



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
 Volume 7 Nomor 2, 2024
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 28/02/2024
 Reviewed : 27/02/2024
 Accepted : 26/03/2024
 Published : 29/03/2024

Resna Napitu¹
 Risma Nurhaini
 Munte²
 Cici Angela Girsang³
 Miranti Sinaga⁴
 Echa Uliany Gultom⁵

PENGARUH PENJUALAN ONLINE WARUNG DAPUR IBU ATIK DI RUMAH SAKIT UMUM DAERAH PEMATANG SIANTAR

Abstrak

Ekonomi kreatif dalam suatu wilayah berperan dalam penciptaan tenaga kerja masyarakat, peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat, bahkan ke pengembangan sosial budaya masyarakat. Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui berbagai cara pengembangan ekonomi kreatif sektor UMKM. munculnya ekonomi kreatif dipandang sebagai suatu sektor ekonomi baru yang dapat menghasilkan dampak yang cukup substansial, sampai-sampai dinilai ke depan harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. adanya berbagai media promosi Online, termasuk ojek Online (Grabfood dan Gofood). dapat membantu para UMKM untuk meningkatkan produk mereka di Era Digitalisasi.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Kuliner,UMKM, Digitalisasi

Abstract

The creative economy in a region plays a role in creating a community's workforce, increasing the community's economic income, and even the socio-cultural development of the community. The aim of this study is to find out various ways to develop the creative economy in the MSME sector. The emergence of the creative economy is seen as a new economic sector that can produce quite a substantial impact, to the point that it is considered that in the future it must become the backbone of the Indonesian economy. the existence of various online promotional media, including online motorcycle taxis (Grabfood and Gofood). can help MSMEs to improve their products in the Digitalization Era.

Keywords: Creative Economy, Culinary, MSMEs, Digitalization

PENDAHULUAN

Persaingan pasar yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi usaha suatu bisnis dalam mempertahankan pangsa pasar. setiap pelaku bisnis dituntut untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi banyaknya pesaing yang bergerak dalam bisnis yang sama. dengan semakin ketatnya persaingan maka akan memberikan banyak pilihan produk yang ada di pasar untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan harapan konsumen. Warung dapur ibu Atik adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan makanan rumahan, yang dirintis sejak tahun 2018 oleh Ibu Nurhayati atau biasa di panggil dengan sebutan Ibu Atik. Hingga saat ini bisnis tersebut masih berjalan dengan begitu baik. Awalnya warung dapur ibu Atik hanya menjualkan makanan di tempat atau secara offline dimana konsumen hanya dapat membeli secara langsung dimana menu makanan yang ditawarkan hanya nasi ayam geprek & nasi kucing. Sejak tahun 2019 dunia di gemparkan oleh wabah covid-19, yang menyebabkan melemahnya perekonomian di Indonesia. adanya pembatasan sosial mengakibatkan masalah diberbagai sektor, baik sektor ekonomi, sosial dan politik. COVID- 19 berdampak pula pada perekonomian Indonesia. situasi yang tidak kondusif ini menuntut para pelaku ekonomi kreatif (sektor UMKM) untuk terus berinovasi dan berkembang agar usaha yang dijalankan tetap bertahan. Setelah Covid-19 tersebut

^{1,2} Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Simalungun

^{3,4,5} Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Simalungun

e-mail : resnanapitu@gmail.com

mengakibatkan dimana para pelaku bisnis makanan mulai mengalami penurunan penjualan di karenakan pemerintah mulai memberikan larangan untuk berkerumun. Oleh sebab itu ibi Atik mulai melakukan pemasaran secara online melalui aplikasi Goofod dimana aplikasi tersebut membantu para pelaku UMKM agar usaha yang dijalankan tetap bertahan. Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui pengaruh penjualan online di warung dapur ibu Atik.

METODE

Penelitian dilakukan di warung Ibu Atik yang terletak di Jalan Vihara, Gang KSM Karya Kompleks Rumah Sakit Umum Daerah Kota Pematang Siantar. dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif wawancara dengan pemilik dan karyawan. Melalui wawancara dengan pemilik warung dan karyawan, disamping itu dalam pengumpulan data peneliti juga melakukan pengamatan di warung ibu Atik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ibu Nurhayati(63thn) merupakan pendiri sekaligus pemilik dari warung dapur Ibu Atik sejak tahun 2018, usaha tersebut awalnya hanya menjual makanan rumahan, dengan penghasilan yang tidak begitu besar. awalnya konsumen warung Ibu Atik hanya Masyarakat yang ada di warung dapur ibu Atik saja dan para pegawai RSUD Pematang Siantar. Sebelumnya Ibu Atik berprofesi sebagai Ahli Gizi di RSUD Pematang Siantar namun tahun 2018, Ibu Atik pensiun dari RSUD dan keponakan dari Ibu Atik mengusulkan untuk membuat Usaha Rumahan dimana usaha tersebut hanya menjual Ayam Geprek dan Nasi Kucing dengan omset Rp.7.218.000.

Tabel 1 Penjualan pada warung Ibu Atik Secara Offline Tahun 2018

NO	Jenis makanan	Tahun	Pendapatan
1	<ul style="list-style-type: none"> • Ayam Geprek • Nasi Kucing 	2018	Rp.7.218.000

Sumber : Warung Ibu Atik 2023

Usaha tersebut berjalan lancar hingga keponakan dari Ibu Atik mengusulkan untuk membuka pemesanan secara Online melalui aplikasi Gofood. dengan adanya pemesanan secara Online Omset yang di peroleh warung ibu Atik meningkat secara pesat bahkan bahkan penghasilan perbulan warung ibu Atik.

Tabel 2 Penjualan pada warung Ibu Atik Secara Online Tahun 2019-2023

NO	Jenis makanan	Tahun	Pendapatan
1	<ul style="list-style-type: none"> • Ayam Geprek • Ati Ampela • Ceker Mercon • Salad Buah 	2019	Rp.10.230.000
2	<ul style="list-style-type: none"> • Ayam Geprek • Ati Ampela • Ceker Mercon • Salad Buah 	2020	Rp.11.625.000
4	<ul style="list-style-type: none"> • Ayam Geprek • Ati Ampela • Ceker Mercon • Salad Buah 	2021	Rp.13.020.000

5	<ul style="list-style-type: none"> • Ayam Geprek • Ati Ampela • Ceker Mercon • Salad Buah 	2022	Rp.13.950.000
6	<ul style="list-style-type: none"> • Ayam Geprek • Ati Ampela • Ceker Mercon • Salad Buah 	2023	Rp.14.880.000

Sumber : Warung Ibu Atik 2023

Pada tahun 2019 mencapai Rp.10.230.000, pada tahun 2020 warung ibu Atik memperoleh omset sebesar Rp.11.625.000, tahun 2021 ibu Atik memperoleh omset Rp.13.020.000, pada tahun 2021 ibu Atik memperoleh omset Rp. 13.020.000, tahun 2022 ibu Atik memperoleh omset Rp.13.950.000,tahun 2023 ibu Atik memperoleh omset Rp14.880.000 dengan warung Dapur Ibu Atik menjadi warung dengan peringkat pertama paling laris dimasa Covid-19. Berbeda dengan awal pembukaan warung Ibu Atik yang hanya menjual Ayam Geprek dan Nasi Kucing sekarang makanan yang dijual sudah beragam antara lain Ayam Geprek, Ati ampela, Ceker mercon dan salad buah.

Dengan di bukanya pemasaran online melalui Aplikasi Gofood ibu Atik merasakan dampak yang positif terhadap warung, yaitu pemesanan lebih efektif begitu juga dengan pengiriman makanan kepada konsumen. Warung dari ibu Atik semakin dikenal Masyarakat. misalnya harga ayam geprek jika membeli langsung di tempat hanya di kenai harga Rp.12.000, Tetapi jika membeli melalui aplikasi dikenakan tambahan harga Rp.3000. dengan membandingkan tabel satu dan dua maka pemasaran penjualan online sangat berpengaruh besar dengan pendapatan warung dapur ibu Atik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Demikian Ucapan Terimakasih Kami Sampaikan Kepada Beberapa Pihak Yang Turut Membantu Dalam Pembuatan Jurnal Ini yaitu :

1. Dosen Pembimbing Pembuatan Jurnal
2. Semua Pihak Yang Terlibat Dalam Jurnal Ini.

SIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian dalam warung ibu Atik di peroleh pemasaran oline berpengaruh pada peningkatan penjualan yang di tunjukkan dari omset penjualan dari tahun 2019-2023 yang mengalami peningkatan yang terus menerus dari warung ibu Atik.

DAFTAR PUSTAKA

Gincu Cake dan Bakery Jatibarang." J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat 1.3 (2021): 357-382

Imanuel, Orland Jorge. "Analisis keputusan pembelian konsumen melalui media online (E-marketing)." Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul 4.2 (2013): 17909

Kotler, Philip. Kellogg on branding: The marketing faculty of The Kellogg School of Management. Eds. Alice M. Tybout, and Tim Calkins. Hoboken, NJ: Wiley, 2005.

Siti Nusaibah 2021. *Ekonomi Kreatif Sektor UMKM di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan.

Widyaningsih, M. 2022. Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19. JRB-Jurnal Riset Bisnis,

Yudianto, Agus, and Anik Nurhidayati. "Pengembangan Manajemen Usaha dan Analisa Kemampuan IKM Donat