

Paper ID : 67

## Pelatihan Media Pemasaran Online dengan Sosial Media Pada Usaha Terang Bulan Mini Dapur Priya

Ni Luh Gede Pivin Suwirmayanti<sup>\*1</sup>, Rosalia Hadi<sup>2</sup>, Putu Adi Guna Permana<sup>3</sup>, Ni Kadek Sukerti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Indonesia

E-mail: <sup>\*1</sup>[pivin@stikom-bali.ac.id](mailto:pivin@stikom-bali.ac.id), <sup>2</sup>[rosa@stikom-bali.ac.id](mailto:rosa@stikom-bali.ac.id), <sup>3</sup>[adiguna@stikom-bali.ac.id](mailto:adiguna@stikom-bali.ac.id),  
<sup>4</sup>[dektisamuh@gmail.com](mailto:dektisamuh@gmail.com)

### Abstrak

*Dapur Priya merupakan salah satu bisnis kuliner yang berfokus pada salah satu jajanan yaitu terang bulan mini. Peluang bisnis terang bulan mini saat ini memiliki potensi yang cukup menjanjikan jika dikembangkan sebagai usaha jajanan. Potensi pasar yang masih terbuka lebar, memberikan peluang bagi mitra untuk bisa meraih keuntungan. Agar tak kalah bersaing dengan pedagang kue yang lain, diperlukan ide yang lebih kreatif. Dapur Priya yang dimiliki oleh Bapak Rustana yang beralamat di Banjar Sengguan Abianbase, Mengwi Badung. Usaha ini sudah digeluti cukup lama semenjak beliau tidak bekerja karena dampak pandemi COVID-19. Mitra mulai merintis usaha jajan terang bulan mini ini bersama istri. Melihat dari sisi jangkauan pemasaran jajan terang bulan mini, mitra hanya memasarkan di sekitaran rumah mitra dan dari mulut ke mulut saja. Kegiatan pengabdian ini merupakan kelanjutan dari kegiatan pengabdian dengan judul " Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini" dan pada kegiatan selanjutnya setelah peningkatan varian rasa dan penambahan desain kemasan maka dalam kegiatan kedua ini berdasarkan permasalahan prioritas yang ditangani maka solusi yang ditawarkan berupa Penerapan iptek melalui pelatihan media pemasaran online berupa media sosial sebagai wadah mempromosikan dan menyebarkan informasi jajan terang bulan mini yang diproduksi mitra.*

**Kata Kunci** — *Dapur Priya, Media Sosial, Terang Bulan Mini*

### Abstract

*Priya's kitchen is a culinary business that focuses on one of the snacks, namely mini moonlight. The current mini moonlight business opportunity has quite promising potential if it is developed as a snack business. The market potential is still wide open, providing opportunities for partners to be able to make profits. In order not to compete with other cake traders, more creative ideas are needed. Priya's kitchen is owned by Mr. Rustana, whose address is Banjar Sengguan Abianbase, Mengwi Badung. This business has been in the works for quite a while since he was out of work due to the impact of the COVID-19 pandemic. Partners started to pioneer this mini moonlight snack business with his wife. In terms of the marketing reach of the mini moonlight snacks, partners only market around the partner's house and by word of mouth. This service activity is a continuation of the service activity with the title "Adding Packaging Designs and Flavor Variants in the Mini Bright Moon Snack Business" and in the next activity after increasing the flavor variants and adding packaging designs, in this second activity, based on the priority problems handled, the solutions offered in the form of the application of science and technology through online marketing media training in the form of social media as a forum for promoting and disseminating information on mini moonlight snacks produced by partners.*

**Keywords** — *Priya's Kitchen, Social Media, Mini Moonlight*

Prosiding Seminar Nasional CORISINDO 2021  
Pengabdian Kepada Masyarakat

## 1. PENDAHULUAN

Covid-19 ini membuat banyak karyawan yang dirumahkan terutama dari sektor pariwisata di Bali dan mereka mulai mengggeluti dan mengembangkan kreatifitasnya untuk membuat usaha rumahan. Bisnis kuliner merupakan salah satu pilihan yang paling digandrungi saat ini karena modal yang dikeluarkan tidak terlalu besar. Salah satu bisnis kuliner yang diangkat dalam pengabdian ini adalah usaha jajanan rumahan terang bulan mini “ Dapur Priya”. Daput Priy berniat menjual jajan terang bulan mini, selain karena suka sama varian rasanya, memiliki ukuran kecil sehingga tidak perlu memotong lagi, dapat divariasikan dengan aneka topping dalam satu paket, efisien karena tidak ada terang bulan yang tersisa karena ukuran kecil bisa disesuaikan dengan kebutuhan. Bentuk lebih menarik, lebih cepat masak sehingga cepat saji, sesuai dengan kebutuhan konsumen, karena memiliki cita rasa yang enak, kebutuhan akan aneka jajan juga tidak pernah surut (Gautama dan Putri, 2019).

Pembuatan adonan dari terang bulan mini ini cukup mudah, bahannya juga tidak sulit didapatkan di pasaran. Untuk bahan dan alat yang dibutuhkan dalam proses produksi terang bulan mini diantaranya adalah tepung terigu, telur, gula pasir, soda kue,air, garam halus, vanili secukupnya, ragi bubuk, susu kental manis, margarine. Untuk bahan topping umumnya menggunakan meises, keju chadder. Sedangkan alat yang digunakan adalah cetakan terang bulan mini, loyang, baskom, sendok, gelas ukur, pisau, pengocok adonan. setelah alat dan bahan sudah siap maka proses selanjutnya adalah pencampuran adonan, menuangkan adonan ke cetakan, setelah adonan sudah mengembang maka angkat adonan dan olesi permukaan Terang Bulan Mini dengan sedikit margarine kemudian tambahkan topping. Dilihat dari sisi Harga terang bulan mini juga lebih terjangkau dan akan untuk anak-anak lebih tertarik untuk mengkomsumsi ternag bulan mini karena varian toppingnya menarik.



**Gambar 1.** Proses Pembuatan



**Gambar 2.** Hasil Terang Bulan Mini Setelah Diisi Topping

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Bapak Rustana yang beralamat di Banjar Sengguan Abianbase, Mengwi Badung. Usaha ini sudah digeluti cukup lama semenjak beliau tidak bekerja karena dampak pandemi covid-19, Bapak Rustana sebelumnya bekerja di bidang pariwisata dan memang memiliki

hoby membuat jajan sejak lama. Beliau mulai merintis usaha jajanan ini bersama istri, terang bulan yang dibuat saat ini hanya diproduksi sesuai pesanan yang ada dengan varian topping yang ditawarkan masih monoton yaitu meses dan keju. Usaha jajanan ini hanya diproduksi dirumah saja dan dipasarkan hanya dari mulut ke mulut serta pemasarannya masih di daerah produksi saja, sehingga peluang untuk mengembangkan usaha dalam hal mencari konsumen diluar daerah produksi masih kurang, dimana diperlukan terobosan baru menyesuaikan perkembangan teknologi saat ini yang bisa dimanfaatkan dalam hal media promosi terang bulan yang dihasilkan. Kegiatan pengabdian ini merupakan kelanjutan dari kegiatan pengabdian dengan judul “Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini” (Suwirmayanti et al, 2012), pada kegiatan selanjutnya setelah peningkatan varian rasa dan penambahan desain kemasan maka dalam kegiatan kedua ini berdasarkan permasalahan prioritas yang ditangani maka solusi yang ditawarkan berupa Penerapan iptek melalui pelatihan media pemasaran online berupa media sosial sebagai wadah mempromosikan dan menyebarkan informasi jajan terang bulan mini yang diproduksi mitra.

## 2. METODE PENGABDIAN

Adapun tahapan dari kegiatan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.** Metode Pengabdian

### 2.1. Sosialisasi Kegiatan

Dalam tahap pertama ini dilakukan pertemuan antara tim pengabdian dengan mitra untuk memberikan penjelasan dan pengetahuan kepada mitra tentang pentingnya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dalam sosialisasi kegiatan ini juga dilakukan pengumpulan informasi tentang kondisi aktual mitra yang terkait dengan permasalahan mitra yang nantinya ada yang bisa diangkat dalam kegiatan pengabdian ini. Kegiatan Sosialisasi dilaksanakan secara daring dengan menghadirkan mitra selaku peserta dalam pertemuan sosialisasi. Peserta adalah Bapak Rustana beserta anggota pengabdian. Pada pertemuan tersebut akan disampaikan informasi–informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan pengabdian, selain itu yang disampaikan kepada mitra terkait jadwal dan agenda dari setiap kegiatan yang akan dilaksanakan.

## 2.2. *Pelatihan Media Pemasaran Online*

Tahapan kedua dalam kegiatan ini adalah pelatihan media pemasaran online berupa media sosial sebagai wadah mempromosikan dan menyebarkan informasi jajan terang bulan mini yang diproduksi mitra. Pelatihan ini dilakukan secara daring dengan menggunakan aplikasi Zoom, dengan mitra langsung dan tim pengabdian, lama kegiatan ini yaitu kurang lebih dua jam. Untuk merealisasikan hal ini, maka mitra akan diberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial untuk produk yang dihasilkan.

## 2.3. *Evaluasi*

Tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah evaluasi. Evaluasi perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana luaran atau target dari kegiatan ini bisa tercapai sesuai dengan konsep awal yang sudah direncanakan. Beberapa komponen pelaksanaan pengabdian diantaranya: Ketercapaian dalam pendampingan dan pelatihan, kemampuan peserta dalam memahami materi, keberhasilan target peserta pelatihan, kepuasan peserta dalam mengikuti pelatihan (Pratami et al. 2020). Hasil evaluasi ini dapat menjadi indikator keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat terkait kegiatan pemasaran media online dengan sosial media.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

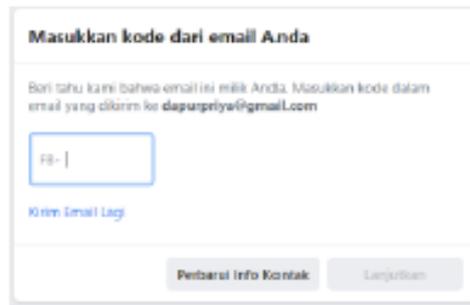
Kegiatan pengabdian yang tahap kedua adalah pelatihan media sosial sebagai media promosi produk yang dihasilkan oleh mitra. Dimana materi dalam pelatihan ini mengenai pembuatan aplikasi facebook dan instagram. Adapun tahapannya akun Facebook mitra sebagai berikut:

Halaman pendaftaran akun facebook yang nantinya akan diisi identitas mitra mulai dari nama depan, nama belakang, nomor hp, TTL, hingga ada kata sandi yang perlu diisi. Kemudian ada verifikasi data dengan memasukkan kode dari email yang sudah didaftarkan, dimana emailnya tersebut atas nama dapur priya.

The image shows a mobile application registration screen titled "Daftar" (Register). The subtitle is "Ini cepat dan mudah." (This is fast and easy). The form includes the following fields and options:

- Two input fields for "Nama depan" (First name) and "Nama belakang" (Last name).
- A single input field for "Nomor seluler atau email" (Mobile number or email).
- A single input field for "Kata sandi baru" (New password).
- A date selection section for "Tanggal Lahir" (Date of Birth) with dropdown menus for day (21), month (Mei), and year (2021).
- A gender selection section for "Jenis Kelamin" (Gender) with radio buttons for "Perempuan" (Female), "Laki-laki" (Male), and "Khusus" (Special).
- A green "Daftar" (Register) button at the bottom.
- Small text at the bottom: "Dengan mendaftar Daftar, Anda menyetujui Kebijakan, Kebijakan Data dan Kebijakan Cookie kami. Anda akan menerima notifikasi SMS dari Facebook dan dapat melakukan login juga." (By registering Daftar, you agree to our Policies, Data Policy and Cookies Policy. You will receive SMS notifications from Facebook and can also log in.)

**Gambar 4.** Halaman Pendaftaran



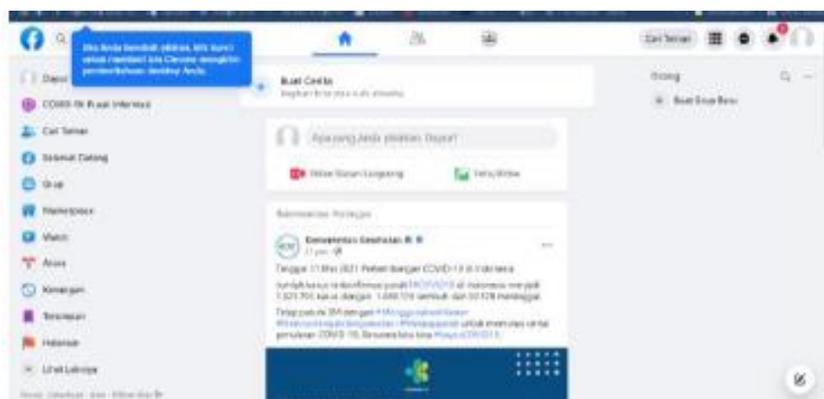
**Gambar 5.** Verifikasi kode di email

Setelah memasukkan kode dari email mitra, maka dapat memilih tombol “Lanjutan” untuk melihat proses selanjutnya. Terlihat pada Gambar 7. bahwa akun sudah dikonfirmasi dan ada notifikasi bahwa sudah bisa login ke akun facebook.

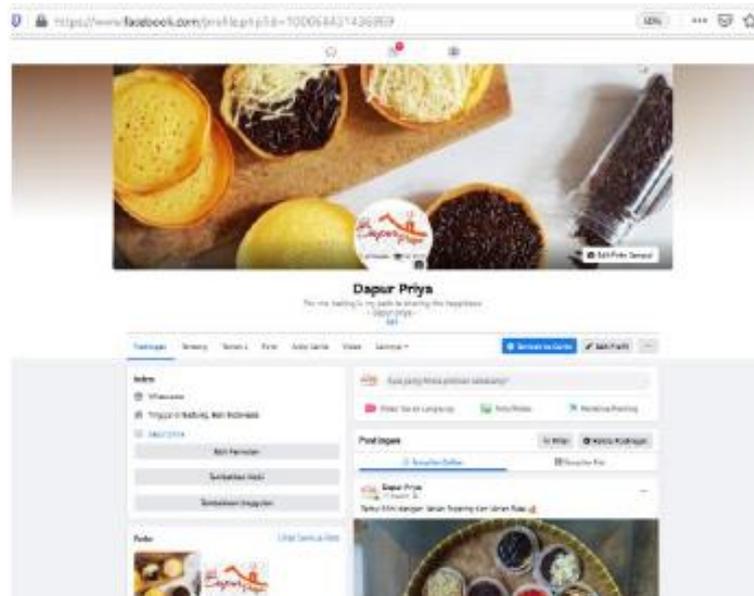


**Gambar 6.** Akun berhasil dibuat

Berikut merupakan tampilan awal Facebook mitra terlihat pada gambar 8 dan pada gambar 9 akun facebook sudah diisi dengan profil picture, background, serta langsung dipandu untuk cara edit profil, mengupload foto produk, sehingga bisa langsung dipromosikan produk yang dihasilkan



**Gambar 7.** Tampilan Awal Facebook Mitra



**Gambar 8.** Tampilan Akun Facebook Mitra

Selanjutnya adalah pembuatan akun Instagram untuk mitra dengan nama Instagram sama dengan akun Facebook yaitu “Dapur Priya”. Pada gambar 10 dan gambar 11 ditampilkan untuk proses awal pendaftaran, dimana mitra melengkapi nomor HP, nama lengkap, *username* dan *password*. Setelah itu memilih tombol *sign up* untuk prses selanjutnya.



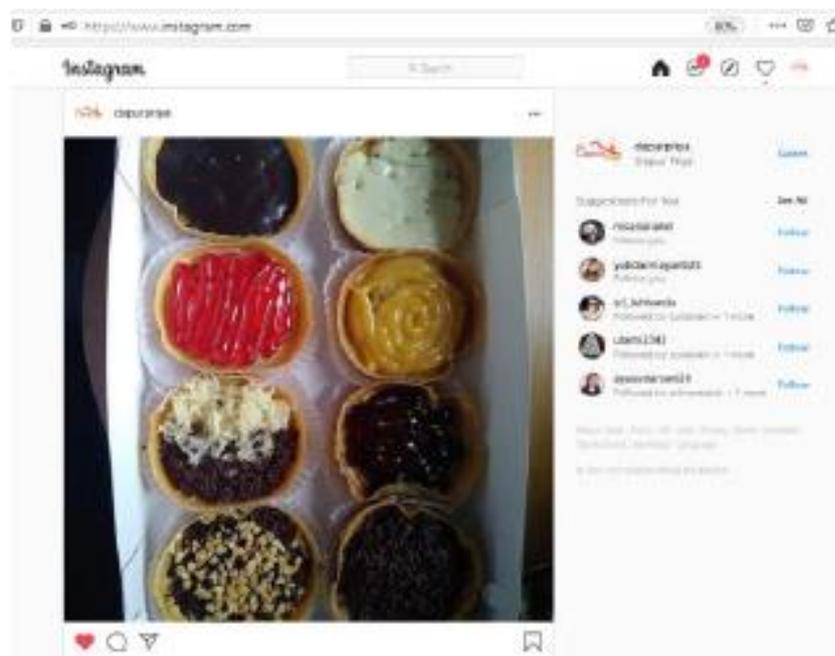
**Gambar 9.** Pengisian Data Pendaftaran Akun

Tahap selanjutnya ada konfirmasi kode dari email mitra, yang sebelumnya sudah kami bantu juga untuk menyiapkan email untuk pendaftarannya. Setelah memasukkan kode verifikasi, maka dilanjutkan dengan memilih tombol Next, untuk dapat login dengan menginputkan username dan password yang sudah ditentukan di awal pendaftaran, proses login dapat dilihat seperti pada gambar 11.

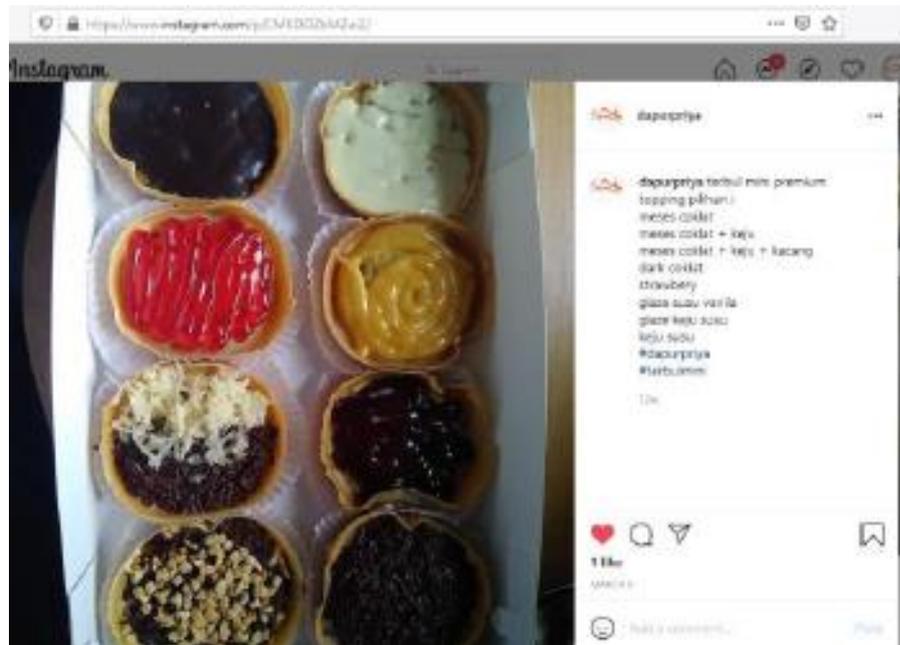


**Gambar 10.** Tampilan Untuk Login

Pada Gambar 11 terlihat bahwa akun Instagram mitra dengan nama “DapurPriya” sudah aktif dan bisa digunakan langsung dalam promosi terang bulan mini yang diproduksi. Sehingga harapannya dapat memperluas jangkauan area pemasaran mitra.

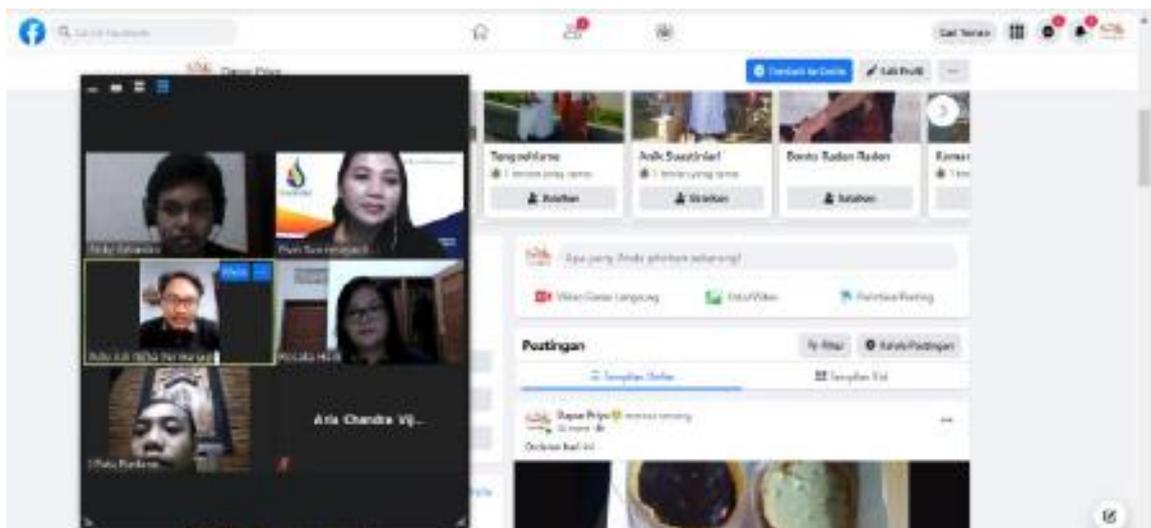


**Gambar 11.** Halaman Instagram Mitra

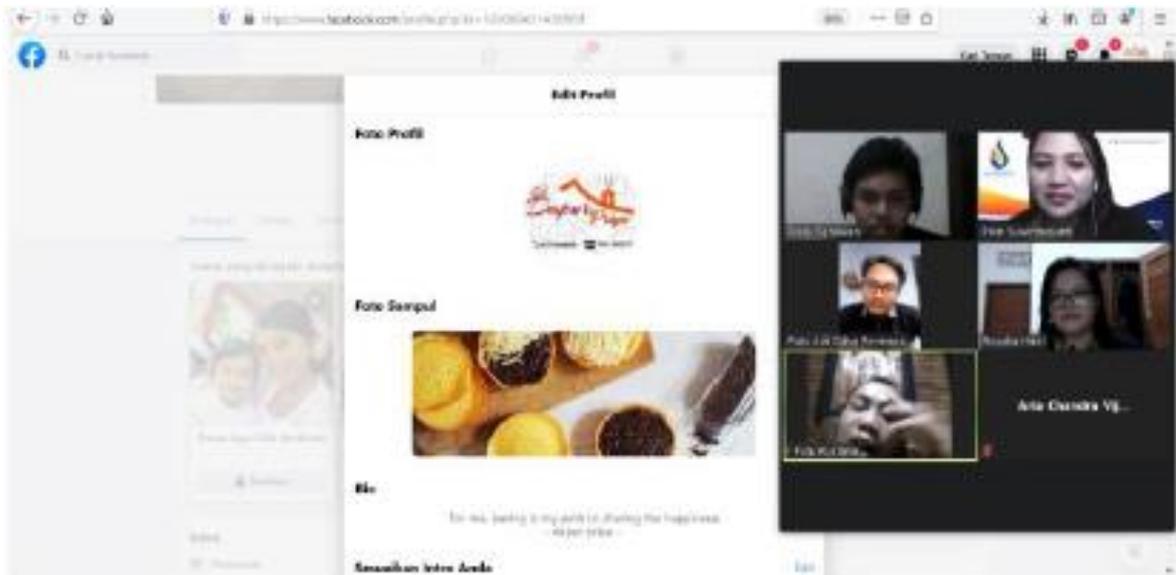


**Gambar 12.** Hasil Upload Produk Mitra

Terlihat pada gambar dibawah ini, merupakan dokumentasi saat melakukan pelatihan dan diskusi terkait Facebook dan Instagram, sampai pada tahap pengisian kuisioner yang kami diskusikan langsung dengan mitra, terkait kepuasan terhadap kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan.



**Gambar 13.** Penjelasan terkait Facebook Mitra



**Gambar 14.** Diskusi Saat Kegiatan



**Gambar 15.** Pengisian Kuisisioner

Tahapan selanjutnya dilakukan evaluasi kegiatan untuk melihat capaian target dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Kami tim pengabdian mengevaluasi beberapa komponen seperti pada table berikut:

Table 1. Evaluasi Kegiatan

| Target   | Evaluasi Pencapaian   |
|--|---|
| Mitra mengetahui pengemasan yang menarik untuk meningkatkan citra produk dengan target pencapai 100%.                                | Mitra mengganti kemasan plastik mika menjadi kemasan kertas sehingga lebih rapi dan dapat meningkatkan citra produk, sehingga dapat dikatakan pencapaiannya 100% sesuai target  |
| Mitra Bapak I Putu Rustana memahami pentingnya pengemasan yang baik untuk meningkatkan daya jual produk dengan target pencapai 100%. | Mitra Bapak I Putu Rustana memahami materi yang disampaikan mengenai kemasan yang baik, berdasarkan pengisian form kuisisioner kegiatan. Sehingga dapat dikatakan pencapaiannya 100% sesuai target.   |
| Mitra berhasil memiliki Sosial Media sebagai media promosi produk terang bulan.  | Mitra Bapak I Putu Rustana resmi memiliki akun Sosial media berupa Facebook dan Instagram khusus untuk media promosi produk yang dihasilkan dengan nama sosial media yang dimiliki adalah “Dapur Priya”. Sehingga dapat dikatakan pencapaiannya berhasil sesuai target.   |
| Mitra dapat memahami dan dapat menggunakan media sosial “Dapur Priya”  | Mitra Bapak I Putu Rustana sudah memahami dan menggunakan media sosial “dapur priya” sebagai media promosi produk dan mitra berkomitmen untuk tetap menggunakan dan terus konsisten menggunakan media sosial tersebut dalam mempromosikan produk jajan terang bulan mini. |

#### 4. KESIMPULAN

Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, di antaranya:

1. Penerapan iptek melalui pelatihan media pemasaran online berupa media sosial dalam hal ini diterapkan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram, dengan nama “Dapur Priya”, sebagai wadah mempromosikan dan menyebarkan informasi jajan terang bulan mini yang diproduksi mitra.
2. Mitra Bapak Putu Rustana telah mengetahui dan memahami tentang manfaat penggunaan media sosial sebagai wadah untuk promosi dengan baik, maka dari itu mitra berkomitmen untuk tetap menggunakan dan terus konsisten menggunakan media sosial tersebut dalam mempromosikan produk jajan terang bulan mini.

## 5. SARAN

Saran untuk untuk kegiatan pengabdian lebih lanjut berupa kegiatan pengabdian yang berkelanjutan misalkan kegiatan pengenalan aplikasi keuangan untuk pencatatan keuangan mitra, sehingga dapat dievaluasi seberapa besar pengaruh kegiatan pengabdian untuk mitra.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Mitra Pengabdian Bapak Putu Rustana yang bersedia bekerjasama dalam pengabdian ini dan kepada ITB STIKOM Bali yang memberikan pendanaan dalam mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian sesuai dengan target yang sudah ditetapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Angelina Diah Kusumasari dan Supriono., 2017. Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 49 No.2
- [2] Christy, P. 2015. Pengaruh Desain Kemasan (Packaging) pada Impulsive Buying. Yogyakarta, *Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dissertation*
- [3] Florentina, Marsella. 2009. Analisa dan perancangan E-Marketing pada Omega optik. *Binus University. Jakarta.*
- [4] Gautama I Made Bhaskara dan Putri Dian Rahmadi., 2019. Perancangan Label Kemasan Aneka Kue dan Banner Sebagai Media Promosi. *Jurnal Widyabhakti*, 1(2), pp.14-22.
- [5] Pratami Ni Wayan Cahya Ayu, Muryatini Ni Nyoman, Santiari Ni Putu Linda, Rahayuda I Gede Surya, Sunda I Nyoman., 2020. PKM Pengembangan Usaha IRT Jamu Tradisional di Desa Tibubiu Tabanan. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*. Vol. 3, No.1.
- [6] Ramayasa I Putu, Jimbara I Wayan Rupika, Suwastika I Wayan Kayun, Candrawibawa I Gede Angga., 2020. Pelatihan Pemasaran Online pada Mitra Lengis Nyuh di Tabanan. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, Vol.2 No.3.
- [7] Suwirmayanti Ni Luh Gede Pivin, Hadi Rosalia, Permana Putu Adi Guna, Sukerti Ni Kadek.,2021. Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, Vol.3 No.2.