

Pendampingan Usaha Warung Makan Soto Koya dalam Aspek Manajemen dan Inovasi

Business Assistance for Soto Koya Food Stall in the Aspects of Management and Business Innovation

Muhammad Afandy Santoso^{1a}, Siti Misnawati¹, Agustina Widodo¹

^{1a}Universitas YPPI Rembang; Tireman Timur, Tireman, Kec. Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah
59219, e-mail: afandysantoso7@gmail.com

(Diterima: 15-07-2025; Ditelaah: 30-07-2025; Disetujui: 17-08-2025)

Abstrak

UMKM Warung Makan Soto Koya yang berlokasi di Desa Tireman, Rembang, merupakan usaha kuliner tradisional yang memiliki potensi untuk berkembang lebih lanjut, namun masih menghadapi sejumlah tantangan dalam aspek manajemen dan inovasi usaha. Permasalahan seperti belum adanya lokasi digital di Google Maps, tidak tersedianya sistem pencatatan keuangan sederhana, ketiadaan daftar menu yang terstruktur, serta kurang optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, menjadi hambatan utama. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui serangkaian program strategis berbasis pendekatan partisipatif, yakni pembuatan titik lokasi digital, penyusunan buku laporan keuangan, pembuatan daftar menu, dan aktivasi media promosi digital berupa akun TikTok. Metode pelaksanaan mencakup observasi awal, wawancara, penyusunan dan pelaksanaan program, hingga evaluasi ketercapaian hasil. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam hal visibilitas usaha, keteraturan pengelolaan keuangan, serta efektivitas promosi digital. Program ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis digital dan kolaboratif mampu mendorong peningkatan daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan era industri 4.0 dan digitalisasi pasar.

Kata kunci: Google Maps, Laporan Keuangan, Media Sosial

Abstract

The Soto Koya Food Stall, located in Tireman Village, Rembang, is a traditional culinary MSME with strong development potential but faces various challenges in business management and innovation. Problems such as the absence of a digital location on Google Maps, the lack of a simple financial recording system, the unavailability of a structured menu, and the suboptimal use of social media for promotion hinder its growth. This community service program aims to address these issues through a series of strategic and participatory programs, including digital location setup, financial bookkeeping development, menu creation, and the activation of promotional media via TikTok. The implementation method includes initial observations, interviews, program planning and execution, and outcome evaluation. The results show significant improvements in business visibility, financial management, and digital promotion effectiveness. This program demonstrates that digital-based and collaborative mentoring can enhance the competitiveness of MSMEs, especially in facing the challenges of the industrial 4.0 era and market digitalization.

Keywords: Financial Report, Google Maps, Social Media

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting sebagai salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia. Sektor ini tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja di berbagai daerah (Widodo & Rosyidi, 2021). Pengembangan UMKM diharapkan dapat membina dan menyiapkan masyarakat untuk berani mandiri, tidak lagi menjadi pencari kerja, tetapi menjadi pencipta lapangan kerja (Lukiarti & Widodo, 2022). Meski demikian, perkembangan pesat teknologi informasi dan digitalisasi menuntut pelaku UMKM untuk terus beradaptasi agar mampu bersaing, terutama dalam aspek pemasaran dan pengelolaan usaha (Widodo & Lukiarti, 2022). Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM adalah Desa Tireman, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang. Di daerah ini, terdapat Warung Makan Soto Koya yang telah beroperasi selama kurang lebih dua tahun. Warung makan ini menawarkan cita rasa khas soto koya yang segar dan harga yang terjangkau, menjadikannya alternatif kuliner yang diminati masyarakat sekitar.

Namun, di balik keunggulan tersebut, masih ditemukan beberapa kendala yang menghambat perkembangan usaha. Berdasarkan hasil pengamatan dan diskusi dengan pemilik usaha, diketahui bahwa Warung Makan Soto Koya belum memanfaatkan teknologi digital seperti *Google Maps* sebagai penunjuk lokasi, belum memiliki sistem pencatatan keuangan sederhana, belum tersedia daftar menu, serta belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Bila ditinjau lebih jauh, usaha ini memiliki kekuatan dalam hal cita rasa produk, harga yang kompetitif, serta lokasi strategis yang berada di pinggir jalan. Di sisi lain, kelemahan utamanya adalah keterbatasan dalam promosi, belum adanya sistem administrasi usaha, dan minimnya inovasi produk. Peluang pengembangan terbuka lebar mengingat masih minimnya pesaing sejenis di sekitar lokasi. Akan tetapi, persaingan usaha kuliner yang semakin ketat dan perubahan tren konsumen menjadi tantangan tersendiri. Sebagaimana menurut Widodo et al. (2024), kekurangan pada administrasi produk dan minimnya inovasi akan menyebabkan kegagalan UMKM pada jangka panjang. Selain itu, Widodo & Lukiarti (2021) menjelaskan bahwa keunggulan UMKM dapat ditingkatkan melalui manajemen dan pemasaran yang optimal.

Melihat permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan pendampingan yang berfokus pada peningkatan aspek manajemen dan inovasi usaha. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk membantu pemilik Warung Makan Soto Koya dalam mengoptimalkan pemasaran digital, menyusun sistem pencatatan keuangan sederhana, menyediakan daftar menu, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.

METODE PELAKSANAAN

Program pendampingan ini diawali dengan tahap persiapan berupa observasi lapangan dan komunikasi langsung dengan pemilik Warung Makan Soto Koya. Tahap ini bertujuan

untuk menggali informasi awal terkait kondisi usaha, potensi yang dimiliki, serta hambatan yang dihadapi. Tahapan berikutnya adalah identifikasi permasalahan yang dilakukan melalui wawancara dan diskusi dengan pemilik usaha. Berdasarkan hasil identifikasi, ditemukan beberapa permasalahan utama, yaitu: lokasi usaha belum terdaftar di *Google Maps*, belum adanya sistem pencatatan keuangan sederhana, tidak tersedianya daftar menu, dan belum optimalnya pemanfaatan media sosial untuk promosi. Selanjutnya, disusun program kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi UMKM. Program yang dilaksanakan meliputi: 1) pembuatan pin lokasi di *Google Maps*, 2) penyusunan buku laporan pemasukan dan pengeluaran harian, 3) pembuatan daftar menu makanan dan minuman, serta 4) pembuatan akun media sosial Tiktok sebagai sarana promosi.

Seluruh kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, di mana pemilik usaha dilibatkan secara aktif dalam setiap proses kegiatan. Hal ini bertujuan agar hasil yang dicapai dapat dipahami dan diterapkan secara berkelanjutan oleh pelaku usaha. Untuk mengukur keberhasilan program, dilakukan evaluasi melalui observasi lapangan, monitoring terhadap media digital yang telah dibuat, serta wawancara dengan pemilik usaha guna mengetahui tingkat pemahaman, penerapan, dan dampak dari kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan.

HASIL & PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pendampingan kepada UMKM Warung Makan Soto Koya dilaksanakan secara sistematis sesuai tahapan yang telah dirancang. sebelumnya Tahapan kegiatan dan capaian hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

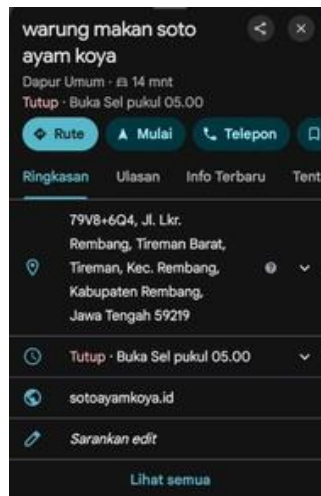
Tabel 1. Program Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Outcome
1.	Pemasangan pin lokasi UMKM di <i>Google Maps</i>	Lokasi Usaha terintegrasi dengan <i>Google Maps</i> sehingga lebih mudah dijangkau oleh konsumen
2.	Pembuatan Daftar Menu Makanan & Minuman	Daftar menu sudah membantu konsumen untuk memilih mau pesan makanan dan minuman apa yang disajikan UMKM
3.	Pembukuan laporan pemasukan/pengeluaran	Buku laporan sudah digunakan dalam transaksi/operasional UMKM
4.	Pembuatan Media Pemasaran Online	Akun media sosial sudah aktif dan sudah ada konsumen yang datang karena promosi di akun media sosial

1. Pemasangan Pin Lokasi UMKM

Tahap awal yang dilakukan adalah mendaftarkan lokasi Warung Makan Soto Koya Pada layanan *Google Maps*. Langkah ini dilakukan untuk mempermudah konsumen

dalam menemukan lokasi usaha. Setelah proses pendaftaran selesai, lokasi usaha dapat dengan mudah diakses melalui pencarian digital, lokasi UMKM pada *Google Maps* dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Lokasi UMKM di *Google Maps*

2. Pembuatan Daftar Menu Makanan & Minuman

Tahap kedua dari kegiatan pengabdian ini adalah dengan membuat daftar menu bagi UMKM. Hasil dari kegiatan pembuatan daftar menu adalah saat ini UMKM telah memiliki daftar menu yang menarik. Daftar menu menampilkan makanan dan minuman yang dijual di UMKM. Sebelumnya, konsumen tidak memiliki acuan jelas mengenai pilihan produk yang tersedia. Dengan adanya daftar menu yang ditempatkan di lokasi usaha, konsumen dapat memilih produk dengan lebih cepat dan jelas.

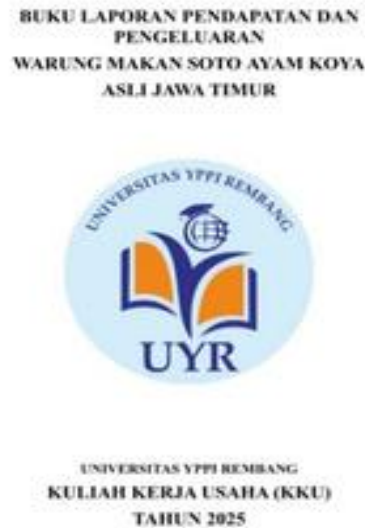


Gambar 2. Daftar Menu UMKM

3. Pembukuan Laporan Pemasukan/Pengeluaran

Tahap ketiga dari kegiatan pengabdian ini adalah pembuatan laporan keuangan yang mencatat pemasukan dan pengeluaran UMKM. Selanjutnya dilakukan

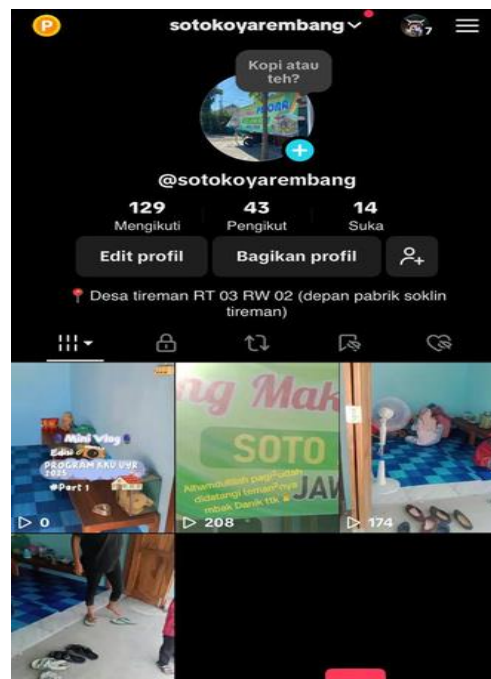
pembukuan laporan pemasukan/pengeluaran sederhana. Sebelum adanya buku laporan ini, pengelolaan keuangan usaha dilakukan tanpa pencatatan yang jelas. Dengan adanya buku ini, setiap pemasukan dan pengeluaran dapat dicatat secara rutin, sehingga mempermudah pemilik usaha dalam memantau kondisi keuangan.



Gambar 3. Cover Buku Laporan Keuangan

4. Pembuatan Media Pemasaran Online

Program terakhir adalah pembuatan akun media pemasaran online yaitu akun sosial media Tiktok untuk mempromosikan produk lewat online dan menjangkau konsumen yang lebih luas.



Gambar 4. Akun Media Sosial UMKM

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat peningkatan citra usaha dari UMKM Warung Makan Soto Koya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung

yang meningkat setelah adanya pin lokasi di *Google Maps*. Visibilitas usaha memang menjadi modal penting UMKM untuk dapat lebih dikenal masyarakat. Sebagaimana hasil pengabdian Ardiansyah et al. (2025) yang menemukan peran penting dari visibilitas untuk meningkatkan citra usaha UMKM. Pengunjung juga merasa lebih mudah memilih menu karena daftar menu sudah tertempel jelas di setiap meja dan juga di dinding warung. Hal ini meningkatkan kepuasan pengunjung dan menjadi dasar loyalitas pengunjung untuk kembali berbelanja di UMKM Warung Makan Soto Koya. Fauziah et al. (2025) dan Azzahra et al. (2023) mengungkapkan bahwa loyalitas konsumen akan meningkat seiring dengan kepuasan dari pengalaman positif yang didapatkan sebelumnya.

Peningkatan UMKM Warung Makan Soto Koya juga tampak dari kerapihan administrasi keuangan karena adanya buku laporan keuangan yang rapi. Hal ini berdampak positif terhadap kinerja keuangan UMKM karena arus kas masuk dan keluarnya uang menjadi lebih jelas. Mengutip dari hasil pengabdian Rianti & Amin (2024), UMKM yang memiliki pembukuan yang baik cenderung bertahan lebih lama daripada UMKM yang pembukuannya tidak teratur.

Keberhasilan program pengabdian di UMKM Warung Soto Koya diperkuat dengan adanya akun media sosial yang sudah dioperasikan guna meningkatkan pangsa pasar di era revolusi industri 4.0. Berdasarkan studi Wijayanti et al. (2022), media sosial berperan penting dalam aspek pemasaran produk UMKM. Akun media sosial UMKM Warung Soto Koya telah mengunggah beberapa kegiatan yang ada di warung. Tujuannya untuk memperkenalkan UMKM Warung Soto Koya kepada khalayak masyarakat baik di daerah Rembang maupun dari luar daerah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian di UMKM Warung Makan Soto Ayam Koya Tireman maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar dan kondusif. Beberapa program yang telah direalisasikan diantaranya: 1) UMKM Warung Makan Soto Ayam Koya Tireman sudah mempunyai pin lokasi di *Google Maps*; 2) Daftar menu sudah dipasang di UMKM Warung Makan Soto Ayam Koya Tireman yang memiliki tujuan untuk memudahkan konsumen untuk memilih makanan & minuman yang disediakan; 3) Pihak UMKM mempunyai buku laporan pemasukan/pengeluaran sehingga memudahkan dalam pencatatan transaksi keuangan; 4) UMKM memiliki akun media sosial sehingga memudahkan dalam pemasaran. Terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada UMKM Warung Makan Soto Ayam Koya Tireman, tim pelaksana memberikan saran untuk pengembangan usaha yaitu pemilik UMKM harus memperbaiki menu yang disediakan dan harus mau berinovasi supaya konsumen tidak bosan. Selain itu, pemilik UMKM juga harus lebih aktif di akun sosial media untuk memperluas pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. D., Pangestu, R. A., & Purnamasari, L. (2025). Pengembangan Kewirausahaan Desa Melalui Pendampingan Digitalisasi dan Pemasaran Produk UMKM. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 109-118.
- Azzahra, S. F., Yusup, E. P., Laeli, S., & Safari, Y. (2023). Pengembangan UMKM Zema Moring melalui inovasi produk dan pemasaran online. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 10-19.
- Fauziah, F. N., Kurnia, T., Kholik, A., Purnamasari, I., & Jaelani, A. (2025). Dampak Pendampingan Branding Image Terhadap Penguatan Identitas UMKM. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 67-73.
- Lukiarti, M. M., & Widodo, A. (2022). Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Pada Kelompok Alumni STIE YPPI Rembang. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 7-13.
- Rianti, R. P., & Amin, M. (2024). Sosialisasi dan Bimbingan Pembuatan NIB Secara Online Di Desa Tugu Utara Kecamatan Cisarua. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 24-30.
- Widodo, A., & Lukiarti, M. M. (2021). Pengukuran Kinerja UMKM Batik Tulis Lasem di Saat Pandemi Covid 19 di Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Prosiding Penelitian Pendidikan dan Pengabdian 2021*, 1(1), 10-15.
- Widodo, A., & Lukiarti, M. M. (2022). Pelatihan Kewirausahaan dan Pengelolaan Keuangan Dasar Kelompok Wanita Tani (KWT) Cemara Asri Desa Tasiksono Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 14-19.
- Widodo, A., & Rosyidi, S. (2021). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Usaha Terasi Desa Leran Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang Sebagai Pembekalan Keterampilan Berwirausaha. *Buletin Abdi Masyarakat*, 1(2).
- Widodo, A., Rosyiqoh, N. N., & Tunnikmah, A. (2024). Pengembangan Pemasaran UMKM Kacang Cap Bunga Mawar di Desa Sumbergirang Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Buletin Abdi Masyarakat*, 4(2), 133-140.
- Wijayanti, S. W., Ekoresti, S. N., Rubyasih, A., Komarudin, M., & Munawar, W. (2022). Peningkatan Promosi Usaha Kopi BUMDes Jaya Laksana Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 119-125.