

Pelatihan Digital Marketing Dengan Market Place Toko Talk Pada Usaha Kuliner RM Pondok Kolam Sangabut Ery Hartati¹, Gasim², Inayatullah³, Michael⁴

^{1,2,3,4,5}Universitas Multi Data Palembang

Email: ¹ery_hartati@mdp.ac.id, ²gasim@mdp.ac.id, ³inayatullah@mdp.ac.id, ^{4,5}michael@mhs.mdp.ac.id

Key Words:

Mentoring, Training, Digital Marketing, Sangabut, Kayu Agung

Abstract: Tri Dharma of higher education is an obligation for every lecturer that must be carried out every semester in the academic year. The Tri Dharma of Higher Education includes teaching, research, and community service. Community service provides socially important essence in order to provide direct benefits to the general public. In addition, it also provides experience for the lecturers concerned so that they can innovate knowledge. This community service is carried out at the Culinary and Fishing RM Sangabut Kayu Agung. This service is carried out by environmental lecturers at MDP University with the approval of the Chancellor of MDP University. The businesses that will attend are Culinary Businesses to take part in the Workshop on Utilizing Digital Marketing and Making Financial Reports for Culinary Businesses. In this training, it is hoped that businesses will be able to make digital marketing and make financial reports to assist in their business operations and in addition to that, they can further improve the competence of the Culinary Business of RM Pondok Pool Sangabut in Kayu Agung City.

Abstrak: Tri Dharma perguruan tinggi adalah kewajiban bagi setiap dosen yang harus dijalankan setiap semester dalam tahun ajaran. Adapun Tri Dharma Perguruan Tinggi meliputi pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat memberikan esensi penting secara sosial agar memberikan manfaat secara langsung bagi masyarakat umum. Selain itu juga memberikan pengalaman bagi dosen yang bersangkutan agar dapat melakukan inovasi pengetahuan. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di RM Kuliner dan Pemancingan Sangabut Kayu Agung. Pengabdian ini dilaksanakan oleh dosen lingkungan Universitas MDP dengan persetujuan dari Rektor Universitas MDP. Usaha yang akan hadir yaitu para Usaha Kuliner untuk mengikuti Workshop Pemanfaatan Digital marketing dan Pembuatan Laporan Keuangan Bagi Usaha Usaha Kuliner. Dalam pelatihan ini nanti diharapkan para usaha dapat melakukan pembuatan Digital marketing dan Pembuatan Laporan Keuangan guna membantu dalam kegiatan operasional usaha mereka dan selain itu juga dapat lebih meningkatkan kompetensi para Usaha Kuliner RM Pondok Kolam Sangabut di Kota Kayu Agung.

Ery Hartati Dkk. (2022). Pendampingan Pelatihan Digital Marketing pada Usaha Kuliner RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat *Fordicate*

PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri, jika perkembangan teknologi berdampak pada perubahan perilaku konsumen. Di Indonesia pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. Menurut survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), pada 2018 terdapat 171,17 juta jiwa yang menggunakan internet angkanya, naik 10.12% dari tahun sebelumnya. Dari angka tersebut, 96% pengguna internet Indonesia pernah menggunakan internet untuk mencari produk/layanan untuk dibeli secara online [1].

Mungkin pada awalnya . kebingungan harus mulai berjualan dimana terlebih dahulu karena saat ini begitu banyak sekali pilihan yang bisa digunakan untuk memasarkan produk di dunia *online*. Sebelum menentukan media *online* digital marketing, .harus memahami terlebih dahulu karakteristik target market dari produk . Manfaatkan media yang paling mudah digunakan dan mungkin juga . merupakan salah satu pengguna media tersebut, seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Google Business [2].

Jika produk target marketnya adalah perusahaan *Business to Business* (B2B) seperti usaha penyedia souvenir seminar atau tas promosi, tentunya akan berbeda media yang digunakannya dengan usaha tas yang dijual untuk retail. Usaha B2B akan lebih efektif menggunakan website atau Google Business karena terlihat lebih profesional dan terpercaya, sedangkan untuk tas yang dijual retail bisa menggunakan Digital Marketing terlebih dahulu.

Digital Marketing pun bermacam ragamnya. Usaha KULINER pasti ada yang sudah memiliki akun Digital Marketing dan terbiasa menggunakannya kan? Namun, jika ingin berjualan di Digital Marketing, sebaiknya . memiliki akun bisnis khusus dan dipisahkan dengan akun pribadi agar *social trust* (kepercayaan) pembeli meningkat dan lebih profesional. Kalo ibarat akun pribadi itu rumah sendiri, akun bisnis itu akun toko sehingga bisa atur tampilannya dengan rapi [3]. Jika akun pribadi sudah banyak follower caranya bisa dengan mengubah akun pribadi menjadi akun toko, atau menjadikan akun pribadi tersebut sebagai perantara untuk mengenalkan toko dan *personal branding*. Bagi yang baru akan memulai berjualan di Digital Marketing, bisa dimulai dari media yang jumlah penggunanya paling banyak namun juga paham menggunakannya [4].

Selain Digital Marketing, Usaha KULINER juga mungkin ada yang sudah menggunakan *marketplace* dalam usahanya seperti Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Lazada, JD.id, Zalora, Zilingo, Blibli.com dan masih banyak lagi. Bagi pelaku usaha dengan adanya *marketplace* ini memang mempermudah karena sudah disediakan platform untuk membuat toko online.

Teknologi informasi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dalam kurun waktu tersebut ditemukan sebuah *platform* yang memungkinkan orang diseluruh dunia untuk terhubung satu sama lain yang disebut Digital Marketing. Bermunculannya berbagai aplikasi Digital Marketing ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Digital Marketing tersebut sudah mulai banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah

produk dan dijadikan salah satu strategi bisnis oleh beberapa pelaku bisnis [5].

Menjelaskan bahwa Digital Marketing adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi dialog (*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembuka konten menjadi penerbit konten. Digital Marketing telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan orang-orang untuk terhubung di dunia *online* dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis. Digital Marketing merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi pendapat, pemikiran, cara pandang dan pengalaman [6].

Sedangkan menurut pendapat ahli lainnya, Digital Marketing mampu memenuhi kebutuhan konsumen atas informasi dengan menawarkan informasi yang faktual, spesifik, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial, yang dapat diperoleh dan diakses melalui sumber-sumber informasi diluar batasan lingkaran kehidupan sosial konsumen tersebut [7].

Digital Marketing merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Digital Marketing sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Digital Marketing merupakan media yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merk suatu produk [8].

Digital Marketing adalah media online (*daring*) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di Digital Marketing, para penggunaannya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya. Digital Marketing menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif.

Beberapa contoh Digital Marketing yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan lain-lain. Dalam Digital Marketing ini orang tidak hanya bertukar informasi saja, namun juga gambar, foto ataupun video, bahkan tidak jarang digunakan sebagai media untuk berbisnis bagi penggunaannya. Bagi pihak penjual, perdagangan elektronik melalui Digital Marketing akan membantu untuk memperluas daerah pemasaran produk yang akan dijualnya, sedangkan bagi pembeli, akan mempermudah mendapatkan dan membandingkan informasi tentang produk yang akan dibelinya. Penelitian perkembangan media saat ini memberikan berbagai opsi kepada masyarakat untuk menikmati informasi dengan cara yang beragam [9].

Pada pelatihan ini menggunakan salah satu produk baru yaitu toko talk, yang merupakan salah satu media market place untuk membantu para usahawan yang bergerak untuk mempromosikan usaha mereka [10].

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan pada hari sabtu tanggal 19 Maret 2022, bertempat di RM Kuliner dan Pemancingan Sangabut Kayu Agung Sumatera Selatan yang dihadiri oleh para Usaha Kuliner di Kota Kayu Agung.

Kegiatan pengabdian dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai. Dosen dan Mahasiswa yang mengikuti kegiatan pengabdian memberikan workshop kepada para Usaha Kuliner RM Pondok Kolam Sangabut di Kota Kayu Agung.

Metode penyampaian materi dengan cara ceramah, presentasi interaktif, dan praktik langsung yang didampingi oleh Tim Pengabdian.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan	Instruktur & Asisten
09.00 – 09.45	Pembukaan	
09.45 – 10.00	Doa	
10.00 – 10.30	Kata Sambutan Ketua Kegiatan	
10.30 – 12.00	Penjelasan Pembuatan Digital Marketing (sesi 1)	Instruktur: Ery Hartati, M.Kom Asisten Instruktur: Dr. Gasim, S.Kom., M.Si. Inayatullah, S.Kom., M.Si Mahasiswa: Michael
12.00 – 13.00	ISOMA	
13.00 – 15.00	Pelatihan Pembuatan Digital Marketing (Sesi 2)	Instruktur: Ery Hartati, M.Kom Asisten Instruktur: Dr. Gasim, S.Kom., M.Si. Inayatullah, S.Kom., M.Si Mahasiswa: Michael
15.00 – 15.30	Penutup	Semua anggota tim pelaksana

HASIL DAN PEMBAHASAN

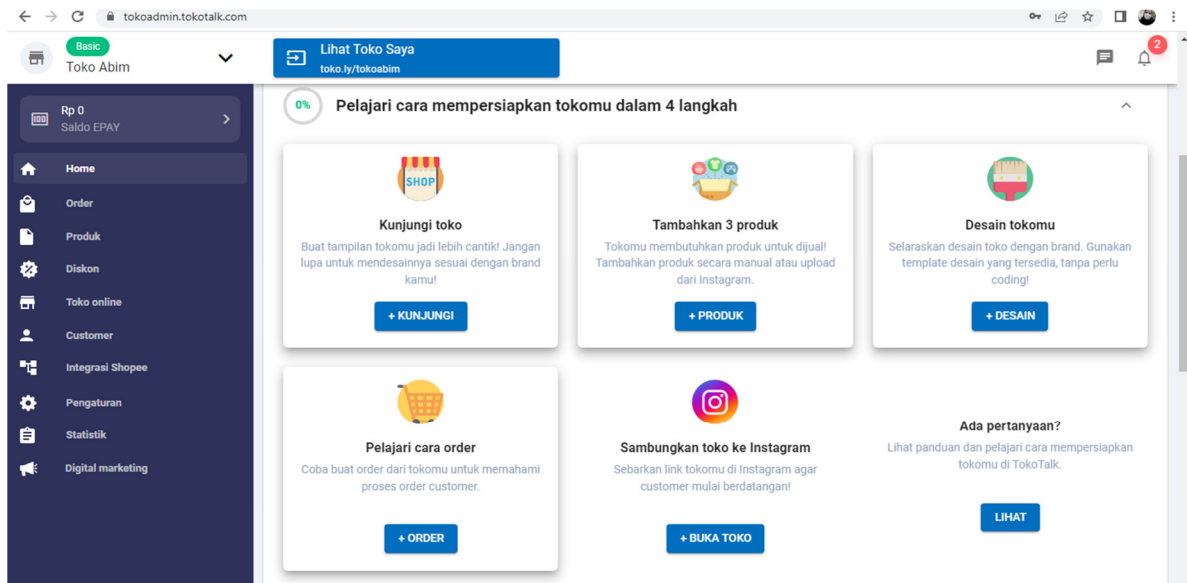
Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan pada RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung berjalan dengan lancar dan diharapkan dapat mengerti mengenai digital marketing.

Pelatihan dilakukan dengan metode praktek langsung oleh instruktur. Selanjutnya dilakukan latihan dan tanya jawab seputar materi yang diberikan. Pelatihan yang dilakukan ini, mendapat sambutan baik dari pihak RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung. Langkah pertama kita bisa masuk ke login web nya terlebih dahulu dengan alamat:



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Tampilan jika kita sudah mengisi daftar barang dan barang yang di order yang merupakan bagian menu dari aplikasi took talk.

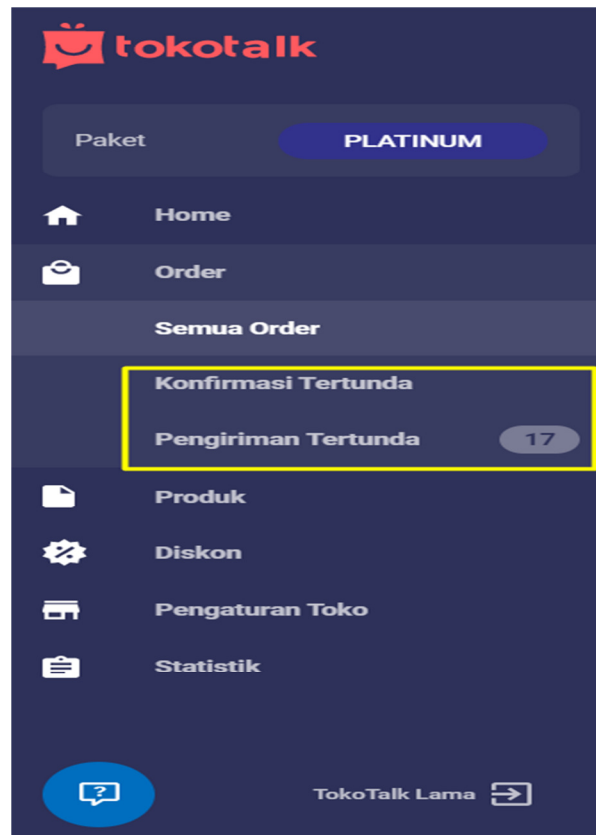


Gambar 2. Tampilan Home Toko Talk

Hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat, meningkatkan pemanfaatan teknologi sebagai media marketing untuk dapat meningkatkan omset bisnis dan dapat lebih interaktif berkomunikasi dengan pelanggan serta sebagai media pemasaran produk sehingga RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung dapat menjangkau calon konsumen baru.

Untuk memudahkanmu memantau order, kamu bisa mengakses order yang memiliki status Konfirmasi.

Tertunda dan Pengiriman Tertunda langsung dari menu sidebar.



Gambar 3. Menu Toko Talk

1. Konfirmasi Tertunda berisi order-order yang harus dikonfirmasi pembayarannya, sedangkan Pengiriman Tertunda berisi order-order yang perlu dikirim, baik dengan status **Lunas** ataupun **Dikemas**. Adapun cara memilih order adalah Dari TokoTalk Admin, buka halaman Order > + Order POS
2. Kamu akan diarahkan ke halaman POS, pilih produk yang ingin dibeli customer.
3. Untuk memudahkan pencarian produk, ketik nama produk di kolom pencarian bagian atas, atau klik tombol barcode untuk melakukan scan barcode melalui kamera perangkatmu.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat berjudul “Pendampingan Pelatihan Digital Marketing Pada Usaha Kuliner RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung” adalah:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah terlaksana dengan baik
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat disambut baik oleh pihak RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung
3. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menambah pengetahuan bagi peserta yang terlibat.

Saran

Saran dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat, pihak RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung dapat menerapkan pengetahuan digital marketing untuk kemajuan pihak RM Pondok Kolam Sangabut Kayu Agung.

DAFTAR PUSTAKA

1. <https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>, Diakses Tanggal 12 Maret 2022
2. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>, Diakses Tanggal 12 Maret 2022
3. <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/Digital%20Marketing>, Diakses Tanggal 12 Maret 2022
4. Kertajaya, Hermawan. 2008. *New Wave Marketing*. PT Gramedia Pustaka, Jakarta
5. Kaplan, A.M & Haenlein, M. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons
6. Yoo, K. H & Gretzel, U. 2011. *Creating More Credible and Persuasive Recommender Systems: The Influence of Source Characteristics on Recommender System Evaluations*. Recommender Systems Handbook, Vienna, Austria: Springer
7. Merril, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D, 2011. *Social Media: The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks Reputation, Legal, Operational Bemitigated Information Law Group*.
8. New Wave Marketing. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Kshetri, Anita and Bidyanand Jha. 2016. *3QOLQH Purchase Intention: A Study of Automobile Sector in India*€. Rev. Integr. Bus. Econ. Res. Vol. 5 No.3, p.35-59
9. Website took talk <https://tokoadmin.tokotalk.com/orders>
10. Agustian, dkk 2019, <https://www.neliti.com/publications/292594/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-sarana-promosi-makanan-ringan-kripik-singkong-d>