegiatan perencanaan diawali dengan kegiatan observasi yang dilakukan untuk identifikasi permasalahan yang dihadapi UKM mitra pengabdian dan dapat merumuskan solusi untuk permasalahan tersebut. Setelah permasalahan dan solusi masalah diketahui, selanjutnya dirumuskan dalam konsep pengabdian masyarakat yang telah dirumuskan pada Gambar 1 Aspek Solusi PPM Pratama sebagai berikut:



Gambar 1. Aspek Solusi PPM Pratama Polines 2021

Pada Gambar 1 dijelaskan mengenai aspek permasalahan serta target yang menjadi keberhasilan dari solusi yang direncanakan untuk permasalahan mitra.

**Do.** Fase ini merupakan fase pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam fase ini dilaksanakan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di rumah usaha bisnis catering Dapur Jawi sebagai UKM mitra meliputi aspek perbaikan kapasitas produksi, pengkayaan variasi menu catering, dan perluasan pasar.

**Check.** Fase *check* digunakan sebagai fase untuk peninjauan kembali antara apa yang telah dikerjakan dan apa yang direncanakan diawal. Peninjauan ini dilakukan untuk mengetahui availabilitas dari kegiatan yang telah dilaksanakan serta untuk mengetahui langkah apa yang akan dilakukan selanjutnya pada fase *Act*.

*Act*. Fase terakhir yang dilakukan adalah fase *Act*. Fase *Act* merupakan fase yang digunakan untuk melakukan tindakan selanjutnya atas *feedback* pada fase sebelumnya. *Act* merupakan implementasi dari hasil program pengabdian yang memiliki dampak langsung pada UKM mitra.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat melibatkan dua aspek utama berupa menciptakan produktivitas pada UKM mitra yang merujuk pada upaya-upaya ekstensifikasi berupa menambah kuantitas alat-alat produksi catering untuk menutup *order gap* yang saat ini hampir 40% tidak terpenuhi ataupun sebagian dipenuhi dengan sewa peralatan. Dukungan peralatan dalam program pengabdian berupa termos air, set prasmanan, *blender*, *food chopper*, *mini food processor*, goblet utama, *wet mill*, serta baskom metal yang terlampir pada SK Nomor 4765/PL4.1.7/PM/2021.



Gambar 2. Penandatanganan Berita Acara Serah Terima

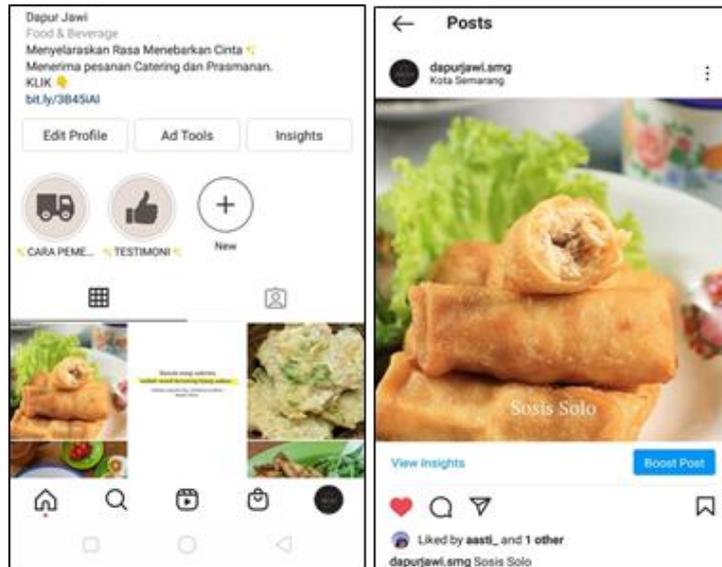
Setelah melakukan program pengabdian masyarakat, dua bulan setelah implementasi, kapasitas produksi pada UKM mitra meningkat sebesar 20%. Peralatan dukung (lihat gambar 2) telah dimanfaatkan dengan baik untuk memenuhi jumlah yang *order* masuk dan mereduksi biaya sewa peralatan.

Program lainnya adalah membangun pengkayaan menu makanan yang ditawarkan, menciptakan variasi-variasi desain pada menu makanan katering seperti tumpeng, kue *tart*, maupun nasi *box*. Hal ini untuk mengatasi produk stagnan atas kejenuhan produk katering. Kebutuhan induksi pengetahuan ini atas dasar banyaknya *request* dari calon pembeli untuk produk makanan baru baik berupa pengkayaan desain variasi menu makanan maupun tampilan penyajian yang lebih elegan. Pelatihan pengkayaan kreasi menu dibimbing oleh Pemilik Kirana Katering yang merupakan pelaku bisnis katering senior di Semarang. Pelaksanaan praktek pembuatan kreasi menu dilakukan dengan pembuatan menu *Chicken Cordon Bleu* (lihat gambar 3).



Gambar 3. Pelatihan Pengkayaan Kreasi Menu Katering Dapur Jawi

Setelah melakukan pelatihan dalam pengkayaan kreasi menu, katering Dapur Jawi berhasil membuat kreasi menu *Chicken Cordon Bleu* yang tersedia dalam bentuk *frozenfood* dan siap makan atau dalam keadaan matang. Sehingga Katering Dapur Jawi memiliki menu baru yang telah menarik minat pembeli. Selain itu, dalam program pengabdian masyarakat ini juga membangun instrumen diseminasi informasi mengenai profil, reputasi, serta produk unggulan katering. Hal tersebut diimplementasikan melalui pembuatan akun media sosial instagram dengan nama @dapurjawi.smg.



Gambar 4. Tampilan Akun Instagram Katering Dapur Jawi

Pembuatan akun instagram Katering Dapur jawi telah menginventarisasi kapabilitas dan kreatifitas UKM mengenai katering produk dipamerkan pada etalase secara *online* dengan tema *traditional-modern* dari akun Instagram @dapurjawi.smg. Pembuatan akun instagram ini telah memperluas pasar produk Katering Dapur Jawi. Katering Dapur Jawi lebih dikenal banyak orang di luar kota Semarang. Instagram akan membantu penguatan *brand image* UKM mitra, serta mendapatkan *feedback* berupa *need and want* calon konsumen, membangun pembuatan *co-creation* sehingga memperkuat *brand equity*. Pemasaran melalui *platform* media sosial Instagram berhasil diimplementasikan sejauh ini mendapatkan respon positif.

## SIMPULAN

Program pengabdian yang telah dilakukan bertujuan untuk perbaikan kapasitas produksi dan pengkayaan kreasi makanan untuk usaha bisnis Katering Dapur Jawi sebagai mitra. Pengabdian ini dilaksanakan sebagai pengimplementasian teori kewirausahaan yang baik. Luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Produktivitas dikuatkan dengan dua acara: (a) ekstensifikasi peralatan dukungan katering, (b) program induksi pengetahuan melalui pelatihan. Konversi kerja menggunakan peralatan kerja katering seperti peralatan pembuat kue, kudapan, tumpeng, maupun nasi box, memberikan dukungan pengkayaan variasi desain sehingga menu UKM mitra lebih variatif. Kegiatan ini meningkatkan menu yang ditawarkan mitra bertambah dua menu yaitu *Chicken Cordon Bleu* dalam bentuk

*frozenfood* dan *Chicken Cordon Bleu* siap makan. Saat ini UKM mitra lebih variatif pada menu katering yang ditawarkan.

2. Media sosial menjadi instrumen *push promotion* yang secara efektif memperkenalkan UKM mitra pada khalayak pasar di Semarang. Pengembangan profil merupakan representatif melalui dukungan fotografi yang baik, informasi yang berkualitas, dan posting pada saat prime time telah mendorong respon positif konsumen potensial melalui media sosial seperti Instagram. Profil UKM dan *push promotion* secara efektif dikembangkan melalui Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2019). Pengaruh inovasi terhadap UKM naik kelas melalui daya saing produk. *Media Mahardhika*, 17(3), 481-487.
- Hardilawati, W. L., Sandri, S. H., & Binangkit, I. D. (2019). The Role of Innovation and E-Commerce in Small Business. *vol*, 373, 83-87.
- Hermawan, I., Sartono, S., Ghoniyah, N., & Khakim, L. (2016). Open Innovation on Entrepreneurial Knowledge Intermediation Through Social Media Creative Development: A Case Study of Creative Cities in Indonesia. *The Social Sciences*, 11(18), 4378-4383.
- Hermawan, I., & Setiadi, D. (2014). Penerapan Ipteks pada Pesantren dan Kelompok Tani pada Masyarakat Lingkar Rawa Pening sebagai bentuk Akselerasi Kualitas Pendidikan dan Keekonomian. *Semantik*, 4(1).
- Isniah, S., Hardi Purba, H., & Debora, F. (2020). Plan do check action (PDCA) method: literature review and research issues. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 4(1 SE-Review Article), 72–81. doi:<https://doi.org/10.30656/jsmi.v4i1.2186>
- Lahindah, L., Merisa, & Siahaan, R. A. (2018). The Influence of Product Innovation and Service Quality to Buying Decision and the Impact to Repeat Buying at Progo Road Bandung. *The Asian Journal of Technology Management*, 11(2), 118-124. doi:<http://dx.doi.org/10.12695/ajtm.2018.11.2.4>
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Retrieved from Jakarta: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Ningrum, K. K., & Roostika, R. (2021). The influence of social media marketing activities on consumer engagement and brand knowledge in the culinary business in Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 10(5), 34-45.
- Rizaty, M. A. (2021). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.