

**PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL MELALUI PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL PADA USAHA CATERING PEDESAAN LEWORENG
KABUPATEN SOPPENG**

Nur Aini¹⁾, Sarifa²⁾, Yusri³⁾, Sirajuddin⁴⁾

¹ Manajemen, Universitas Pejuang Republik Indonesia
email: nuraini123pkk@gmail.com

² Manajemen, Institut Ilmu Sosial Dan Bisnis Andi Sapada Pare-Pare
email: iffagjaha@gmail.com

³ Komputer Akuntansi, AMIK Luwuk Banggai
email: yusri.acho@gmail.com

⁴ Administrasi publik, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Abdul Haris Makassar
email: raaniakademia92@gmail.com

Abstrak

Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran digital dan perkembangan teknologi informasi terutama media internet yang saat ini menjadi kebutuhan pokok bagi pengguna menjadikan pelaku usaha yang melek internet dapat semakin mengembangkan bisnis. Namun, masih banyak pelaku usaha yang belum mengenal internet sebagai pemanfaatan pemasaran dalam pembuatan digital sehingga mereka kalah bersaing dengan yang lain. Saat ini banyak pelaku usaha yang beralih dari *offline* ke *online*. Ada banyak cara untuk beralih ke online salah satunya adalah membuat *e-commerce* untuk menaikkan tingkat penjualannya. Hal inilah yang kemudian menjadi latar belakang pelatihan pembuatan *e-commerce* kepada mitra catering gaby. Catering Gaby menjalankan bisnis yang bergerak dibidang makanan atau kuliner tersebut menawarkan jasa pada setiap acara-acara dalam jumlah besar, Keterbatasan pelanggan yang mewajibkan konfirmasi tentang jadwal acara pesta nya menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan hasil omset *e-commerce*. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan untuk membuat *e-commerce dalam pembuatan pemanfaatan media sosial dalam memperkenalkan catering di pedesaan*, yang dapat digunakan untuk memasarkan dan meningkatkan penjualan secara online. *E-commerce* dibangun menggunakan *platform media pemasaran digital* yang sering digunakan untuk membuat *e-commerce* secara gratis. Hasil dari pengabdian ini berupa pemanfaatan media digital untuk menaikan penjualan yang dapat digunakan untuk melakukan pemesanan berdasarkan tema acara.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Sosial Media, Usaha Catering.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial dapat menjadi aset yang sangat berharga bagi usaha catering pedesaan Leworeng di Kabupaten Soppeng. Dengan melibatkan audiens dan membangun merek yang kuat, dan meningkatkan visibilitas secara online dapat meningkatkan kesadaran, menarik lebih banyak pelanggan, dan mengembangkan bisnis dalam bidang catering. Dengan melakukan analisis situasi yang komprehensif, dapat mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi pasar, kekuatan dan

kelemahan usaha Anda, serta peluang yang dapat dieksplorasi. Untuk melakukan analisis situasi pada usaha catering pedesaan Leworeng di Kabupaten Soppeng, Media sosial memungkinkan usaha catering pedesaan yang ada di kabupaten soppeng untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dengan menggunakan platform seperti: *Facebook, Instagram, Twitter*, dan lainnya, pemilik usaha dapat mempromosikan layanan catering mereka kepada khalayak yang lebih besar dari pada hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional. Media sosial memungkinkan usaha

catering di pedesaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial dan yang sudah ada. Hal ini dapat dilakukan melalui komentar, pesan pribadi, atau melalui fitur-fitur interaktif lainnya yang disediakan oleh *platform* media sosial. Interaksi ini memungkinkan pemilik usaha untuk menjawab pertanyaan, memberikan informasi tambahan, menerima umpan balik, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Situasi pemanfaatan pemasaran digital melalui penggunaan media sosial pada usaha catering pedesaan dapat memberikan manfaat yang signifikan.

Media sosial memungkinkan usaha catering untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial dan yang sudah ada. Hal ini dapat dilakukan melalui komentar, pesan pribadi, atau melalui fitur-fitur interaktif lainnya yang disediakan oleh *platform* media sosial dan *e-commerce*. Interaksi ini memungkinkan pemilik usaha untuk menjawab pertanyaan, memberikan informasi tambahan, menerima umpan balik, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

METODELOGI PELAKSANAAN

Tahap persiapan adalah tahap penting dalam pemanfaatan pemasaran digital melalui penggunaan media sosial pada usaha catering pedesaan. Berikut ini adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam tahap persiapan:

Tujuan dan strategi pemasaran: Tentukan tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang ingin dicapai melalui pemasaran digital. Misalnya, peningkatan jumlah pelanggan.

1. meningkatkan kesadaran merek, atau meningkatkan penjualan. Setelah itu, buat strategi pemasaran yang mendukung tujuan tersebut, termasuk segmentasi target audiens, pesan yang ingin disampaikan, dan taktik yang akan digunakan.
2. Identifikasi *platform* media sosial yang relevan: Lakukan penelitian tentang *platform* media sosial yang paling relevan untuk usaha catering pedesaan Anda. Pertimbangkan karakteristik demografis

pengguna, preferensi konsumen, dan kecocokan dengan jenis konten yang ingin Anda bagikan.

Tahap pelaksanaan merupakan tahap di mana kegiatan pemasaran digital melalui penggunaan media sosial pada usaha catering pedesaan dijalankan. Berikut ini adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam tahap pelaksanaan: Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Desa leworeng kab soppeng. Untuk Pengabdian Masyarakat akan dilaksanakan pada tanggal 10 Oktober 2023. Adapun susunan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

Bentuk Kegiatan : Pelatihan sosialisasi
Peserta : warga masyarakat leworeng

Lama Kegiatan : 1 Hari (08.00-16.00)

Metode pelaksanaan program Pelatihan Pembuatan media sosialisasi digital:

- a. Pada tahap awal TIM Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat melakukan koordinasi dengan Kepala desa setempat
- b. Observasi Tentang Kegiatan yang akan dilaksanakan
- c. Penentuan jadwal kegiatan bersama Kepala Desa leworeng
- d. Pembuatan Pelatihan sosialisasi pembuatan *platform* pemasaran berbasis digital
- e. Registerasi Peserta
- f. Pemberian Materi Pelatihan
- g. Evaluasi Pelatihan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan pembuatan keputusan tentang apa yang akan dilakukan dalam pelaksanaan program, dalam berbagi manfaat dari program pembangunan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Sekarang sudah zamannya serba *online* sehingga para pelaku usaha dituntut untuk melek internet. Toko *online* sangat mendukung

kelancaran bisnis dan dapat meningkatkan omset penjualan

B. Pelaksanaan Kegiatan

Berikut ini adalah proses pelaksanaan kegiatan pengabdian

1) Sosialisasi



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan

Gambar diatas merupakan proses Sosialisasi penggunaan media sosial kepada warga Desa Leworeng Kab.soppeng.

2) Praktek Pengemasan Produk



Gambar 2. Praktek Pengemasan Produk

Gambar diatas merupakan proses pengemasan produk yang dilaksanakan bersama masyarakat

KESIMPULAN

Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran digital telah menjadi salah satu alat yang kuat untuk mencapai tujuan bisnis dan menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks. Jangkauan global yang luas: Pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens secara global dengan cepat dan efisien. Secara keseluruhan, pemasaran digital memberikan perusahaan berbagai manfaat dalam mencapai tujuan pemasaran mereka. Dari jangkauan global, penargetan yang tepat, pengukuran yang

mendalam, fleksibilitas, efisiensi biaya, hingga interaksi konsumen, pemasaran digital menjadi alat yang tak tergantikan dalam lingkungan bisnis yang digital-*centric* saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami sebagai pelaksana pengabdian kepada masyarakat ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi atas terselesaikannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu kepada yang terhormat Kepala Desa Leworeng dan Masyarakat Leworeng yang terlibat langsung pada kegiatan ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada Tim Pelaksana ini mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya kami sebagai pelaksana pengabdian ini berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Drane, C., Macnaughtan, M., & Scott, C. (2021). Positioning GSM telephones. *IEEE Communications Magazine*, 36(4), 46–54.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346
- Khedher, M. (2020). Personal branding phenomenon. *International Journal of Information, Business and Management*, 6(2), 29.
- Morgan, M. (2021). Personal branding: Create your value proposition. *Strategic Finance*, 93(2), 13.
- Putra, P. (2021). Pengaruh Brand Equity dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fiesta Chicken Nugget. *Amsir Management Journal*, 1(2), 71–80.
- Sinaga, A. S. R. (2021). Implementasi Teknik Threshoding Pada Segmentasi Citra Digital. *Jurnal Mantik Penusa*, 1(2).

Tijjang, B., Nurfadhilah, N., Putra, P., Jayadi, U., & Ilham, R. (2022). *The Influence of Product Quality and Purchase Decisions on Helmet LTD's Brand Image*. Proceedings of the 6th Batusangkar International Conference, BIC 2021, 11-12 October, 2021, Batusangkar-West Sumatra, Indonesia.