

## **Pendampingan dan Peningkatan Sarana Promosi di Food Court Graha Masyithoh, Menur Pumpungan, Surabaya**

David Andrian, Leonardo Agustinus  
*Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya*

**Abstrak :** Di kota besar seperti Surabaya, banyak sekali dijumpai food court di berbagai sudut kota, dengan ciri, kelompok, dan pasarnya masing-masing, mulai dari yang mewah di dalam plaza / mall hingga yang lebih sederhana, yang pada tahun-tahun belakangan merupakan lokasi tertentu sebagai wadah berdagang para pedagang kaki lima (PKL) yang disediakan oleh Pemkot Surabaya. Salah satu food court di daerah Surabaya Timur adalah food court Graha Masyithoh di jalan Menur Pumpungan No.34, Surabaya, yang merupakan bagian dari klinik Graha Masyithoh. Selama ini, para pedagang di food court ini mengeluhkan sepi pengunjung karena berbagai hal seperti ketergantungan dengan jam operasional klinik, letak kurang strategis karena tertutup tingginya gedung apartemen di sebelahnya, hingga problem fasilitas di dalamnya. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika berinisiatif untuk melakukan pendampingan pada para pedagang dan promosi dalam membantu food court ini untuk lebih dikenal masyarakat sekitar.

**Kata kunci :** Food court, promosi

***Abstract:** In a big city like Surabaya, we can find a lot of food courts everywhere with their own characteristics, starting from the luxury and glamorous one in various malls to the more conservative one with cheaper price. One of the latter is food court Graha Masyithoh in Jln. Menur Pumpungan No. 34 Surabaya, which is part of a medical center with the same name. All this time, the merchants in this food court always struggle with less and less consumer every day. The reasons are its dependency from patients of the medical center only, high building of apartment next to the food court which make it cannot be seen clearly, and lack of facilities inside the food court. Through this community service activities, the team from Universitas Katolik Darma Cendika plan to give some promotion means to this food court in order to help them to be more known by people around them.*

**Keywords :** Food court, promotion

## I. PENDAHULUAN

Food court adalah tempat untuk menikmati makanan dan minuman sambil berbincang-bincang dengan teman, pasangan, dan keluarga (Mufidah, 2012). Di era modern dan gaya hidup di kota besar seperti Surabaya, food court merupakan sebuah tempat yang sering dikunjungi dan dipakai orang-orang untuk berkumpul dan berkomunikasi. Melihat kebutuhan ini, banyak food court menjamur di berbagai sudut kota Surabaya, baik di dalam gedung-gedung mall / perkantoran, maupun food court yang lebih sederhana di pinggir jalan atau lokasi tertentu yang merupakan sekumpulan para pedagang kaki lima. Dengan ciri khas masing-masing, setiap food court ini tentunya perlu kestabilan jumlah konsumen untuk dapat bertahan hidup atau bahkan untuk berkembang lebih maju di tengah persaingan banyaknya food court tadi. Cara yang dapat dilakukan di antaranya adalah lewat promosi dan penambahan fasilitas. Promosi sendiri adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2014), sedangkan fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009).

Food court Graha Masyithoh adalah salah seorang pedagang makanan yang berada di Jl. Menur Pumpungan No.34, Surabaya. Lokasi dari food court Graha Masyithoh ini sebenarnya merupakan lokasi yang strategis karena terletak berdekatan dengan banyak perkantoran, ruko, sekolah, universitas, maupun apartemen. Namun masih banyak orang yang tidak mengenali lokasi ini, bahkan berdasarkan pengakuan beberapa orang yang melewati jalan Menur Pumpungan setiap harinya ternyata tidak mengetahui perihal adanya food court Graha Masyithoh. Hal ini menyebabkan kurangnya minat pengunjung untuk datang dan kurangnya daya jual pedagang di food court Graha Masyithoh. Oleh sebab itu diperlukan adanya pembenahan dalam hal promosi dan fasilitas yang dirasa kurang untuk dapat mencapai target akhir kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu meningkatkan jumlah pengunjung dan penjualan pedagang di food court Graha Masyithoh.

## II. RUMUSAN MASALAH

Setelah melakukan analisis sosial melalui wawancara terhadap para pedagang yang berjualan di lokasi tersebut, diperoleh beberapa rincian masalah utama yang dihadapi oleh mitra food court Graha Masyithoh selama

berjualan di lokasi tersebut. Yang pertama adalah jumlah pengunjung yang datang setiap harinya hanya mengandalkan dari pasien klinik praktek Graha Masyithoh, sedangkan untuk pengunjung dari penduduk lokal sangatlah sedikit, sehingga apabila pada hari sabtu dan minggu dimana klinik praktek Graha Masyithoh tutup maka jumlah pengunjung yang datang akan berkurang drastis. Selain itu, lokasi food court Graha Masyithoh sulit terlihat karena tertutup oleh tingginya bangunan gedung apartemen Gunawangsa di sebelahnya sehingga tidak banyak orang mengetahui lokasi tersebut meskipun melewatinya setiap hari untuk melakukan aktivitasnya. Kemudian, ternyata para pengunjung umumnya juga mengeluhkan kurangnya jumlah kursi yang tersedia dan fasilitas untuk mengisi daya *handphone*. Di samping itu, kurangnya jumlah tempat sampah yang tersedia menyebabkan banyak pengunjung kesulitan untuk mencari tempat sampah dan akhirnya membuang sampah sembarangan dan menyebabkan kurang terjaganya kebersihan lokasi food court tersebut. Problem terakhir adalah kurangnya penerangan pada malam hari, sehingga lokasi tersebut yang sudah tertutup tinggi gedung apartemen Gunawangsa menjadi semakin tidak terlihat.



Gambar 1. Food court Graha Masyithoh

### III. METODE PELAKSANAAN

Pada akhir Maret 2019, tim pengabdian masyarakat melakukan interaksi langsung dengan para pedagang di food court Graha Masyithoh dengan observasi dan serangkaian proses wawancara hingga direncanakanlah beberapa kegiatan pendampingan berikut ini sebagai solusi masalah yang telah diidentifikasi.

1. Melakukan pembenahan dan pemasangan banner food court “Graha Masyithoh” di atas atap gedung food court.
2. Melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram untuk mengenalkan food court pada warga sekitar.
3. Menambah sarana tempat duduk untuk para pengunjung yang datang ke food court.
4. Melakukan penambahan fasilitas seperti tempat sampah untuk menjaga kebersihan food court, serta kabel olor

- pada tiap sudut lokasi food court untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung yang datang dalam untuk mengisi daya *handphone*.
5. Melakukan pemasangan lampu sorot dan lampu hias guna menerangi sekaligus menarik perhatian pengunjung untuk datang.
  6. Melakukan penjadwalan kerja bakti yang akan dilakukan tiap bulannya untuk mempererat hubungan antara sesama pedagang di *food court* Graha Masyithoh serta menjaga kebersihan lingkungan *food court* Graha Masyithoh.

Secara umum, khalayak sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Pedagang atau penjual makanan dan minuman:
  - a. Meningkatkan penjualan para pedagang yang berjualan di food court Graha Masyithoh.
  - b. Mempercantik lokasi food court untuk memperkenalkannya kepada masyarakat sekitar.
  - c. Meningkatkan jumlah pengunjung yang datang setiap harinya sehingga suasana lebih hidup dan semarak
  - d. Mengurangi ketergantungan jumlah pelanggan yang datang setiap harinya kepada pasien klinik praktek Graha Masyithoh

- e. Menambahkan fasilitas-fasilitas yang mampu menunjang berbagai jenis atau kalangan pelanggan serta menjaga kebersihan lokasi.
  - f. Mempererat hubungan sosial antara para pedagang untuk saling lebih perhatian dan saling membantu
2. Pelanggan dan pasien klinik praktek Graha Masyithoh:
    - Memberikan rasa aman dan nyaman untuk menyantap makanan yang tersedia di food court Graha Masyithoh karena lingkungannya yang bersih dan fasilitas lebih baik

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Realisasi rencana kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 2 bulan (April dan Mei 2019) melalui tahapan kegiatan sebagai berikut:

- Minggu Pertama (Tanggal 14 April 2019):  
Datang ke lokasi food court untuk menganalisis kelancaran kegiatan yang akan dilakukan, meminta izin kepada bagian penanggung jawab / pengelola Graha Masyithoh untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat selama 2 bulan serta merundingkan program kegiatan yang akan dilakukan.

- Minggu Kedua (Tanggal 21 April 2019):

Melakukan diskusi dengan para pedagang makanan dan minuman mengenai desain banner yang akan dipasang atau dipajang sebagai salah satu sarana promosi utama agar lebih dikenal oleh masyarakat sekitar, serta terlihat meskipun tertutupi gedung tinggi Apartemen Gunawangsa.

- Minggu Ketiga (Tanggal 28 April 2019):

Melakukan diskusi mengenai penjadwalan kerja bakti yang akan dilakukan secara rutin untuk mempererat hubungan para pedagang serta menjaga kebersihan lingkungan food court.

- Minggu Keempat (Tanggal 5 Mei 2019):

Membuatkan media promosi secara online melalui instagram untuk membantu promosi lokasi *food court* Graha Masyithoh dengan pengenalan kepada masyarakat sekitar melalui media sosial, dan melakukan pendampingan dan pelatihan kepada para pedagang di food court untuk mengoperasikan media sosial secara mandiri sebagai salah satu promosi kedepannya.



Gambar 2. Instagram sebagai sarana promosi

- Minggu Kelima (Tanggal 12 Mei 2019):

Melakukan diskusi mengenai kegiatan kerja bakti yang ditetapkan untuk dilakukan pada tanggal 26 Mei. Di samping itu, karena kegiatan ini kebetulan bertepatan dalam bulan suci Ramadhan maka direncanakan pula untuk melakukan bagi-bagi takjil bersama dengan PAC GERAKAN PEMUDA ANSOR yang berlokasi di food court.

- Minggu Keenam (Tanggal 19 Mei 2019):

Berdiskusi dengan para pedagang mengenai pembagian takjil sekaligus promosi dengan menyisipkan brosur kecil kedalam takjil sebagai bagian dari promosi yang dilakukan untuk mengenalkan food court Graha Masyithoh

kepada masyarakat. dan melakukan pemesanan takjil yang nantinya akan dibagikan pada tanggal 26 Mei.

- Minggu Ketujuh (Tanggal 26 Mei 2019):

Melakukan kegiatan kerja bakti bersama dengan seluruh pedagang food court, dimana kegiatan tersebut terdiri dari melakukan pemasangan banner dan lampu sorot, pengadaan kursi, kabel olor sebagai fasilitas tambahan, serta melakukan bagi-bagi takjil bersama PAC GERAKAN PEMUDA ANSOR, dan ditutup dengan buka bersama seluruh jajaran ANSOR dan pedagang food court Graha Masyithoh.

Selama rangkaian kegiatan tersebut, diperoleh hasil antara lain :

- Para pedagang food court Lebih dikenal oleh masyarakat sekitar karena dengan pemasangan banner di atas atap maka lokasi lebih mudah dikenali serta promosi yang dilakukan baik secara *online* maupun secara tradisional dengan membagikan brosur saat membagikan takjil bersama memberikan pengaruh cukup besar dalam pengenalan food court pada masyarakat sekitar.

- Para pelanggan dan pasien klinik Graha Masyithoh:

Lebih mudah untuk mengenali lokasi Graha Masyithoh karena telah dipasang banner di atas atap serta pemasangan lampu sorot sehingga dapat dengan mudah terlihat baik dari kejauhan maupun pada saat malam hari. Selain itu, pengadaan fasilitas membuat pelanggan merasa lebih nyaman karena tidak takut kekurangan tempat duduk, serta akses pengisian daya baterai telepon genggam atau *smartphone* yang tersedia diseluruh sudut foodcourt.



Gambar 3 dan 4. Tim pengabdian masyarakat berbagi takjil dan berbuka bersama dengan komunitas food court

## V. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di lokasi food court Graha Masyithoh ini selama kurang lebih 2 bulan ini menunjukkan bahwa promosi merupakan salah satu aspek yang sangat vital dalam melakukan kegiatan usaha, khususnya food court. Di sisi lain, fasilitas juga menjadi kunci lain keberhasilan kegiatan usaha. Dengan fasilitas yang baik, pengunjung akan merasa nyaman dengan lingkungan yang bersih pula.

Selain pentingnya promosi dan fasilitas, kepedulian sosial antar pedagang serta budaya ingin maju juga perlu terus dikembangkan dalam komunitas pedagang di food court ini supaya dapat membawa food court ini ke arah yang lebih baik ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing, 12<sup>th</sup> edition*, Jilid 1 Terjemahan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Mufidah, Nur Lailatul. (2012). "Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan (Studi Deskriptif : Pemanfaatan Food Court oleh Keluarga)". *Jurnal Biokultur*, Vol. I / No.2 / Juli – Desember 2012, hal 157-178.