Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)
Volume 1, Nomor 4, November 2023
ISSN: 2986-7819

PENGEMBANGAN DAN KEUNTUNGAN USAHA KULINER GORENGAN DI KOTA AMBON

DEVELOPMENT AND PROFITS OF FRIED CULINARY BUSINESSES IN AMBON CITY

Jeane Talakua[1*], Al Fitriyani Rumatiga[2], Ferdy S. Nasela [3], Nilton Gaspar T G Sequeira[4], Patmawati Binar[5], Lafenia Basar[6], Hania Ningrum Tuasika[7], Andri Titdoy[8], Afdalin Umaha[9], Firgi Achmad Alhabsyi[10], Cici Aisya Pelu[11], Vera Marselina Kdise[12], Nanda Daiffa Rahareng[13], Gibran Firmansyah Samal[14].
[1-14] FISIP, Universitas Pattimura, Maluku, Indonesia
*email : talakuajeane@gmail.com

Abstrak

Ketatnya persaingan merupakan resiko terbesar pada peluang usaha gorengan, namun bila dapat menjaga rasa, ukuran dan harga juga membentuk strategi pemasaran yang baik maka resiko ini dapat dihindari oleh para pedagang gorengan. Wirausaha kecil seringkali dihadapkan pada tantangan yang unik, seperti akses terhadap modal, peningkatan kualitas produk dan layanan, serta peraturan bisnis yang beragam. Namun, mereka juga memiliki potensi untuk mendorong inklusi sosial dan ekonomi, serta menjawab tantangan kemiskinan dan pengangguran di berbagai wilayah Indonesia salah satunya di Kota Ambon. Kota Ambon, sebagai salah satu kota di Indonesia yang terletak di kepulauan Maluku, memiliki karakteristik unik dalam hal budaya dan kuliner. Salah satu aspek yang mencolok adalah keberagaman makanan tradisional yang ada di daerah ini. Di tengah perubahan budaya dan ekonomi yang terjadi, usaha kecil berfokus pada produksi dan penjualan gorengan telah menjadi bagian internal dari kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Ambon. Wirausaha kecil yang menjalankan usaha gorengan memainkan peran penting dalam memenuhi permintaan makanan dan pada saat yang bersamaan menciptakan lapangan kerja di tingkat lokal.

Kata kunci: *Pengembangan, Keuntungan, Usaha Kuliner Gorengan, Kota Ambon**.***

Abstract

Intense competition is the biggest risk in fried food business opportunities, but if you can maintain taste, size and price as well as form a good marketing strategy, this risk can be avoided by fried food traders. Small entrepreneurs are often faced with unique challenges, such as access to capital, improving product and service quality, and diverse business regulations. However, they also have the potential to drive social and economic inclusion, and address the challenges of poverty and unemployment in many parts of Indonesia, including Ambon City. Ambon City, as one of the cities in Indonesia located in the Maluku archipelago, has unique characteristics in terms of culture and cuisine. One of the striking aspects is the diversity of traditional food in this area. Amidst the cultural and economic changes taking place, small businesses focused on the production and sale of fried foods have become an internal part of the daily lives of the people of Ambon City. Small-scale entrepreneurs running fried food businesses play an important role in meeting the demand for food while at the same time creating employment at the local level.

Keywords: *Development, Profit, Fried Culinary Business, Ambon City.*

Received	Revised	Published
27 Oktober 2023	17 November 2023	20 November 2023

Pendahuluan

Usaha kecil menengah adalah suatu usaha yang dimiliki dan dikelola secara bebas, usaha ini pun tidak selalu berdominasi pasar. Usaha kecil dan menengah bukan merupakan

bagian atau cabang dari perusahaan lain, yang menjalankan bisnis ini ialah pemilik sendiri, bekerja bebas sesuai dengan kesanggupan (Ebert dan Griffin, 2015). Usaha Kecil dan Menengah selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduk bergantung hidup pada kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern, serta mampu menyerap tenaga kerja. Peran UKM untuk mensejahterakan masyarakat dapat dilihat dari: Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, penyedia lapangan kerja yang terbesar,penting dalam pengembangan usaha lokal dan pemberdayaan masyarakat juga sumber inovasi. Kebanyakan para pengusaha kecil dan menengah berasal dari industri keluarga/rumahan. Salah satu kegiatan usaha kecil menengah yang kedudukannya paling penting dalam kegiatan ekonomi adalah usaha kuliner.

Sektor kuliner gorengan merupakan salah satu sektor penting dalam proses penyerapan hasil pertanian. Sektor kuliner dipenuhi dengan berbagai varian makanan dari gorengan dan makanan khas nusantara. Pengusaha kuliner menyajikan makanan yang berbeda untuk menarik perhatian konsumen terhadap jenis manakan yang disajikan. Semua makanan itu dijual dengan harga yang berbeda-beda, disesuaikan dengan harga bahan baku makanan yang digunakan dan yang pasti orang memilih makanan yang mengenyangkan dengan harga yang terbilang murah. Salah satu makanan yang mudah dijangkau dengan harga yang relatif murah adalah Gorengan, dengan bahan dasar tepung terigu yang cukup mengandung karbohidrat sebagai alternatif asupan kalori dan proses penyajiannya cepat.

Bisnis kuliner termasuk pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan dari pada jenis bisnis lainnya. Namun, bisnis kuliner termasuk bisnis yang tergolong rumit karena membutuhkan banyak inovasi dan kreatifitas yang berkelanjutan. Oleh karena itu, butuh strategi yang berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini, dan butuh pengembangan meski dalam lingkup usaha kecil. Membuka usaha gorengan itu membutuhkan tekad yang giat dan terampil, karena dalam usaha gorengan membutuhkan tenaga kerja dan para pekerja gorengan rata-rata berasal dari desa.

Hal ini dapat menciptakan harapan bagi para masyarakat dengan mengurangi tingkat pengangguran dalam memperbaiki taraf hidup masyarakat. Pedagang gorengan biasanya tidak cuma menjual satu macam gorengan saja, tapi terdapat berbagai macam variasi gorengan yang di jual. Mulai dari tempe, bakwan, pisang molen, pisang goreng, tahu goreng, tahu bulat, tahu isi, cireng dan berbagai macam lagi aneka gorengan. Gorengan sangatlah identik dengan minyak goreng, minyak goreng selain memberikan rasa gurih, tekstur makanan, dan juga menjadikan tampilan makanan menjadi lebih menarik dan permukaan yang kering, selain itu minyak goreng juga memberikan nilai kalori paling besar diantara zat gizi lainnya. Di Indonesia gorengan adalah salah satu jenis makanan ringan yang populer. Cemilan ini banyak digemari kalangan masyarakat dari anak-anak hingga orang dewasa. Gorengan ini memiliki rasa yang gurih, renyah dan nikmat ketika dimakan, sehingga menjadi salah satu makanan favorit di Indonesia. Penjual gorengan dapat ditemukan di tepi jalan atau berkeliling dengan pikulan atau gerobak

Ketatnya persaingan merupakan resiko terbesar pada peluang usaha gorengan, namun bila dapat menjaga rasa, ukuran dan harga juga membentuk strategi pemasaran yang baik maka resiko ini dapat dihindari oleh para pedagang gorengan. Usaha gorengan tidak

memerlukan karyawan, kecuali bagi yang tidak bisa menjalankan sendiri usahanya. Mereka dapat memperkerjakan seseorang untuk menjalankan usaha tersebut dan dapat menggajikan atau menerapkan sistem bagi hasil. Pada dasarnya usaha ini tidak memerlukan promosi, kecuali jika penjualan gorengan di tempat tertentu yang sifatnya menetap seperti di depan minimarket, maka dapat memasang spanduk besar untuk menandakan keberadaan usaha. Tetapi jika penjualan gorengan ini berada pada tempat yang strategis, maka itu merupakan peluang besar bagi para penjual gorengan. Ditambah dengan rasa yang enak merupakan promosi yang paling baik. Karena melihat Sektor kuliner gorengan merupakan salah satu sektor penting dalam proses penyerapannya maka kami melakukan pengabdian pada usaha gorengan di Kota Ambon, khususnya di lokasi Wayame, Latta dan depan Maluku City Mall memiliki potensi yang besar dikarenakan letaknya yang strategis, yakni di pinggiran jalan dan pengusaha gorengan ini terkenal dan populer di kalangan masyarakat Kota Ambon. Pengabdian ini kami lakukan dalam rangka proses pengembangan dan keuntungan usaha kuliner gorengan di Kota Ambon.

Metode

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah penataan dan penyuluhan untuk pemberdayaan masyarakat wirausaha kuliner gorengan. Karena pemberdayaan harus selalu memenuhi kebutuhan dan penyelesaian masalah yang ada di tengah-tengah masyarakat. Metode ini kami gunakan terhadap penjual kuliner gorengan di Wayame, Latta dan depan Maluku City Mall sebagai posisi paling strategis di Kota Ambon. Dalam metode kegiatan ini kami membantu para penjual gorengan tersebut dengan melakukan bimbingan pemasaran dan pengembangan usaha yang mereka jalankan melalui media sosial maupun pengembangan melalui inovasi usaha dengan penyuluhan tentang strategi pemasaran yang dipakai. Adapun manfaat dari pengabdian ini yaitu, pertama sebagai media pembelajaran bagi pengusaha gorengan dan tahapan inovasi pengembangannya, kedua sebagai informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai pendapatan usaha gorengan yang ada di Kota Ambon.

Hasil dan Pembahasan

A. Deskripsi Usaha Kuliner Gorengan di Kota Ambon

Gorengan merupakan jajanan murah yang sangat di sukai masyarakat dari seluruh kalangan, tidak heran jika di hampir seluruh tempat ada minimal satu pedagang gorengan. Pedagang gorengan biasanya tidak cuma menjual satu macam gorengan saja, tapi terdapat berbagai macam variasi gorengan yang dijual. Mulai dari tempe, bakwan, pisang molen, pisang goreng, tahu goreng, tahu bulat, tahu isi, cireng dan berbagai macam lagi aneka gorengan. Gorengan sangatlah identik dengan minyak goreng, minyak goreng selain memberikan rasa gurih, tekstur makanan, dan juga menjadikan tampilan makanan menjadi lebih menarik dan permukaan yang kering, selain itu minyak goreng juga memberikan nilai kalori paling besar diantara zat gizi lainnya. Usaha gorengan yang ada di Kota Ambon sangat banyak dan beragam, akan tetapi tidak semua usaha gorengan memiliki tempat yang strategis dan menguntungkan seperti penjual gorengan yang berada pada lokasi Wayame, Latta dan depan

Maluku City Mall. Pengabdian yang kami lakukan ada beberapa pengusaha gorengan yang menurut kami memiliki citra yang baik dilihat dari aspek kebersihan, cita rasa yang enak, tempat jual yang strategis dan lama berjualan.

Pejual gorengan yang pertama adalah Bapak Trisno yang menjalankan usaha Gorengan ini karena meneruskan usaha orang tua yang sudah didirikan sejak tahun 2006. Pemilik awal usaha gorengan ini adalah orang tua dari Bapak Trisno. Bapak Trisno memiliki 1 orang karyawan yang membantu beliau dalam berjualan yaitu Andi yang sudah 2 tahun berjualan membantu Bapak Trisno. Dalam sebulan andi dibayar sebesar 1.500.000. Modal awal yang dikeluarkan Bapak Trisno dalam menjalankan usaha gorengan ini yaitu sebesar Rp.5.600.000 dan pengeluaran perhari yang dikeluarkam untuk membeli bahan-bahan ataupun alat yang diperlukan yaitu sebesar Rp.500.000. Keuntungan perhari yang didapatkan oleh Pak Trisno selama berjualan yaitu berkisaran sekitar Rp. 1.500.000-2 juta sekian.

Startegi yang digunakan untuk mengembangan usaha gorengan ini agar tetap berjalan dengan mengikuti selera pelanggan. Jika, dagangan hari ini tidak habis biasanya Pak Trisno membagikan dagangan tersebut kepada anak kos yang menyewa tempat kosnya atau bersedekah kepada orang-orang yang lebih membutuhkan. Dari menjual gorengan pak Trisno dapat membuka usaha lainnya yaitu kos-kosan yang juga menguntungkan. Pak Trisno biasanya mulai berjualan dari pukul 17.00-00.00 malam. Pak trisno juga adalah salah satu warga yang rajin membayar Pajak Negara sebesar Rp.100.000. Berikut ini adalah Jenis dagangan yang dijual oleh Pak Trisno yaitu : Tahu Sumedang (tahu yang digoreng biasa), Bakwan (campuran dari berbagai sayur dan dibaluri dengan tepung), Pisang Molen (pisang yang digulung dengan kulit lumpia) dan Tempe Goreng (tempe yang dibaluri dengan tepung bumbu dan digoreng).

Gambar 1. Usaha Gorengan Pak Trisno

Penjual usaha gorengan yang kedua tempatnya di daerah Latta. Usaha gorengan tersebut telah berdiri sebelum Alfamidi yang ada ditempat tersebut dibuka. Dalam memulai sebuah usaha tentunya memerlukan sebuah modal untuk memulai usaha ini mereka memerlukan modal kurang lebih 10-15 juta yang dipakai untuk membeli alat-alat yang akan digunakan seperti gerobak dan alat-alat yang lainnya. Selain modal dalam memulai usaha mereka juga memerlukan sebuah pengalaman dan kreatifitas dalam menjalankan sebuah usaha. Pada awal usaha Gorengan Latta ini dibuka memiliki 2 orang karyawan hingga sampai pada saat ini memiliki 6 orang karyawan. Dari sini bisa kita lihat bahwa usaha ini memiliki perkembangan yang sangat pesat. Dibalik itu semua pasti ada sebuah usaha yang dilakukan

oleh sang penjual untuk mempertahankan usahanya tersebut salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan cara mempertahankan sebuah rasa, “Rasa itu nomor satu” ucap sang penjual. Dalam sebuah usaha tentunya mempunyai keuntungan dan kerugian, keuntungan yang didapatkan dari berjualan gorengan ini bisa mencapai 8 juta tetapi itu belum termasuk uang gaji karyawan dan membeli bahan-bahan kembali. Kerugian yang dialami hanya pada saat terjadinya virus Covid19 karena sepi pembeli. Dari penjelasan diatas bisa kita lihat bahwa usaha gorengan ini merupakan salah satu usaha yang sangat populer di kalangan masyarakat dan menguntungkan.

Gambar 2. Usaha Gorengan di Latta

Penjual usaha gorengan yang ketiga yaitu penjual gorengan di daerah wayame Bapak Eko. Beliau menjelaskan bagaimana proses awalnya memulai bisnis gorengan. Beliau melihat ada peluang untuk memulai usaha di sebuah tepat di seberang jalan yang bersebelahan dengan indomaret, dimana tempatnya cukup ramai dengan orang-orang yang berkepentingan ditempat tersebut baik anak muda amupun orang dewasa. Dari situ muncul dalam pikiran beliau untuk berdagang di daerah tersebut. Dengan modal yang tidak terlalu besar dan keahlian beliau dalam membuat gorengan, maka beliau memutuskan untuk membuka dagangan gorengan di daerah tersebut. Modal awal yang beliau keluarkan dari tabungannya sendiri untuk memulai bisnisnya senilai Rp.100.000. Dari modal tersebut beliau akhirnya mulai berdagang gorengan di daerah sekitar wayame tersebut. Pak eko selaku responden kami mulai menajalankan usahanya pada pertengahan tahun 2019 silam. Dengan modal yang ada beliau mulai membuka dagangan dengan berbagai jenis gorengan diantaranya, tempe goreng yang di baluti tepung, tahu isi, bihun goreng, pisang coklat, bakwan, batagor, dan moleng. Kata beliau, baru seminggu menjalankan usaha terebut dengan keuntungan yang cukup baik beliau sudah dapat mengembalikan modal awal dan mendapat keuntungan yang terus meningkat seiring berjalannya waktu.

Dalam tahap mempertahankan usaha, pak Eko mengaku tidak ada strategi khusus yang dipakai atau digunakan untuk mempertahankan usahanya. Hanya saja beliau mengatakan bahwa ia konsisten menjalankan apa yang dilakuan. Adapun beberapa masalah yang beliau hadapi dalam tahap mempertahankan usaha, diantaranya adalah pada masa Covid19 yang berlangsung selama beberapa tahun terakhir di Indonesia khususnya di kota Ambon. Hal

tersebut sangat meresahkan para pedagang apalagi pedagang gorengan. Tetapi dengan semangat yang ada dan keyakinan bahwa dapat melewati situsi tersebut beliau tetap berjualan walaupun sangat sepi pembeli dan pendapatan yang minim. Pada saat pandemi mulai meredah sampai dengan berakhir pendapatannya pun dapat kembali meningkat hingga eksis sampai saat ini. Dengan penghasilan beliau rata-rata per hari sekitar 2 juta rupiah bahkan lebih bila sedang ramai, dan paling kurang pendapatannya ketika sepi pembeli sekitar 1 juta rupiah. Tidak sebatas mempertahankan usaha, pak eko mengaku dengan penghasilan yang baik tersebut ia memiliki keinginan untuk memiliki usaha yang lebih besar dari pada yang ada saat ini dan menambahkan jenis gorengan baru yang berkualitas.

Gambar 3. Usaha Gorengan Bapak Eko

Penjual gorengan yang berikut adalah Bapak Rahmat di wilayah MCM. Usaha ini sudah dijalankan sejak tahun 2014, berarti sekarang sudah terhitung 9 tahun. Untuk bahannya diproduksi sendiri dengan 2 orang karwayan yang dipeekerjakan untuk membantu beliau baik itu dalam hal menggoreng atau membungkus gorengan yang dibeli oleh pembeli. Usaha ini adalah miliknya sendiri dengan Omset yang saya dapatkan per bulan diperkirakan antara Rp. 5.000.000 atau Rp. 6.000.000. Modal yang dikeluarkan pertama kali untuk memulai usaha ini sebesar Rp.3.000.000. Diantaranya Rp.1.000.000 untuk membeli gerobak, dan Rp.2.000.000 untuk membeli bahan dan alat untuk memulai usaha gorengan. Usaha ini dibuka mulai pukul 15.00 WIT s/d malam hari, saat gorengan sudah terjual habis. Untuk berjualan di lokasi MCM dikenakan biaya pajak sebesar Rp.5.000 per hari. Beliau memilih berjualan di depan MCM arena tempatnya cukup strategis diantaranya dekat dengan jalan raya, dan semenjak dibangun MCM (Maluku City Mall) sehingga semakin ramai dikunjungi oleh masyarakat. Ada 6 jenis gorengan yang dijual, diantaranya batagor, tahu sumedang, tahu isi, tahu bulat, tempe, bakwan, dan kulit pangsit dengan menjual gorengan kisaran harga Rp.5.000 mendapatkan 4 gorengan beserta cabai/sambal sachet.

Jika ditanya kendala yang dihadapi oleh bapak Rahmat, beliau setiap usaha pasti memiliki kendalanya masing-masing. Namun untuk kendala yang beliau rasakan mungkin pada awal berjualan, dimana harus beradaptasi terhadap lingkungan sekitar sini, dan kuntungan awal saat penjualan juga masih sedikit. Namun sekarang sudah bisa lebih baik, karena berkat kerja keras dan usaha. Untuk tips dan triknya yaitu membuka jualan lebih awal dan tutup lebih akhir saat

gorengan yang dijual sudah habis terjual, kedua ramah terhadap pembeli, menjaga kebersihan tempat, gerobak, dan bahan makanan agar tetap higenis, mencari tempat yang strategis, dan karena bahannya mereka produksi sendiri sehingga bisa meminimalisir biaya pengeluaran yang besar.

Gambar 4. Usaha Gorengan Bapak Rahmat

B. Faktor-faktor Dalam Menentukan Keberhasilan Bisnis Kuliner

Seiring dengan perkembangan ekonomi Indonesia yang pesat, wirausaha kecil-kecilan atau usaha mikro, kecil, dan menengah telah memainkan peran yang semakin signifikan dalam perekonomian negara ini. Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia menyumbang sebagian besar lapangan kerja dan berperan sebagai tulang punggung ekonomi di tingkat lokal. Namun, masih banyak permasalahan dan peluang yang harus dijelajahi dalam konteks wirausaha skala kecil di Indonesia. Wirausaha kecil-kecilan seringkali dihadapkan pada tantangan yang unik, seperti akses terhadap modal, peningkatan kualitas produk dan layanan, serta peraturan bisnis yang beragam. Namun, mereka juga memiliki potensi untuk mendorong inklusi sosial dan ekonomi, serta menjawab tantangan kemiskinan dan pengangguran di berbagai wilayah Indonesia salah satunya di Kota Ambon.

Kota Ambon, sebagai salah satu kota di Indonesia yang terletak di kepulauan Maluku, memiliki karakteristik unik dalam hal budaya dan kuliner. Salah satu aspek yang mencolok adalah keberagaman makanan tradisional yang ada di daerah ini. Di tengah perubahan budaya

dan ekonomi yang terjadi, usaha kecil berfokus pada produksi dan penjualan gorengan telah menjadi bagian internal dari kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Ambon. Gorengan yang dijual berbagai jenis tahu isi, pisang goreng, dan makanan ringan berbahan dasar tepung, telah menjadi makanan favorit masyarakat Kota Ambon. Wirausaha kecil yang menjalankan usaha gorengan memainkan peran penting dalam memenuhi permintaan makanan dan pada saat yang bersamaan menciptakan lapangan kerja di tingkat lokal. Dengan melihat peluang dan peranan kuliner gorengan yang cukup besar di Kota Ambon, maka butuh hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan keberhasilan dan inovasi dalam mempertahankan usaha yang dijalankan. Berikut faktor-faktor yang perlu diperhatikan adalah:

1. Kulitas produk. Produk makanan yang berkualitas menjadi modal utama dalam memenangkan persaingan. Pada umumnya kualitas produk makanan terbagi 2, yaitu *real quality* dan *perceive quality* . Untuk *real quality*, biasanya lebih mengutamakan cita rasa dan bahan baku yang digunakan. Sedangkan *perceive quality*, tidak hanya soal cita rasa makanan tetapi mempertimbangkan kebersihan dan kesehatan bagi para konsumennya. Kualitas produk juga pada akhirnya menjadi hal penting bagi seluruh penjual gorengan dalam mempertahankan usaha yang dijalankan.
2. Lokasi yang strategis. Lokasi usaha yang dipilih menjadi faktor pendukung kesuksesan bisnis kuliner seperti gorengan. strategis tidak selamanya juga harus dekat dengan pusat keramaian yang terpenting adalah tempat yang memiliki kesesuaian antara makanan yang ditawarkan dengan target pasar. Sebisa mungkin penjual dapat melihat peluang berdasarkan lokasi yang dipilih untuk menarik konsumen, karena hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan usaha.
3. Membentuk persepsi konsumen kuliner. Membentuk persepsi konsumen menjadi salah satu strategi untuk mengenalkan bisnis kita. Strategi ini dapat membantu menanamkan citra merek atau ciri khas tertentu di hati para konsumen.
4. Perkuat promosi jangan ragu untuk mempromosikan bisnis kuliner yang kita jalankan. Salah satunya adalah Aktif mempromosikan bisnis ke area publik, seperti melalui media online, brosur, memasang spanduk dan neonbox di depan lokasi usaha. Promosi seperti ini merupakan salah satu cara membentuk persepsi masyarakat terhadap usaha yang kita jalankan.
5. Gunakan medsos buat akun bisnis kuliner di fitur-fitur, seperti WA, Instagram, dan Facebook. Manfaat yang dirasakan promosi jadi lebih muda dan murah, gampang cek fitur insight atau wawasan. Dengan fitur ini bisa dilihat jumlah pengikut, kiriman dan jangkauan bisnis kuliner kita. Berikan diskon hingga gratis ongkos kirim dan daftarkan pada aplikasi pesan antar, lewat aplikasi ini kita bisa menawarkan promo dan voucher diskon. Visualisasikan produk kuliner dengan bagus untuk menarik para konsumen.
6. Terapkan Standar Operasional Prosedur (SOP). Dengan SOP yang jelas, maka bisnis kuliner yang dijalankan semakin terarah dan memiliki kualitas pelayanan yang terjaga.
7. Perhatikan kemasan yang digunakan. Kalau sudah menggunakan aplikasi pesan antar, maka bentuk kemasan harus menjadi perhatian, desain, logo, warna kemasan hingga deskripsi makanan yang diperlukan. Hal ini bermanfaat untuk membangun kepercayaan konsumen dan membentuk ciri khas dari produk kita.

Faktor penting yang secara khusus perlu diperhatikan adalah strategi pemasaran bisinis

kuliner. Pemasaran merupakan faktor penting dalam sebuah bisnis, karena aktivitas pemasaran merupakan penentu penjualan. Untuk memasarkan sebuah produk membutuhkan cara yang baik dan kreatif. Adapun strategi pemasaran yang dapat dilakukan antara lain :

1. *Direct Selling*, yakni strategi pemasaran di mana penjual akan menjual produknya secara langsung kepada konsumen.
2. *Earned Media*. strategi ini dilakukan dengan cara tidak langsung, di mana membangun hubungan dan kepercayan dengan masyarakat, sehingga terbangun *brand image* yang baik melalui media social.
3. *Point of purchase*, yakni strategi marketing dengan cara menempatkan material marketing atau iklan di dekat produk yang ditawarkan. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara membuat display dengan desain khusus yang menarik, memiliki ciri khas, dan menempatkannya pada tempat yang strategis.
4. *Internet marketing*. Produk strategi ini mudah dan cepat. Selain itu media social yang menjadi pilihan juga banyak, seperti instagram, WA, facebook, website, email marketing dan banyak lagi lainnya. Strategi pemasaran ini akan berjalan dengan lancar jika kita dapat membuat konten yang menarik pembeli apalagi jika kita dapat membuat brand tersendiri di media social maka kita akan dikenal bukan hanya produk kita.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat khusus usaha penjual gorengan yang ada di Kota Ambon, selain pengamatan adapun penyuluhan sesuai dengan bentuk kegiatan yang memberdayakan serta upaya-upaya penyelesaian masalah yang mereka hadapi saat ini adalah terkait dengan strategi pemasaran yang masih minim, keamanan pangan dan praktek pengolahan makanan yang baik, serta dampak kelalaian industri kuliner. Mengingat situasi masa sekarang bisnis kuliner gorengan sangat banyak dan beragam maka dibutuhkan masukan-masukan yang membentuk strategi para penjual untuk mempertahankan sekaligus mengembangkan usaha dengan inovasi agar hasil yang didapat juga menjadi lebih baik. Metode yang diaplikasikan kepada penjual adalah pemaparan dari tim kepada setiap penjual dari lokasi satu ke lokasi yang lain dengan tanya jawab antara tim dengan penjual. Dengan kegiatan pengabdian ini, diharapkan bisnis kuliner gorengan yang dijalankan semakin terarah dan memiliki kualitas pelayanan yang terjaga, tidak terjadi kelalaian industri kuliner, serta kualitas pangan yang terjaga agar konsumen tertarik untuk belangganan dalam membeli produk kuliner tersebut.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan mengenai pengembangan dan keuntungan usaha kuliner gorengan di Kota Ambon diharapkan mampu untuk menata para penjual gorengan terkait dengan strategi pemasaran, keamanan pangan dan praktek pengolahan makanan yang baik serta dampak kelalaian industri kuliner. Mengingat Wirausaha seperti mereka memainkan peran penting dalam memenuhi permintaan makanan dan pada saat yang bersamaan menciptakan lapangan kerja di tingkat lokal.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada para penjual kuliner gorengan yang menjadi responden kami di lokasi Latta, MCM, dan Wayeme. Terima kasih atas kerjasamanya selama kami melakukan pengabdian ini, semoga apa yang telah kami lakukan bermanfaat bagi para penjual tersebut. Ucapan terima kasih kami juga kepada lembaga FISIP UNPATTI yang telah memberi kami ijin untuk melakukan pengabdian tersebut. Semoga kegiatan pengabdian dengan topik dan metari ini dapat dilanjutkan di masa mendatang dengan perbaikan dan peningkatan secara berkelanjutan untuk menjamin mutu kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Referensi

Arifin, Mursidin. (2020). Pendidikan Kewirausahaan, Bumi Aksara, Jakarta 2020.

Airlangga, Hartanto, (2021). Pembiayaan UMKM, PT. RajaGrafindo Persada, Depok.

Astuti, D. 2005. Kajian Bisnis Franchise Makanan di Indonesia. Manajemen dan Kewirausahaan, 7(1): 83-98.

Budi Setiawan dan Adil Fadillah. (2020). Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM di Wilayah Kota Bogor. Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan.

Ebert, R.J. & G. Ricky. 2015. Pengantar Bisnis, Edisi Kesepuluh. Erlangga. Jakarta.

Guruh Herman Was'an dan Anita Sariningsih. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani.

Hadi Irfani, Fitri Yeni, R. W. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai strategi pemasaran pada UMKM dalam menghadapi Era Industri 4.0. JCES (Jurnal of Character Education Society).

Menani, & , Sri Afrilia Kartini Zaelma, D. N. (2021). Strategi Meningkatkan Daya Saing Dan Meraih Peluang Melalui Sosial Media di UMKM Keripik Lateb Jaya Bandar Lampung. Comment: Community Empowerment.

Rahmatul Jannatin N, M. Wahyu Wardhana, , RudiHaryanto, A. (2020). Penerapan Digital Marketingsebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal Impact : Implementation and Action, Volume 2,.

Seran, S. 2017. Hubungan antara Pendidikan, Pengangguran dan Perumbuhan Ekonomi Terhadap Kemiskinan. Ekonomi Kuantitatif Terapan, 10 (1) 59-71. Sukirno, S. 2005. Makro Ekonomi Modern. Rajawali Grafindo Persada. Jakarta.

Sudaryanto, Haruno Sajati, Anggraini Kusumaningrum, Dwi Nugraheny, S., & Aryanto, H. W. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Menggunakan Instagram Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) di Kecamatan Pathuk Gunung Kidul. KACANEGARA.

Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(3), 248–261. https://doi.org/http://10.24198/kumawul a.vli3.25256

Yenny Sugiarti, Yenny Sari, M. A. H. (2020). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. Jurnal Kumawula.