

**PENGABDIAN MASYARAKAT MANDIRI UINSU :MEDAN STAMBUK  
2021:UMKM CATERING DI DESA AMAN DAMAI**

**Reflina**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Kapita Ayu Trisiya**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Rizka Tri Andini**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Marwah Mahfuzah**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Nabila Fitria**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

JL Willem Iskandar,Pasar ,Medan Estate

[Kapitaayu2004@email.com](mailto:Kapitaayu2004@email.com) [reflina@uinsu.ac.id](mailto:reflina@uinsu.ac.id) [fuzaharahap0209@gmail.com](mailto:fuzaharahap0209@gmail.com)

[fitrianabila33@ac.id.uinsu](mailto:fitrianabila33@ac.id.uinsu) [rizkatriandini61@gmail.com](mailto:rizkatriandini61@gmail.com)

**Abstrak**

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Seperti dalam Keputusan No.20 2008 sesuai definisi UMKM, kriteria UMKM dibedakan secara individual, meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor industri yang dapat diandalkan sebagai indikator stabilitas perekonomian baik di tingkat lokal maupun regional. Tugas UKM tidak hanya mendorong kewirausahaan, namun juga memperkuat masyarakat secara umum. Dalam Pema di desa Aman Damai kami mengambil usaha catering untuk kami jadikan artikel dan juga kami angkat supaya usaha catering tersebut makin lancar.Kami juga mengajak ibu pemilik catering supaya lebih aware di sosial media guna mempromosikan usaha catering miliknya supaya banyak konsumen menikmati masakan ibu dan penikmatnya tidak hanya dari desa tersebut melainkan juga dari luar desa..

Keywords: UMKM, usaha, catering.

**PENDAHULUAN**

UMKM atau yang sering disebut dengan usaha mikro, kecil, dan menengah mempunyai peran yang sangat penting dalam memajukan dan mendorong perokonomian suatu negara. Bagi Indonesia sendiri UMKM mempunyai peran yang

sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dengan adanya UMKM di Indonesia dapat mengurangi pengangguran yang diakibatkan tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja. Peran UMKM yang begitu penting bagi perekonomian Indonesia membuat Pemerintah Indonesia terus berupaya mendukung UMKM untuk terus maju. Dukungan Pemerintah Indonesia salah satunya berupa dukungan financial dan kelengkapan bahan baku melalui badan usaha milik negara (BUMN). Namun dukungan tersebut masih belum mampu untuk membuat UMKM menjadi lebih kuat.

Catering memiliki arti spesifik yaitu penyediaan jasa makanan dan minuman secara profesional. Catering biasanya dibutuhkan pada berbagai acara contohnya. Seperti pesta, rapat, seminar, acara keagamaan, dan lain sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut membutuhkan makanan dan minuman dalam jumlah tertentu. Pada kegiatan-kegiatan tersebut, biasanya pihak penyelenggara menyewa jasa catering untuk menyiapkan memenuhi kebutuhan makanan dan minuman sesuai dengan yang dibutuhkan dalam acara tersebut. Bukan hanya itu, catering juga melayani konsumsi harian bagi perusahaan-perusahaan baik pemerintah maupun swasta yang membutuhkan penyediaan makanan dan minuman dalam jumlah tertentu. Banyaknya jumlah acara yang diadakan di Bangka merupakan salah satu peluang yang bisa dimanfaatkan oleh pengelola catering yang ada di Bangka. Berdasarkan peluang usaha yang ada dan kebutuhan yang besar dalam pengadaan penyediaan catering makanan dan minuman, maka kami mencoba. Untuk turut ikut serta dalam bisnis catering makanan dan minuman ini dengan membuka usaha catering.

Salah satu usaha catering makanan Pramitha dhevy yang ada di Langkat desa aman damai dusun 3, yang membuat usaha catering makanan untuk acara pesta ataupun acara dusun yang ada di desa aman damai, catering buk Pramitha dhevy juga melakukan media sosial untuk mempromosikan produk jualannya lalu bisa di pesan dengan online dan di antar. Usaha Pramitha dhevy bermanfaat bagi anak gadis dusun 3 aman damai yang tidak memiliki kegiatan ataupun tidak melanjutkan pendidikannya, mereka terbantu oleh usaha catering ibuk Pramitha Devy sehingga mengurangi pengangguran

## KAJIAN TEORITIS

Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

## METODE PENELITIAN

Kegiatan wawancara usaha catering Ibu Pramita Devi ini dilakukan pada saat kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa Pendidikan Matematika kelas PMM 1 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) angkatan 2021. Kegiatan wawancara ini dilakukan ditempat usaha catering Ibu Pramita Devi tepatnya di Desa Aman Damai Kecamatan Serapit Kabupaten Langkat.

Kegiatan ini dimulai dengan pembukaan oleh pewawancara yang kemudian dilanjutkan dengan kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber. Setelah kegiatan tanya jawab selesai kegiatan dilanjutkan dengan mengajari beliau cara membuat foto untuk di posting yang bagus setelah itu acara foto bersama dengan Ibu Pramita Devi selaku pemilik usaha catering.

## HASIL DAN PEMBAHASAN





Peneliti melakukan survei dan mengadakan wawancara kepada seorang warga di Desa Aman Damai Dusun III yang bernama Wiwid Supriani, beliau memiliki usaha *catering* kecil-kecilan yang termasuk ke dalam UMKM, dari yang diketahui bahwa ibu Wiwid memiliki hobi dan bakat dalam memasak, ibu Wiwid memanfaatkan hal tersebut untuk membuat suatu usaha yang berkaitan dengan kuliner, ditambah lagi ibu Wiwid melihat peluang yang besar untuk beliau mendirikan usaha ini karena di lokasi tempatnya tinggalnya belum banyak orang yang membuka usaha *catering*, hal ini juga didorong oleh keinginannya untuk menghasilkan uang tambahan untuk memenuhi kebutuhannya dan juga mengisi waktu luang, beliau memproduksi masakan berupa sayuran dan lauk pauk yang beraneka ragam. Masakan diproduksi di rumah, dalam proses produksi ibu Wiwid hanya dibantu oleh salah satu anaknya.

Ketika ditanya mengenai strategi pemasaran, peneliti mengetahui bahwa beliau memanfaatkan media sosial berupa *facebook* dan *whatsapp* untuk mempromosikan dagangannya, hal ini sejalan dengan judul yang diangkat oleh peneliti yang bertujuan untuk mengedukasi para UMKM mengenai pemanfaatan media sosial untuk kemajuan usaha yang mereka miliki, banyak keuntungan yang akan didapat melalui media sosial jika digunakan dengan baik.

Peneliti mengedukasi ibu Wiwid mengenai penggunaan media sosial dalam meningkatkan penjualannya “Bu ada banyak media sosial yang bisa ibu pakai selain *facebook* dan *whatsapp* untuk promosi penjualan ibu, salah satunya ada *Instagram*, di sana ada banyak filter yang bagus Bu, contohnya ibu bisa buat jualan ibu di *story Instagram* sebelum ibu posting ibu juga bisa edit di sana agar lebih menarik, ibu juga bisa memilih fitur yang bisa promosi in jualan, bisa juga di taruh lokasi tempat ibu

jualan, tapi kalau ibu lebih nyaman menggunakan *facebook* dan *whatsapp* ibu bisa menaikkan kualitas postingan ibu dengan mengeditnya menggunakan *canva*, *inshot*, *capcut*, dll. di sana banyak fitur yang bagus-bagus juga bu, saran dari kami agar pelanggan lebih tertarik ibu buat juga video yang menarik seperti saat proses memasak, *packing* dan ketika masakan selesai, ibu bisa mintak tolong dhevy (anak bu Wiwid) untuk membuatnya, hal ini bisa membuat pelanggan semakin tertarik Bu”

Setelah melakukan penjelasan kepada ibu Wiwid, beliau menerima saran dari kami dan beliau mengatakan akan menyampaikan hal tersebut kepada anaknya, kami juga membantu mempromosikan dagangan yang dimiliki ibu Wiwid melalui *Instagram* pribadi kami, kami memfoto masakan-masakan yang ada dan juga memfoto ibu Wiwid bersama masakannya, dan juga di dalam postingan kami terakan alamat tempa ibu Wiwid agar pelanggan mudah mengaksesnya. Dengan media sosial ibu Wiwid bisa mendapatkan pelanggan lain yang berasal dari desa yang berbeda. Ibu Wiwid juga menerima pujian dan juga kritikan mengenai masakan yang disampaikan oleh pembeli melalui *chat* di *facebook* Dengan media sosial ibu Wiwid bisa mendapatkan pelanggan lain yang berasal dari desa yang berbeda.

## **PEMBAHASAN**

Media sosial sudah tidak asing bagi masyarakat, banyak di antara masyarakat yang sudah mahir dalam menggunakan media sosial, banyak manfaat yang bisa didapatkan dari menggunakan media sosial jika kita cerdas dalam menggunakannya, media sosial bisa menguntungkan bagi banyak orang. *Facebook* adalah media sosial yang paling banyak di kenal dalam masyarakat.

Di antara berbagai media sosial yang ada *facebook* adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dari berbagai kalangan terutama orang tua. UMKM memilih *facebook* sebagai platform untuk mempromosikan produknya karena dinilai *facebook* adalah media social yang paling sering diakses, sehingga mempercepat promosi yang dilakukan penjual (Srirejeki, 2016).

Bagi para UMKM, media sosial bisa digunakan untuk tempat menjual produk yang dimiliki dan juga digunakan untuk mempromosikan dagangannya. Bagi UMKM yang terkendala dengan modal dan lokasi pemasaran, media sosial juga bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan terlebih dahulu makanan yang akan dijual dengan

sistem *pre order*. Melalui media sosial bisa mempermudah interaksi antara penjual dan pembeli, penjual bisa mempromosikan dagangannya, dan pembeli bisa mengetahui kualitas dagangan melalui *review* pembeli sebelumnya. Melalui media sosial juga membuka jalan untuk mendapatkan pembeli baru

Munculnya media sosial tentu menjadi kesempatan yang sangat baik bagi UMKM terutama karena tidak dibutuhkan modal yang besar untuk dapat menggunakan media sosial tersebut dan beragam manfaat yang dapat diperoleh apabila dapat menggunakannya secara optimal. Jangkauan bisnis UMKM biasanya hanya terbatas pada wilayah dimana UMKM tersebut berada, namun dengan media sosial tidak lagi ada kendala untuk mempromosikan produk maupun jasanya dalam lingkup wilayah yang lebih luas.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Cara terbaik supaya Umkm catering maju dan berkembang adalah cita rasa dari masakan catering yang tidak berubah dan giat pemilik catering promosi di media sosial supaya usaha tersebut semakin maju kedepannya.

Kami berharap usaha catering beliau menjadi lading pekerjaan dan sumber kebermanfaatannya bagi masyarakat di desa Aman Damai.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Badan Pusat Statistik, 2016, Data Jumlah Pertumbuhan UMKM dan Pertumbuhan tenaga kerja UMKM 1997-2012, Jakarta
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2007). Prinsip-Prinsip Ekonomi. (W. Hardani dan D. Barnadi, Eds.) (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Dinas Koperasi dan UMKM, 2014. Data Individu UMKM Provinsi Jawa Tengah Indikator Usaha Tahun 2014, Semarang.
- Dinas Koperasi dan UMKM, 2016. Data Binaan UMKM Kota Semarang Periode 2012-2015, Semarang.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). Dasar-Dasar Ekonometrika. (E. Mardanugraha, S. Wardhani, & C. Mangunsong, Eds.) (5th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Hafsah, M. J. (2004 Nomor 25 Tahun XX). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. Jurnal Infokop.
- Srirejeki, K. (2016). ANALISIS MANFAAT MEDIA SOSIAL DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) . *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 7(1), 57-68.