

## PELATIHAN DIGITALISASI USAHA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN

Arif Susilo<sup>1</sup>, Asep Arwan Sulaeman<sup>2</sup>, Wisnu Setiawan<sup>3</sup>, Abdul Rohim<sup>4</sup>

<sup>1, 2</sup>Teknik Indormatika, Universitas Pelita Bangsa

<sup>3</sup>Akuntansi, Universitas Pelita Bangsa

<sup>4</sup>Ilmu Komputer, Srkolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Al Muslim

<sup>1</sup>arif.susilo@pelitabangsa.ac.id, <sup>2</sup>aseparwan@pelitabangsa.ac.id, <sup>3</sup>wisnu@pelitabangsa.ac.id,

<sup>4</sup>abdul.rohim@almuslim.ac.id

---

Diterima: 15 Juli 2024 Disetujui: 16 Agustus 2024 Dipublikasikan: 19 Agustus 2024

---

### Abstrak

Pelatihan digitalisasi usaha menggunakan media sosial untuk pemasaran sangat penting dalam konteks era digital saat ini. Media sosial telah menjadi platform utama bagi banyak bisnis untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, serta untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Namun, banyak pemilik usaha kecil dan menengah (UKM) mungkin belum sepenuhnya memahami potensi penuh dan strategi yang efektif untuk memanfaatkan media sosial secara optimal. Pelatihan ini bertujuan untuk menyelidiki pendekatan pelatihan yang efektif untuk membantu PT. Gecok Halal Indonesia memahami dan menerapkan strategi digitalisasi menggunakan media sosial. Metode pelatihan yang disarankan mencakup pembelajaran praktis tentang berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan LinkedIn, serta teknik-teknik pemasaran digital seperti SEO (Search Engine Optimization), penggunaan iklan berbayar, dan analisis kinerja kampanye. Hasil Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pelatih dan konsultan yang ingin mendukung UKM dalam meningkatkan kehadiran mereka secara online melalui media sosial. Dengan meningkatnya kompetensi digital, diharapkan UKM dapat lebih kompetitif dalam pasar global yang semakin terhubung ini.

**Kata Kunci:** Digitalilasi, catering, marketing, media sosial

### Abstract

*Business digitalization training using social media for marketing is very important in the context of the current digital era. Social media has become the primary platform for many businesses to promote their products and services, as well as to interact directly with customers. However, many small and medium business (SME) owners may not fully understand the full potential and effective strategies for optimally utilizing social media. This training aims to investigate effective training approaches to help PT. Gecok Halal Indonesia understands and implements digitalization strategies using social media. Recommended training methods include practical learning about various social media platforms such as Facebook, Instagram,*

and LinkedIn, as well as digital marketing techniques such as SEO (Search Engine Optimization), the use of paid advertising, and campaign performance analysis. It is hoped that the results of this service will provide practical guidance for trainers and consultants who wish to support SMEs in increasing their online presence through social media. With increasing digital competence, it is hoped that SMEs can be more competitive in this increasingly connected global market.

**Keywords:** Digitalization, catering, marketing, social media

## PENDAHULUAN

PT. Gecok Halal Indonesia merupakan perusahaan catering yang menyediakan layanan penyediaan makanan dan minuman untuk berbagai acara, baik dalam skala kecil maupun besar. Layanan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari perencanaan menu, persiapan makanan, hingga penyajian dan pengelolaan acara. Berikut adalah beberapa komponen penting yang mencakup pengertian perusahaan catering:

Catering adalah layanan penyediaan makanan dan minuman untuk berbagai acara, mulai dari pernikahan, pesta ulang tahun, acara perusahaan, hingga pertemuan kecil seperti arisan atau gathering keluarga. Layanan ini tidak hanya menyediakan makanan, tetapi seringkali juga mencakup pengaturan meja, dekorasi, dan kadang-kadang pelayanan oleh staf profesional.

Berikut adalah beberapa elemen kunci dari layanan catering:

1. **Menu:** Pilihan menu biasanya bervariasi sesuai dengan jenis acara, selera klien, dan anggaran. Menunya bisa mencakup berbagai jenis makanan seperti hidangan pembuka, hidangan utama, makanan penutup, dan minuman. Ada juga pilihan menu khusus seperti makanan vegetarian, vegan, halal, atau makanan yang bebas alergen.
2. **Penyajian:** Cara penyajian makanan sangat penting dalam catering. Ini bisa berupa prasmanan, penyajian di meja (table service), atau paket makanan yang disajikan di dalam kotak (boxed meals).
3. **Logistik dan Peralatan:** Penyedia catering juga bertanggung jawab atas logistik dan peralatan yang diperlukan, seperti meja, kursi, piring, gelas, dan alat makan. Mereka juga mengurus transportasi makanan dan minuman ke lokasi acara.
4. **Dekorasi dan Tema:** Beberapa layanan catering menawarkan dekorasi sesuai dengan tema acara, seperti pernikahan bertema tradisional atau pesta ulang tahun bertema karakter anak-anak. Dekorasi ini termasuk pengaturan meja, hiasan, dan bahkan pencahayaan.
5. **Layanan Tambahan:** Beberapa layanan catering juga menawarkan tambahan seperti hiburan, musik, dan bahkan koordinasi acara. Mereka bisa bekerja sama dengan penyedia layanan lain seperti fotografer, DJ, atau penyewaan tenda.
6. **Personalisasi:** Layanan catering sering kali dapat disesuaikan dengan keinginan spesifik klien. Ini bisa termasuk penyesuaian menu, pengaturan khusus untuk tamu dengan kebutuhan diet tertentu, atau permintaan khusus lainnya.

Catering menjadi pilihan populer karena kemampuannya untuk mengurangi beban tuan rumah dalam mengatur acara, memungkinkan mereka untuk menikmati acara tanpa harus mengkhawatirkan detail-detail operasional. Keahlian dan pengalaman penyedia catering juga

memastikan bahwa makanan dan pelayanan berkualitas tinggi, membuat acara berjalan lancar dan meninggalkan kesan yang baik bagi para tamu.

## METODE

Pelaksanaan program pengabdian untuk digitalisasi usaha menggunakan media sosial untuk pemasaran dilakukan melalui beberapa metode yang efektif. Berikut adalah langkah-langkah dan metode pelaksanaan yang dapat digunakan:

1. Survei dan Analisis Kebutuhan
  - Metode: Kuesioner, wawancara, dan diskusi kelompok.
  - Tujuan: Mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis kecil dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran.
  - Langkah:
    - Menyebarluaskan kuesioner kepada pemilik usaha untuk mengumpulkan data awal.
    - Melakukan wawancara mendalam dengan beberapa pemilik usaha untuk mendapatkan wawasan lebih detail.
    - Mengadakan diskusi kelompok untuk mendengarkan pengalaman dan saran dari berbagai pelaku usaha.
2. Workshop dan Pelatihan Langsung
  - Metode: Sesi tatap muka atau webinar.
  - Tujuan: Memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran.
  - Langkah:
    - Menyiapkan modul pelatihan yang mencakup topik-topik penting seperti pembuatan akun media sosial, strategi konten, dan iklan berbayar.
    - Mengadakan workshop intensif selama beberapa hari dengan sesi praktik langsung.
    - Menggunakan studi kasus dan contoh nyata untuk ilustrasi.
3. Pendampingan dan Konsultasi
  - Metode: Sesi mentoring individu atau kelompok kecil.
  - Tujuan: Memberikan bantuan yang lebih personal dan terfokus untuk bisnis tertentu.
  - Langkah:
    - Menetapkan jadwal konsultasi reguler dengan masing-masing bisnis.
    - Membantu bisnis dalam merumuskan strategi pemasaran media sosial yang sesuai dengan target pasar mereka.
    - Menyediakan dukungan berkelanjutan untuk mengatasi masalah yang muncul selama implementasi.
4. Pembuatan Materi Edukasi
  - Metode: Buku panduan, video tutorial, dan artikel blog.
  - Tujuan: Memberikan sumber daya yang dapat diakses kapan saja oleh peserta.
  - Langkah:
    - Menyusun buku panduan langkah-demi-langkah tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran.
    - Membuat video tutorial untuk menjelaskan konsep dan teknik dengan lebih jelas.
5. Evaluasi dan Monitoring

- Metode: Kuesioner evaluasi, analisis kinerja, dan sesi feedback.
  - Tujuan: Menilai efektivitas program pengabdian dan membuat perbaikan jika diperlukan.
  - Langkah:
    - Mengumpulkan feedback dari peserta setelah setiap sesi pelatihan dan pendampingan.
    - Memantau perkembangan dan kinerja media sosial bisnis yang berpartisipasi.
6. Komunitas dan Jaringan
- Metode: Grup media sosial, forum online, dan acara jaringan.
  - Tujuan: Membangun komunitas pelaku usaha yang saling mendukung dan berbagi pengalaman.
  - Langkah: Membuat grup media sosial atau forum online khusus untuk peserta pelatihan.
  - Mengadakan acara jaringan secara periodik untuk berbagi praktik terbaik dan membangun kemitraan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT. Gecok Halal Indonesia yang merupakan perusahaan catering sering menghadapi berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi operasi dan kualitas layanan mereka. Berikut adalah beberapa solusi untuk mengatasi masalah umum yang sering dihadapi oleh perusahaan catering:

1. Manajemen Persediaan
  - a. Permasalahan  
Kekurangan atau kelebihan persediaan bahan makanan dapat menyebabkan pemborosan atau ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan.
  - b. Solusi
    - Sistem Inventaris yang Terintegrasi: Menggunakan perangkat lunak manajemen persediaan untuk melacak stok secara real-time.
    - Perencanaan Menu yang Efisien: Menyusun menu dengan bahan yang sering digunakan untuk mengurangi pemborosan.
    - Pembelian yang Tepat Waktu: Melakukan pembelian bahan makanan berdasarkan perkiraan permintaan yang akurat.
2. Kualitas dan Keamanan Makanan
  - a. Permasalahan  
Menjaga standar kualitas dan keamanan makanan yang konsisten adalah tantangan besar.
  - b. Solusi:
    - Pelatihan Karyawan: Melatih staf secara berkala tentang praktik kebersihan dan keamanan pangan.
    - Audit Kualitas Rutin: Melakukan inspeksi dan audit internal secara rutin untuk memastikan kepatuhan terhadap standar kualitas.
    - Sumber Bahan yang Terpercaya: Bekerja sama dengan pemasok yang terpercaya untuk memastikan bahan makanan berkualitas tinggi.
3. Manajemen Waktu dan Logistik

**a. Permasalahan**

Ketepatan waktu dalam pengiriman makanan dan pengaturan acara sering menjadi masalah, terutama untuk acara besar.

**b. Solusi**

- Perencanaan Terperinci: Menyusun rencana detail untuk setiap acara, termasuk jadwal pengiriman dan tugas staf.
- Koordinasi Efektif: Menggunakan alat komunikasi dan manajemen proyek untuk memastikan semua tim bekerja sinkron.
- Kendaraan dan Peralatan yang Tepat: Memastikan ketersediaan kendaraan dan peralatan yang sesuai untuk pengiriman dan pengaturan acara.

**4. Pelayanan Pelanggan****a. Permasalahan**

Menjaga kepuasan pelanggan dan menangani keluhan dengan cepat dan efektif.

**b. Solusi**

- Sistem Feedback Pelanggan
- Mengimplementasikan sistem untuk mengumpulkan feedback dari pelanggan dan menindaklanjutinya.
- Pelatihan Layanan Pelanggan: Melatih staf untuk menangani keluhan dengan profesionalisme dan empati.
- Personalized Service: Menawarkan layanan yang dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan.

**5. Efisiensi Biaya****a. Permasalahan**

Mengelola biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas layanan.

**b. Solusi**

- Analisis Biaya Rutin: Melakukan analisis biaya secara berkala untuk mengidentifikasi area yang dapat dioptimalkan.
- Negosiasi dengan Pemasok: Bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik atau diskon pembelian volume besar.
- Penggunaan Teknologi: Menggunakan teknologi untuk mengotomatisasi proses dan mengurangi biaya tenaga kerja.

**6. Pengembangan Sumber Daya Manusia****a. Permasalahan**

Tingkat turnover yang tinggi dan kesulitan dalam menemukan staf yang terampil.

**b. Solusi**

- Program Pelatihan dan Pengembangan: Menyediakan program pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan dan retensi karyawan.
- Kompensasi dan Incentif: Memberikan kompensasi yang kompetitif dan insentif untuk mendorong kinerja dan loyalitas.
- Rekrutmen yang Efektif: Mengembangkan proses rekrutmen yang efektif untuk menarik dan memilih kandidat yang berkualitas.

**7. Promosi dan Pemasaran****a. Permasalahan**

Kesulitan dalam mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas bisnis.

**b. Solusi**

- Strategi Pemasaran Digital: Memanfaatkan media sosial, SEO, dan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- Kemitraan dan Kolaborasi: Bekerja sama dengan event planner, venue, dan vendor lain untuk memperluas jaringan dan peluang bisnis.
- Testimoni dan Portofolio: Menggunakan testimoni pelanggan dan dokumentasi acara sebelumnya untuk menarik calon klien.

Dengan mengidentifikasi dan mengimplementasikan solusi untuk masalah-masalah ini, perusahaan catering dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat membantu mereka tumbuh dan sukses di pasar yang kompetitif.

## PENUTUP

Teknologi pemasaran memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas, efisiensi, dan daya saing perusahaan catering. Berikut adalah beberapa teknologi pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan catering:

### 1. Media Sosial

Platform Utama: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok. Penggunaan: Konten Visual: Membagikan foto dan video dari acara yang sudah ditangani, menunjukkan kualitas makanan dan layanan. Cerita dan Live Streaming: Menggunakan fitur cerita dan live streaming untuk memberikan tampilan di balik layar dari proses persiapan dan pelaksanaan acara. Engagement: Berinteraksi dengan pengikut melalui komentar, pesan langsung, dan polling untuk meningkatkan keterlibatan.

### 2. Website dan Blog.

Fungsi: Informasi Produk dan Layanan: Menyediakan detail tentang menu, paket layanan, harga, dan testimoni pelanggan. SEO: Mengoptimalkan konten untuk mesin pencari agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Blog: Menulis artikel tentang tips catering, tren makanan, dan pengalaman acara untuk menarik pengunjung dan meningkatkan kredibilitas.

### 3. Email Marketing.

Platform: Mailchimp, Constant Contact, SendinBlue. Penggunaan: Newsletter: Mengirimkan berita terbaru, penawaran khusus, dan tips kepada pelanggan dan prospek. Promosi Khusus: Mengirim email promosi dengan diskon atau paket khusus untuk mendorong pemesanan. Follow-up: Mengirim email tindak lanjut setelah acara untuk mengumpulkan feedback dan testimoni.

### 4. Aplikasi Mobile.

Fungsi: Pemesan Online: Memungkinkan pelanggan untuk memesan layanan catering langsung dari aplikasi. Layanan Pelanggan: Menyediakan dukungan pelanggan melalui chat atau call center yang terintegrasi dalam aplikasi. Loyalty Program: Mengelola program loyalitas untuk pelanggan tetap, termasuk penawaran eksklusif dan poin reward.

### 5. Iklan Berbayar (Paid Advertising).

Platform: Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads. Penggunaan: Targeted Ads: Menggunakan iklan berbayar untuk menjangkau audiens spesifik berdasarkan demografi, lokasi, dan minat. Retargeting: Menampilkan iklan kepada orang yang sudah pernah mengunjungi situs web atau berinteraksi dengan media sosial. Analytics: Memantau kinerja iklan dan melakukan penyesuaian untuk meningkatkan efektivitas kampanye.

6. Customer Relationship Management (CRM). Platform: Salesforce, HubSpot, Zoho CRM. Penggunaan: Manajemen Pelanggan: Melacak interaksi dengan pelanggan, dari lead hingga penjualan dan layanan purna jual. Data Analysis: Menganalisis data pelanggan untuk mengidentifikasi tren, preferensi, dan peluang peningkatan layanan. Automasi: Mengotomatisasi tugas pemasaran seperti email follow-up, pengingat acara, dan kampanye pemasaran.
7. Content Management System (CMS). Platform: WordPress, Joomla, Drupal. Penggunaan: Website Management: Mengelola konten situs web dengan mudah, termasuk halaman layanan, blog, dan portofolio acara. SEO Tools: Menggunakan plugin atau fitur bawaan untuk mengoptimalkan konten untuk mesin pencari. Analytics Integration: Mengintegrasikan dengan alat analitik untuk melacak kinerja situs web dan perilaku pengunjung.
8. Data Analytics dan AI. Platform: Google Analytics, SEMrush, Tableau. Penggunaan: Insight Analisis: Menganalisis data dari situs web, media sosial, dan kampanye pemasaran untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku pelanggan dan kinerja kampanye. Predictive Analytics: Menggunakan AI untuk memprediksi tren dan perilaku pelanggan di masa depan. Personalization: Menyesuaikan konten dan penawaran berdasarkan analisis data untuk meningkatkan relevansi dan engagement.
9. Virtual Reality (VR) dan Augmented Reality (AR). Fungsi: VR Tours: Menyediakan tur virtual dari tempat acara dan demo layanan catering. AR Menus: Menggunakan teknologi AR untuk memberikan pengalaman interaktif dalam memilih menu dan melihat representasi visual dari hidangan.

Dengan menerapkan teknologi-teknologi pemasaran ini, perusahaan catering dapat meningkatkan efisiensi, mencapai audiens yang lebih luas, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan..

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kepada direktur PT. Gecok Halal Indonesia, yang telah mengijinkan kami untuk melakukan pengabdian. Tak lupa terima kasih juga kepada DPPM Universitas Pelita Bangsa yang telah memberi support kepada kami, sehingga kami lancar melaksanakan pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchar. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Almatsier, Sunita. 2004. Prinsip Dasar Ilmu Gizi. Jakarta: Gramedia.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armaini Rambe, Hartoyo, dan Emmy S Karsin. 2008. Analisis Alokasi Pengeluaran Dan Tingkat Kesejahteraan Keluarga. Jurnal Kesejahteraan Keluarga.

Asgami Putri. 2018. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Mutu Beras di kampung Bunga Raya Kabupaten Siak. Journal of Agribusiness and Community Empowerment 2018. Vol. 2, No. 1: hal 1-9.

Atmawati, R dan M, Wahyudin. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS.

Azwar, Saifuddin. 2012. Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.