

PENDAMPINGAN PEMBUATAN VIDEO KONTEN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER NASI KUNING LEGIT DI KOTA MALANG

Syarifatul Mufida*, Eka Farida

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: vidaselon@gmail.com

Abstrak

Nasi kuning adalah sebuah makanan khas Indonesia. Makanan ini terbuat dari beras yang dioleh dengan kunyit, santan dan bumbu rempa lainnya. Dengan tambahan santan dan bumbu tersebut membuat nasi kuning ini memiliki rasa yang lebih enak dan gurih daripada nasi putih biasanya. Yang disajikan dengan lauk-pauk yang beragam untuk melengkapi hidangan nasi kuning tersebut. Dalam perkembangannya, warung kuliner perlu membuat inovasi agar produknya terjual laris. Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk pendampingan pembuatan video marketing guna meningkatkan penjualan agar bisa memenuhi kebutuhan perekonomian. Metode pelaksanaan pendampingan pembuatan video marketing meliputi persiapan alat dan bahan masakan, pengambilan video dan foto, proses pengeditan video dan proses akhirnya yakni pengunggahan video ke social media. Hasil penjualan warung Nasi Kuning Legit adalah bahwa untuk membangun usaha perlu dilakukannya pemasaran yang menarik seperti promosi melalui video marketing di social media untuk mengajak konsumen melakukan pembelian di warung tersebut.

Kata Kunci:

pendampingan; video konten marketing; kuliner nasi kuning legit

PENDAHULUAN

Pada perkembangan bisnis saat ini, tidak jarang kita melihat berbagai kuliner yang dapat ditemui dimana saja. Mulai dari kota-kota besar sampai ke desa pun sudah banyak kuliner yang menyediakan berbagai macam pilihan. Menurut Widjoyo dkk (2014), bisnis makanan merupakan salah satu dari bisnis yang banyak diminati masyarakat, karena selain mendatangkan pendapatan yang cukup tinggi, makanna juga merupakan sumber utama kebutuhan bagi setiap orang. Maka dari itu kuliner adalah bisnis yang cocok untuk dilakukan dalam jangka panjang. Tidak mudah untuk mengenalkan atau memasarkan suatu usaha kepada konsumen. Menurut pendapat Tjiptono dan Diana (2020), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menentukan harga barang, jasa dan gagasan untuk membina relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang positif di lingkungan yang dinamis. Untuk saat ini, sedang maraknya memasarkan suatu produk atau usaha melalui social media. Menurut Santoso (2017), Pemasaran media social adalah bentuk pemasaran yang digunakan baik secara langsung atau tidak langsung yang menciptakan kesadaran, persepsi, memori, dan

bahkan Tindakan terhadap suatu merk, produk, bisnis, individu, atau kelompok dengan menggunakan alat online seperti web, social blogging, dan jejaring social. Dengan memanfaatkan perkembangan dan kecanggihan teknologi yang ada, sekarang sudah banyak unggahan-unggahan di media social mengenai konten tentang kuliner.

Nasi kuning adalah sebuah makanan khas Indonesia. Makanan ini terbuat dari beras yang dioleh dengan kunyit, santan dan bumbu rempa lainnya. Dengan tambahan santan dan bumbu tersebut membuat nasi kuning ini memiliki rasa yang lebih enak dan gurih daripada nasi putih biasanya. Yang disajikan dengan lauk-pauk yang beragam untuk melengkapi hidangan nasi kuning tersebut. Dalam perkembangannya, nasi kuning juga menjadi menu sarapan favorit masyarakat. Menu nasi kuning juga banyak dijumpai dimana saja, mulai dari warung di kampung, kaki lima bahkan hingga restoran pun juga menyediakan nasi kuning. Pada saat ini tidak sedikit pesaing usaha kuliner nasi kuning di kota Malang yang merekapun juga memasarkan usaha kulinernya di media social terutama dengan menggunakan konten video marketing. Pemasaran secara online bisa dilakukan dengan apa saja, mulai dari memasarkan di media social seperti Instagram yang hanya untuk mengunggah foto atau gambar-gambar katalog, hingga saat ini dengan berkembangnya teknologi, bisa membuat konten video marketing yang menarik di berbagai aplikasi terutama yang sedang maraknya sekarang adalah aplikasi Tiktok. Dengan melihat adanya peluang tersebut, kami melakukan pendampingan pembuatan video konten marketing untuk meningkatkan penjualan warung kuliner Nasi Kuning Legit di Kota Malang ini, agar mampu menarik minat para konsumen untuk membeli.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pendampingan pembuatan video marketing Warung Nasi Kuning Legit dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 29 Oktober 2022 di warung Nasi Kuning Legit yang berlokasi di Jalan Raya Jetis No. 66, Mulyoagung, Dau Malang. Metode pelaksanaan pendampingan pembuatan video marketing meliputi: persiapan alat dan bahan masakan, pengambilan video dan foto, proses pengeditan video dan proses akhirnya yakni pengunggahan video ke social media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pendampingan pembuatan video marketing Warung Nasi Kuning Legit dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 29 Oktober 2022 di warung Nasi Kuning Legit yang berlokasi di Jalan Raya Jetis No. 66, Mulyoagung, Dau Malang.

1. Persiapan alat dan bahan masakan

Tahap pelaksanaan penjualan dilakukan oleh karyawan dengan mempersiapkan masakan menu utama serta lauk-pauknya mulai pukul 04.00 pagi hari. Alat dan bahan yang diperlukan cukup banyak, mengingat varian menu yang berbagai macam. Mulai dari beras, rempah-rempah, santan, ayam,

daging, ikan tongkol, telur, mie, sayuran, cabai dan kompor, panci, penanak nasi, magic com, wajan, wadah-wadah lauk, dan lain sebagainya.

Membuat menu utama yaitu nasi kuning yakni dengan cara:

- a. Cuci bahan-bahan, daun salam, serrai, jeruk nipis, daun pandan. cuci juga beras sampai bersih, siapkan dandang muntuk memasak beras tersebut.
- b. Masukkan kunyit bubuk ke dalam panci (wadah berbeda), dan masukkan pula santan, air, daun salam, daun jeruk, daun pandan garam, bawang putih. Masak sambal diaduk sebentar agar bumbu tercampur rata.
- c. Sambal menunggu olahan santan mendidih, masak juga beras ke dalam dandang sampai matang.
- d. Jika olahan santan sudah mendidih, masukkan beras yang sudah di tanak, lalu aduk rata hingga mengering.
- e. Siapkan dandang yang tadi dan masukkan nasi aron ke dalam dandang masak menggunakan api sedang agar tidak gosong selama kurang lebih 40 menit sampai nasi benar-benar matang.
- f. Pindahkan nasi ke dalam magic com. Nasi kuning siap dihidangkan/dijual.

2. Pengambilan Video dan Foto

Pada tahap ini, kami mengambil cuplikan video dan foto Ketika proses memasak dimulai.



Gambar 1. Proses pembuatan menu Nasi Kuning Legit

3. Proses Pengeditan Video dan Mengunggah Hasil Editannya

Selanjutnya ketika sudah mengambil video-video dan foto, tahap selanjutnya yaitu memilah cuplikan yang bagus untuk di edit menjadi video marketing yang menarik. Dan tahap akhir yaitu mengunggah hasil video tersebut ke akun media social seperti Tiktok dan Instagram.

Untuk video konten marketing secara singkat dapat di akses pada link: <https://vt.tiktok.com/ZSRwNuWW5/>

Melalui promosi dengan acara membuat video konten marketing di social media memberikan hasil yang membuat penjualan menambah, karena konsumen

banyak mendapatkan informasi mengenai warung Nasi Kuning Legit melalui social media. Diperoleh untuk hasil pembuatan logo warung nasi kuning sebagai berikut guna untuk menunjukkan lambang terhadap usaha nasi kuning legit kepada konsumen untuk mengingat terhadap usaha warung tersebut.



Gambar 2. Logo Nasi Kuning Legit



Gambar 3. Sajian Makanan



Gambar 4. Packaging Nasi Kuning Legit

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penjualan warung Nasi Kuning Legit sampai saat ini, dapat saya simpulkan bahwa untuk membangun usaha perlu dilakukannya pemasaran yang menarik seperti promosi melalui video marketing di social media

untuk mengajak konsumen melakukan pembelian di warung tersebut atau bahkan melakukan pembelian ulang.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggriana, R., N. dan B. Santoso. 2017. Pengaruh *Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek"*. Jember. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia. 7(2): 137-156.
- Putro, Shandy Widjoyo, dkk (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2 No.1, 1-9.
- Tjiptono, Anastasia Diana (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta.