

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PEMPEK BERKAH DI KOTA PADANG

Yenni Jufri¹, Naufal Raid², Seven Putra³, M. Dio Rizki⁴, Yori Yordan⁵, Fajar Yulianda⁶,
Gito Meihendra⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}STIA LPPN Padang
email yennijufri@stia-lppn.ac.id

Abstrak

Pempek berkah merupakan gerai makanan khas Palembang yaitu Pempek. Pempek merupakan makanan yang terbuat dari tepung tapioka, ikan tenggiri dan komposisi bumbu lainnya. Pempek telah beroperasi lebih 1 tahun. Pempek berkah terletak di Kelurahan Anduring, Kecamatan Kuranji Kota Padang. Saat ini Pempek Berkah melayani berbagai jenis penjualan, seperti penjualan langsung di gerai Pempek Berkah dan penjualan online menggunakan media Instagram. Hasil dari Tim Pengabdian masyarakat memberikan beberapa solusi dalam peningkatan penjualan yaitu (a) Gerai Pempek Berkah harus menambah jenis media sosial lain dalam penjualan, seperti facebook, Tiktok, Twitter dan media sosial lain. (b) Pempek Berkah harus aktif update produk terbaru, sehingga ada inovasi produk yang dijual, (c) Menambah modal usaha dalam operasional Pempek Berkah sehingga dapat bersaing dengan gerai pempek lain yang ada di Kota Padang, (d) Pempek berkah hendaknya lebih aktif lagi dalam keikutsertaan dalam bazar yang dilaksanakan oleh berbagai pihak, termasuk stand di car free day yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Padang, (e) Selain menambah media sosial dalam penjualan online, Pempek Berkah lebih mendesain gerainya agar lebih menarik

Kata Kunci: Pemanfaatan, Media Sosial, Penjualan

Abstact

Pempek Berkah is a typical Palembang food outlet, namely Pempek. Pempek is a food made from tapioca flour, mackerel and other spices. Pempek has been operating for more than 1 year. Pempek Berkah is located in Anduring Village, Kuranji District, Padang City. Currently, Pempek Berkah serves various types of sales, such as direct sales at the Pempek Berkah outlet and online sales using Instagram media. The results of the Community Service Team provide several solutions to increase sales, namely (a) The Pempek Berkah Outlet must add other types of social media in sales, such as Facebook, Tiktok, Twitter and other social media. (b) Pempek Berkah must actively update the latest products, so that there is innovation in the products sold, (c) Increase business capital in Pempek Berkah's operations so that it can compete with other pempek outlets in Padang City, (d) Pempek Berkah should be more active in participating in bazaars held by various parties, including stands at car free days held by the Padang City Government, (e) In addition to adding social media in online sales, Pempek Berkah should design its outlets to be more attractive.

Keywords: Utilization, Social Media, Sale

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi tentu dalam proses pemasaran produk akan berkembang juga. Untuk itu perusahaan tentu harus beradaptasi dengan teknologi agar bisnisnya terus berkembang dan tumbuh yang mampu beradaptasi akan perubahan zaman. Media sosial telah menjadi alat penting bagi bisnis pemasaran. Peningkatan paparan atau eksposur dan tingkat kemunculan informasi merupakan dua manfaat utama pemasaran dalam media sosial. Kebanyakan pengguna yang menggunakan media sosial untuk mengembangkan pemasarannya, serta membentuk konsumen yang loyal dalam menggunakan produk mereka.

Tujuan utama dari Media Sosial adalah untuk memfasilitasi interaksi sosial, berbagi informasi, membangun jaringan, dan menjalin hubungan dengan orang lain secara online. Platform sosial media umumnya memiliki fitur-fitur seperti teman atau pengikut, komentar, suka, bagikan, obrolan atau pesan langsung, dan kemampuan untuk berpartisipasi dalam grup atau komunitas dengan minat yang sama. Peningkatan pemasaran melalui media sosial dimulai sejak beberapa tahun terakhir khususnya

ketika teknologi informai internet dikenal berbagai kalangan masyarakat. Sehingga konsumen dapat mengetahui produk yang mereka butuhkan melalui dunia maya tersebut. Salah satu teknologi inforamsi media sosial yang digunakan adalah media sosial instagram. Satu kasus yang paling menarik, media sosial instagram merupakan salah satu kunci efektif bagi berbagai produk untuk dipasarkan karena memungkinkan penjual berkomunikasi secara langsung dengan konsumen mereka, selain itu media ini juga dapat mempromosikan berbagai kegiatan dan membangun kesadaran merek.

Dari sekian banyaknya media sosial, Instagram yang merupakan platform berbagi foto dan video yang sangat populer, terutama di kalangan pengguna muda. Dengan fokus pada gambar yang menarik dan konten visual, Instagram memungkinkan perusahaan untuk membagikan gambar produk, mengadakan kontes, dan berkolaborasi dengan influencer untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Hashtag memainkan peran penting dalam mengorganisir dan mencari konten di Instagram. Dengan menggunakan hashtag yang relevan dan populer dalam posting, kita dapat meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens yang lebih luas. Gunakan hashtag yang spesifik untuk produk atau layanan, serta hashtag yang berhubungan dengan industri atau minat yang relevan.

Fitur Instagram Stories memungkinkan membagikan konten yang bersifat sementara, seperti foto, video, dan penggalan kehidupan sehari-hari. kita dapat memanfaatkan Stories untuk mempromosikan penawaran khusus, mengadakan kontes, memberikan cuplikan di balik layar, atau menampilkan testimoni pelanggan. Stories juga memungkinkan interaksi dengan pengikut melalui fitur tanya-jawab atau polling. Dari tanya jawab tersebut diperoleh bahwa peserta menggunakan satu media sosial untuk menunjang penjualan yaitu Instagram.



Gambar 1. Nama Instagram Pempek Berkah



Gambar 2. Foto produk Pempek Berkah

Target dari sosialisasi ini adalah manajemen Pempek Berkah Kota Padang. Tim sosialisasi memberikan pengarahan tentang penggunaan/ pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan penjualan. Karena semakin majunya teknologi pada zaman saat ini, keberadaan media sosial menjadi sangat penting dalam media promosi maupun penjualan produk.

METODE

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui metode ceramah, dan diskusi. Metode ceramah dilakukan untuk memberikan penjelasan materi pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan penjualan. Roestiyah menyebutkan bahwa metode ceramah merupakan suatu penyampaian keterangan atau informasi atau uraian tentang suatu pokok persoalan serta masalah secara lisan (dalam Wirabumi, R. 2020). Metode diskusi dilakukan sebagai proses tanya jawab terkait materi yang disampaikan. Menurut Hamid bahwa Diskusi adalah proses membahas suatu persoalan dengan melibatkan banyak orang, dimana hasil dari pembahasan akan menjadi alternatif jawaban dalam memecahkan persoalan (dalam Purba, F.J. 2020).

Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial, produsen dapat mempromosikan dan memasarkan produk kepada audiens yang relevan. Penting untuk memiliki strategi konten yang kreatif, konsisten, dan menarik, serta memahami konsumen. Selain itu, teruslah memantau dan menganalisis kinerja untuk membuat penyesuaian yang diperlukan agar kampanye pemasaran semakin efektif dan sukses. Apa lagi pada zaman saat ini semua orang sering menggunakan semua media sosial untuk kegiatannya. Oleh sebab itu sangat bagus untuk dilakukan sosialisasi agar pemanfaatan media sosial lebih optimal. Perencanaan awal dilakukan dengan survei atau observasi lokasi, serta menganalisis kebutuhan-kebutuhan yang akan dijadikan materi.

Metode Pengumpulan Data

- A. **Observasi** : Observasi dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Penulis dan Tim melakukan kegiatan penyuluhan dan memberikan masukan-masukan mengenai pemanfaatan media sosial dalam bisnis yang dapat memberikan kontribusi besar dalam era persaingan pada saat ini
- B. **Wawancara**. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data mengenai sejarah berdirinya usaha, berapa modal yang digunakan, informasi mengenai perjalanan memulai usaha ini Pempek Berkah ini apa-apa yang diperlukan dan dipersiapkan dalam menghadapi perilaku, pelanggan, konsumen dan masyarakat, juga Status dari tempat usaha apakah dikontrak atau milik sendiri, peralatan yang digunakan untuk memulai usaha Pempek Berkah ini, bahan baku yang dipersiapkan untuk permintaan pelanggan dan konsumen juga berapa karyawan yang diperlukan atau direkrut pada bagian-bagian yang dibutuhkan juga kendala dan hambatan-hambatan selama menjalani usaha Pempek Berkah ini dan juga mengetahui berapa omset selama membuka usaha ini perbulan dan pertahun dan apa visi dan misi kedepan dalam pengembangan usaha Pempek Berkah ini.
- C. **Pelaksanaan kegiatan**: Pelaksanaan kegiatan ini terlebih dahulu dilaksanakan survey ke tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan dan dilaksanakan langsung membawa surat pelaksanaan pengabdian masyarakat dari kampus penulis dan tim ditujukan kepada owner Pempek Berkah dan wilayah Kelurahan Anduring, Kecamatan Kuranji dan meminta izin untuk melaksanakan pengabdian masyarakat sebagai rutinitas staf pengajar STIA LPPN bersamaa Ketua dan Tim Pengabdian Masyarakat untuk melaksanakan tugas dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian pada Masyarakat, Peserta yang ikut dalam pengabdian masyarakat ini 1 ketua dan 3 orang Dosen anggota, 3 orang mahasiswa ditambah 2 orang (owner) Pempek Berkah
- D. **Pembuatan Artikel** : Pembuatan artikel sangat diperlukan untuk memperkenalkan dan informasikan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam memberikan pandangan-pandangan dan arahan untuk kemajuan usaha Pempek Berkah ini dan menambah Daftar Bacaan bagi pelaku usaha yang sejenis dalam informasi
- E. **Pembuatan Laporan Akhir** : Dibuat untuk sebagai laporan tentang kegiatan pengabdian pada masyarakat sebagai wujud dan komitmen kegiatan Dosen . Staf Pengajar dalam

melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, juga sebagai Laporan per semester Para Dosen dan Staf Pengajar dalam menambah wawasan bahan ajar yang diampu oleh dosen yang bersangkutan untuk khasanah ilmu pengetahuan yang terus berubah sesuai dengan perubahan zaman dan teknologi informasi yang begitu cepat dan laporan akhir kegiatan ini juga menambah daftar bacaan pada perpustakaan pada kampus tempat proses belajar-mengajar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Industri Kuliner

Industri, menurut Badan Pusat Statistik, adalah bagian dari kegiatan ekonomi serta korporasi atau jenis pemberi kerja lainnya. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 mendefinisikan industri adalah setiap kegiatan ekonomi, termasuk jasa industri, yang mengubah bahan mentah dan menggunakan sumber daya industri untuk menghasilkan komoditas dengan kualitas atau nilai tambah yang lebih tinggi. Industri memiliki berbagai macam jenis, salah satunya adalah industri kuliner.

Kuliner yaitu hasil olahan dari masakan. Kata kuliner berasal dari unsur serapan dari bahasa Inggris, yakni *culinary*. Dalam bahasa Inggris, *culinary* mempunyai arti, yakni hal yang berkaitan dengan dapur dan keahlian masak-memasak. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kuliner yakni sesuatu hal yang berkaitan dengan masakan. Istilah "kuliner" juga bisa merujuk pada olahan yang berbentuk makanan siap saji atau lauk pauk. Seni kuliner merupakan aspek integral dari kehidupan sehari-hari. Saat ini, sektor kuliner merupakan bagian dari industri kreatif yang memiliki pasar cukup besar di Indonesia. Selain itu, masakan dapat mengungkapkan informasi tentang sejarah peradaban suatu lokasi yang dapat menarik wisatawan. Sebuah kota, suku, atau negara dapat mengembangkan identitasnya sendiri melalui kelezatan kuliner daerahnya (Sari, 2018). Industri kuliner saat ini sedang mengalami ekspansi yang luar biasa, terbukti dengan fakta bahwa makanan telah berkontribusi pada identitas suatu daerah dalam suatu bangsa. Apalagi kuliner tiap wilayah berbeda-beda yang membuat banyak orang penasaran rasa khas kuliner dari tiap wilayah yang mereka kunjungi.

Dapat disimpulkan bahwa industri kuliner merupakan suatu kegiatan industri dimana terdapat pengolahan bahan dasar serta hasilnya berupa makanan, sehingga jika dihubungkan dengan industri kreatif adalah suatu kegiatan industri di bidang makanan yang dalam prosesnya dibuat dengan unsur kreativitas, sehingga dapat menghasilkan produk yang unik dan menarik serta menggugah selera untuk menikmatinya. Bisnis kuliner berperan penting dalam perekonomian bangsa kita. Ini karena industri makanan mempekerjakan paling banyak orang, memberikan kontribusi paling besar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto), dan umumnya lebih tahan terhadap penurunan ekonomi. Industri kuliner suatu daerah bisa mengalami penurunan omzet saat krisis ekonomi melanda. Namun, industri ini tidak memiliki alasan untuk bangkrut karena perputaran uang dalam volume yang banyak dengan waktu yang singkat. Banyak orang beralih ke industri kuliner untuk mencari nafkah selain pemilik bisnis yang mendapat untung darinya. Apapun keadaannya, masyarakat akan selalu membutuhkan sumber makanan dan minuman, bahkan dalam situasi yang paling sulit sekalipun. Sehingga industri kuliner benar-benar bisa menyelamatkan negara yang merosot melalui kegiatan ekonominya. Alhasil, banyak pemilik usaha yang masih melihat peluang di industri kuliner. Karena selalu ada ide-ide baru dan perbaikan dalam industri kuliner, perusahaan kuliner terus berkembang. Tren kuliner adalah nama umum untuk konsep dan perkembangan dunia kuliner ini. Banyak orang mungkin tergoda untuk mencoba menu termasuk hidangan baru dan inovasi karena adanya tren kuliner ini (Hidayatullah et al., 2018)

1.2. Defenisi Tradisional

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap orang. Makanan merupakan kebutuhan manusia untuk menunjang kelangsungan hidup yang berguna untuk pertumbuhan dan membangun sel tubuh, menjaga agar tetap sehat dan berfungsi sebagaimana mestinya. Dapat dikatakan bahwa fungsi makan secara umum antara lain makanan sebagai sumber tenaga, makanan sebagai bahan pembangun serta pertumbuhan tubuh, dan makanan sebagai

pengatur aktivitas tubuh. Oleh karena itu, setiap makhluk hidup membutuhkan makan untuk kelangsungan hidupnya. Tradisi berasal dari bahasa latin yaitu tradisio, yang berarti kabar atau penerusan. Tradisi dapat pula diartikan sebagai sesuatu yang diturunkan secara turun-temurun dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tradisional dapat diartikan sebagai sikap dan cara berfikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun. Tradisional juga dapat didefinisikan sebagai suatu kebiasaan yang berasal dari leluhur yang diturunkan secara turun temurun dan masih banyak dijalankan oleh masyarakat saat ini. Sesuatu atau seseorang dikatakan tradisional jika sikap, cara berpikir, tindakan.

Menurut Fardiaz D (1998), makanan tradisional adalah makanan dan minuman, termasuk jajanan serta bahan campuran atau bahan yang digunakan secara tradisional, dan telah lama berkembang secara spesifik di daerah dan diolah dari resep-resep yang telah lama dikenal oleh masyarakat setempat dengan sumber bahan local serta memiliki citarasa yang relatif sesuai dengan selera masyarakat setempat. Menurut Marwanti (2000: 112), makanan tradisional mempunyai pengertian makanan rakyat sehari-hari, baik yang berupa makanan pokok, makanan selingan, atau sajian khusus yang sudah turun-temurun dari zaman nenek moyang. Cara pengolahan pada resep makanan tradisional dan cita rasanya umumnya sudah bersifat turun temurun sehingga makanan tradisional disetiap tempat atau daerah berbeda-beda.

1.3. Makanan Pempek

Pempek merupakan makanan khas yang terbuat dari adonan tepung serta ikan tenggiri dan digoreng hingga berwarna kuning keemasan. Pempek menjadi salah satu hidangan favorit beberapa daerah di Indonesia. Pempek memiliki beragam variasi, mulai dari pempek kapal selam, pempek adaan, pempek kulit, hingga pempek lenjer. Pempek menjadi daya tarik kuliner yang tak pernah lekang oleh waktu. Cita rasa pempek bertambah nikmat, apabila disajikan bersama mie kuning, potongan timun, hingga kuah cuko. Perpaduan rasa gurih dan kesegaran asam kuah pempek, memang cocok dengan lidah orang-orang Indonesia.

Pempek merupakan makanan khas dari daerah Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Menurut buku Tinjauan Historis Akulturasi Budaya dalam Kuliner Palembang (2021: 58), pempek adalah hidangan legendaris sejak abad ke-16 lalu, tepatnya pada masa Kesultanan Palembang Darussalam.

1.4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Hasil Pengabdian pada Masyarakat pada Pempek Berkah Kota Padang adalah:

- Gerai Pempek Berkah harus menambah jenis media sosial lain dalam penjualan, seperti facebook, Tiktok, Twitter dan media sosial lain.
- Pempek Berkah harus aktif update produk terbaru, sehingga ada inovasi produk yang dijual
- Menambah modal usaha dalam operasional Pempek Berkah sehingga dapat bersaing dengan gerai pempek lain yang ada di Kota Padang
- Pempek berkah hendaknya lebih aktif lagi dalam keikutsertaan dalam bazar yang dilaksanakan oleh berbagai pihak, termasuk stand di car free day yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Padang
- Selain menambah media sosial dalam penjualan online, Pempek Berkah lebih mendesain gerainya agar lebih menarik

SIMPULAN

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran modern karena menawarkan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh metode pemasaran konvensional. Pertama, media sosial memungkinkan brand atau bisnis untuk menjangkau audiens yang luas secara cepat dan efisien. Platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter memungkinkan akses langsung kepada konsumen, tanpa harus melalui perantara, sehingga pesan pemasaran dapat diterima secara langsung oleh target pasar.

Kedua, media sosial mempermudah interaksi dan keterlibatan langsung dengan konsumen. Melalui fitur-fitur interaktif, seperti komentar, pesan, atau fitur polling, brand dapat memahami

kebutuhan dan preferensi konsumen secara lebih mendalam. Interaksi ini juga membantu membangun hubungan yang lebih personal dan kuat antara brand dan konsumennya.

Selain itu, media sosial memberikan fleksibilitas dalam hal format konten. Brand bisa memanfaatkan berbagai jenis konten seperti gambar, video, teks, dan stories untuk menyampaikan pesan pemasaran dengan cara yang menarik. Hal ini membuat konten lebih mudah dikonsumsi dan berpotensi viral, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa biaya tambahan.

Pempek Berkah harus melakukan beberapa terobosan terbaru seperti menambah jumlah media sosial lainnya, selain Instagram, seperti facebook, tiktok, twitter dan berbagai media sosial lainnya. Hal ini dilakukan agar mendapat brand image oleh konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayatullah, et al. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Menejemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249
- Marwanti. (2000). *Pengetahuan Makanan Indonesia*. Yogyakarta: Adi Cita Karya Nusa
- Purba, F.J. (2020). Penggunaan Metode Diskusi Dalam Meningkatkan Hasil Belajar. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Fisika (INPAFI)*. 8(1).
- Wirabumi, R. (2020). Metode Pembelajaran Ceramah. *Annual Conference on Islamic Education and Thought ACIET*, I(I).