

Pelatihan Membuat Iklan Promosi dengan Menggunakan Media Sosial pada Pelaku Usaha Kuliner di Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon**Training in Creating Promotional Advertisements Using Social Media for Culinary Business Actors in the North Tomohon District, Tomohon City**

Christy Natalia Rondonuwu¹), Djurwati Soepeno¹), Shinta Jeanette Camelia Wangke¹)

¹)Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi ; Jl. Kampus UNSRAT Bahu, Manado

*Email Korespondensi: Christy.rondonuwu@unsrat.ac.id

Abstrak

Meningkatnya digitalisasi, terutama melalui media sosial, menawarkan peluang yang signifikan bagi para pengusaha kuliner untuk mempromosikan produk mereka secara efektif. Meskipun media sosial sudah banyak digunakan di masyarakat, namun masih terdapat kesenjangan dalam penggunaannya untuk mempromosikan bisnis kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk melatih para pengusaha kuliner tentang strategi pemasaran digital, dengan fokus pada penggunaan media sosial untuk promosi bisnis. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dalam membuat kampanye promosi yang efektif di era digital

Kata kunci: Digitalisasi, Media Sosial, Promosi

Abstract

The increasing digitalization, especially through social media, offers significant opportunities for culinary entrepreneurs to promote their products effectively. Although social media is widely used in society, there are still gaps in its use to promote culinary businesses. This study aims to train culinary entrepreneurs on digital marketing strategies, focusing on the use of social media for business promotion. The purpose of this training is to improve skills in creating effective promotional campaigns in the digital era

Keywords: Digitalization, Social Media, Promotion

PENDAHULUAN**Analisis Situasi**

Usaha kuliner mempunyai potensi besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat karena memenuhi kebutuhan pangan yang merupakan kebutuhan pokok manusia (Fidela et al., 2020). Seiring berjalannya waktu, konsumen yang selalu mencari variasi produk, mendorong penjual untuk berinovasi menciptakan kuliner yang modern. Digitalisasi, khususnya melalui media sosial, semakin mempengaruhi tren ini dengan memberikan inspirasi dan tutorial.

Media sosial juga menjadi alat promosi yang populer untuk usaha kuliner (Wardani, 2023). Di Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon, destinasi wisata kuliner restoran atau cafe modern banyak ditemukan, namun hal ini berdampak buruk pada kuliner tradisional yang belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi.

Hasil survei awal yang dilakukan Tim PKM menunjukkan bahwa para pelaku usaha kuliner rumah makan tradisional yang mayoritas merupakan generasi X (usia 43-57 tahun) masih terbatas dalam menggunakan media sosial dan belum memanfaatkannya untuk pemasaran. Hal ini memperkecil

peluang mereka untuk bertahan dalam persaingan dengan pelaku usaha kuliner modern yang aktif menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dengan konten yang menarik. Berikut beberapa contoh konten postingan penjual kuliner tradisional mitra PKM.



Gambar 1. Tampilan Foto Menu Sederhana

Berdasarkan gambar-gambar diatas, terlihat bahwa konten promosi di media sosial masih kurang menarik, terlihat biasa saja, dan kurang informatif. Hal ini dapat mempengaruhi niat pembelian calon konsumen yang sedang mencari makanan di media sosial. Terlebih lagi, produk yang dijual adalah produk tradisional yang mungkin kurang menarik dibandingkan dengan produk modern seperti kue-kue atau makanan kekinian yang sedang viral. Sangat penting bagi pelaku usaha kuliner untuk menyadari bahwa target pasar tidak hanya terdiri dari calon konsumen seumuran tetapi juga generasi yang lebih muda yang cenderung memperhatikan tampilan konten di media sosial saat memutuskan untuk membeli. Hal ini juga berlaku untuk pesaing yang berasal dari berbagai kelompok usia, oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan daya saing mitra perlu dilakukan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang telah diimplementasikan tim PKM dalam kegiatan pelatihan membuat iklan promosi dengan menggunakan media sosial pada pelaku usaha kuliner di Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon ada beberapa tahap. metode dan tahap-tahap pelaksanaan kegiatan:

a. Ceramah/Penyuluhan

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk ceramah serta dialog interaktif dengan pelaku usaha kuliner di Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon.



Gambar 2. Melaksanakan Ceramah

b. Pelatihan pemanfaatan media sosial dalam membuat iklan promosi

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan memberikan kiat-kiat dan contoh pembuatan iklan promosi dengan memanfaatkan media sosial. Strategi dan cara membuat iklan agar konsumen tertarik untuk melihat, membaca dan berniat untuk berkunjung dan membeli produk.



Gambar 3. Memberikan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial

c. Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan sampai mitra bisa mempraktekan ilmu yang di transfer dalam menjalankan usaha bisnisnya. Kegiatan ini dilakukan secara online memanfaatkan media sosial yaitu whatsapp group dan Zoom.



Gambar 4. Melaksanakan Pendampingan Melalui Zoom

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada hari Jumat, 19 juli 2024 dimulai jam 09.00 WITA s.d 13.00 WITA dengan jumlah beserta 29 orang yang merupakan masyarakat pelaku usaha kuliner dan juga masyarakat yang ingin memulai usaha baru dalam upaya mencari pendapatan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, yang ada di Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan di kantor Kecamatan Tomohon Utara. Didahului dengan doa bersama yang dipimpin oleh salah satu peserta, kemudian dilanjutkan dengan sambutan Camat Tomohon Utara Bapak, Rickyanto Supit, SE. Sambutan Camat Tomohon Utara sangat berterima kasih atas kedatangan tim pengabdian Unsrat sehingga

mengingatkan kepada para peserta untuk mengikuti kegiatan dengan baik dan serius, karena kegiatan ini merupakan kesempatan bagi para pelaku usaha mengembangkan potensi usahanya.

Kegiatan pelaksanaan PKM ini meliputi pelatihan membuat iklan promosi dengan menggunakan media sosial pada pelaku usaha kuliner di Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. Pada kesempatan itu ketua tim pengabdian Dr. Christy Natalia Rondonuwu, SE., MM bersama tim memberikan kiat-kiat dalam membuat iklan pada usaha kuliner mereka dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang mudah, murah dan cepat.

Adapun hasil kegiatan yang diperoleh adalah sebagai berikut :



Gambar 5. Pembuatan Konten untuk Media Sosial

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan kegiatan ini memberikan dampak positif bagi pelaku usaha kuliner di

Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para peserta mengenai strategi pemasaran digital, tetapi juga membekali mereka dengan keterampilan praktis dalam membuat konten promosi yang efektif di platform media sosial. Dengan kegiatan ini, diharapkan para pelaku usaha kuliner mampu memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat promosi, meningkatkan visibilitas bisnis mereka, serta berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal di era digital yang kompetitif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Sam Ratulangi yang membantu dalam pendanaan kegiatan ini dan juga disampaikan kepada pemerintah dan masyarakat yang membantu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah Fidela, Aprinaldi Pratama, Tita Nursyamsiah. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat.
- file:///C:/Users/user/Downloads/31318-Article%20Text-105106-1-10-20200622.pdf
- Puspa Wardani. (2023). Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Usaha Kuliner. Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana. Universitas Negeri Yogyakarta.
- file:///C:/Users/user/Downloads/67998-189763-1-SM.pdf
- Kotler., P., Kartajaya., H., Setiawan. I. (2017). Marketing 4.0 : Bergerak dari Tradisional ke Digital. PT. Gramedia Pustaka Utama.