

## Edukasi Promosi Media Sosial Kuliner Makanan Dalam Penerapan Digitalisasi

Yogi Putra<sup>1</sup>, Elfitra Desy Surya<sup>2</sup>, Furqan Furqan<sup>3</sup>

Politeknik LP3I Medan <sup>1</sup>, Universitas Pembangunan Pancabudi Medan<sup>2</sup>, Universitas Katolik Santo Thomas<sup>3</sup>

### ABSTRACT

Education and socialization Social media can play a role in developing and promoting culinary businesses that are mushrooming in Indonesia. Original Indonesian cuisine is very abundant and diverse and spread from Sabang to Merauke including seafood in Pari Serdang Bedagai City. Seafood cuisine in Pari Serdang Bedagai City has its own characteristics and represents the identity of each region in North Sumatra Province. By using social media to promote, of course it will be very helpful in showing culinary in Pari Serdang Bedagai City that is not yet widely known and without limits. Social media can be a platform that has the most potential to promote culinary in the future. Examples of social media that can be used to promote culinary businesses include Instagram, and Tiktok.

#### Keywords:

Edukasi, Sosialisasi, Promosi,  
Media Sosial, Digitalisasi

#### E-mail: -

[erlyahady@gmail.com](mailto:erlyahady@gmail.com)<sup>1</sup>

©2024 Published by Cattleya Darmaya Fortuna

### 1. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu keberadaan ikan pari dengan jumlah yang melimpah ruah di desa ini terdengar hingga ke desa-desa lain dan membuat banyak penduduk yang berasal dari desa lain berdatangan untuk menangkap ikan pari. Orang-orang yang berasal dari desa-desa lain tidak mengetahui apa nama desa ini dulunya, begitu juga dengan penduduk setempat tidak memiliki julukan untuk desanya. Alhasil, mengingat di pantai desa ini begitu banyak ikan pari akhirnya orang-orang dari luar desa menjulukinya dengan sebutan Kota Pari. Sebabnya jelas karena menurut cerita ikan pari yang melimpah ruah itu terlihat bagaikan kota, sehingga jumlahnya yang sangat banyak, dan lama kelamaan orang-orang menjadi terbiasa dengan julukan Kota Pari tersebut, hingga saat ini. Namun sayangnya saat ini ikan-ikan pari yang jumlahnya sangat banyak di pantai itu menurut cerita penduduk sudah sangat jarang bahkan nyaris tidak pernah ditemukan lagi, akibat terus-terusan ditangkap dan diperjualbelikan.

Menurut cerita sebagian warga, pada saat musim hujan sering sekali terjadi banjir, akan tetapi tidak di desa kota pari karena bentuk desanya yang menyerupai bentuk badan ikan pari, dengan kata lain desa ini sedikit lebih tinggi daratannya ketimbang desa-desa yang lain.

Kisah cerita yang lain mengenai desa pari yaitu desa yang banyak dihuni oleh para pendatang atau imigran. Para pendatang tersebut berasal dari berbagai macam daerah, salah satunya yaitu pendatang yang berasal dari daerah yang bernama Pare-pare. Lalu kemudian penduduk setempat menyebut mereka dengan Pare-pare begitu juga dengan penduduk yang berasal dari luar desa. Seiring berjalannya waktu sebutan Pare-pare tersebut kemudian berubah menjadi Kota Pari.

Tidak dapat dipungkiri, Kabupaten Serdang Bedagai (Sergai) merupakan salahsatu kabupaten di Provinsi Sumatera Utara (Sumut) yang terkenal dengan wisata kulinernya yang pasti “enak dan enak sekali” rasanya yang tak terkatakan. Sehingga mampu menjadi

daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Sergai dan menikmati kuliner yang ada di Sergai. Keunikan kuliner di Sergai menjadi sangat istimewa karena dipengaruhi oleh beberapa suku etnis yang ada di Sergai seperti Melayu, Jawa, Padang, Karo, Simalungun, Arab, Tionghoa dan juga Toba pastinya, dan semua disuguhkan dengan kearifan lokal khas Sergai yang mengugah para penikmatnya. Semakin berkembangnya bisnis kuliner di Sergai, membuat para pedagang semakin berinovasi untuk menarik penikmat kuliner mulai dari menu tradisi lokal dengan cita rasa yang khas, tempat yang nyaman sampai dekorasi yang unik dan menarik, semuanya demi membuat pengunjung betah berlama-lama dan menikmati sajian yang diberikan.

Kota Pari ini tidak hanya menawarkan pemandangan pantai yang indah dan sejuk saja namun juga menyajikan beraneka ragam jenis kuliner yang sangat enak dan enak sekali seperti kepiting saos padang, udang telur asin, ikan fillet asam manis, ayam mentega, ayam bawang putih, chap chay cah bakso ikan, tumis kangkung, aneka macam jus, coffe shop, paket Grill Seafood dan olahan seafood. Pantai ini juga memiliki fasilitas penginapan. Jadi para pengunjung yang ingin menikmati suasana pantai di malam hari ataupun yang ingin melihat matahari terbenam dan terbit bisa berkunjung ke pantai ini. Permasalahannya kuliner dari sea food yang enak dan enak sekali belum dipromosikan dengan maksimal melalui digitalisasi [1], [2]. Hal ini disebabkan pelaku UMKM belum teredukasi dan belum disosialisasikan penggunaan digitalisasi untuk promosi kuliner makanan laut melalui sosial media untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat [3] Kota Pari Kabupaten Serdang Bedagai.

## **2. METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini di Kota Pari. Kegiatan ini ditujukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu pengusaha kuliner sea food 88 My Darling di Serdang Bedagai. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan dua metode yaitu metode edukasi dan sosialisasi. sebagai berikut:

### **a. Metode Edukasi**

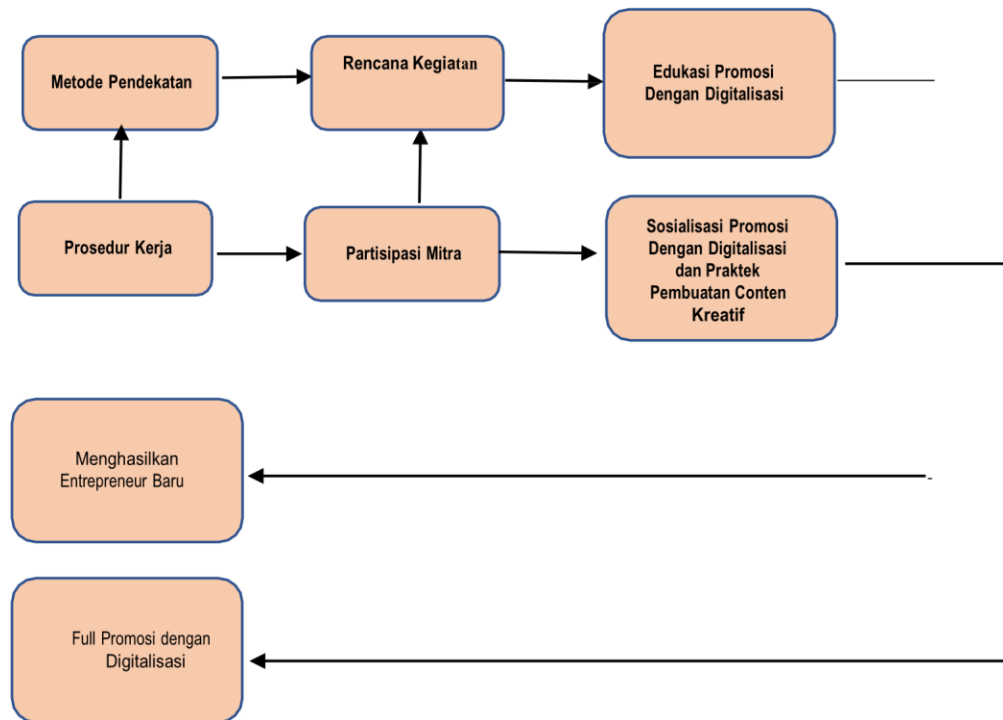
Memberikan Edukasi kepada pengusaha kuliner sea food 88 My Darling untuk melakukan promosi tentang bisnis mereka melalui digitalisasi untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup pengusaha kuliner [4], [5].

### **b. Metode Sosialisasi**

Memberikan sosialisasi kepada pengusaha kuliner sea food 88 My Darling untuk melakukan promosi tentang bisnis mereka melalui digitalisasi untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup pengusaha kuliner [6], [7].

### **Pendekatan Metode Yang Digunakan**

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan pada pendahuluan diatas maka dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini metode pendekatan yang digunakan adalah Edukasi, Sosialisasi [8]. Secara ringkas metode pelaksanaan sebagai berikut :



**Gambar 1.** Metode pelaksanaan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilakukan dengan cara melakukan edukasi dan sosialisasi penggunaan digitalisasi untuk promosi bisnis kuliner sea food dan demonstrasi pembuatan tik-tok dan sosmed lainnya untuk media promosi kuliner [9] sea food 88 My Darling di Kota Pari Serdang Bedagai. Para pelaku bisnis kuliner diajak untuk mendemonstrasikan pembuatan konten kreatif di sosmed agar dikenal oleh pelanggan sehingga meningkat kunjungan pelanggan ke restoran. Selain itu para pelaku bisnis diajarkan cara berwirausaha yang baik dan benar dan promosi yang tepat.

Para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan edukasi dan sosialisasi yang dilakukan sehingga peserta memiliki kemampuan dalam melakukan promosi/pemasaran secara digital [10]. Dalam rangka peningkatan taraf hidup pelaku bisnis kuliner dan taraf hidup masyarakat sekitar bisnis kuliner maka dituntut juga peran aktif pelaku industri makanan sea food dalam hal meningkatkan penghasilan dari bisnis kuliner atau restoran disekitar nya [11]. Untuk zaman sekarang ini dalam meningkatkan penjualan dan meraih pelanggan yang lebih banyak maka keberadaan digitalisasi tidak bisa diabaikan karena promosi dengan digitalisasi sangat efektif dan efisien dalam menggaet pelanggan sesuai dengan kemajuan jaman yang terkoneksi dengan digital [12]. Oleh karena itu pelaku bisnis kuliner sea food di Kota Pari Serdang Bedagai harus di edukasi dan disosialisasikan penggunaan digitalisasi untuk promosi produk mereka di sosial media.



**Gambar 2.** Kantor Desa



**Gambar 3.** Pengabdian

#### 4. KESIMPULAN

Pengetahuan dan keterampilan yang sudah diberikan kepada pelaku bisnis kuliner sea food 88 My darling Kota Pari Serdang Bedagai maka tidak hanya sebatas didengar maka diharapkan diaplikasikan dalam kegiatan bisnis mereka sehari-hari. Sehingga dengan promosi di sosmed dengan digitalisasi akan meningkatkan kunjungan pelanggan dan efeknya positif terhadap peningkatan taraf hidup pebisnis kuliner dan masyarakat sekitarnya

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Fajarino, N. Lisanty, and E. Hamidah, "Edukasi Literasi Digital terhadap Pelaku UMKM Makanan Khas di Kota Palembang," *Jatimas J. Pertan. dan Pengabdi. Masy. Vol.*, vol. 3, no. 1, pp. 1-11, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jatimas/article/view/4550%0Ahttps://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jatimas/article/download/4550/3095>
- [2] U. R. Aswin, L. Gustina, and M. R. Dianti, "Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner di Cafe Uniang Pasca Pandemi Covid - 19 : GOFOOD DAN SHOPEEFOOD," *J. Pemberdaya. Publ. Has. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 42-47, 2023, doi: 10.47233/jpmitc.v2i2.1042.
- [3] R. Q. Ussulu, B. D. Adisubagja, D. Febrianti, A. Azhar, A. Prehanto, and A. Nuryadin, "Penerapan Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro Kecil Di Kota Tasikmalaya," *J. Ind. Kreat. dan Kewirausahaan*, vol. 6, no. 1, pp. 34-40, 2023, doi: 10.36441/kewirausahaan.v6i1.1241.
- [4] I. M. Ridwan, A. Fauzi, I. Aisyah, Susilawati., and I. Sofyan, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan 'WAGE' Bandung," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 137-142, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/4974/2941>
- [5] Mukhlison, H. B. Santoso, A. S. Astikawati, I. P. Sari, and I. V. Wulandari, "PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM LOKAL UNTUK PEMULIHAN EKONOMI DI KELURAHAN KAUMAN KECAMATAN SRENGAT KABUPATEN BLITAR," *Kreat. J. Pengabdi. Masy. Nusantara*, vol. 2, no. 3, pp. 107-122, 2022, [Online]. Available: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/kreatif>
- [6] A. Widagdho, M. S. Retnowati, M. S. Masyail, and A. A. Pratama, "Penguatan Kompetitivitas Umkm Kuliner Di Desa Bangunrejo, Ponorogo Melalui Pendampingan Implementasi Media Pemasaran Digital," *Kumawula J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 7, no. 2, pp. 490-496, 2024, doi: 10.24198/kumawula.v7i2.54186.
- [7] W. F. Yusuf *et al.*, "Pendampingan Inovasi dan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM Tape Ketan Hitam di Desa Nguling Pasuruan," *GUYUB J. Community*

- Engagem.*, vol. 5, no. 1, pp. 386–403, 2024, doi: 10.33650/guyub.v5i1.7586.
- [8] H. Yutanto, K. P. Prananjaya, T. Suryani, D. Oktarina, T. H. Dewanto, and H. Meidiaswati, "Pendampingan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Sentra Wisata Kuliner Deles," *J. Abadimas Adi Buana*, vol. 6, no. 01, pp. 100–110, 2022, doi: 10.36456/abadimas.v6.i01.a6017.
  - [9] A. Gani and C. Octaviar, "Optimalisasi Pemasaran Produk Kuliner melalui Media Online Di Kelurahan Joglo, Jakarta Barat," *BESIRU J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 6, pp. 330–334, 2024, doi: 10.62335/phsmse54.
  - [10] B. May Riswati, G. Sukarno, O. Warmana, and Z. Zawawi, "Pelatihan Penerapan Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram dan E-Commerce Pada UMKM Penjarangan Sari," *J. Pengabd. Kpd. Masy. Nusan.*, vol. 5, no. 1, pp. 880–885, 2024, doi: 10.55338/jpkmn.v5i1.2411.
  - [11] L. A. Safitri, D. Pradiatiningtyas, and C. B. Dewa, "Pengaruh Food Vlogger dan Promosi Endorse Media Sosial pada Brand Exposure Wisata Kuliner Klaten Lina Ayu Safitri , Diah Pradiatiningtyas \*, Chriswardana Bayu Dewa Daya tarik wisata adalah fokus utama yang menggerakkan berjalannya sebuah kegiatan wisata ya," *J. Ilm. Pariwisata*, vol. 28, no. 3, pp. 267–278, 2023, doi: Safitri, L. A., Pradiatiningtyas, D., & Dewa, C. B. (2023). Pengaruh Food Vlogger dan Promosi Endorse Media Sosial pada Brand Exposure Wisata Kuliner Klaten Lina Ayu Safitri , Diah Pradiatiningtyas \*, Chriswardana Bayu Dewa Daya tarik wisata adalah fokus utama yang menggerakkan berjalannya sebuah kegiatan wisata ya. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 267–278. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/index>.
  - [12] K. A. D. Utami, K. D. K. A. Wardani, and A. A. N. E. S. Gorda, "Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Di Desa Adat Panjer Melalui Pengembangan Media Pemasaran Berbasis Digital," *Kumawula J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, p. 1, 2023, doi: 10.24198/kumawula.v6i1.38458.