

WARALABA SEBAGAI SARANA EKSPANSI USAHA FOOD STREET MIE AYAM WONOGIRIAN

Rizza Megasari¹, Dian Rachmawati², Rizky Dwi Putri³, M. Safrian Basyarohil⁴, Tisya Aulia Yulianti⁵

^{1,2,3,4,5}Departemen Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang
^{1,2,3,4,5}Jl. Semarang No.5, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
E-mail: rizza.megasari.fe@um.ac.id

Abstrak: Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Mie Ayam Wonogirian dapat dijabarkan sebagai berikut: (1) Aspek Manajemen, setelah membuka cabang kemudian menutupnya dan membuka cabang kembali pada lokasi yang berbeda, terlihat perlunya pengaturan pengelolaan manajerial pada UKM Mie Ayam Wonogirian terhadap keberlangsungan usaha. (2) Aspek Pemasaran dan Produksi, pemasaran dari mulut ke mulut memang menambah pelanggan, namun karena persaingan dalam industri makanan yang ketat perlu adanya pemasaran yang gencar melalui sosial media dengan memanfaatkan endorsement kuliner lokal di Kota Malang. Berdasarkan permasalahan diatas, maka solusi yang ditawarkan diantaranya adalah melakukan pendampingan pembuatan Waralaba Mie Ayam Wonogirian untuk menarik investor sebagai langkah dalam peningkatan dan perluasan usaha. kegiatan pendampingan Waralaba dilakukan dengan pembuatan prospektus usaha, pembuatan struktur organisasi yang jelas, pendaftaran merek untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor terhadap keberlangsungan usaha. Metode pelaksanaan kegiatan pengembangan UKM ini dilakukan melalui FGD (Focus Group Discussion), pendampingan dan sosialisasi untuk mencapai target pelaksanaan pengembangan UKM Mie Ayam Wonogirian

Kata Kunci: Waralaba, Ekspansi Usaha, UKM

I. PENDAHULUAN

Sektor – sektor yang mengalami penurunan pendapatan selama pandemi diantaranya adalah sektor makanan, akomodasi dan minuman. Para pelaku usaha di ketiga sektor tersebut mengalami penurunan pendapatan hingga 92,47%. (Anggraeni, 2020). Hal ini tentu saja memprihatinkan dan perlu dilakukan langkah cepat untuk membantu UKM yang sangat berdampak dengan adanya kondisi pandemi saat ini. Untuk UKM yang bergerak pada sektor makanan tentu saja adanya PPKM sangat berdampak pada jam operasional usaha. Adanya fasilitas pengantaran makanan sangat membantu keberlangsungan usaha dengan memberikan keyakinan kepada pelanggan, bahwa pengantar makanan bebas dari infeksi Covid-19 karena masyarakat cenderung berdiam diri dirumah sehingga akan banyak memanfaatkan fasilitas tersebut. (Catriana, 2020). Ketika pandemi melanda Mie Ayam Wonogirian sempat menutup usahanya kurang lebih 4 bulan lamanya. Dengan kondisi seperti ini membuat pemilik harus memutar otak bagaimana usahanya agar tetap terus berjalan. Sempat berencana untuk menyajikan mie ayam ini sebagai mie instan yang bisa dimasak sendiri di rumah, tetapi urung dilakukan karena terkendala pengetahuan mengenai pengemasan yang bisa tahan lama tanpa pengawet. Hingga akhirnya di bulan Juli memberanikan kembali untuk membuka usahanya. Jika awalnya satu hari bisa menghabiskan 14 kg mie, hari pertama buka setelah pandemi hanya dapat menjual 6 kg mie saja. Tentu saja sangat turun drastis lebih dari 50% dari biasanya, dengan tekun akhirnya mulai bisa kembali lagi di angka biasanya. Salah satu ekspansi yang bisa dilakukan adalah dengan memiliki mitra untuk bekerja sama mengembangkan usahanya. Karena prospeknya yang bagus tidak bisa dipungkiri ada banyak peminat untuk berinvestasi dalam usaha Mie Ayam Wonogirian ini. Tetapi usaha ini masih banyak

kekurangan dan minim pengetahuan dalam mengembangkannya sehingga perlu didampingi agar dapat bertahan dan berkembang dengan baik.

II. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pengembangan UKM ini dilaksanakan melalui FGD (Focus Group Discussion), pendampingan dan sosialisasi. Kegiatan ini melibatkan UKM Mie Ayam Wonogirian yang berlokasi di pasar Jl. Jakarta No.44 Malang tepatnya di depan Universitas Negeri Malang dan Jl. Tawangmangu No. 14 Malang. Metode ini dipilih dengan tujuan untuk meningkatkan ekspansi UKM Mie Ayam Wonogirian. Dalam sosialisasi program dan jadwal pelaksanaan kegiatan serta penyamaan persepsi mengenai kegiatan yang akan dilakukan dan juga pembahasan realisasi rencana kegiatan. Tahapan-tahapan yang meliputi: 1) Focus Discussion Group (FGD) 2) Pendaftaran merek (HAKI) 3) Perencanaan merek terbit 4) Perjanjian kerjasama mitra 5) Sosialisasi dan pendampingan kerjasama mitra dalam rangka ekspansi usaha 6) Pendampingan kerjasama mitra dengan trainer dari Samchick (waralaba dari Blitar)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha kecil dan menengah atau UKM turut berkontribusi dalam perekonomian negara yaitu menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Keberadaan UKM telah tersebar di seluruh penjuru negeri, memperluas lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja. Semakin banyaknya masyarakat yang bergerak dalam UKM maka banyak hal yang harus dipikirkan dan ditindaklanjuti, salah satunya adalah pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (Desain Industri, Hak Cipta dan Merek). Pentingnya pendaftaran hak atas kekayaan intelektual bagi kelangsungan usaha adalah perusahaan yang memproduksi suatu karya, atas produk atau karya perusahaan agar mendapat perlindungan hukum atas pemanfaatan nilai ekonominya. Perlindungan hukum terhadap pencipta dan karya cipta sebuah perusahaan jika mendaftarkan suatu karya ke HAKI, maka secara otomatis perusahaan dan karya tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum sehingga dapat lebih leluasa dalam memaksimalkan dan memanfaatkan nilai ekonomis dari karya cipta tanpa takut menyalahi hukum. Pendaftaran hak cipta ke HAKI juga membuat perusahaan memiliki landasan yang kuat untuk melawan orang maupun oknum yang menggunakan karya secara ilegal.

FORMULIR PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK INDONESIA APPLICATION FORM OF INDONESIAN TRADEMARK REGISTRATION			
Data Permohonan (Application)			
Nomor Transaksi Number of Transaction	: IPT2021108210	Asal Permohonan Office of Origin	: Online Filing
Nomor Permohonan Number of Application	: DID2021053077	Tipe Permohonan Type of Application	: Merek Dagang
Tanggal Penerimaan Receipt Date	: 2021-08-11 10:21:39	Jenis Permohonan Sub Type of Application	: Umum
Data Merek (Description of Mark)			
Type Merek Type of Mark	: Merek Kata dan Lukisan	Etiket Gambar/Label Merek Image of Mark	
Nama Merek Name of Mark	: Mie Wonogirian		
Deskripsi Description	:		
Page 1 / 3			

Gambar 1. Pendaftaran Merek Mie Ayam Wonogirian

Mie Ayam Wonogirian juga melakukan penyusunan perjanjian kerjasama mitra investasi yang digunakan dalam rangka ekspansi usaha atau suatu tindakan yang dilakukan dengan tujuan yang lebih besar dan luas agar usaha terus berkembang lebih baik dari segala aspek, semakin maju, dan banyak diminati oleh konsumen. Tidak hanya melakukan pendaftaran HAKI, tetapi juga pembuatan prospektus usaha, data identitas pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan, legalitas usaha waralaba, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan secara rinci dan terstruktur, mendata jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan serta hak dan kewajiban pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan dan penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan.

Setelah melakukan kegiatan penyusunan perjanjian kerjasama mitra investasi yang digunakan untuk ekspansi usaha, tujuan selanjutnya adalah dari pihak Samchick menyampaikan banyak hal melalui Focus Group Discussion (FGD) selain yang disampaikan mengenai persiapan persyaratan pendaftaran waralaba, membagikan pengalaman dalam berbisnis oleh Samchick, melakukan tanya jawab seputar permasalahan yang dialami oleh Mie Ayam Wonogirian lalu melakukan Pendaftaran Perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dan sertifikasi halal sehingga dapat dicantumkan pada spanduk atau papan nama agar pembeli merasa yakin dengan produknya. Kemudian, pemasaran online yang efektif dan efisien dengan strategi dan taktik yang sesuai dengan pangsa pasar Mie Ayam Wonogirian dengan cara merekomendasikan lewat iklan yang disajikan oleh food blogger/selebriti yang terkenal sehingga bisa dimuat di media sosial seperti Youtube, Instagram, dan TikTik yang harapannya bisa dikenal lewat media sosial tersebut.

Setelah semua hal yang berkaitan mengenai kebutuhan administratif, laporan keuangan juga sangat penting untuk keberlangsungan usaha. Pendampingan kerjasama mitra dengan trainer dari Samchick ini juga menyampaikan beberapa pemaparan melalui FGD yaitu dengan menunjukkan contoh laporan keuangan dari Samchick, mengenai hal-hal yang perlu untuk dicantumkan, di data, dilaporkan, hingga dirinci secara runtut sehingga bisa menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Laporan keuangan juga bisa digunakan sebagai penyedia informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar usaha dalam pengambilan keputusan. Lalu, dapat menilai dan memprediksi pertumbuhan bisnis di masa depan, jadi perusahaan bisa melihat bagaimana proyeksi perkembangan usaha mereka di waktu yang akan datang. Kemudian, melihat aktivitas pendanaan dan operasi perusahaan, dari semua informasi yang disajikan dalam laporan keuangan juga bisa

dilakukan untuk melihat tingkat efisiensi keuangan perusahaan sehingga dapat memberi banyak keuntungan bagi usaha yang membuat laporan keuangan.



Gambar 2. Kegiatan Focus Group Discussion (FGD)

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh UKM Mie Ayam Wonogirian solusi dan target luaran yang diusulkan adalah dengan melakukan pendampingan pendaftaran Waralaba Mie Ayam Wonogirian untuk menarik kepercayaan investor dan menambah pelanggan sebagai langkah dalam peningkatan dan perluasan usaha, selain dari segi administrasi, pendampingan juga dilakukan dengan melibatkan kerjasama dengan mitra sebagai trainer yaitu dari Samchick. Dari kegiatan pengabdian masyarakat di bidang teori/penyampaian materi dari Focus Group Discussion (FGD) mengenai hal-hal yang disampaikan oleh trainer dari Samchick hasilnya cukup baik, dapat diterima dan mulai diterapkan oleh Mie Ayam Wonogirian. Dengan memperhatikan kondisi tersebut maka dengan adanya upaya yang sudah dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini akan berdampak positif terhadap peningkatan hasil usaha Mie Ayam Wonogirian. Dilihat dari keberlangsungan usaha dari Mie Ayam Wonogirian ini harapannya juga semakin berkembang menjadi lebih baik lagi kedepannya.

V. SARAN

Saran untuk perbaikan yaitu perlu adanya manajerial yang bagus dalam ekspansi proses produksi dan pengelolaan dari Mie Ayam Wonogirian

VI. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi support dan kesempatan kepada tim pengabdian melalui dana PNPB 2021. Terimakasih juga disampaikan kepada Mitra Mie Ayam Wonogirian yang telah memberikan kesempatan izin kepada tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan ini. Disampaikan kepada semua peserta dan

pihak-pihak yang telah membantu kegiatan pengabdian ini, atas kerjasamanya sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan baik dan lancar.

VI. DAFTAR RUJUKAN

- Anggraeni, Rina. 2020. 84% Pelaku Usaha Kecil Alami Kerugian Selama Pandemi Covid-19. <https://economy.okezone.com/read/2020/09/15/455/2278068/84-pelaku-usaha-kecilalami-kerugian-selama-pandemi-covid-19>. 15 September 2020 (diakses 10 Januari 2021)
- Catriana, Elsa. 2020. 3 Tips agar Bisnis Makanan dan Minuman Tetap Bertahan di Tengah Pandemi Corona. <https://money.kompas.com/read/2020/04/15/164000326/3-tips-agarbisnis-makanan-dan-minuman-tetap-bertahan-di-tengah-pandemi-corona>. (diakses 10 Januari 2021)
- bps.go.id. (2019). STATISTIK Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2019. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2019, (17), 1–12. Retrieved from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh5-02-persen.html>. (diakses 10 Januari 2021)
- Hanoatubun, Silpa. (2020). Dampak Covid 19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal Of Education, Psychology and Counseling* . Volume 2 Nomor 1 (2020) ISSN Online: 2716-4446
- Sarwono, H. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Perusahaan Farmasi Di Bei. *Bank Indonesia Dan LPPI*, 5(11), 1–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *JIIH: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 20(April), 2–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Purwanegara, M. S. (1980). Pengembangan Sentra UKM Di Indonesia.
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Setyawati, I. (2009). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perekonomian Nasional. *Widya Kopertis Wilayah III*, 26(288), 24–28.
- Nugroho, Agung. 2020. Dampak Covid-19, UMKM Jatim Berpotensi Merugi 100 Persen. <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/04/27/191203/dampak-covid-19-umkmjatim-berpotensi-merugi-100-persen>. (diakses 10 Januari 2021)
- Undang – undang NO 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah