

Pelatihan Strategi Pemasaran Digital bagi Usaha Kuswini Catering di Masa Pandemi Covid-19

Ramdani Setiyariski¹

AKPAR BSI Bandung, ramdani.rey@ars.ac.id

Yuliana Pinaringsih Kristiutami²

AKPAR BSI Bandung, yuliana.pinaringsih@gmail.com

Kartika Dewi³

AKPAR BSI Bandung, kartika.dewi@ars.ac.id

Rina Dwi Handayani⁴

AKPAR BSI Bandung, rinadwih19@gmail.com

Willma Fauzzia⁵

AKPAR BSI Bandung, willmafauzzia @ars.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan guna memberikan tambahan pengetahuan kepada manajemen Usaha Kuswini Catering dalam meningkatkan penjualan di masa Pandemi Covid-19 melalui strategi pemasaran digital. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini berada di Jalan Pejagalan No. 29, Majalaya, Kabupaten Bandung, Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mensosialisasikan tentang pemasaran digital yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan menambah minat konsumen dalam membeli produk Usaha Kuswini Catering di masa pandemi covid-19 saat ini. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah metode ceramah, tanya jawab dan diskusi. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah manajemen Usaha Kuswini Catering mendapatkan pengetahuan terkait strategi pemasaran digital yang dibutuhkan diantaranya Content Marketing dan Social Media Marketing,

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran Digital, Catering

Abstract

This community service activity is an activity to provide additional knowledge to the management of the Kuswini Catering Business in increasing sales during the Covid-19 Pandemic through digital marketing strategies. The location of this community service activity is on Jalan Pejagalan No. 29, Majalaya, Bandung Regency, The purpose of this activity is to socialize about digital marketing which is needed to increase sales and increase consumer interest in using Kuswini Catering Business services during the current covid-19 pandemic. The methods used in this training are lecture, question and answer and discussion methods. The result of this community service activity is that the management of the Kuswini Catering Business gains knowledge regarding the required digital marketing strategies including: Content Marketing and Social Media Marketing.

Keywords: Training, Digital Marketing, Catering

Pendahuluan

Pandemi covid-19 di Indonesia sudah berlangsung selama 1 tahun lebih. Berdasarkan data Satuan Tugas Penanganan COVID-19, hingga tanggal 20 Juli 2021, tercatat 2.950.058 orang terkonfirmasi positif, pasien sembuh dari Covid-19 mencapai 2.323.666 orang, dan sebanyak 76.200 di antaranya meninggal dunia (Supriatin, 2021). Pandemi COVID-19 ini selain berdampak pada aspek kesehatan, berdampak pula pada aspek lainnya, diantaranya: aspek ekonomi, sosial, pendidikan, agama, budaya hingga politik.

Masyarakat saat ini dihadapkan pada berbagai dinamika pada kondisi pandemi. Terlebih saat Pemerintah memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) terhadap semua aspek kemasyarakatan dan mengalami dampak perubahan yang signifikan, dengan tujuan untuk menghambat dan memutus mata rantai penyebaran COVID-19. Dengan adanya PPKM tersebut menyebabkan masyarakat harus beradaptasi dengan menerapkan kondisi normal baru (Azanella, 2020). Masyarakat diharuskan selalu menerapkan protokol kesehatan serta diharuskan beradaptasi terhadap pembatasan aktivitas dan mobilitas dalam kondisi normal baru.

Masyarakat dipaksa untuk melakukan penyesuaian terhadap adaptasi kebiasaan baru ini. diantaranya pada aspek ekonomi. Masyarakat mengalami perubahan dalam melakukan aktivitas ekonomi terutama aktivitas pencaharian, baik di sektor formal maupun informal. Diantaranya aturan *Work from Home* dan sistem belajar online di institusi pendidikan serta pembatasan kegiatan ekonomi jual-beli. Dengan adanya pembatasan kegiatan jual-beli tersebut, pelaku bisnis dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan bisnisnya. Salah satu permasalahan UMKM pada masa pandemi COVID-19 saat ini dalam bidang pemasaran. Kondisi pandemi mengakibatkan proses pemasaran menjadi terhambat. Para pelaku usaha tidak dapat memasarkan produk mereka secara optimal karena adanya berbagai kebijakan pengurangan aktivitas sosial. Akibatnya tingkat penjualan produk menjadi menurun. Seluruh jenis usaha baik usaha baru maupun usaha yang telah dilakukan sejak lama merasakan hal yang sama.

Pelaku usaha mulai mencoba memasarkan produknya secara *digital* baik melalui media sosial maupun melalui berbagai *marketplace* dalam menanggapi masalah pemasaran tersebut. Salah satu usaha yang ingin mencoba hal baru tersebut adalah Usaha Kuswini Catering. Usaha Kuswini Catering masih sedikit memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan pemasaran secara *digital*. Merespon kondisi tersebut, melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan kegiatan Pelatihan Strategi Pemasaran secara Digital yang diadakan secara virtual dengan Usaha Kuswini Catering.

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yaitu untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan serta mensosialisasikan tentang pemasaran *digital* yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan menambah minat konsumen dalam menggunakan jasa Usaha Kuswini Catering di masa pandemi covid-19 saat ini. Bentuk kegiatan yang dilakukan yaitu berupa pelatihan dengan para dosen Prodi Perhotelan serta manajemen Usaha Kuswini Catering. Harapannya melalui kegiatan ini pengetahuan dan keterampilan Manajemen Usaha Kuswini Catering dapat lebih

meningkat lagi dan diharapkan dapat diimplementasikan oleh Usaha Kuswini Catering.

Metode

Penelitian ini akan dikaji secara kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang menjabarkan setiap tahapan yang dilakukannya, tanpa melakukan pengujian teori dan menjeneralisasikan. Pelatihan yang dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut: 1. Pengamatan secara langsung kegiatan pemasaran Usaha Kuswini Catering. 2. Wawancara, tanya jawab antara tim pelaksana pengabdian masyarakat dengan manajemen Usaha Kuswini Catering melalui aplikasi *Whatsapp*. Pelatihan secara daring dengan menggunakan Aplikasi Zoom untuk memaparkan materi strategi Pemasaran *Digital* yang telah disusun oleh tim pelaksana. 4. Diskusi dan Tanya jawab antara pemateri dan peserta mengenai strategi pemasaran *digital* Usaha Kuswini Catering.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Pemasaran *Digital* atau lebih dikenal dengan *Digital Marketing* sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pemasaran di kondisi pandemi saat ini dimana adanya pembatasan kegiatan jual-beli. Usaha Kuswini Catering merupakan usaha dibidang makanan di daerah Majalaya. Permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kuswini Catering belum cukup memiliki ilmu pengetahuan dan wawasan yang memadai mengenai wirausaha yang kreatif, inovatif dan diferensiatif dalam memasarkan produknya secara digital. *Digital Marketing* sendiri merupakan kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords* dan berbagai macam jaringan media sosial (Sanjaya & Tarigan, 2009). Kelebihan pemasaran digital diantaranya, dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik; kemudahan dalam mengevaluasi berapa banyak orang yang melihat produk dengan berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan; jangkauan geografis yang luas dengan memanfaatkan internet; jauh lebih murah dan efektif; dan membangun nama *brand* dengan baik.

Dalam penelitian ini, rekomendasi penulis bertujuan untuk memberikan pelatihan Strategi *Digital Marketing* untuk membantu Usaha Kuswini Catering memasarkan produknya. Dalam hal ini, penulis memberikan pelatihan Strategi *Digital Marketing* dengan menggunakan Content Marketing dan Social Media Marketing.

1. Content Marketing

Content Marketing yaitu merencanakan, membuat serta membagikan konten tentang perusahaan. Hal tersebut untuk menarik pembaca mengetahui bisnis dan memotivasi mereka untuk menjadi pembeli (Kotler & Amstrong, 2017). Konten ini dapat dibuat dalam bentuk unggahan blog, media sosial, artikel, *e-book*, infografis serta brosur online. Untuk saat ini Usaha Kuswini Catering dapat melalui memberikan informasi yang relevan terhadap pelanggan melalui konten yang disajikan di media sosial *Instagram*. Konten yang telah disajikan diharapkan dapat memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung dalam bentuk pembelian produk.

2. *Social Media Marketing*

Social Media Marketing merupakan sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi didalamnya untuk tujuan pemasaran, menarik perhatian mendorong pembaca untuk berbagi dengan jaringan sosial mereka (Tsitsi Chikandiwa et al., 2013). Menurut Wandu dalam (Nulhaqim et al., 2021), *Tips-tips social media marketing* diantaranya:

- a. Tentukan target konsumen.
Usaha Kuswini Catering diharapkan dapat menentukan target konsumen yang ingin difokuskan.
- b. Gunakan platform yang sesuai dengan target konsumen dan buat akun usaha pada platform tersebut.
Dalam hal ini Usaha Kuswini Catering mencoba menggunakan media sosial Instagram untuk memulai social media marketingnya.
- c. Buat konten yang menarik.
Usaha Kuswini Catering mencoba membuat konten yang dapat menarik orang untuk melihat dan memesan produk yang dipasarkannya.
- d. Jangan hanya promosi tetapi juga aktif bersosialisasi.
Selain sebagai promosi, konten yang dibuat di Instagram dapat digunakan sebagai sosialisasi terkait profil Usaha Kuswini Catering itu sendiri
- e. Konsisten *upload* pada waktu yang tepat.
Memiliki jadwal untuk mengirimkan (*upload*) konten terkait produk ke Instagram
- f. Ketepatan dan kecepatan pengiriman pesanan.
Efektif dan efisien dalam melakukan pengiriman produk yang telah dipesan oleh pelanggan Usaha Kuswini Catering.

Simpulan

Berdasarkan uraian diatas, simpulan dari kegiatan "Pelatihan Strategi Pemasaran Digital bagi Usaha Kuswini Catering di Masa Pandemi COVID-19 yaitu memberikan banyak manfaat bagi manajemen Usaha Kuswini Catering untuk dapat terus bertahan dan berkembang melalui pemasaran digital di Masa Pandemi COVID-19. Dengan Digital Marketing diharapkan Usaha Kuswini Catering dapat meyakinkan konsumen/pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Dengan pelatihan ini Usaha Kuswini Catering diharapkan dapat membangun pengalaman dengan produk melalui *digital marketing* dan membangun konten marketing melalui media *digital*.

Daftar Pustaka

- Azanella, L. A. (2020, April 13). Apa Itu PSBB hingga Jadi Upaya Pencegahan Covid-19? *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/13/153415265/apa-itu-psbb-hingga-jadi-upaya-pencegahan-covid-19?page=all>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, 17th Global Edition* (seventeenth). Pearson.
- Nulhaqim, S. A., Wibowo, H., Irfan, M., & Gutama, A. S. (2021). Peningkatan Kapasitas

JURNAL SOSIAL & ABDIMAS

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol 3 No 2 Agustus 2021

Dalam Pemasaran Online Bagi Pelaku Usaha Kecil Yang Terdampak Kondisi Pandemi Covid-19. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 165. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32453>

Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo.
Supriatin. (2021, July 20). Update Kasus Covid-19 per 20 Juli 2021. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/update-kasus-covid-19-per-20-juli-2021.html>

Tsitsi Chikandiwa, S., Contogiannis, E., & Jembere, E. (2013). The adoption of social media marketing in South African banks. *European Business Review*, 25(4), 365–381. <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2013-0013>