

## Pelatihan Pengembangan Pariwisata Kuliner Melalui Media Sosial Pada UMKM

Hastuti Hastuti<sup>1</sup>, Zayana Zayana<sup>1</sup>, Nurlina Ahmad Bully<sup>1</sup>, Ika Kartika Putri<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Buton, Indosensia.



### Article history

Received: 02-06-2022

Accepted: 02-08-2022

Published: 02-09-2022

### Abstrak

Pariwisata kuliner menjadi salah satu sektor potensial dalam perekonomian Indonesia, terutama di Kota Baubau. Namun, perkembangan teknologi dan kemajuan media sosial membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus memiliki keterampilan dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk kuliner mereka. Pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk kuliner UMKM di Kota Baubau. Metode pelatihan yang efektif dapat dilakukan melalui pelatihan praktikum dan kelas yang dilakukan oleh instruktur yang berpengalaman dan terampil. Materi pelatihan dapat meliputi strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial, teknik pengambilan foto makanan yang menarik, dan konsep-konsep dasar pemasaran melalui media sosial. Manfaat yang diperoleh oleh para pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan meliputi peningkatan kualitas dan daya saing produk, kemampuan dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi, dan pengembangan jaringan pemasaran. Pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya di Kota Baubau.

Kata kunci: makanan, pemasaran, media sosial.

### \*Corresponding author

Nama: Hastuti

Email: [hastutituo@gmail.com](mailto:hastutituo@gmail.com)

### Abstract

*Culinary tourism has become a potential sector in the Indonesian economy, especially in Baubau City. However, the development of technology and social media advances has made Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have to have skills in utilizing social media to promote their culinary products. Training on culinary tourism development through social media is one way to improve the quality and competitiveness of MSME culinary products in Baubau City. Effective training methods can be carried out through practical and classroom training conducted by experienced and skilled instructors. Training materials can include effective marketing strategies through social media, techniques for taking attractive food photos, and basic concepts of marketing through social media. The benefits obtained by MSMEs after attending the training include improving the quality and competitiveness of products, the ability to use social media for promotion, and developing marketing networks. Training on culinary tourism development through social media can provide a positive contribution to improving the Indonesian economy, especially in Baubau City.*

*Keywords: food, marketing, social media.*



## **PENDAHULUAN**

Dalam pelatihan pengembangan pariwisata kuliner, media sosial menjadi salah satu fokus penting untuk membantu para pelaku UMKM dalam mempromosikan produk kuliner mereka. Pelatihan ini memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan teknik-teknik yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran. Menurut Naimah et al., (2020), pelatihan penggunaan media sosial dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produknya dan memperluas jaringan pemasarannya. Dalam era digital seperti saat ini, penggunaan media sosial merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar yang lebih luas. Selain itu, para peserta juga akan diberikan pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan media sosial untuk memperluas jaringan pemasaran produk kuliner mereka. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Atmadja et al., (2020), ditemukan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan keuntungan dan omzet UMKM kuliner. Dengan memanfaatkan media sosial, UMKM kuliner dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk mereka.

Selain itu, pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial juga dapat membantu para pelaku UMKM di Kota Baubau dalam menghadapi persaingan pasar. Persaingan pasar yang ketat dapat mempengaruhi keberlangsungan UMKM kuliner. Dengan memahami strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial, para pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar (Alfin, 2021). Dalam pelatihan ini, para peserta akan diajarkan tentang teknik-teknik pemasaran melalui media sosial seperti bagaimana membuat konten yang menarik dan kreatif, cara mengoptimalkan penggunaan hashtag, dan cara berinteraksi dengan konsumen melalui media sosial. Interaksi antara UMKM dan konsumen melalui media sosial dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membangun hubungan yang baik antara UMKM dan konsumen (Audinovic, 2021).

Untuk mengembangkan kemampuan para pelaku UMKM di Kota Baubau dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk kuliner mereka, pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial sangat diperlukan. Dalam pelatihan ini, peserta akan mempelajari strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan teknik-teknik yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran. Sebagai contoh, peserta pelatihan dapat mempelajari tentang penggunaan hashtag (#) yang tepat untuk produk mereka agar mudah ditemukan oleh calon pembeli di media sosial seperti Instagram dan Twitter. Peserta juga dapat belajar mengenai cara membangun engagement dengan followers melalui konten yang menarik dan interaksi yang aktif (Prasetyawati et al., 2021).

Pelatihan mengenai pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial telah banyak dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah dan organisasi swasta. Contohnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat menyelenggarakan pelatihan penggunaan media sosial bagi pelaku UMKM pada 2021. Selain itu, beberapa perusahaan swasta seperti Gojek juga menyediakan program pelatihan digital bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam platform mereka. Dalam pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial pada UMKM di Kota Baubau, para peserta akan memperoleh manfaat dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk kuliner mereka. Pelatihan ini juga akan membantu para pelaku UMKM dalam memahami strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan teknik-teknik yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran produk kuliner mereka. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan pariwisata kuliner di Kota Baubau serta membantu meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMKM kuliner di daerah tersebut. Pengembangan pariwisata kuliner menjadi salah satu potensi besar bagi perekonomian Indonesia, khususnya di Kota Baubau. Namun, perkembangan teknologi dan kemajuan media sosial membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus memiliki keterampilan dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk kuliner mereka.

Dalam konteks tersebut, pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial menjadi penting untuk membantu para pelaku UMKM di Kota Baubau meningkatkan kualitas dan daya saing produk

kuliner mereka. Pelatihan ini akan memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan teknik-teknik yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran. Dalam artikel ini, kami akan membahas tentang pentingnya pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial pada UMKM di Kota Baubau. Kami juga akan membahas mengenai materi-materi yang akan dipelajari dalam pelatihan tersebut dan manfaat yang akan didapatkan oleh para pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan. "Pengembangan pariwisata kuliner menjadi salah satu potensi besar bagi perekonomian Indonesia, pariwisata kuliner memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan perekonomian Indonesia, terutama pada destinasi-destinasi wisata yang memiliki kekayaan kuliner khas daerah (Wibowo et al., 2017). Pengembangan pariwisata kuliner memiliki dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Wisata, 2018).

Perkembangan teknologi dan kemajuan media sosial membuat para pelaku UMKM harus memiliki keterampilan dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk kuliner mereka" media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif bagi UMKM dalam memasarkan produk dan meningkatkan omzet penjualan (Wisata, 2018). Penggunaan media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan mempercepat pertumbuhan bisnis UMKM (Trulline, 2021). Pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial menjadi penting untuk membantu para pelaku UMKM di Kota Baubau meningkatkan kualitas dan daya saing produk kuliner mereka, pelatihan dan bimbingan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk dan meningkatkan daya saing bisnis. Pelatihan dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan manfaat finansial yang signifikan bagi UMKM (Framita & Maulita, 2020).

Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian Indonesia, khususnya di Kota Baubau. Pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial menjadi penting untuk membantu para pelaku UMKM meningkatkan kualitas dan daya saing produk kuliner mereka di pasar. Pelatihan ini juga dapat memberikan manfaat finansial yang signifikan bagi UMKM.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelatihan untuk pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial pada UMKM di Kota Baubau dapat beragam, tergantung pada tujuan, target peserta, dan kondisi yang ada. Beberapa metode pelatihan yang dapat dilakukan antara lain:

**Pelatihan Praktikum** metode pelatihan praktikum ini dilakukan dengan cara mengajarkan peserta cara memasak makanan khas daerah dan cara mengambil foto makanan agar terlihat menarik. Dalam pelatihan ini, para peserta dapat langsung mencoba dan mempraktekkan apa yang telah dipelajari dengan bimbingan instruktur.

**Pelatihan Kelas** metode pelatihan kelas ini dilakukan dengan cara mengajar peserta tentang teori-teori dan konsep-konsep dasar mengenai pemasaran melalui media sosial. Selain itu, para peserta juga dapat diberikan contoh kasus dan studi kasus mengenai pemasaran kuliner melalui media sosial.

## **HASIL PEMBAHASAN**

### **Hasil Pelatihan Praktikum**

Setelah mengikuti pelatihan praktikum, para peserta mampu menghasilkan makanan khas daerah dengan baik dan memahami teknik mengambil foto makanan yang menarik. Mereka juga mengerti cara mengatur tampilan makanan dan cara memperbaiki kesalahan saat mengambil foto. Peserta juga meningkatkan keterampilan dalam mengelola bahan makanan dan menjaga kebersihan dapur. Selain itu, mereka juga mampu memahami pentingnya memperhatikan keamanan pangan dan menjaga kualitas bahan makanan yang digunakan. Melalui pelatihan praktikum ini, para peserta juga mampu meningkatkan kreativitas dalam

menciptakan makanan dan tampilan yang menarik serta dapat memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk kuliner mereka. Dengan meningkatnya keterampilan dan kemampuan dalam memasak dan mengambil foto makanan, diharapkan para peserta mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk kuliner mereka sehingga dapat membantu mengembangkan pariwisata kuliner di Kota Baubau.



**Gambar 1. Produk kuliner**

### **Pelatihan Kelas**

Metode pelatihan kelas ini dilakukan dengan cara mengajar peserta tentang teori-teori dan konsep-konsep dasar mengenai pemasaran melalui media sosial. Selain itu, para peserta juga dapat diberikan contoh kasus dan studi kasus mengenai pemasaran kuliner melalui media sosial. Metode pelatihan kelas merupakan metode yang paling umum digunakan dalam pelatihan-pelatihan di bidang pariwisata kuliner. Pelatihan kelas ini efektif dalam memberikan pengetahuan teori dan konsep dasar yang dibutuhkan peserta, serta dapat dilakukan dengan skala yang lebih besar dan fleksibilitas waktu yang lebih tinggi (Supriadi, 2021). Selain itu, dalam pelatihan kelas, peserta juga dapat bertanya dan berdiskusi secara langsung dengan instruktur atau sesama peserta untuk memperdalam pemahaman mengenai materi yang disampaikan (Hadi & Syahid, 2022)

Dalam pelatihan ini, peserta akan belajar tentang strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial, teknik-teknik yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran, dan bagaimana membangun citra merek yang kuat. Pelatihan kelas biasanya dilakukan secara interaktif, di mana peserta akan diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi dengan instruktur dan sesama peserta (Suprpto & Cahya Mulat, 2022). Metode pelatihan kelas sangat cocok untuk peserta yang ingin memperoleh pengetahuan secara komprehensif tentang pemasaran kuliner melalui media sosial. Peserta akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep-konsep dan teori-teori dasar, serta dapat bertanya dan berdiskusi dengan instruktur mengenai topik yang sulit dipahami. Dengan demikian, metode pelatihan kelas dapat membantu peserta mengembangkan kemampuan analisis dan berpikir kritis dalam mengatasi masalah pemasaran kuliner mereka melalui media sosial (Margiono, 2018). Berdasarkan penelitian ini tentang perlunya program pelatihan kewirausahaan yang tepat Untuk UKM, terutama bagi UKM yang lagi merintis usahanya (Arifin, 2019)

Peserta akan belajar tentang strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan platform lainnya. Mereka akan diajarkan bagaimana cara membuat konten yang menarik dan efektif untuk mempromosikan produk kuliner mereka, termasuk menggunakan gambar dan video yang menarik. Selain itu, peserta juga akan belajar tentang teknik-teknik untuk meningkatkan jangkauan dan eksposur dari konten yang dibuat, seperti penggunaan hashtag, kolaborasi dengan influencer, dan penggunaan fitur-fitur spesifik dari masing-masing platform sosial media.

Di akhir pelatihan, peserta akan diberikan kesempatan untuk membuat rencana pemasaran melalui media sosial untuk produk kuliner mereka dan mendapatkan masukan dari instruktur dan rekan peserta untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka. Metode pelatihan kelas ini cocok untuk peserta yang ingin mempelajari strategi pemasaran secara menyeluruh dan ingin belajar dari contoh-contoh praktis. Namun, kelemahan dari metode ini adalah peserta tidak dapat langsung mempraktekkan apa yang telah dipelajari di kelas, sehingga perlu dilakukan pelatihan praktikum terpisah jika diperlukan. Pendidikan dan pelatihan Kewirausahaan (Entrepreneurship) merupakan salah satu mata kuliah yang memiliki kemampuan untuk mengatasi permasalahan employment (Mulyani, 2017).



Gambar 2. Pelatihan

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pengembangan pariwisata kuliner melalui media sosial pada UMKM di Kota Baubau sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk kuliner. Metode pelatihan praktikum dan kelas dapat diterapkan untuk memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan teknik-teknik yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran. Dalam era teknologi dan media sosial yang semakin berkembang, pelaku UMKM perlu memiliki keterampilan dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk kuliner mereka. Dengan pelatihan yang tepat, para pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis mereka.

## PUSTAKA

- Alfin, A. (2021). Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/280>
- Arifin, Z. (2019). Program Training Pengembangan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Bisnis Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). *SIGMA TEKNIKA*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.33373/sigma.v2i1.1809>
- Atmadja, T. F. A., Yunianto, A. E., Yuliantini, E., Haya, M., Faridi, A., & Suryana, S. (2020). Gambaran sikap dan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia selama pandemi Covid-19. *Action: Aceh Nutrition Journal*, 5(2), 195. <https://doi.org/10.30867/action.v5i2.355>
- Audinovic, V. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Kue Kering di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129. <https://doi.org/10.33021/exp.v4i2.1592>
- Framita, D. S., & Maulita, D. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107–118. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.254>
- Hadi, M. Z. P., & Syahid, A. (2022). Pelatihan Bahasa Inggris bagi Pemuda Karang Taruna Desa Bilebante

- dengan Penerapan Metode Audio Visual. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 297–304. <https://doi.org/10.54082/jamsi.229>
- Margiono, M. R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Marketing Online Di Dinas Koperasi Dan Ukm Kabupaten Banyuwangi. *Journal Proceeding*, 4(1). <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/prosiding/article/view/532>
- Mulyani, Y. S. (2017). Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Entrepreneurship terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa dalam Meningkatkan Industri Pariwisata (Studi Kasus Mahasiswa/i AMIK BSI Tasikmalaya). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 8(2), 489990. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/2296>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Prasetyawati, Y. R., Setyaningtyas, E., Ayu, J. P., Sartika, K. D., & Adithia, S. (2021). Pelatihan Culinary Entrepreneur Dalam Mengembangkan Kinerja UMKM di Masa Pandemi. *Journal of Servite*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.37535/102003120213>
- Suprpto, S., & Cahya Mulat, T. (2022). Pemberdayaan Pasien Covid-19 Untuk Meningkatkan Derajat Kesehatan. *Abdimas Polsaka*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.35816/abdimpolsaka.v1i1.3>
- Supriadi, Y. N. (2021). Strategi Innovation Capabiity Dalam Proses Pembelajaran Di Era Pandemi Covid-19. *Efektivitas Proses Pembelajaran Masa Pandemi*, 102. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=9JshEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA102&dq=metode+pelatihan+kelas+dapat+membantu+peserta+mengembangkan+kemampuan+analisis+dan+berpikir+kritis+dalam+mengatasi+masalah+pemasaran+kuliner+mereka+melalui+media+sosial.&ots=OkJ--anuci&sig=HSGe4xpVnmDtr3aXkbtPvlyqbfA>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>
- Wibowo, S., Rusmana, O., & Zuhelfa, Z. (2017). Pengembangan Ekonomi Melalui Sektor Pariwisata Tourism. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), 83–89. <https://doi.org/10.34013/jk.v1i2.13>
- Wisata, D. (2018). Evaluasi Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 5(3). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>