

# PENINGKATAN OMZET PENJUALAN USAHA KECIL DAN MENENGAH MELALUI PELATIHAN SOSIAL MEDIA BERBASIS ONLINE PADA UMKM TENDEAN CATERING

<sup>1\*</sup>Djunaedi, <sup>2</sup>Nur Laely, <sup>3</sup>Eunike Sintia, <sup>4</sup>Luckito Pristiwan

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kediri

\*e-mail : djunaedi@unik-kediri.ac.id

**Abstrak :** Pemasaran melalui digital marketing dapat mengembangkan usaha karena dengan menggunakan digital marketing ini pangsa pasar dan produknya akan lebih dikenal masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas. UMKM Tendea Catering merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner di Kota Kediri. Produk-produk yang dipasarkan oleh UMKM Tendea Catering dibuat sendiri (home made). UMKM tersebut memasarkan produknya melalui word of mouth dan berdasarkan pesanan. Salah satu solusi dari permasalahan yang dihadapi dan dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan optimalisasi digital marketing terutama dalam sektor peningkatan sosial media marketing, online advertising dan video marketing. Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini adalah pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana mengelola pemasaran digital secara tepat dan baik. Selain itu, para peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana berwirausaha di era digitalisasi yang dapat membantu UMKM dalam menentukan pengambilan keputusan agar dapat meningkatkan omzet usaha dari UMKM tersebut.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, UMKM, Katering

**Abstract :** Digital marketing has the potential to grow a firm since it can increase market share and product recognition among a broader audience. One company operating in Kediri City's culinary industry is Tendea Catering MSMEs. Tendea Catering MSMEs manufactures and markets their own line of home-made goods. These MSMEs rely on orders and word-of-mouth marketing to sell their goods. Optimizing digital marketing, particularly in the areas of growing social media marketing, online advertising, and video marketing, is one way MSME actors can address the issues they confront. The knowledge and comprehension gained from this task will assist to manage digital marketing effectively.

**Keywords:** Digital marketing, MSMEs, Catering

## PENDAHULUAN

*Digital marketing* merupakan bagian yang sangat penting saat ini demi kelangsungan dan kemajuan usahanya. Pemanfaatan internet sebagai alat pemasaran digital saat ini adalah hal yang wajib dilakukan untuk mendapatkan target yang sesuai dengan segmen pasarnya (Nurmadewi et al., 2023). Manajemen usaha berbasis media sosial melalui kerangka pemasaran online diperlukan untuk

memperluas segmentasi pasar. Pemasaran melalui *digital marketing* dapat mengembangkan usaha karena dengan menggunakan *digital marketing* ini pangsa pasar dan produknya akan lebih dikenal masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas (bisa jadi bagi yang tidak memanfaatkan *digital marketing* tertinggal oleh pesaing lain yang sudah menggunakannya)(Rosalina, 2022).

*Digital marketing* merupakan pemanfaatan sumber daya pada internet sebagai tempat pemberi informasi produk yang dimiliki. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis internet. Selain itu *digital marketing* merupakan cara periklanan yang memiliki efek yang sangat berpengaruh. Kelebihan *digital marketing* antara lain: kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas, murah dan efektif (Widyastuti et al., 2022).

Media sosial merupakan paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. Media sosial merupakan *platform* yang mampu membantu dan memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas. Kehadiran media sosial menandakan pergeseran arah dalam penggunaan media komunikasi yang sekarang serba berbasis Internet. Penggunaan media sosial dapat memfasilitasi seperti konten, komunikasi dan percakapan (Arsanti et al., 2021).

Salah satu solusi dari permasalahan yang dihadapi dan dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan optimalisasi *digital marketing* terutama dalam sektor peningkatan sosial media marketing, online advertising, video marketing, search engine marketing, dan pengelolaan website (Fahrudiansyah & Rosalina, 2018). Digitalisasi pemasaran ini diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan dan online engagement untuk mengembangkan skala usaha (Taufiqurrochman et al., 2023).

UMKM Tendea Catering merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner di Kota Kediri. Produk yang diproduksi UMKM Tendea Catering antara lain makanan ringan/kudapan seperti jajan pasar, sponge cake, roti ulang tahun, makanan berat seperti nasi kuning, nasi kotak, dan catering untuk acara hajatan. Produk-produk tersebut dibuat sendiri (*home made*). UMKM tersebut memasarkan produknya melalui *word of mouth* dan berdasarkan pesanan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pemasaran berbasis sosial media agar memperluas jaringan pemasaran, sehingga dapat meningkatkan omzet dari UMKM Tendea Catering.

Dengan adanya hal tersebut, maka tim pengabdian ingin melakukan pengabdian dengan judul “Peningkatan Omzet Penjualan Usaha Kecil dan Menengah Melalui Pelatihan Sosial Media berbasis Online Pada UMKM Tendea Catering”.

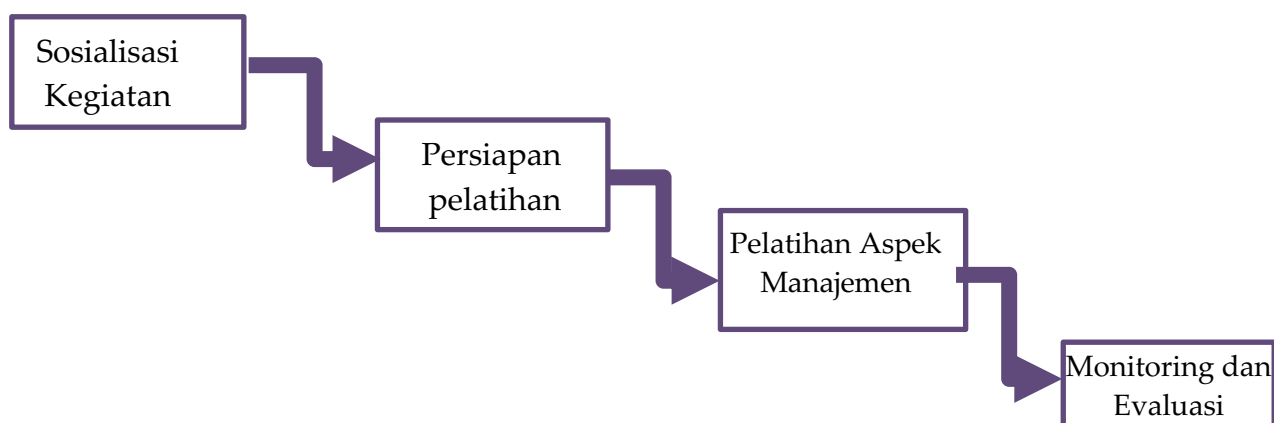
## Permasalahan

UMKM Tendea Catering masih belum dapat memaksimalkan manfaat dari perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih dari waktu ke

waktu. Sehingga, mitra hanya dapat memasarkan produknya melalui strategi *Word of Mouth* dan jangkauan pemasaran dari mitra yang masih terbatas

### METODE

Kegiatan awal akan dilakukan sosialisasi kegiatan kepada mitra berkaitan dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan. Dalam sosialisasi ini diberikan target dan tujuan kegiatan kepada mitra. Persiapan pelatihan dilakukan dengan mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada mitra. Disamping itu juga, akan dilakukan pelatihan strategi pemasaran yaitu melakukan strategi pemasaran dengan memanfaatkan sosial media, hal tersebut dilakukan untuk memaksimalkan jaringan pemasaran untuk meningkatkan penjualan mitra, sehingga omzet yang didapat juga dapat meningkat. Evaluasi kegiatan akan dilaksanakan setelah penjualan produk. Kegiatan terakhir yaitu pelaksanaan pendampingan yang akan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang ditentukan.



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan

### HASIL & PEMBAHASAN

Setelah pelatihan, beberapa hasil positif yang dicapai oleh UMKM Tendea Catering antara lain:

1. Peningkatan Jumlah Pengikut Media Sosial: Jumlah pengikut Instagram meningkat sebesar 35% dalam satu bulan setelah pelatihan.
2. Trafik dan Interaksi yang Lebih Tinggi: Konten yang diunggah mendapatkan rata-rata peningkatan jumlah likes dan komentar hingga 50% dibandingkan sebelum pelatihan.
3. Peningkatan Pemesanan Melalui WhatsApp: Jumlah pelanggan yang memesan melalui WhatsApp meningkat sebesar 40% setelah penggunaan WhatsApp Business yang lebih profesional.
4. Peningkatan Omzet Penjualan: Dalam waktu satu bulan, omzet Tendea Catering meningkat sebesar 20% dibandingkan bulan sebelumnya. Hal ini diakibatkan oleh promosi yang lebih terarah dan menarik.

## Pembahasan

Hasil menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram, merupakan platform yang efektif untuk memasarkan produk kuliner. Strategi seperti penggunaan foto produk berkualitas tinggi, deskripsi menarik, dan pemanfaatan hashtag ocusr berkontribusi pada peningkatan visibilitas Tendeand Catering di kalangan pelanggan potensial. Tendeand Catering hanya mengandalkan pelanggan tetap dan rekomendasi langsung. Setelah pelatihan, ocus promosi bergeser ke media sosial, yang memberikan jangkauan lebih luas dan target audiens yang lebih beragam. Pelatihan ini tidak hanya berdampak pada omzet tetapi juga meningkatkan kemampuan pemilik dan karyawan dalam mengelola media sosial. Hal ini menjadi modal berharga bagi keberlanjutan pemasaran digital di masa mendatang. Peningkatan omzet sebesar 20% menjadi bukti awal keberhasilan pelatihan. Dengan pendampingan yang berkelanjutan dan penerapan strategi digital marketing secara konsisten, UMKM Tendeand Catering memiliki potensi untuk terus meningkatkan penjualannya di masa mendatang.



Gambar 1. Hasil Catering

## Hambatan yang Dihadapi

Meskipun pelatihan memberikan hasil positif, terdapat beberapa hambatan, yaitu:

- a. Keterbatasan Sarana dan Prasarana: Beberapa perangkat karyawan, seperti ponsel, kurang mendukung pembuatan konten berkualitas tinggi.
- b. Kesulitan Memahami Fitur Digital: Pemahaman fitur iklan berbayar memerlukan waktu lebih lama bagi peserta dengan latar belakang teknologi yang minim.
- c. Konsistensi dalam Mengelola Konten: Pemilik mengaku kesulitan mempertahankan konsistensi dalam membuat dan mengunggah konten harian.



**Gambar 2.** Makanan Ringan

### **Solusi untuk Hambatan**

- a. Memberikan pelatihan lanjutan tentang penggunaan perangkat lunak editing sederhana.
- b. Mendorong pemilik untuk merekrut tenaga part-time yang fokus pada pengelolaan media sosial.
- c. Menyediakan template konten siap pakai untuk mempermudah proses pembuatan konten.

### **SIMPULAN**

Pelatihan media sosial berbasis online yang dilakukan pada UMKM Tendea Catering berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan omzet penjualan. Hasil utama yang dicapai adalah peningkatan jumlah pengikut media sosial, interaksi konten yang lebih tinggi, dan peningkatan pemesanan melalui WhatsApp Business. Omzet penjualan mengalami peningkatan sebesar 20% dalam satu bulan setelah pelatihan.

Media sosial terbukti menjadi platform pemasaran yang efektif untuk usaha kecil, terutama jika didukung oleh konten yang menarik dan strategi promosi yang terarah. Pelatihan ini juga meningkatkan kompetensi pemilik dan karyawan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha.

Meskipun terdapat beberapa hambatan, seperti keterbatasan perangkat dan tantangan dalam mempertahankan konsistensi pengelolaan konten, solusi yang diberikan dapat membantu UMKM Tendea Catering mengatasi kendala tersebut dan menjaga keberlanjutan strategi pemasaran digital mereka. Pelatihan ini diharapkan menjadi langkah awal yang signifikan untuk mendukung perkembangan UMKM di era digital.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Arsanti, M., Puspita Wardani, O., Chamalah, E., Azizah, A., Nisfi Setiana, L., & Islam Sultan Agung, U. (2021). Pelatihan Pembuatan Iklan Pada Media Digital E-Commerce Sebagai Strategi Marketing Para Pelaku Umkm Biyunge Di Desa Panusupan Kecamatan Rembang, Kabupaten

- Purbalingga. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2).  
<https://panusupan.desa.id/?p=227>
- Fahrudiansyah, T., & Rosalina, V. (2018). *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pengelolaan Sampah dalam Upaya Menuju Serang sebagai Smartcity*.
- Nurmadewi, D., Andriarti, A., Jailani, Z. F., Rochman, S. C., Firdaus, M. V., Bakrie, U., & Informasi, S. (n.d.). Sosialisasi Sistem Informasi Persediaan Barang Pada UMKM Bali Timor Jaya. *JABB*, 4(1), 2023.  
<https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1>
- Rosalina, V. (2022). *Sharing Knowledge Pentingnya Digitalisasi Customer Relationship Management Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)* (Vol. 1, Issue 1).
- Taufiqurrochman, Putra, D. F. D., Sari, J., & Syahrial, R. (2023). *Pelatihan Pengembangan UMKM Di Masa Pandemi Dengan Optimalisasi Penggunaan Media Sosial*.
- Widyastuti, T., Utama, N. A., & Dewi, S. S. (2022). Peningkatan Branding Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.647>