

<http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpm17>

Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM17)

Januari 2020, Vol. 05, No. 01, hal 59–65

E-ISSN : 2407-7100

P-ISSN : 2579-3853

## USAHA CATERING OKE LA BEB GO ONLINE

**Immanuel Deny Krisna Aji<sup>1</sup>, Hilda Yunita Wono<sup>2</sup>, Kuncoro Dewi Rahmawati<sup>3</sup>, Gabriela Laras Dewi Swastika<sup>4</sup>, Monika Teguh<sup>5</sup>, dan Dheandra Mutiara Kayana<sup>6</sup>**

<sup>1,2,4,5,6</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media Universitas Ciputra Surabaya,  
email: [immanuel.aji@ciputra.ac.id](mailto:immanuel.aji@ciputra.ac.id), [hilda.yunita@ciputra.ac.id](mailto:hilda.yunita@ciputra.ac.id), [gabriela.swastika@ciputra.ac.id](mailto:gabriela.swastika@ciputra.ac.id),  
[monika.teguh@ciputra.ac.id](mailto:monika.teguh@ciputra.ac.id),

<sup>3</sup>Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya  
[kuncoro.dewi@ciputra.ac.id](mailto:kuncoro.dewi@ciputra.ac.id)

### Abstract

*Made Subdistrict of Sambikerep, Surabaya is an area that is very close to Ciputra University campus building complex which is only about 3 km away. The large number of migrants living in the area ranging from those who work in offices and students is a huge opportunity for residents of the Made Subdistrict to open catering business. This was the main reason underlying Ms. Alfiah to open a heavy food supply business. Ms. Alfiah is a housewife who loves cooking. Come from Lamongan Regency and has lived in the Made Subdistrict area for quite a long time. The problems faced by the business partners of Okay La Beb Catering are limited marketing: The catering business owner Oke La Beb has not implemented a marketing strategy that reaches more customers, the technology used is not maximal, often there are no transactions simply because she does not have any knowledge how to use technology for marketing. The solution is to provide basic knowledge of marketing strategies through integrated marketing communication, guiding the use of digital technology in marketing communications. Through community service activities conducted, Ms. Alfiah can use online media, namely Whatsapp (personal messenger) and (Instagram) social media in marketing.*

**Keywords:** *online media, catering, digital technology, marketing communication*

### Pendahuluan

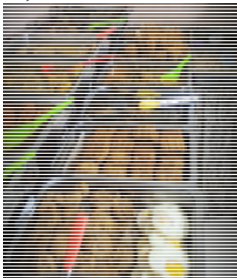
Universitas Ciputra merupakan perguruan tinggi yang fokus pada pengembangan Entrepreneurship. Tidak hanya bagi seluruh sivitas akademika, namun juga diharapkan mampu lebih luas mengembangkan program bagi masyarakat sekitar kampus. Kelurahan Made Kecamatan Sambikerep Kota Surabaya merupakan area yang sangat dekat dengan keberadaan komplek gedung kampus Universitas Ciputra hanya berjarak sekitar kurang lebih 3 km saja. Masyarakat di wilayah Kelurahan Made tersebut merupakan daerah paling pinggir di barat Kota Surabaya. Banyak warga Kelurahan Made yang membuka beberapa usaha dalam upaya meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan warganya. Mulai dari membuka rumah tinggal yang disewakan, indekost, dan banyak toko-toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Peluang yang sangat besar bagi warga Kelurahan

Made karena banyaknya pendatang yang tinggal di wilayahnya mulai dari yang bekerja di perkantoran maupun para mahasiswa.

Hal inilah yang pertama kali mendasari Ibu Alfiah untuk membuka usaha penyedia makanan berat. Ibu Alfiah adalah seorang ibu rumah tangga yang memiliki kesenangan dalam hal memasak. Ibu Alfiah berasal dari Kabupaten Lamongan dan sudah cukup lama bermukim di wilayah Kelurahan Made. Sejak tahun 2013 melalui program pelatihan Entrepreneurship yang dilakukan oleh Universitas Ciputra, Ibu Alfiah hadir sebagai peserta dan berhasil membuka sebuah lapangan pekerjaan baru yaitu menerima pesanan nasi kotak. Awal yang cukup baik karena Ibu Alfiah sebelumnya tidak pernah memulai kegiatan bisnis. Pada tahun 2014 awal Ibu Alfiah melalui bimbingan dosen Universitas Ciputra membuat sebuah merek bagi usahanya yaitu Oke La Beb yang merupakan

kepanjangan dari Otak-otak Bandeng Lamongan.

Pada tahun 2015 Oke La Beb berkembang dari yang awalnya hanya menerima pesanan dari rumah menjadi sebuah kedai di wilayah dekat dengan Universitas Ciputra. Kedai tersebut berkonsep prasmanan dengan pelanggan mengambil sendiri makanan. Namun, karena adanya ketidakstabilan status tanah yang ditempati kedai prasmanan Oke La Beb akhirnya harus ditutup secara permanen. Padahal pelanggan sudah cukup banyak sehingga omzet yang diterima oleh Oke La Beb pernah mencapai lebih kurang Rp 1.000.000,-/hari.



Gambar 1. menu yang disajikan oleh Usaha Catering Oke La Beb

Sumber: dokumentasi pribadi

Saat ini, usaha catering Oke La Beb, sudah tidak melakukan penjualan di kedai *offline*. Hanya memanfaatkan relasi yang sudah terjalin. Dampak yang besar dirasakan oleh Ibu Alfiah adalah dalam pendapatan yang dihasilkan tidak terlalu banyak, bahkan tidak bisa setiap hari mendapatkan pemasukan dari usaha catering tersebut. Apabila ingin membuka kedai kembali tentu saja membutuhkan modal yang sangat banyak, dan hasilnya tidak bisa dirasakan dalam waktu yang cepat. Perlu adanya cara lain yang dilakukan oleh Oke La Beb sehingga bisa mendapatkan pemasukan yang lebih namun dengan modal usaha yang tidak terlalu besar.

Permasalahan yang dialami mitra sejauh ini adalah pemilik usaha catering Oke La Beb belum menerapkan strategi pemasaran yang menjangkau lebih banyak pelanggan, teknologi yang digunakan belum maksimal serta sering tidak ada transaksi hanya karena pemahaman penggunaan teknologi untuk pemasaran kurang. Permasalahan tersebut menjadi sangat penting untuk diselesaikan karena di era

revolusi industri 4.0 seperti sekarang ini, banyak usaha yang tidak dapat berkembang hanya karena tidak menggunakan media yang tepat untuk menjangkau pelanggannya.

### Metode Pelaksanaan

Mitra sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemilik usaha catering Oke La Beb dan karyawan yang berjumlah 2 orang. Mitra sasaran ini berada di wilayah Kelurahan Made, Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. Upaya keterlibatan mitra sasaran dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan mitra. Selain itu juga diharapkan mitra sasaran tersebut dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha yang lain baik yang secara geografis berada di wilayah yang sama, secara bidang usaha mempunyai kesamaan dan lain sebagainya.

(Ife & Tesoriero, 2008) menjelaskan bahwa pemberdayaan merupakan upaya meningkatkan kepercayaan diri masyarakat yang diberdayakan. Hal ini merupakan salah satu agenda perubahan mental dan spiritual. Menurut (Ife & Tesoriero, 2008) cara yang tepat langsung dilakukan di lapangan dengan memberikan pelatihan, kunjungan lapangan dan pendampingan. Metode ini yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dapat digambarkan pada diagram alir secara bertahap bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki beberapa tahapan, yaitu:



Gambar 2. Alur kerja kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Sumber: (Aribowo, 2018)

Pembentukan tim merupakan tahapan pertama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat ini berasal dari disiplin ilmu yang berbeda, yaitu ilmu komunikasi dan psikologi. Kepakaran dari

dua keilmuan yang berbeda ini dibutuhkan untuk dapat melaksanakan metode pelatihan dan pendampingan dengan lebih optimal. Selanjutnya ditentukan tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yang menjadi tolok ukur keberhasilan program. Dalam hal ini adalah perubahan mindset pemasaran konvensional dengan offline atau luar jaringan menuju pemasaran modern dengan online atau dalam jaringan. Tahapan selanjutnya adalah dengan mengidentifikasi stakeholder yang terlibat. Mitra sasaran menjadi penting untuk ditetapkan di awal, serta kesediaan kontribusinya dalam kesuksesan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Langkah selanjutnya dengan mengidentifikasi kebutuhan yang spesifik dengan cara wawancara dan observasi. Pemilik catering Oke La Beb perlu digali lebih dalam terkait dengan kebutuhan mendasar pengembangannya, bukan hanya sekedar keinginan. Selanjutnya bersama dengan mitra sasaran perlu menentukan prioritas permasalahan dan bersama-sama menentukan dan menyepakati solusi yang akan dilaksanakan. Partisipasi dari pemilik usaha catering Oke La Beb akan sangat penting dalam tahapan ini supaya program dapat berhasil. Setelah kesepakatan diperoleh, maka dilakukan persiapan dan mengupayakan sumber daya yang akan digunakan.

Implementasi pertama dilakukan dengan pelatihan entrepreneurship untuk membuka mindset pemilik usaha catering Oke La Beb, kemudian dilanjutkan dengan secara bersama-sama membuat logo usaha. Selanjutnya pendampingan dimulai dengan membuat kemasan dan pengembangan kemasan dengan logo yang telah dibuat. Pendampingan terus dilakukan agar pemasaran online dapat tercapai dengan pelatihan penggunaan email, whatsapp, dan Instagram. Dilakukan pula pembuatan panduan penggunaan teknologi digital tersebut agar dapat terus dilanjutkan oleh pemilik usaha catering Oke La Beb dan para karyawannya. Review dan evaluasi dilakukan pada akhir program untuk melihat kembali proses perubahan mindset dan penambahan pengetahuan serta keterampilan pemilik usaha catering Oke La Beb. Hal ini dilakukan agar kendala dan

hambatan yang muncul dapat segera diatasi secara optimal.

Secara garis besar proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bersama dengan mitra sasaran usaha catering Oke La Beb dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Matriks Permasalahan, Solusi, Metode dan Prosedur Kerja Program Abdimas Catering Oke La Beb

Permasalahan Mitra	Solusi	Metode	Prosedur Kerja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilik usaha catering Oke La Beb belum menerapkan strategi pemasaran yang menjangkau lebih banyak pelanggan (masih konvensional harus menggunakan pemasaran <i>offline</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upaya memberikan pengetahuan dasar strategi pemasaran melalui <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> atau komunikasi pemasaran terpadu dalam pelatihan Entrepreneurship</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelatihan</li> <li>• Kunjungan</li> <li>• Pendampingan</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan materi pelatihan IMC</li> <li>2. Menghubungi mitra untuk menyusun jadwal pelatihan</li> </ol>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemahaman dan ketremapilan penggunaan teknologi digital belum optimal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengadaan panduan penggunaan teknologi digital dalam komunikasi pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelatihan</li> <li>• Pendampingan</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan materi panduan</li> <li>2. Mendesain dan layout panduan</li> <li>3. Mendaftarkan hak cipta</li> </ol>

### Hasil Dan Pembahasan

Bermula dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Ciputra Surabaya melalui Pelatihan Entrepreneurship bagi masyarakat

di sekitar kampus, Catering Oke La Beb telah dibekali dengan ilmu dasar Entrepreneurship. Program ini diselenggarakan bagi masyarakat sekitar kampus Universitas Ciputra Surabaya dalam rangka memberdayakan masyarakat yang membutuhkan penghasilan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Catering Oke La Beb adalah salah satu usaha rumahan yang bertahan cukup lama dengan pelanggan yang sudah ada.

Peran pelaku usaha catering Oke La Beb ikut terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat penting. Hal ini karena usaha catering Oke La Beb belum memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak. Hanya 2 orang karyawan yang membantu. Usaha Catering Oke La Beb di Kelurahan Made, Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya terlibat sebagai peserta HIP abdimas, menyediakan tempat kegiatan pelatihan serta menyediakan bahan olahan sebagai dasar modifikasi komunikasi pemasaran melalui media digital sehingga dapat lebih berkembang secara pemasaran.



Gambar 3. Ibu Alfiah (Pemilik Usaha Oke La Beb) dalam kegiatan Pelatihan Entrepreneurship  
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada gambar 3 di atas, tampak Ibu Alfiah sebagai pemilik usaha catering Oke La Beb sedang melakukan presentasi bisnis yang sedang dilakukan. Proses ini untuk dapat meningkatkan kapasitas menumbuhkan kepercayaan diri Ibu Alfiah. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan karena modal utama melakukan pengembangan pemasaran produk adalah kemampuan berkomunikasi yang terus ditingkatkan oleh pemilik usaha. Menurut (Mangkuprawira, 2004), pelatihan dapat diartikan sebagai proses mengajarkan pengetahuan serta keahlian dan sikap agar lebih terampil dan bertanggung jawab sesuai dengan standar. Oleh karena itu dalam pelatihan Entrepreneurship diharapkan

peserta dapat meningkatkan kapasitas diri sesuai dengan kebutuhan yang akan dipenuhi atau tujuan yang akan dicapai. Ibu Alfiah cenderung awalnya pendiam, namun dengan pelatihan entrepreneurship ini didorong untuk tidak hanya diam namun melakukan sesuatu, yaitu berbicara di depan khalayak.

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh pelaksana dari Universitas Ciputra yang terdiri dari sumber daya manusia dengan kepakaran *marketing communication* dan psikologi berfokus pada pendidikan awal usaha dapat dijalankan dengan system pemasaran yang modern dengan mengikuti perkembangan jaman. Apabila melihat lebih jauh saat ini dunia mulai memasuki Industri 4.0 yang ditandai dengan meningkatnya konektivitas, interaksi, dan batas antara manusia, mesin, dan sumber daya lainnya yang semakin konvergen melalui teknologi informasi dan komunikasi (Schwab, 2016). Revolusi industri 4.0 diproyeksikan akan mempengaruhi perilaku personal yang bergerak di bidang industry atau bahkan wirausaha.

Peran utama sebagai seorang pelaku usaha terlebih di bidang makanan, perlu dengan meningkatkan kapasitas diri untuk berkomunikasi dan memasarkan. Banyak usaha makanan atau catering yang tidak mau mengembangkan usahanya di bagian pemasaran dan akhirnya gulung tikar. Ibu Alfiah sebagai pelaku usaha catering Oke La Beb perlu diberikan pembelajaran awal mengenai perkembangan dunia saat ini agar mau lebih meningkatkan diri sesuai dengan perubahan yang terjadi. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, pola pikir yang masih konvensional tentang pemasaran harus diubah.



Gambar 4. kondisi ter kiri kedai prasmanan Oke La Beb yang ditutup pagar permanen  
Sumber: google map

Pada gambar 4 tampak bahwa kedai prasmanan yang merupakan satu-satunya tempat usaha Oke La Beb ditutup dengan tembok permanen sehingga mengakibatkan akses untuk menuju ke kedai prasmanan tersebut terhalang. Bukan hanya terhambat penjualan produk Oke La Beb, bahkan berhenti seketika. Hal ini karena memang kedai prasmanan Oke La Beb tersebut berdiri pada lahan yang masih dalam proses sengketa atau hukum. Pada saat hal ini terjadi, Ibu Alfiah beserta karyawannya terpaksa harus menghentikan kegiatan usaha yang dilakukan.

Kedai prasmanan adalah salah satu contoh kegiatan pemasaran konvensional yang dilakukan oleh Ibu Alfiah. Pemasaran luar jaringan (luring) tersebut kerap menjadi satu-satunya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Catering Oke La Beb. Pendampingan awal dilakukan untuk memberikan kesadaran bagi Catering Oke La Beb untuk melakukan upaya pemasaran dengan cara lain, yaitu dengan melakukan pemasaran dalam jaringan (daring). Tidak mudah mengubah mindset pelaku usaha luring untuk beralih ke pemasaran daring. Perlu waktu yang cukup lama untuk dapat menyadarkan pelaku usaha catering untuk mengembangkan cara pemasaran baru tersebut dalam kondisi masih terbayang berapa modal yang sudah dikeluarkan untuk membuat asset berupa kedai prasmanan Oke La Beb.

Pertama yang dilakukan bersama dengan Ibu Alfiah adalah dengan pembuatan logo usaha. Logo merupakan kependekan dari istilah logotype yang muncul pertama kali pada tahun 1810-1840. Logotype merupakan tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan jenis huruf tertentu. Oleh karena itu logotype berupa elemen tulisan saja (Suriyanto, 2009). Selanjutnya dalam perkembangannya logotype tidak hanya berupa tulisan saja namun dapat mengandung unsur gambar, ilustrasi, symbol sebagai sebuah identitas visual sebuah perusahaan atau produk. (Sularko, Prawata, & Widranata, 2008) juga menjelaskan bahwa logo merupakan tanda dari sebuah identitas perusahaan atau identitas merek yang secara langsung tidak menjual, namun memberikan identitas yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran.



Gambar 5. Logo Usaha Catering Oke La Beb

Sumber: dokumentasi pribadi

Proses selanjutnya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan membuat logo usaha catering Oke La Beb. Pembuatan logo ini bersama dengan pemilik usaha yang telah mendapatkan tambahan pengetahuan dan pemahaman tentang pengembangan system pemasaran. Logo tersebut berwarna abu-abu dengan latar transparan dengan harapan dapat memberikan kesederhanaan dalam setiap menu yang disajikan. Hal ini karena menu yang disediakan oleh usaha catering Oke La Beb tersebut adalah menu-menu rumahan dengan cita rasa yang istimewa, sehingga ketika logo digunakan akan terlihat sederhana namun elegan. Selanjutnya penulisan dibuat miring ke kanan untuk menunjukkan bahwa usaha catering Oke La Beb selalu mengikuti perkembangan jaman dan maju ke depan. Symbol atau tanda tempat makanan juga tampak menghiasai sekitar tulisan. Tempat makanan atau wadah tersebut identik dengan tempat makanan yang digunakan pada tatanan catering. Hal ini memberikan peluang bagi Usaha Catering Oke La Beb agar tetap bisa menjalankan usaha cateringnya tidak hanya dengan pemasaran luring yang selama ini dilakukan namun juga dengan pemasaran daring. Usaha catering bisa dilakukan secara luring maupun secara daring.



Gambar 6. Contoh aplikasi logo dalam meal box Catering Oke La Beb

Sumber: dokumentasi pribadi



Catering Oke La Beb Go Online dimulai dengan pengenalan dan pembelajaran penggunaan teknologi digital. Hal pertama yang dilakukan adalah dengan pembuatan email. Pada saat proses pembuatan email dilakukan bersama dengan Ibu Alfiah, sehingga setiap proses yang dilakukan dapat dikenali oleh Ibu Alfiah dengan baik dan dapat dipraktikkan ketika suatu saat akan mengembangkan akun email lebih dari satu sebagai kebutuhan pemasaran produk catering Oke La Beb. Mengingat kemampuan mengingat yang terbatas seperti yang disampaikan oleh pemilik usaha, maka tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat menyediakan panduan praktis tahapan pembuatan email yang dapat digunakan oleh Ibu Alfiah maupun karyawan yang lain secara berkelanjutan.

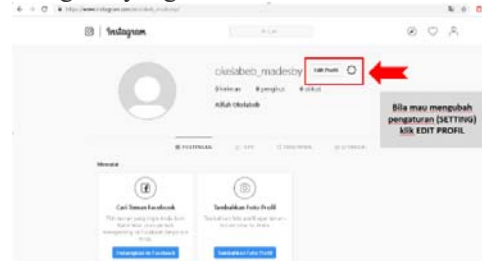


Gambar 7. Contoh isi panduan email  
Sumber: dokumentasi pribadi

Email menjadi langkah awal dalam pelaksanaan pemasaran daring karena hampir semua kegiatan pemasaran daring membutuhkan email sebagai identitas pengguna layanan. Oleh karena itu, pemahaman pemilik usaha catering Oke La Beb dapat lebih meningkat. Dalam panduan penggunaan email yang dibuat juga disertakan dengan langkah-langkah dan petunjuk yang dapat dipahami oleh pemilik usaha maupun karyawan dengan lebih mudah.

Selanjutnya pengembangan pemasaran daring yang dilakukan adalah dengan menggunakan social media. Hal ini tentu saja didasari dengan pemetaan pelanggan terlebih dahulu. Catering Oke La Beb terletak dekat dengan perumahan Citraland Surabaya barat yang terdapat berbagai kantor maupun sekolah. Banyak pelanggan yang menggunakan social media dalam mencari sumber informasi termasuk di dalamnya adalah informasi seputar makanan. Instagram menjadi salah satu

social media yang pada saat ini diakses oleh sebagian besar pelanggan Oke La Beb. Oleh karena itu pemasaran daring catering Oke La Beb menggunakan media social Instagram. Tidak mudah untuk dapat memerikan pemahaman bagi pemilik usaha catering untuk menjalankan Instagram. Oleh karena perlu juga dibuatkan panduan penggunaan Instagram yang detail.



Gambar 8. Contoh isi panduan penggunaan Instagram catering Oke La Beb  
Sumber: dokumentasi pribadi

Selain menggunakan social media berupa Instagram, catering Oke La Beb juga menggunakan personal messenger yaitu whatsapp. Walaupun menggunakan nomor telepon pribadi sebagai akun whatsapp, namun ada fitur yang cukup bisa diandalkan untuk menjangkau pelanggan yang sudah pernah membeli produk Catering Oke La Beb sebelumnya dan menyimpan nomor telepon tersebut, yaitu fitur status. Fitur tersebut dapat memuat instrument komunikasi pemasaran berupa foto dan video yang dapat digunakan sebagai media komunikasi massa dengan pelanggan yang terbatas.

Pengembangan pemasaran juga harus diimbangi dengan pengembangan produk. Proses selanjutnya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan meningkatkan produk catering Oke La Beb menjadi lebih kekinian. Hal ini dilakukan untuk menunjang kegiatan pemasaran daring yang dilakukan. Pengembangan produk disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan yang membutuhkan makanan dari catering Oke La Beb tidak hanya ketika sedang membutuhkan makanan dalam jumlah besar, namun juga dalam kuantitas yang terbatas. Oleh karena ini, bersama dengan pemilik usaha Catering Oke La Beb membuat kemasan yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan seperti gambar 7 di bawah ini



Gambar 9. Penggunaan fitur status pada whatsapp dan kemasan kekinian catering Oke La Beb  
Sumber: dokumentasi pribadi

### Kesimpulan

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pemahaman cara pemasaran yang cenderung baru bagi usaha catering Oke La Beb dapat dikatakan berhasil. Hal ini dapat dilihat dari yang sebelumnya pemilik usaha belum memahami tentang cara pemasaran yang beragam. Pemilik usaha masih secara konvensional memasarkan produknya sehingga ketika ada permasalahan kedai prasmanan ditutup paksa, pemilik merasa tidak ada jalan lain untuk memasarkan produknya. Pemasaran daring atau dalam jaringan atau lebih dikenal sebagai pemasaran online dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Tidak adanya lahan atau tempat untuk berjualan tidak menjadi alasan untuk tidak memasarkan produknya.

Proses pertama dilakukan pelatihan entrepreneurship untuk membuka *mindset* wirausaha, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan logo usaha. Pemasaran online bukan hal yang mudah untuk pemilik usaha yang masih belum mengenal teknologi. Perlahan pengenalan teknologi digital melalui smartphone diperkenalkan kepada pemilik usaha catering Oke La Beb mulai dari email secara akses utama, whatsapp sebagai personal messenger dan Instagram sebagai media social. Perlu juga menyediakan panduan singkat berupa buku yang dapat digunakan oleh pemilik usaha catering Oke La Beb maupun karyawannya untuk dapat digunakan secara berkelanjutan dan mandiri.

Solusi yang ditawarkan kepada mitra sasaran pemilik usaha catering Oke La Beb

bukan berarti tidak mengalami hambatan. Dalam pelaksanaannya perlu melakukan pendampingan secara berkelanjutan tidak hanya sekali saja. Proses pembuatan logo yang dilakukan cukup memakan waktu terutama berkaitan dengan pemaknaan yang berasal dari mitra sasaran kegiatan itu sendiri. Selain itu juga penggunaan teknologi tidak bisa diajarkan sekali dua kali saja, namun terus menerus dan bertahap. Hal ini karena semakin sering digunakan atau mengalami sendiri, maka pemilik usaha akan semakin dapat memaksimalkan teknologi bahkan sampai pada tahap membutuhkan teknologi tersebut.

### Referensi

- Aribowo, E. K. (2018). Digitalisasi Aksara Jawa dan Pemanfaatannya Sebagai Media Pembelajaran bagi Musyawarah Guru Mata Pelajaran Bahasa Jawa SMP Kabupaten Klaten. *Warta LPM*, 59-71.
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di era Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mangkuprawira, T. (2004). *Manajemen SDM Strategik*. Jakarta, Indonesia: PT. Ghalia.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. London, United Kingdom: Penguin Books Ltd.
- Sularko, H., Prawata, V., & Widranata, M. (2008). *How Do They Think*. Jakarta: Mosher.
- Surianto, R. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.