

**Pelatihan Pelaksanaan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia
Pariwisata Kabupaten Dairi
(SubTopik: Pemasaran, Inovasi dan Higienitas Kuliner)**

Kristina Bangun¹, Elisabeth Simangunsong²

¹Prodi S1 Administrasi Rumah Sakit, STIKes Mitra Sehati

²Prodi Manajemen Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas

Email: kristinabgn@gmail.com

Abstrak

Pemasaran, inovasi dan higienitas pelaku usaha kuliner di kabupaten Dairi menjadi syarat penting untuk tetap bertahan. Seorang pelaku usaha kuliner harus terus mencari peluang strategis dalam mengembangkan usahanya. Kualitas produk dan higienitas sangat menentukan pilihan dan ekspektasi konsumen dalam membeli produk kuliner, sehingga ini harus menjadi hal yang wajib dipunyai setiap pelaku usaha kuliner dari 149 pelaku usaha UMKM, Sebagian besar masih kurang memahami mengenai bagaimana cara memanfaatkan berbagai media untuk memasarkan produknya. Inovasi juga diperlukan agar konsumen lebih tertarik dan tidak memandang produk sama dengan produk yang lain. Dari segi higienitas juga harus terus dijaga agar tidak menimbulkan penyakit ataupun makanan menjadi penghantar dalam penularan penyakit. Dengan berbagai informasi yang diberikan terkait hal tersebut, ekonomi para pelaku UMKM akan mengalami peningkatan dan siklus kuliner di kabupaten dairi akan berkembang pesat. Metode kegiatan ini adalah pelatihan dengan cara ceramah dan diskusi. Dengan memaparkan materi terlebih dahulu yang dilanjutkan dengan diskusi kelompok. Dari hasil kegiatan dapat dilihat bahwa masyarakat, peserta pelatihan di Kabupaten Dairi ini sangat antusias dan tertarik dengan kegiatan ini. Hal ini kelihatan dari tanya jawab yang berlangsung selama kegiatan, mereka mengharapkan agar kegiatan ini berkesinambungan. Dari pelatihan ini dapat disimpulkan bahwa para peserta mulai mengerti pemasaran, inovasi dan higienitas kuliner.

Kata Kunci: Pemasaran, Inovasi, Higienitas Kuliner

Abstract

Marketing, innovation and hygiene of culinary business actors in Dairi district are important requirements to survive. A culinary entrepreneur must continue to look for strategic opportunities in developing his business. Product quality and hygiene really determine consumers' choices and expectations in purchasing culinary products, so this must be something that every culinary business actor out of 149 MSME business actors must have. Most of them still don't understand how to use various media to market their products. Innovation is also needed so that consumers are more interested and do not view products as the same as other products. In terms of hygiene, care must also be taken to ensure that food does not cause disease or becomes a conduit for disease transmission. With the various information provided regarding this matter, the economy of MSME players will experience an improvement and the culinary cycle in Dairi district will develop rapidly. The method of this activity is training by means of lectures and discussions. By explaining the material first, followed by group discussion. From the results of the activity, it can be seen that the community, training participants in Dairi Regency are very enthusiastic and interested in this activity. This can be seen from the questions and answers that took place during the activity, they hoped that this activity would be sustainable From this training it can be concluded that the participants are starting to understand marketing, innovation and culinary hygiene.

Keywords: Marketing, Innovation, Culinary Hygiene

PENDAHULUAN

Pemasaran produk *online* dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial menjadi tempat yang tepat untuk mempromosikan produk ke konsumen. Sosial media memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesamanya, pelanggan, dan calon pelanggan. Sosial media memberi identitas kepada brand atau merek yang dipasarkan dan membantu untuk menyebarkan pesan dengan cara yang santai dan komunikatif. Perusahaan dapat menggunakan sosial media sebagai media untuk mempromosikan produk mereka seperti menampilkan iklan, pemasaran langsung, promo, dan informasi produk. Penggunaan media sosial yang sebelumnya hanya ingin berkomunikasi dengan temannya di media sosial menjadi tahu akan informasi salah satu produk yang ditampilkan pada akun jejaring sosial mereka.

Berdasarkan konten yang paling sering dikunjungi, pengguna internet paling sering mengunjungi web onlineshop sebesar 82,2 juta atau 62%. Dan konten social media yang paling banyak dikunjungi adalah Facebook sebesar 71,6 juta pengguna atau 54% dan urutan kedua adalah Instagram sebesar 19,9 juta pengguna atau 15%. Masyarakat dapat memanfaatkan sosial media dalam kegiatan wirausaha. Sosial media menjadi perangkat atau alat pemasaran interaktif, pelayanan, membangun komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan, serta sebagai alat untuk menjual dan membeli produk secara online. Sosial media dapat diakses oleh siapapun, golongan masyarakat manapun, selama mereka mempunyai perangkat yang dapat digunakan untuk mengakses sosial media tersebut.

Maka peluang untuk menjalankan usaha online semakin terbuka lebar begitupun untuk usaha kuliner. Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci keberhasilan dari sebuah usaha kuliner. Namun hal ini tidak serta merta menjadi kunci yang utama, inovasi dan higienitas juga menjadi syarat yang sangat penting dalam kelangsungan usaha kuliner. Maka inovasi pelaku usaha kuliner menjadi syarat penting untuk tetap bertahan di masa ini. Seorang pelaku usaha kuliner harus terus mencari peluang strategis dalam mengembangkan usahanya. Kualitas produk dan higienitas sangat menentukan pilihan dan ekspektasi konsumen dalam membeli produk kuliner, sehingga ini harus menjadi hal yang wajib dipunyai setiap pelaku usaha kuliner

Kabupaten Dairi terdiri dari 15 Kecamatan, 8 keluarahan dan 161 desa. Terdapat 149 UMKM yang terdaftar di badan kordinasi hubungan masyarakat Dairi.

DASAR TEORI

Kotler dan Keller (2012) menyebutkan media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Zarella (2010) menyebutkan Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, instagram, facebook, atau video di YouTube yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang.

Bygrave dalam Widodo (2012) menyebutkan wirausaha sendiri berkembang sesuai dengan sudut pandang seseorang terhadap sepak terjang seorang wirausaha. Seperti halnya pengertian wirausaha yang diungkapkan oleh Joseph Schumpeter: "*entrepreneur as the person who destroys the existing economic order by introducing new products and services, by creating new forms of organization, or by exploitation new raw materials*".

Dalam definisi ini ditekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Pengertian wirausaha di sini menekankan pada setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru. Proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi (Widodo, 2012).

Seseorang yang memiliki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan. Mereka yang menjadi entrepreneur adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkan potensinya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usahanya dalam mewujudkan cita-citanya. Oleh karena itu, untuk menjadi wirausaha yang sukses tidak cukup hanya bermodalkan bakat saja, tetapi juga harus memiliki pengetahuan dalam segala aspek usaha yang akan ditekuninya (Musyadar dan Gumilar, 2019).

METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian pada masyarakat ini yaitu dengan Pelatihan yang dilakukan pada hari Kamis tanggal 14 Desember 2023 pukul 09.00 WIB. Yang dibuka oleh perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Dairi

Sesi I : penyampaian materi pelatihan dan penjelasan tentang pemasaran, inovasi dan higienitas kuliner

Sesi II : peserta dibagi ke dalam 5 kelompok diskusi dimana setiap kelompok membuat hasil diskusi mereka

Sesi III : Peserta mempresentasikan hasil diskusi masing-masing kelompok

Sesi IV: Rangkuman materi dan hasil diskusi

Dalam membacakan hasil diskusi kelompok sekaligus diadakan Tanya jawab. Kegiatan selesai sekitar pukul 17.00 WIB.



Gambar1: Pemaparan Materi



Gambar 2 : Foto Bersama Peserta Pelatihan

KESIMPULAN

Dari hasil penyuluhan ini dapat disimpulkan:

1. Para peserta pelatihan khususnya pengusaha UMKM di Kabupaten Dairi ini belum mengetahui secara jelas apa saja inovasi yang dapat dilakukan terkait menjaga higienitas sajian makanan mereka
2. Para peserta mulai mengerti mengenai pemasaran dan inovasi kewirausahaan yang kelak mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan mereka
3. Pada umumnya masyarakat di kabupaten Dairi mempunyai budaya dan bahasa yang kuat sehingga memerlukan pendekatan budaya dari segi pemasaran, inovasi dan higienitasnya.

REKOMENDASI

Berkaitan dengan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, berikutnya akan dikemukakan saran:

1. Supaya kegiatan ini lebih ditingkatkan lagi dengan memprogramkan 1 kali dalam 1 semester karena mereka menganggap perlu pengetahuan tentang pemasaran, inovasi dan higienitas agar meningkatkan kesejahteraan mereka.
2. Supaya di desa ini diadakan pendidikan non formal yang lebih bervariasi dalam rangka menambah pengetahuan para UMKM dalam berwirausaha sehingga kelak dapat meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri ke arah yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Depkes RI. (2006). Kumpulan Modul Kursus Hygiene Sanitasi Makanan dan Minuman.
- [2] KepMenKes RI . (n.d.). No. 1098/MenKes/SK/VII/2003. Persyaratan Higiene Sanitasi.
- [3] Dan Zarella. 2010. The Social Media Marketing Book. Oreilly Media. USA
- [4] Kotler dan Keller (2012), Manajemen Pemasaran, Penerbit, Erlangga, Jakarta
- [5] Musyadar dan Gumilar, (2019), Kewirausahaan, Penerbit: Universitas Terbuka , Tangerang