

## Pendampingan Penjual Mie Ayam QQ untuk Meningkatkan Penjualan dengan Melakukan Perbaikan Warung

Muhammad Chusnul Muawwal<sup>1</sup>, Wawa Maulidia Siswanto<sup>2</sup>, Firda Azzahra<sup>3</sup>,  
Dion Sudirman<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Nusa Putra, <sup>2</sup>Universitas Nusa Putra, <sup>3</sup>Universitas Nusa Putra, <sup>4</sup>Universitas Nusa Putra

\*Corresponding author

E-mail: [muhammad.chusnul\\_mn20@nusaputra.ac.id](mailto:muhammad.chusnul_mn20@nusaputra.ac.id)

### Article History:

Received: Juli 2022

Revised : Agustus 2022

Accepted: Agustus 2022

**Abstract:** Pengabdian ini dilakukan di wilayah pada penjual mie ayam yang berada di Suabumi. Mie ayam ini memiliki potensi yang besar karena rasa mie ayam ini lezat dan harganya terjangkau. Hanya saja lokasi dan penampilan yang kurang meyakinkan pembeli. Sehingga dilakukan perbaikan dari segi penampilan agar pembeli merasa yakin dan nyaman untuk makan di tempat maupun di bawa pulang.

### Keywords:

Mie Ayam, UMKM, Kuliner

## Pendahuluan

Menurut Kotler dan Keller (2016) Pemasaran merupakan hal yang diharuskan dalam berjualan dari mulai UMKM sampai ke raksasa ritel, bahkan di abad 21 ini, pemasaran adalah faktor kesuksesan perusahaan dalam berbisnis. Pemasaran dengan media cetak sampai media *online* sudah marak dan tidak asing lagi dilihat oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia. Misalnya sedang berlibur ke suatu tempat, pasti ada iklan pemasaran berupa baliho, *banner – banner*, spanduk, hingga *billboard*, yang terpampang di sepanjang jalan, bahkan ketika sedang *browsing* di YouTube, Facebook, Instagram dan lain-lain, kerap ada iklan yang lewat di media sosial tersebut. Menandakan bahwa pemasaran suatu produk atau jasa adalah hal yang diwajibkan untuk meraih konsumen potensial yang banyak dan berlangganan.

Dalam pemasaran ada yang disebut komunikasi pemasaran, dapat diartikan sebagai komunikasi. Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran dan aplikasi komunikasi yang bertujuan untuk membantu kegiatan pemasaran sebuah perusahaan. Hampir setiap hari konsumen berinteraksi dengan komunikasi pemasaran. Maka dengan demikian komunikasi sangat penting agar pelanggan merasakan kehadiran penjual dan akhirnya membeli produk sampai berlangganan.

Pengabdian ini dilakukan karena terdapat informasi yang minim dan kurangnya pemahaman sebagian penjual yang belum memahami pentingnya pemasaran tersebut. Sehingga kami melakukan praktik di lapangan, mengedukasi dan membantu sebagian kecil para pedagang yang mempunyai kekurangan dalam hal pemasaran dan memberikan pemahaman yang terkini dalam hal pemasaran. Dengan harapan dapat meningkatkan penjualan mereka, dan membuat nyaman konsumen yang membeli produk pedagang tersebut.

Kita mengedukasi kepada pedagang dengan menggunakan bauran komunikasi pemasaran langsung dan penjualan pribadi. Pemasaran langsung merupakan penjualan yang secara langsung dari produsen ke konsumen dengan media internet, media cetak, telepon dan lain - lain. Kita memilih media internet dengan mendaftarkan produk di Go Food, media cetak dengan membuat baliho di tempat tersebut. Sedangkan penjualan pribadi dengan menjual produk dari mulut ke mulut sehingga konsumen tahu dari konsumen lainnya.

Pengabdian ini kami lakukan untuk mengedukasi para pedagang yang memiliki informasi dan *skill* yang minim dalam hal pemasaran. Setelah mengelilingi banyak sudut kota dan tempat, kami menemukan pedagang Mie ayam yang cukup minim dalam pengemasan tempat dan pemasaran yang kurang terlihat dengan jelas. Maka kami mencoba mengedukasi dan membantu sebagian kecil dalam mengubah penampilan dan memberikan tambahan ornamen dalam ranah pemasaran. Mie ayam ini bernama Mie Ayam QQ yang terletak di Terminal Lama, Jl Arif Rahman Hakim Kota Sukabumi.

Mie Ayam QQ ini secara keseluruhan dilihat dari penampilannya, kurang menarik untuk dilihat, tempatnya yang sumpek, tata letak meja dan kursinya tidak teratur dengan baik, namun mempunyai rasa mie ayamnya yang enak, mempunyai ciri khas yang berbeda. Oleh karenanya mie ayam ini mempunyai masalah tentang pemasarannya serta interior yang kurang tertata rapi. Kita memilih objek untuk pengabdian ini, dengan mengubah interiornya, menambahkan baliho untuk media promosi dan memberikan beberapa masukan untuk peningkatan penjualan kedepannya.

Tujuan dari Pengabdian ini adalah untuk mengedukasi beberapa penjual yang kurang peka terhadap perubahan bisnis di bidang pemasaran, yang tidak memiliki kemampuan dalam mendesain komunikasi media cetak, media internet dan lainnya, serta membantu menyusun tata letak ruangan yang nyaman bagi konsumen di era

modernisasi, misalnya konsumen menyukai tempat yang cerah, terbuka, bersih, dan tentunya ada tempat berfoto.

## **Permasalahan**

Permasalahan yang ditemui penulis di kedai Mie Ayam QQ, terutama dari pengemasan tempat berjualan, media komunikasi tidak terlalu terlihat, serta tata letak meja untuk konsumen kurang tertata rapi. Masalah ini harus diselesaikan agar menjangkau para konsumen datang untuk membeli mie ayam tersebut. Pengemasan atau tampilan tempat berjualan merupakan hal yang pertama dilihat dan dirasakan kenyamanannya ketika membeli produk, sudah hal yang sangat diharuskan bahwa penampilan harus terlihat menarik bagi konsumen.

Media komunikasi atau promosi adalah permasalahan yang kedua, bahwa komunikasi yang terencana akan membuahkan hasil yang baik dengan indikasi banyak konsumen baru, karena konsumen mendapatkan informasi penjualan dengan mudah. Mie Ayam QQ ini kurang terlihat media komunikasinya, hanya ada baliho kecil yang kerap tidak terlihat oleh konsumen. Dengan demikian penulis mengangkat permasalahan ini karena cukup berpotensi jika dilakukan perubahan dengan membuat baliho yang lebih besar dan disertakan platform GoFood, agar konsumen mudah menerima informasi terhadap Mie Ayam QQ ini.

Kemudian permasalahan yang ketiga yaitu tata letak meja yang tidak tertata rapi. Salah satu hal yang akan mengikat konsumen untuk berlangganan adalah kenyamanan dalam menikmati hidangan dengan kondisi tempat yang nyaman. Penulis menemukan bahwa di kedai Mie Ayam QQ ini tata letak meja bagi konsumen tidak tertata rapi bahkan bercampur dengan peralatan lain di atas meja tersebut. Dengan demikian penulis beranggapan masalah ini cukup serius untuk diselesaikan dan dicari solusinya.

## **Metode**

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan pengumpulan data primer. Data primer yang akan di kumpulkan yaitu melakukan wawancara kepada konsumen yang pernah membeli Mie Ayam QQ. Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan pada bulan Juni 2022, sebanyak 21 Narasumber yang akan di lakukan wawancara yang pernah membeli Mie Ayam QQ. Tempat pelaksanaan pengabdian di wilayah Sukabumi, Jawa Barat.

## Hasil

Pemasaran di abad 21 ini sangat berperan penting bagi semua perusahaan, bahkan UMKM sekalipun. Karena konsumen di era modern ini lebih memilih kenyamanan di segala hal termasuk pemasaran, ketika pemasaran baik dan mencolok, maka konsumen ramai membeli produk tersebut, contohnya McDonald's, D'Top, Alfamart dan lainnya. Dengan *positioning* promosi yang tepat serta pelayanan dan tempat yang nyaman, maka perusahaan tersebut meraih pelanggan yang banyak dan menuju kepada keuntungan perusahaan.

Begitu pun para penjual UMKM yang tidak menutup kemungkinan untuk berjaya meraih konsumen potensial ketika promosi, komunikasi, penampilan, kenyamanan diperhatikan secara seksama dengan kreativitas beraneka ragam. Oleh karenanya penulis beserta teman-teman, melakukan pengabdian terhadap penjual Mie Ayam QQ atau kedai Mie Ayam QQ, dengan mengubah sedikit tempat, memberikan kreasi yang cukup menarik, menata letak meja yang tidak teratur dengan baik, dan membuat media komunikasi berupa baliho untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang Mie Ayam QQ dengan logo mie ayam yang menarik.

Mie Ayam QQ yang terletak di Terminal Lama, Jl Arif Rahman Hakim Kota Sukabumi, memiliki ciri khas rasa yang menarik, namun pengemasan tempat ini kurang diperhatikan. Setelah berdiskusi cukup panjang dengan penjual, maka dihasilkanlah sebuah kerja sama yang baik, bahwa diperbolehkan tim penulis untuk mengubah sedikit dan menambahkan beberapa ornamen yang menarik untuk memikat perhatian konsumen. Cat yang sudah lama terlihat kurang menarik, maka kita ganti dengan warna baru yaitu warna krem untuk memberikan aura cerah tempat tersebut. Kita memindahkan barang-barang yang tidak terpakai, atau barang yang tidak ada hubungannya dengan mie ayam untuk tidak disertakan di kedai tersebut. Setelah tembok di cat, kita menambahkan aksesoris yang sederhana tapi terlihat mewah tentang makanan, gambar terlampir.

Perubahan yang dilakukan selanjutnya yaitu, menata tempat duduk dan meja bagi konsumen. Kedai Mie Ayam QQ ini cukup luas, namun sebagian tempat di gunakan untuk menyimpan perabotan rumah tangga dan ada gerobak tidak terpakai di dalamnya, jadi tempat tersebut terlihat berantakan dan sempit. Kita mencoba berdiskusi dengan penjual untuk memindahkan barang-barangnya beserta gerobak, dan tempat tersebut khusus untuk konsumen saja. Akhirnya saran dari kami dipenuhi, maka kita pindahkan gerobak beserta barang-barang tersebut lalu disimpan

meja dengan tata letak yang ideal untuk kenyamanan konsumen yang membeli. Meja yang dipakai sebelumnya sudah diberikan taplak meja yang sesuai dengan tema dari warna tembok yaitu krem. Jadi terlihat serasi antara warna tembok dan mejanya.

Langkah selanjutnya yaitu membuat media komunikasi pemasaran, yaitu membuat desain grafis tentang Mie Ayam QQ beserta logonya kemudian di cetak menjadi baliho berukuran 220 cm X 100 cm. Pada awalnya kedai ini tidak terlalu terlihat komunikasinya, hanya ada baliho yang berukuran kecil diletakan di gerobaknya saja sehingga kurang disadari oleh konsumen, terutama pada daftar menu. Kita membuat baliho tersebut dan mencantumkan logo baru agar konsumen dengan mudah mengingat serta melihat informasi Mie Ayam QQ tersebut, serta kita menambahkan logo GoFood, kebetulan kedai ini sudah terdaftar di GoFood. Terakhir kita mencantumkan daftar menu di baliho tersebut yang berisi tiga varian topping yang pertama mie ayam *original*, mie ayam bakso, dan mie ayam cekeer.

Bauran pemasaran di kedai Mie Ayam QQ ini menggunakan pemasaran langsung dan penjualan pribadi. Pemasaran langsung merupakan penjualan yang secara langsung dari produsen ke konsumen dengan media internet, media cetak, telepon dan lain - lain. Kita memilih media internet dengan mendaftarkan produk di GooFood, membuat media cetak dengan membuat baliho di tempat tersebut. Sedangkan penjualan pribadi dengan menjual produk dari mulut ke mulut sehingga konsumen tahu dari konsumen lainnya.

Selain membuat perubahan fisik, kita menambahkan beberapa saran untuk kemajuan penjualan mie ayam ini dengan mendiskusikan bersama penjual. Kita memberikan saran, dengan mempromosikannya melewati media sosial, dan menggunakan taman pinggir rumah sebagai area konsumen menikmati mie ayam serta dibuatkan tempat nyaman mungkin bertemakan *outdoor*, dan membuat kupon pembelian dengan redaksi beli 10 (sepuluh) mangkuk gratis satu (satu) mangkuk, agar menarik konsumen untuk membelinya.

## **Diskusi**

Pengabdian ini mengenai penjual Mie Ayam QQ yang letaknya berada di daerah Sukabumi. Pemilihan lokasi ini karena ada salah satu anggota kami yang merasa warung tersebut layak untuk di bantu karena rasa lezat dan harga cukup terjangkau. Pertama kami melakukan survei terlebih dahulu dan berbincang-bincang dengan pemilik warung dengan maksud dan tujuan kami datang ke warung tersebut. Kami membantu dan memberikan edukasi kepada pemilik warung dengan

memberikan pemahaman, melakukan penjualan baik promosi maupun tampilan warung agar lebih meyakinkan. Kami membantu membuatkan baliho dan membuat daftar menu yang baru dan merapikan meja pembeli agar lebih nyaman dan meyakinkan ketika pembeli datang. Kami sadar bahwa di Sukabumi masih banyak penjual yang belum memperhatikan hal dasar salah satunya kondisi toko, maka kami membantu sebisa dan semampu kami.

## **Kesimpulan**

Pemasaran dan komunikasi pemasaran merupakan hal yang sangat wajib dimiliki oleh perusahaan dan dikembangkan bahkan oleh pelaku UMKM, karena setiap perusahaan sukses memiliki manajemen pemasaran yang kompeten dalam melakukan aktivitas bisnisnya, misalnya perusahaan Iphone, Samsung, Vivo dan lain - lain. Contoh pemasaran yang sukses dibidang kuliner yang ada di Sukabumi di antaranya, McDonalds, D'Top, Janji Jiwa, dan lain - lain. Semua ini menampilkan keunggulan bisnisnya melalui komunikasi pemasaran.

Mie Ayam QQ merupakan target Tim penulis untuk dikembangkan dalam hal pemasaran dan komunikasi pemasaran, yang kita lakukan adalah membuat tempat berjualan nyaman dan membuat komunikasi pemasaran berupa desain baliho yang menarik dan mengandung informasi penting yang berkenaan dengan penjualan mie ayam tersebut. Dengan tujuan memudahkan konsumen menerima informasi bahwa di sini ada tempat yang berjualan mie ayam dengan nyaman dan cita rasa yang khas.

Harapan penulis dengan dilakukan pengabdian ini yaitu untuk memberikan motivasi kepada penjual dan kepada mahasiswa agar turut memberikan andil dalam mengimplementasikan ilmu yang diterimanya kepada masyarakat luas terutama para pelaku UMKM yang berperan besar untuk kemajuan negara, serta memberikan edukasi kepada para penjual akan pentingnya ilmu pengetahuan terkini dalam berbisnis, agar penjualannya bisa maju dan menjunjung tinggi kenyamanan konsumen.

## **Pengakuan/Acknowledgements**

Berisi deskripsi tentang ucapan terima kasih kepada Bapak Manan yang mengizinkan kami untuk melakukan pengabdian di warung Mie Ayam QQ, semoga hasil yang kami dapatkan dapat bermanfaat untuk keberlangsungan usaha Mie Ayam bapak dapat laris dan banyak pengunjung.

## **Daftar Referensi**

Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). Marketing Management. 15th ed. Upper Saddle River. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

## Lampiran



Gambar 1: Sebelum Melakukan Pengabdian Mie Ayam QQ



Gambar 2. Sebelum Melakukan Pengabdian Mie Ayam QQ



Gambar 4. Setelah Melakukan Pengabdian Mie Ayam QQ



Gambar 6. Setelah Melakukan Pengabdian Mie Ayam QQ