

PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL PADA USAHA JASA BOGA KATERING BUNDA TASTY

Oleh:

Hariadi Yutanto¹, Romi Ilham²

^{1,2}Universitas Hayam Wuruk Perbanas
antok@perbanas.ac.id

Abstrak

Industri kuliner memiliki peran 41,4% terhadap produk domestik bruto mencapai Rp 1.100 triliun, dan salah satu sektor usaha dalam industri kuliner adalah catering. Namun pada era digital yang semakin berkembang, usaha catering menghadapi tantangan baru yang memerlukan adaptasi strategis untuk tetap bersaing. Salah satunya adalah catering Bunda Tasty yang memiliki permasalahan penting dalam pencatatan keuangan yang masih manual dan pemasaran yang konvensional, sehingga memerlukan sistem informasi akuntansi dan inovasi promosi digital untuk meningkatkan kinerja keuangan sebagai keunggulan kompetitif dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karenanya, tujuan kegiatan PKM untuk membantu catering Bunda Tasty untuk pengembangan pencatatan akuntansi yang berbasis sistem informasi dan strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pelatihan strategi pemasaran digital, pelatihan pengelolaan keuangan, dan implementasi dari rancang bangun sistem informasi akuntansi catering - SIRICING berbasis web yang terintegrasi dengan media sosial tiktok sebagai strategi pemasaran digital. Dengan adanya pengembangan ekonomi digital pada catering Bunda Tasty, hasilnya mitra telah mampu membuat dan mengimplementasikan business model canvas, copywriting, dan memiliki akun media sosial sebagai strategi media sosial dan pemasaran secara digital selain itu juga mitra telah melakukan pencatatan sesuai kaidah akuntansi, dan mampu mengoperasikan platform SIRICING sebagai sistem informasi akuntansi yang terintegrasi dengan media sosial untuk memaksimalkan strategi pemasaran secara digital.

Kata Kunci: catering, pemasaran digital, sistem informasi akuntansi

Abstract

The culinary industry has a role of 41.4% of gross domestic product reaching IDR 1,100 trillion, and one of the business sectors in the culinary industry is catering. However, in the increasingly developing digital era, catering businesses face new challenges that require strategic adaptation to remain competitive. One of them is Bunda Tasty catering which has important problems in financial recording which is still manual and conventional marketing, so it requires an accounting information system and digital promotional innovation to improve financial performance as a competitive advantage in achieving sustainable growth. Therefore, the aim of PKM activities is to help Bunda Tasty catering to develop information system-based accounting records and digital marketing strategies. The methods used are digital marketing strategy training, financial management training, and implementation of the design of a web-based catering accounting information system -SIRICING that is integrated with TikTok social media as a digital marketing strategy. With the development of the digital economy in Bunda Tasty catering, the result is that partners have been able to create and implement a business model canvas, copywriting, and have social media accounts as social media and digital marketing strategies. Apart from that, partners have also recorded according to accounting principles, and are able to operate SIRICING platform as an accounting information system that is integrated with social media to maximize digital marketing strategies.

Keywords: catering, digital marketing, accounting information system

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Industri kuliner memiliki peran 41,4% terhadap produk domestik bruto mencapai Rp 1.100 triliun, dan salah satu sektor usaha dalam industri kuliner adalah catering. Usaha catering pada dasarnya merupakan usaha

jasa penyelenggaraan makanan yang tempat memasak berbeda dengan tempat menghidangkannya (Sujarwadi dkk 2019). Catering Bunda Tasty merupakan UMKM yang bergerak pada usaha jasa boga catering dan berkedudukan di jalan Penjaringan Sari PS I/F-22 Kecamatan Rungkut, Kelurahan Pejaringan Sari, Kota Surabaya yang resmi berdiri pada tahun 2011 oleh Ibu Rukmi yang

berprofesi sebagai guru Sekolah Menengah Atas (SMA).

Permasalahan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pada UMKM berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan dan keberlanjutan usaha (Munandar 2016). Katering Bunda Tasty memiliki 10 orang karyawan yang sebagian besar memiliki tingkat pendidikan akhir SMA/SMK. Pengetahuan dan keterampilan karyawan yang rendah terhadap pengelolaan keuangan dan pemasaran digital memerlukan pelatihan untuk meningkatkan menunjang keberlangsungan usaha.

Permasalahan pembukuan seringkali menjadi hambatan bagi banyak UMKM karena masih banyak pengusaha yang tidak memiliki pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya melakukan pencatatan transaksi secara akurat dan teratur (Risal dan Wulandari 2021). Akibatnya, pengambilan keputusan bisnis menjadi kurang efektif, dan UMKM kesulitan dalam mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan (Pontoh dan Budiarto 2020). Katering Bunda merupakan salah satu UMKM yang memiliki permasalahan terhadap pembukuan dan pemasaran digital. Ketika awal berdiri, proses pembukuan dilakukan secara manual dengan pencatatan pada buku khusus, namun sering terjadi kesalahan dan perhitungan dalam pencatatan. Berbagai upaya telah dilakukan yang beralih pada pencatatan berbasis komputer (*personal computer*) dengan aplikasi microsoft excel sederhana. Seiring berkembangnya usaha dan perkembangan jaman pada era digital ini, penggunaan microsoft excel dirasakan kurang efektif dan efisien sebagai sistem akuntansi yang akurat karena tidak otomatisasi, dan bukan aplikasi yang memiliki database. Berikut dokumentasi pencatatan manual yang dilakukan oleh katering Bunda Tasty:



Gambar 1. Pencatatan manual

Pemasaran digital juga menjadi permasalahan krusial bagi banyak UMKM saat ini (Arfan dan Hasan 2022; Krisnawati 2018; Kurnia dan Wulandari 2022). Pemanfaatan teknologi dan media sosial untuk memasarkan produk dan jasa masih belum maksimal, sehingga daya saing UMKM di pasar digital semakin terpinggirkan (Syukri dan Sunrawali 2022). Katering Bunda Tasty belum memiliki pengetahuan tentang strategi pemasaran online, tidak memanfaatkan teknologi dan masih bergantung dengan pesanan dari pelanggan-pelanggan lama, sehingga menjadi hambatan usaha untuk mencapai pasar yang lebih luas dan potensial.

Tujuan kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah memberikan pelatihan mengenai pengetahuan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, serta pengembangan sistem informasi katering berbasis web yang diberi nama SIRICING – Sistem Informasi Akuntansi Catering, aplikasi ini mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK-ETAP) yang terintegrasi dengan inovasi strategi pemasaran digital sehingga berdampak pada peningkatan daya saing usaha dan perluasan pasar.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini meliputi tiga kegiatan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. **Pertama**, tahap persiapan dilakukan diskusi dengan mitra bertujuan untuk merumuskan permasalahan dan menentukan solusi yang tepat dan sesuai dengan keahlian tim PKM. **Kedua**, tahap pelaksanaan merupakan kegiatan yang memberikan solusi bagi mitra berkaitan dengan permasalahan pada bidang sumber daya manusia, pemasaran dan keuangan. Tahapan pelaksanaan pada bidang sumber daya manusia meliputi beberapa kegiatan sebagai berikut: Pelatihan strategi pemasaran digital, Kegiatan ini akan diikuti oleh tim manajemen katering Bunda Tasty bersama dengan 10 karyawannya, dengan tujuan membekali pihak manajemen dan karyawan akan pentingnya literasi pemasaran digital sebagai salah satu bentuk inovasi pengelolaan usaha, dengan materi Pemasaran Digital, Strategi Pemasaran Digital dan konsep BMC, SEO, SEM dan copywriting. **Ketiga**, tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memonitor keberlangsungan penggunaan

sistem yang telah dibangun dan mengevaluasi keseluruhan pelaksanaan kegiatan PKM, dalam kegiatan ini tim juga berdiskusi kembali dengan mitra untuk menerima masukkan dan penilaian dari mitra atas sistem yang telah dibangun.

Metode yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan aspek SDM mengenai pembukuan adalah melaksanakan **pelatihan** pengelolaan keuangan akan diikuti oleh tim manajemen katering Bunda Tasty serta satu orang tenaga pembukuan dan administrasi, dengan tujuan memberikan wawasan terkait pentingnya pengelolaan keuangan sebagai bagian dari pengelolaan usaha. Pelatihan ini meliputi bentuk dan jenis entitas, tujuan dan ruang lingkup pencatatan akuntansi

manufaktur, kode akun transaksi, buku kas, buku bank, jurnal, buku piutang, buku utang, buku penjualan, buku biaya-biaya, daftar inventaris serta daftar aset tetap. Materi penyusunan laporan keuangan meliputi laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan laba rugi dan laporan arus kas beserta catatan atas laporan keuangan. Metode yang dilakukan untuk mengatasi aspek pemasaran mitra melalui **simulasi ipteks** pembuatan rancang bangun sistem informasi katering terintegrasi yang mencakup pengelolaan pemasaran dan keuangan dengan jaringan online dengan nama SIRICING. Tujuannya kegiatan ini untuk mengelola usaha katering secara efektif dan efisien sebagai inovasi pada pengelolaan fungsi pemasaran dan keuangan.

Tabel 1. Rumusan masalah, target, metode dan capaian

| No | Permasalahan | Target | Metode | Capaian |
|----|------------------------------------|---|---|---|
| 1 | Pengetahuan Pengelolaan Keuangan | Tim Manajemen Bunda Tasty berjumlah 3 orang dan 1 orang karyawan bagian pembukuan sebagai peserta pelatihan | Pelatihan Pengelolaan Keuangan berbasis SAK-ETAP | Pengetahuan pengelolaan Keuangan berbasis SAK-ETAP |
| 2 | Pengetahuan Pemasaran Digital | Tim Manajemen Bunda Tasty berjumlah 3 orang dan 10 orang karyawan sebagai peserta pelatihan | Pelatihan Pemasaran Digital dengan media sosial | Pengetahuan pemasaran melalui media sosial (Instagram dan Tiktok) |
| 3 | Media Promosi dan Pembukuan Manual | Tim Manajemen Bunda Tasty berjumlah 3 orang dan 1 orang karyawan bagian pembukuan sebagai peserta pelatihan | Simulasi IPTEKS dengan rancang bangun aplikasi Sistem Informasi Catering (SIRICING) | Terbangunnya Sistem Informasi Akuntansi Catering (SIRICING) |

HASIL DAN PEMBAHASAN

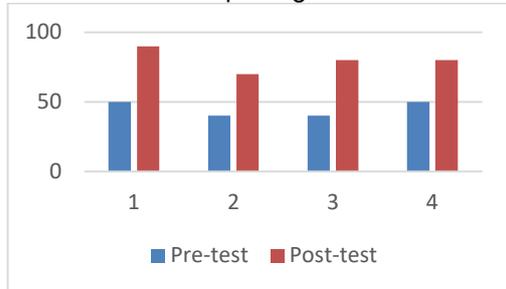
Kegiatan ini diawali melalui diskusi antara tim PKM dengan mitra untuk mengetahui permasalahan yang sedang dialami oleh mitra. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra mendapatkan tiga permasalahan yang perlu ditindak lanjuti untuk keberlangsungan usaha dan keunggulan kompetitif. Permasalahan pertama adalah kurangnya pengetahuan pentingnya **pengelolaan keuangan bagi UMKM**, aktivitas transaksi yang dilakukan oleh mitra masih manual walaupun sudah menggunakan aplikasi microsoft excel. Dalam hal ini mitra masih menginputkan data stok dari penjualan dan pembelian, history transaksi yang tidak terdata dengan rapi, proses input manual sehingga besar terjadinya kesalahan (*human-error*), dan proses pembukuan yang tidak terstandar **SAK-ETAP** dengan baik. Berdasarkan kondisi tersebut, maka tim PKM

melakukan pelatihan mengenai pengelolaan keuangan berbasis **SAK-ETAP** yang diikuti oleh ketiga orang manajemen dan satu orang bagian pembukuan. Berikut adalah hasil dokumentasi dari kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan yang kegiatan ini dilaksanakan pada lokasi mitra:



Gambar 2. Pelatihan pengelolaan keuangan berbasis SAK-ETAP

Kegiatan tentang pelatihan pengelolaan keuangan disertai dengan contoh soal studi kasus transaksi penjualan dan pembelian hingga laporan laba-rugi. Hasil test peserta terhadap kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan sebelum dilakukan dan setelah dilakukan tercermin pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. Hasil test peserta terhadap pengetahuan pengelolaan keuangan

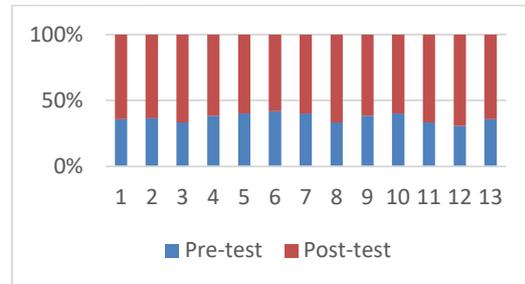
Berdasarkan Gambar 3, menunjukkan tingkat pengetahuan peserta sebelum adanya kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan mempunyai pengetahuan yang cukup rendah dengan nilai rata-rata 45 dari 100 yang dilakukan pada ke-empat peserta, kemudian setelah dilakukannya pelatihan pengelolaan keuangan disebarkan kembali pada ke-empat peserta dengan nilai rata-rata 85. Hal ini menunjukkan dengan adanya pelatihan pengelolaan keuangan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan usaha.

Strategi pemasaran digital, permasalahan kedua adalah aspek strategi pemasaran yang dilakukan oleh mitra masih konvensional, belum melakukan pemanfaatan teknologi informasi secara maksimal. Penggunaan story dari aplikasi whatsapp sebagai media komunikasi dan pemasaran mengindikasikan kecenderungan yang hanya berfokus pada pelanggan lama. Berdasarkan kondisi ini, kami tim PKM melakukan pelatihan mengenai strategi pemasaran digital yang diikuti oleh ketiga orang manajemen dan sepuluh orang karyawan, Berikut adalah hasil dokumentasi pelatihan strategi pemasaran digital yang kegiatan ini dilaksanakan pada lokasi mitra:



Gambar 4. Pelatihan strategi pemasaran digital

Kegiatan tentang pelatihan strategi pemasaran digital ini dengan memaksimalkan penggunaan dari sosial media seperti instagram dan tiktok. Hasil test peserta terhadap kegiatan pelatihan strategi pemasaran digital sebelum dilakukan dan setelah dilakukan tercermin pada gambar dibawah ini:



Gambar 5. Hasil test peserta terhadap pengetahuan strategi pemasaran digital

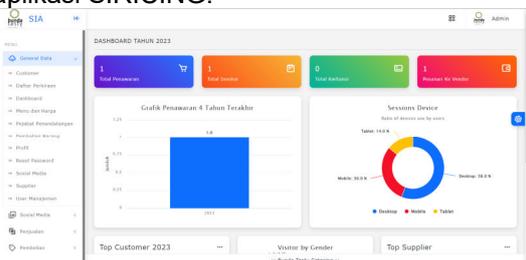
Berdasarkan Gambar 5, menunjukkan tingkat pengetahuan peserta sebelum adanya kegiatan pelatihan strategi pemasaran digital mempunyai pengetahuan yang cukup rendah dengan nilai rata-rata 45 dari 100 yang dilakukan pada tiga belas peserta, kemudian setelah dilakukannya pelatihan strategi pemasaran digital disebarkan kembali pada ke-tiga belas peserta dengan nilai rata-rata 90. Hal ini menunjukkan dengan adanya pelatihan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam memasarkan usaha.

Media promosi dan pembukuan manual merupakan permasalahan ketiga, penggunaan media promosi yang kurang maksimal dan pencatatan yang konvensional membuat tim PKM akhirnya memutuskan untuk merancang bangun Sistem Informasi Akuntansi Catering (SIRICING). Aplikasi SIRICING merupakan aplikasi berbasis web yang mengintegrasikan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dengan media sosial. Berikut adalah gambar pengembangan fasilitas pada aplikasi SIRICING:



Gambar 6. Fasilitas SIRICING

Kegiatan **simulasi ipteks** pembuatan aplikasi SIRICING dilanjutkan dengan aktivitas pendampingan pengoperasian fasilitas yang ada, berikut adalah halaman dashboard aplikasi SIRICING:



Gambar 7. Dashboard aplikasi SIRICING

Pada akhir pelaksanaan kegiatan PKM ini, tim PKM juga memberikan bantuan seperangkat komputer untuk menunjang kegiatan operasional mitra dalam menggunakan aplikasi SIRICING dan kegiatan komputerisasi lainnya. Berikut adalah dokumentasi serah terima perangkat komputer:



Gambar 8. Serah terima komputer

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang didapat pada kegiatan PKM ini, bahwa kegiatan pengelolaan keuangan sangat dibutuhkan oleh UMKM, salah satunya catering Bunda Tasty yang memiliki permasalahan karena minimnya pengetahuan siklus akuntansi pengelolaan keuangan dalam ruang lingkup manufaktur.

Pelatihan tentang akuntansi yang terstandar SAK-ETAP yang telah dilakukan penting agar mitra juga bisa mengontrol biaya operasional bisnis, mengetahui jumlah hutang piutang, mengontrol aset, hingga memperhitungkan pajak. Setelah kegiatan pelatihan ini pihak manajemen dan admin telah memahami pentingnya pembukuan yang baik dalam menjalankan usaha.

Pelatihan strategi pemasaran digital mampu memberikan nuansa baru dalam pengembangan usaha melalui media promosi, terbukti setelah pelatihan setiap karyawan dan manajemen catering Bunda Tasty langsung membuat akun sosial media Tik Tok dan Instagram, setelah itu mereka saling repost dan komentar positif untuk meningkatkan brand awareness.

Rancang bangun aplikasi SIRICING sebagai solusi permasalahan pembukuan dan pemasaran digital yang dialami oleh catering Bunda Tasty, dengan menggunakan aplikasi SIRICING pihak manajemen dapat melakukan pembukuan yang lebih efektif dan efisien, pihak manajemen juga dapat melihat perkembangan retensi dan views dari media sosial yang dimiliki sebagai strategi pemasaran digital.

Saran

Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya adalah, dari sisi administratif adalah pengembangan aplikasi Sistem Informasi Akuntansi Catering berbasis mobile, sehingga lebih mudah diakses dan lebih stabil. Dari segi pemasaran adalah pengembangan konten yang menarik sebagai media promosi untuk meningkatkan konsumen dan pengenalan mitra pada pasar, disamping itu pengembangan pemasaran melalui e-commerce untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan proses transaksi yang lebih aman dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfan, Nadia, and Hurriah Ali Hasan. 2022. "Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* 6(2):212–24.
- Krisnawati, Devi. 2018. "Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia." *Jurnal Manajemen Bisnis*

- Krisnadwipayana* 6(1). doi: 10.35137/jmbk.v6i1.175.
- Kurnia, Arini Ayu, and DwiWulandari. 2022. "Perbandingan Umkm Yang Memanfaatkan Digitalisasi Dan Non Digitalisasi Di Lamongan Pada Era Covid-19." *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis* 1(2):80–94.
- Munandar, Andi. 2016. "The Strategy Development and Competitive Advantages of Micro Small Medium Enterprise Business Institution Toward Regional Development." *AdBispreneur* 1(2):103–12. doi: 10.24198/adbispreneur.v1i2.10233.
- Pontoh, Winston, and Novi Swandari Budiarto. 2020. "Keputusan Investasi Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *The Studies of Social Sciences* 2(1):27. doi: 10.35801/tsss.2020.2.1.27583.
- Risal, and Renny Wulandari. 2021. "Analisis Penerapan Akuntansi Pada UMKM Di Kota Pontianak." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 7(1):14.
- Sujarwadi, Agus, Al Musa Karim, and Akhmad Afnan. 2019. "Desain Sistem Promosi Usaha Katering (Jasa Boga) Kelompok PKK Desa Sumberadi, Kabupaten Sleman." *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(2):52–56. doi: 10.30656/jpmwp.v3i2.1674.
- Syukri, Adya Utami, and Andi Nonong Sunrawali. 2022. "Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Kinerja* 19(1):170–82. doi: 10.30872/jkin.v19i1.10207.