



## KREATIVITAS MENGOLAH USAHA KULINER KHAS MAKASSAR DAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Muliaty<sup>1</sup>, Besse Irna Tawaddud<sup>2</sup>, Abd. Gunaldi Muin<sup>3</sup>, Haeruddin<sup>4</sup>

Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Makassar

[Muliaty2675@gmail.com](mailto:Muliaty2675@gmail.com)-1, [besse\\_irnat@polimedia.ac.id](mailto:besse_irnat@polimedia.ac.id)-2, [gunaldi\\_abdul@yahoo.com](mailto:gunaldi_abdul@yahoo.com)-3,  
[hacchink@gmail.com](mailto:hacchink@gmail.com)-4,

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan usaha kuliner bagi masyarakat di Kelurahan Batua Kota Makassar agar bisa mewujudkan ke arah yang lebih mandiri secara ekonomi dan mampu bersaing di dunia usaha kuliner, maka tim pengabdian Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Makassar memberikan materi dan pelatihan tentang kreativitas mengolah usaha dan strategi pemasaran produk usaha kuliner melalui media sosial. Hasil dari pengabdian pada masyarakat yang telah dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dan metode diskusi. Metode ceramah kegiatan terdiri dari penyampaian materi tentang strategis pemasaran, pemahaman terhadap media sosial, serta trik dalam usaha menggunakan media sosial seperti instagram, Facebook dan lain-lain. Metode diskusi kegiatan yang dilakukan dengan sistem tanya jawab terhadap akun media sosial untuk memasarkan produk usaha kuliner. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini maka menjadi wadah bagi masyarakat di RW.13 Kelurahan Batua Kecamatan Manggala Kota Makassar yang ingin mempromosikan dan memperluas usaha kuliner melalui media sosial sehingga lebih dikenal dan usaha kuliner bisa sukses dan berkembang serta mendukung program Wali Kota Makassar terkait Branding “Makassar Kota Makan Enak”.

**Kata kunci :** strategi, pemasaran, produk, usaha kuliner, media social

*Abstract: The purpose of this community service activity is to increase and develop knowledge about the use of social media as a means of developing culinary businesses for the community in Batua Village, Makassar City so that they can realize a direction that is more economically independent and able to compete in the world of culinary business, so the team Servants of the PSDKU Makassar Creative Media State Polytechnic provide material and training on creativity in business processing and marketing strategies for culinary business products through social media. The results of community service that has been carried out using the lecture method and discussion method. The activity lecture method consists of delivering material on marketing strategies, understanding social media, and tricks in using social media such as Instagram, Facebook and others. The activity discussion method is carried out using a question and answer system on social media accounts to market their culinary business products. It is hoped that this training will become a forum for the community in RW.13 Batua Village, Manggala District, Makassar City who want to promote and expand culinary businesses through social media so that they are better known and their culinary businesses can be successful and develop and support the Mayor of Makassar's program regarding Branding "Makassar City of Good Eats".*

*Keywords: strategy, marketing, product, culinary business, social media*

---

## A. PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu subsektor dari Industri ekonomi kreatif. Industri kuliner adalah salah satu penyumbang PDB terbesar pada Industri ekonomi kreatif, sehingga perkembangan industri kreatif memiliki dampak yang baik pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM merupakan bagian pada perekonomian Indonesia, khususnya UMKM kuliner yang merupakan pelaku utama dari industri kuliner.

Sebagai upaya pengendalian inflasi daerah, Wali Kota Makassar Moh Ramdhan Pomanto resmi melaunching Makassar Kota Makan Enak sebagai branding. Salah satu langkah yang dapat mempengaruhi angka inflasi di Makassar adalah program Pasar Murah Kontainer.

Adapun yang menjadi produk handal dan recommended Kota Makassar, tercatat sudah ada sekitar 11 produk unggulan yang terpilih. Berdasarkan arahan Presiden RI Joko Widodo dan Mendagri RI Tito Karnavian, maunya itu langsung. Seperti kota pisang, semua pisang. Kota jagung, kota golf dan seterusnya. untuk menekan atau mengendalikan angka inflasi di daerah-daerah. Sehingga Danny Pomanto menjadikan kota Makassar makan enak,”.

Sebagai makanan unggulan di Makassar, yang berjumlah belasan makanan tersebut nantinya akan juga distandarisasi. Makanan unggulan yaitu, Coto Makassar, Sop Saudara, Konro, Pisang Epe, Jalangkote, Pisang Ijo, Mie kering, Nasi Kuning, Seafood, Barongko, Pallu basa dan banyak lagi makanan khas Makassar sebagai kuliner yang sangat dicari.

Salah satu tempat yang memiliki makanan enak di Indonesia adalah kota Makassar, karena memiliki daya tarik wisata kuliner. Oleh karena itu, dibutuhkan kreativitas dalam mengolah usaha kuliner dan strategi dalam memasarkan produk agar usaha kuliner dapat diketahui khalayak ramai pencinta kuliner khas Makassar. Media sosial sangat efektif digunakan sebagai media pemasaran, karena hampir semua pengguna internet menggunakan media sosial.

## B. METODE PELAKSANAAN

**Tempat dan waktu.** Pelatihan Kreativitas dan Lomba Mengolah Usaha Kuliner Khas Makassar dan Strategi Pemasaran melalui Media Sosial, dilaksanakan di Sekolah PAUD & TK LASHARAN ORW.13 ORT.04 Kelurahan Batua Kecamatan Manggala Kota Makassar pada hari Sabtu, 13 Mei 2023.

**Khalayak Sasaran.** Peserta pelatihan terdiri dari masyarakat pengusaha/pelaku kuliner dengan jumlah keseluruhan peserta pelatihan sebanyak 12 orang.

**Metode Pengabdian.** Metode yang dilaksanakan pada pelatihan ini yaitu secara tatap muka (luring), dengan menyiapkan sarana dan prasarana pelaksanaan kegiatan dengan panitia ORT, ORW dan Sekolah PAUD & TK LASHARAN. Metode pelaksanaan pada program pengabdian masyarakat ini yaitu dengan metode transfer ilmu dari dosen kepada peserta pelatihan. Adapun rencana kegiatan melalui tahapan pelaksanaan program yaitu sebagai berikut:

### **Persiapan Kegiatan**

Adapun kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada tahap persiapan sebagai berikut :

1. Survei tempat pelaksanaan kegiatan;
2. Pembuatan proposal dan penyelesaian administrasi perijinan tempat atau lokasi pengabdian masyarakat;
3. Pembuatan Modul sebagai bahan ajar;
4. Perancangan pelatihan kreativitas dan lomba mengolah usaha kuliner khas makassar dan strategi pemasaran melalui media sosial.
5. Pemasangan spanduk, tenda dan kursi serta perlengkapan lomba

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan di Sekolah PAUD & TK LASHARAN GUNA ORW.13 ORT.04 Kelurahan Batua Kecamatan Manggala Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. Kegiatan belajar melalui pelatihan singkat akan berbeda dengan kegiatan pelatihan pada umumnya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dibuat semenarik mungkin, *fun learning* dan selain belajar mereka akan diberi motivasi dan lomba dengan hadiah-hadiah yang menarik untuk seluruh peserta lomba mengolah usaha kuliner khas Makassar dan strategi pemasaran melalui media sosial.

**Indikator Keberhasilan.** Untuk dapat mengukur indikator dari keberhasilan pelatihan kreativitas mengolah usaha kuliner khas Makassar dan strategi pemasaran melalui media sosial ada 3 (tiga) yaitu yang pertama bahwa seluruh peserta pelatihan mampu membuat akun di media sosial, yang kedua setelah pelatihan berlangsung dan pemberian tugas untuk merancang desain kuliner dan pengambilan gambar/foto kuliner dan yang ketiga mampu mengupload kuliner di media sosial dengan bahasa promosi yang sangat kreatif dan keren dengan hasil yang sangat memuaskan.

**Metode Evaluasi.** Evaluasi ini bertujuan untuk melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan, hasil wawancara dengan Lurah Batua bapak Andi Zul Azhari Kaharuddin, S.STP dan peserta pelatihan merespon sangat luar biasa dan sangat bermanfaat karena sekian lama ini mereka butuhkan tapi tidak pernah ada pelatihan terkait teknik dan desain usaha kuliner di media sosial. Bapak Lurah Batua sangat mengharapkan kegiatan pelatihan semacam dapat dilaksanakan lagi di wilayah Kelurahan Batua sebagai dukungan program Bapak Walikota Makassar Branding “Makassar Kota Makan Enak”.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pra Pelatihan**

Pelatihan dilaksanakan pada hari sabtu, 13 Mei 2023 bertempat di Sekolah PAUD & TK LASHARAN GUNA yang berlokasi di ORT.04 ORW.13 Kelurahan Batua dan sehari sebelum pelaksanaan kegiatan pelatihan tim pengabdian bekerjasama dengan petugas sekolah sudah memasang spanduk, Tenda

Kursi dan mempersiapkan sound system, mic, LCD dan layar.



Gambar 1 : Lokasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Sekolah PAUD & TK LASHARAN GUNA ORW.13

Sebelum pelaksanaan pelatihan, seluruh peserta diwajibkan melakukan registrasi pada panitia (tim pengabdi) dengan menyerahkan formulir dan menandatangani absensi, Seluruh peserta yang sudah registrasi, diberi modul dan dipersilahkan untuk meletakkan kuliner khas Makassar pada tempat yang telah disediakan oleh tim pengabdi agar tepat jam 08.00 wita, pelatihan segera dilaksanakan.

Seluruh peserta pelatihan dari awal sudah dipersyaratkan untuk mengikuti “Pelatihan Kreativitas dan Lomba Mengolah Usaha Kuliner Khas Makassar dan Strategi Pemasaran melalui Media Sosial”, wajib membawa kuliner dalam proses pelatihan. Persiapan modul digital dalam bentuk slide presentasi PowerPoint yang dilengkapi dengan sumber-sumber referensi lainnya dan video seputar topik serta fitur-fitur program dan aplikasi yang akan digunakan.

## 2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan kreativitas mengolah usaha kuliner khas Makassar dan strategi pemasaran melalui media sosial, dengan tim pengabdi terdiri dari : Dosen, PLP, dan Mahasiswa Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Makassar.



Gambar 2. Bapak Lurah Batua dan Tim Pengabdi

Adapun jumlah seluruh peserta pelatihan yang terdiri dari masyarakat pengusaha kuliner yang berjumlah = 12 orang peserta.



Gambar 3. Tim Pengabdi dan Peserta Pelatihan

Pelatihan dan Lomba Kreativitas Mengolah Kuliner Khas Makassar dan Strategi Pemasaran melalui Media Sosial dibuka secara resmi oleh Lurah Batua Bapak Andi Zul Azhari Kaharuddin, S.STP.



Gambar 4. Pembukaan oleh Bapak Lurah Batua

Dilanjutkan penyampaian materi dilakukan secara sistematis oleh Dr. Hj. Muliaty, M.AP (Ketua Pengabdi) yang diawali dengan pengenalan program pelatihan di kaitkan dengan program Bapak Walikota Makassar Branding “Makassar Kota Makan Enak” hingga media sosial.



Gambar 5. Narasumber



Setelah itu, narasumber berikutnya Haeruddin, S.I.Pem., M.I.Kom memulai mendemonstrasikan cara membuat akun di media sosial. Pada proses penyampaian materi dengan menggunakan metode pembelajaran konvensional diskusi dan demonstrasi terkait cara mengambil gambar/foto kuliner agar memudahkan seluruh peserta pelatihan dengan cepat mengerti, dan peserta pelatihan terlihat sangat antusias.



Gambar 6. Aktivitas peserta pelatihan



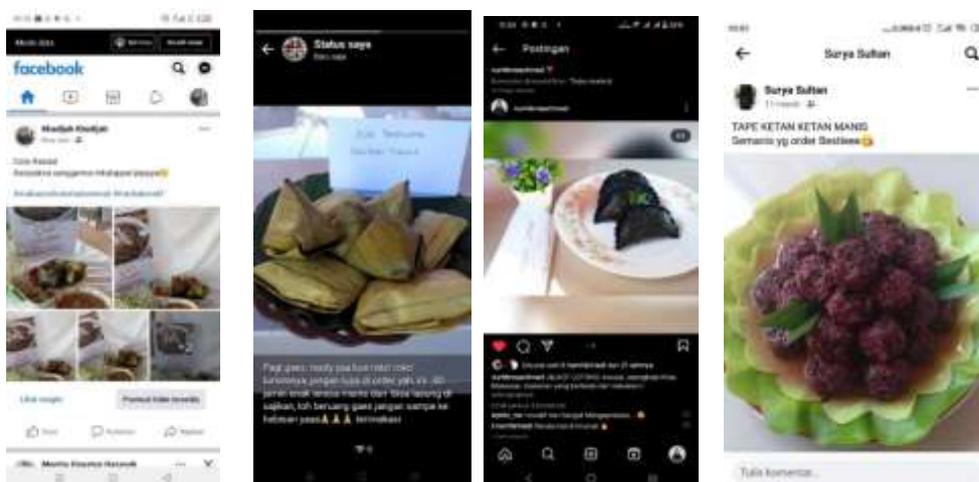
Hal ini dibuktikan dengan interaksi peserta pelatihan kepada narasumber terkait langkah-langkah pembuatan akun dan Teknik pengambilan gambar/foto yang kreatif dan keren. Ini tentu merupakan respon yang sangat baik dan positif.

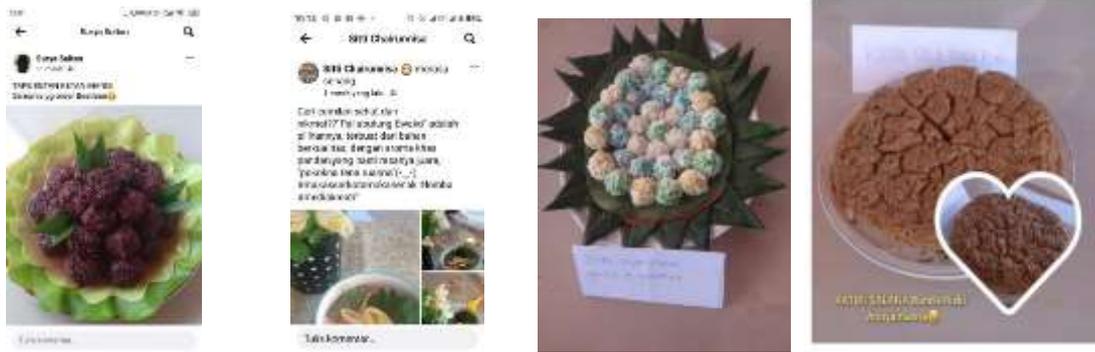
### 3. Evaluasi Pasca Pelatihan

Pelatihan ditutup dengan melaksanakan evaluasi yang merupakan akhir dari kegiatan pelatihan kreativitas mengolah usaha kuliner khas Makassar dan strategi pemasaran melalui media sosial.

Seluruh peserta diwajibkan untuk mengupload kuliner mereka di media social dengan bahasa promosi yang menarik, kren dan kreativitas, sesuai dengan yang telah disampaikan para narasumber. Suatu hal yang sangat membanggakan pada pelatihan ini, karena antusias seluruh peserta dalam menyimak dan mengerjakan tugas dan evaluasi.

### Hasil Karya Kreatif Terbaik Peserta Pelatihan





Gambar 7. Upload kuliner di Media Sosial

#### 4. Keberhasilan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat ini dibuat untuk dapat membantu para masyarakat pengusaha/pelaku kuliner di ORW.13 Kelurahan Batua Kecamatan Manggala Kota Makassar dan suatu hal yang sangat membanggakan bagi seluruh tim pengabdian, ternyata pelatihan berdampak sangat positif dan berhasil :

- a. Pengusaha kuliner rumahan, sudah mampu untuk membuat akun sendiri di media sosial;
- b. Mampu mengambil gambar/foto yang kren;
- c. Mampu mengupload sendiri hasil pengambilan gambar/foto di akun media sosial mereka masing-masing.
- d. Kreatif dalam berbahasa promo pada kuliner mereka masing-masing.

Harapan dari Bapak Lurah Batua agar kiranya masyarakat kelurahan batua masih mendapatkan kesempatan berikutnya untuk mengenal lebih banyak terkait pemanfaatan berbagai media dan aplikasi yang dapat mengembangkan usaha kuliner mereka pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahun berikutnya.

### D. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan bagi masyarakat kelurahan batua yang memiliki usaha kuliner rumahan khas Makassar, sudah mampu untuk mengembangkan usaha kulinernya di media sosial. Terlihat dari hasil upload kuliner yang mereka buat di media sosial dengan pemberian brand yang kren, visual kuliner yang kreatif dan strategi promo menggunakan bahasa kuliner yang menarik dan menggoda.

Saran dan sekaligus harapan dari Bapak Lurah Batua dan jajarannya agar kiranya kelurahan batua masih mendapatkan kesempatan berikutnya untuk mengenal lebih banyak terkait pemanfaatan berbagai media dan aplikasi yang masyarakat dapat mengembangkan usaha kuliner untuk meningkatkan omzet penjualan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami kepada Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang telah memberikan dukungan baik moril dan materil sehingga kami dapat melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat, seluruh tim pengabdian baik dosen, PLP dan mahasiswa serta Lurah Batua Bapak Andi Azhari Kaharuddin, S.STP, Ketua ORW.13 dan seluruh Ketua ORT, Kepala Sekolah PAUD & TK LASHARAN GUNA beserta masyarakat sekitarnya atas partisipasi sebagai peserta pelatihan.

## DAFTAR RUJUKAN

1. Asriani AS., Achmad FS. 2023. Strategi Promosi Dalam Konten Media Sosial Mie Baraccung Makassar. *Jurnal Adminitrasi Terapan Volume 1 Edisi 1 Januari 2023*.
2. Hamzah BU, Masri KU, & Rustam IH.. 2020. *Penguatan Komunitas Masyarakat Bilato-Biluhu Wilayah Pesisir Tomini*. Laporan Akhir Pengabdian Pada Masyarakat Berbasis Kawasan Teluk Tomini PNPB Pascasarjana 2020.
3. Hendra, Verina W, Clarissa S, Rizki A. dkk. 2020. Inovasi *Startup* Kuliner Berbasis Budaya dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Wisata Peniwen, Kecamatan Kromengan, Malang Jawa Timur. *Jurnal Society Nomor 1 Oktober 2021 Hal. 64-69*.
4. Kariaman S, M. Amri N, Amru Y., & Aswand H. 2021. Pemanfaatan Teknologi Inforasi Untu Meningkatkan Pemasaran Wisata Kuliner Halal Pada Era New Normal. *Jurnal Reswara Volume 02 Juni 2019 Hal. 110-116*.
5. Nanang Y, Umar C, & Ratna K.. 2021. Pemberdayaan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid 19 Melalui Media Sosial, pada UKM Alquddus Catering Karang Rejo RT.03 Banyumanik Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 1 Nomor 3 Agustus 2021*.
6. Samtono, Enik R, & Yustina DR. 2021. Pemberdayaan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid 19 Melalui Media Sosial, pada UKM Alquddus Catering Karang Rejo RT.03 Banyumanik Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Resona Volume 6 Nomor2 Desember 2022*.
7. S. 2021. Pemberdayaan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid 19 Melalui Media Sosial, pada UKM Alquddus Catering Karang Rejo RT.03 Banyumanik Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Resona Volume 6 Nomor2 Desember 2022*.
8. Viola D.Y, Ana R. JL.. 2018. Pelatihan Pemanfatan Media *Online* Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Komunitas Kuliner Sehati. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas Volume 02 Nomor 02 Maret 2018*