

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI SERTA PELATIHAN PENGEMBANGAN KARYAWAN PADA COCANE X KEDAI BUBUR KENTJANA

Made Ika Prastyadewi^{1,*}, Ni Made Era Kusumadewi², Komang Tri Wahyuni³,
Nyoman Widyani⁴

^{1,2,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

⁴Mahasiswa Program Doktor, Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: ika.prastyadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah strategi pemasaran bisnis secara signifikan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media promosi yang efektif dan efisien dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas karyawan dalam pemanfaatan media sosial serta memperbaiki sistem manajemen operasional pada CoCane X Kedai Bubur Kentjana. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan secara partisipatif, meliputi pembuatan konten digital, penggunaan fitur promosi, serta pengelolaan stok berbasis sistem. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman karyawan dari 40% menjadi optimal, serta peningkatan kinerja operasional dan efektivitas promosi digital. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing usaha, efisiensi operasional, dan profesionalitas karyawan.

Kata kunci: media sosial, pelatihan karyawan, pemasaran digital, manajemen operasional

ANALISIS SITUASI

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas bisnis, khususnya dalam strategi pemasaran. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif dalam meningkatkan brand awareness dan membangun hubungan dengan konsumen. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara interaktif dan real-time. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), pemasaran digital melalui media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian.

CoCane X Kedai Bubur Kentjana merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang minuman berbahan dasar kelapa dan tebu serta menyediakan berbagai varian bubur dengan aneka topping. Usaha ini berlokasi di kawasan Dalung, Bali, yang memiliki potensi pasar cukup tinggi. Produk yang ditawarkan sesuai dengan karakteristik iklim tropis Indonesia, sehingga memiliki peluang besar untuk berkembang apabila didukung dengan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, transformasi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (OECD, 2021).

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, ditemukan beberapa permasalahan utama. Pertama, keterbatasan kemampuan karyawan dalam memanfaatkan media sosial secara optimal. Penggunaan media sosial masih terbatas pada aktivitas sederhana seperti mengunggah konten tanpa strategi yang terencana, sehingga belum mampu meningkatkan engagement dan daya tarik konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Fandy Tjiptono (2019) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital memerlukan perencanaan konten yang sistematis agar dapat memengaruhi keputusan pembelian. Kedua, sistem manajemen operasional, khususnya dalam pengelolaan stok, masih dilakukan secara manual dan belum terstruktur dengan baik. Kondisi ini menyebabkan kurangnya efisiensi operasional serta berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pencatatan. Ketiga, belum adanya sistem evaluasi kinerja karyawan yang terukur dan berkelanjutan, sehingga sulit untuk menilai produktivitas dan efektivitas kerja secara objektif.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan intervensi berupa program pelatihan dan pendampingan yang terintegrasi untuk meningkatkan kompetensi karyawan dalam pemanfaatan media sosial, memperbaiki sistem manajemen operasional, serta menerapkan sistem evaluasi kinerja yang lebih terstruktur.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi terlihat adanya masalah yang dihadapi yaitu kurangnya keterampilan karyawan dalam memanfaatkan media sosial secara optimal untuk keperluan promosi. Hal ini berdampak pada rendahnya efektivitas pemasaran digital yang dilakukan. Selain itu, masalah lain yang dihadapi adalah masih belum efisiennya sistem manajemen operasional, terutama dalam pengelolaan stok bahan baku toko yang dapat memengaruhi kinerja karyawan secara keseluruhan. Oleh karena itu, dibutuhkan program pelatihan yang menyeluruh untuk meningkatkan kompetensi karyawan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, sekaligus meningkatkan efisiensi operasional melalui penerapan sistem manajemen yang lebih baik. Keterkaitan antara masalah promosi dan efisiensi operasional ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi karyawan dalam kedua aspek tersebut menjadi kunci untuk mengoptimalkan kinerja dan meningkatkan penjualan pada platform *grabfood* dan *gojek*. Selain itu, diperlukan juga untuk mengevaluasi karyawan yang dilakukan secara berkala, sistematis, dan menyeluruh untuk memastikan kinerja karyawan berjalan efektif serta mendukung pencapaian tujuan organisasi.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi masalah tersebut maka diperlukan beberapa solusi yaitu dengan melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan seperti:

1. Memberikan pendampingan kepada karyawan CoCane X Kedai Bubur Kentjana dalam melakukan pembuatan konten untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti *Tiktok* dan *Instagram* untuk kebutuhan promosi

2. Memberikan pelatihan dalam menggunakan sistem dalam pencatatan dan pengelolaan stock barang yang ada pada CoCane X Kedai Bubur Kentjana
3. Melakukan sistem penilaian kinerja untuk mengevaluasi kinerja karyawan CoCane X Kedai Bubur Kentjana dalam kurun waktu 1 bulan

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung (*hands-on training*), yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan aktif karyawan dalam proses pembelajaran. Metode ini dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan kerja melalui pengalaman langsung (Raymond Noe, 2020).

Tahapan kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui tingkat pemahaman awal karyawan terkait pemanfaatan media sosial, pengelolaan stok, dan sistem operasional. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar dalam penyusunan program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Tahap selanjutnya adalah perencanaan program yang meliputi penyusunan materi pelatihan, penjadwalan kegiatan, serta penentuan indikator keberhasilan. Materi difokuskan pada pembuatan konten promosi digital melalui platform seperti Instagram dan TikTok, penggunaan sistem pencatatan stok berbasis digital, serta penerapan sistem evaluasi kinerja karyawan.

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan, di mana karyawan diberikan pembekalan secara langsung mengenai teknik pembuatan konten, penggunaan fitur media sosial, serta pengelolaan stok menggunakan aplikasi sederhana seperti Microsoft Excel. Metode yang digunakan berupa kombinasi antara penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung agar karyawan dapat memahami sekaligus mengaplikasikan materi yang diberikan. Pelatihan dan pengembangan karyawan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja organisasi (Gary Dessler, 2020). Selanjutnya, dilakukan tahap implementasi, di mana karyawan menerapkan keterampilan yang telah diperoleh dalam kegiatan operasional sehari-hari. Karyawan mulai membuat konten promosi secara mandiri, melakukan pencatatan stok secara sistematis, serta menjalankan prosedur kerja yang lebih terstruktur.

Tahap akhir adalah evaluasi dan monitoring yang dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap kinerja karyawan, kualitas konten yang dihasilkan, serta efektivitas sistem operasional. Evaluasi kinerja yang sistematis sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja (Michael Armstrong, 2018). Selain itu, dilakukan pemberian umpan balik dan rekomendasi perbaikan guna memastikan keberlanjutan program.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah mencapai target yang diinginkan, yaitu sudah terealisasi 100%. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan

menunjukkan hasil adanya peningkatan pemahaman karyawan, yang sebelumnya hanya sebesar 40%, karena karyawan hanya sekedar mengetahui penggunaan media sosial sebagai sarana promosi sebatas upload *insta story* saja, namun masih kurang mendalami fungsi lain media sosial mulai dari membuat konten promosi singkat, promosi menggunakan fitur iklan, strategi engagement dengan audiens, serta mengolah sistem manajemen stok menggunakan aplikasi. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan juga turut membantu dalam upaya peningkatan kinerja pada karyawan CoCane X Kedai Bubur Kentjana ini menjadi 100%. Metode program kerja pengabdian masyarakat ini meliputi pelatihan dan pendampingan karyawan CoCane X Kedai Bubur Kentjana terkait keterampilan manajemen dan pemanfaatan media sosial.

- 1) Menyelenggarakan pelatihan penggunaan media sosial kepada karyawan CoCane X Kedai Bubur Kentjana untuk menguasai platform media sosial seperti *TikTok* dan *Instagram*. Pelatihan ini mencakup cara membuat konten yang menarik, memanfaatkan fitur iklan, serta strategi *engagement* dengan audiens yang ditargetkan. Misalnya, karyawan diajarkan cara membuat video promosi singkat di *TikTok* yang sesuai dengan tren terkini. Dengan praktik langsung didampingi oleh tim pelaksana. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 10 Maret 2026 sampai dengan 18 Maret 2026



Gambar 1. Pengenalan fitur sosial media pada karyawan

- 2) Melakukan pelatihan kepada karyawan CoCane X Kedai Bubur Kentjana mengenai penggunaan sistem manajemen stok yang lebih modern dan otomatis dengan menggunakan sistem *excel*. Tujuannya agar proses pemantauan dan pemeriksaan stok barang menjadi lebih mudah dan efisien. Pelaksanaannya dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini yaitu, karyawan diajarkan cara input data stok menggunakan aplikasi yang telah disediakan. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 20 Maret 2026 sampai dengan 28 Maret 2026



Gambar 2. Pengenalan sistem pencatatan digital

Penelitian lain menunjukkan bahwa keberhasilan strategi pemasaran UMKM tidak hanya ditentukan oleh promosi digital, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan penataan produk yang menarik. Pelatihan yang diberikan kepada karyawan terkait pelayanan pelanggan, visual merchandising, serta pembuatan konten digital terbukti mampu meningkatkan daya tarik produk dan pengalaman konsumen. Selain itu, pemanfaatan media sosial secara konsisten memberikan dampak positif terhadap peningkatan interaksi dengan pelanggan serta memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, kombinasi antara pemasaran digital, peningkatan kualitas layanan, dan pengelolaan tampilan produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen dan daya saing usaha (Prastyadewi et al., 2025)

- 3) Melakukan sistem penilaian kinerja untuk mengevaluasi kinerja karyawan CoCane X Kedai Bubur Kentjana dalam kurun waktu 1 bulan. sistem evaluasi bertujuan untuk menyediakan dasar pengambilan keputusan yang objektif dan berbasis data. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi baru, meningkatkan kualitas kinerja, serta memastikan bahwa sumber daya yang digunakan telah dimanfaatkan secara optimal. Dengan adanya sistem evaluasi yang terstruktur dan berkelanjutan, proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dapat berjalan lebih terarah dan akuntabel. Tujuannya untuk memberikan evaluasi dan *feedback* selama bekerja yang dihasilkan oleh karyawan. Kegiatan pendampingan dilaksanakan dari tanggal 29 Maret 2026 sampai dengan 6 April 2026.



Gambar 3. Evaluasi kegiatan

Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan usaha pada CoCane X Kedai Bubur Kentjana. Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial yang dikombinasikan dengan pengelolaan persediaan yang baik dapat meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional usaha. Penggunaan strategi promosi digital serta pencatatan stok berbasis sistem memungkinkan pelaku usaha untuk mengontrol arus barang dan meningkatkan ketepatan dalam pengambilan keputusan. Selain itu, penerapan pencatatan keuangan sederhana seperti petty cash berbasis digital turut mendukung transparansi dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Hasil ini menunjukkan bahwa sinergi antara pemasaran digital dan manajemen operasional merupakan faktor kunci dalam meningkatkan pendapatan serta kinerja UMKM secara keseluruhan (Prastyadewi & Handayani, 2024).

Pendampingan media sosial terbukti mampu meningkatkan pemahaman karyawan terhadap strategi pemasaran digital, sehingga usaha memiliki peluang yang lebih besar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Di sisi lain, penerapan sistem pencatatan dan stok yang lebih terstruktur membantu karyawan dalam mengelola operasional usaha secara lebih efektif dan efisien. Sementara itu, sistem penilaian kinerja karyawan memberikan kontribusi dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih profesional dan terukur

Meskipun demikian, dalam pelaksanaan program terdapat beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan pemahaman mitra terhadap penggunaan teknologi, khususnya dalam pembuatan konten digital dan penggunaan aplikasi pencatatan. Tantangan lainnya adalah adanya kebiasaan lama dalam pengelolaan usaha yang sulit untuk diubah, terutama dalam hal pencatatan yang sebelumnya dilakukan secara tidak terstruktur.

Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, tim pelaksana menerapkan beberapa solusi, seperti menggunakan metode pelatihan yang sederhana dan mudah dipahami, serta lebih menekankan pada praktik langsung dibandingkan teori. Selain

itu, diberikan pula panduan tertulis yang dapat digunakan sebagai referensi oleh mitra setelah kegiatan pelatihan selesai. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan agar mitra dapat beradaptasi dengan sistem yang baru. Tim pelaksana juga berupaya menyesuaikan materi dan metode dengan kondisi serta kemampuan mitra, sehingga program dapat diterapkan secara efektif dan berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Program ini berhasil meningkatkan pengelolaan usaha mitra pada aspek pemasaran digital, pencatatan dan stok, serta penilaian kinerja karyawan. Mitra menjadi lebih terampil dalam membuat konten, lebih rapi dalam pencatatan, dan memiliki sistem kerja yang lebih terukur. Meskipun ada kendala seperti keterbatasan teknologi dan waktu, program tetap berjalan efektif dan memberi dampak positif jangka panjang.

Perlu dilakukan pendampingan lanjutan, terutama pada pemasaran digital. Mitra disarankan konsisten dalam pencatatan dan mulai mengembangkan sistem yang lebih modern. Sistem penilaian karyawan perlu diterapkan dan dievaluasi secara rutin. Selain itu, peningkatan kemampuan teknologi dan komitmen menjaga perubahan menjadi kunci keberlanjutan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Michael. (2018). *Armstrong's handbook of performance management: An evidence-based guide to delivering high performance* (6th ed.). Kogan Page.
- Dumilah, R., et al. (2020). Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi usaha atau bisnis bagi siswa. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/326301-pelatihan-pemanfaatan-media-sosial-untuk-e7c9c086.pdf>
- Dessler, Gary. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Mufidah, S., et al. (2020). Pelatihan kerja, motivasi dan pengembangan karir pengaruhnya terhadap kinerja karyawan pada PT. Rifan Financindo Berjangka Solo. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/download/830/pdf/2802>
- Mustopa, R., et al. (2021). Pelatihan dan pengembangan manajemen sumber daya manusia di masa pandemi COVID-19. Retrieved from <https://sostech.greenvest.co.id/index.php/sostech/article/download/21/62>
- Noe, Raymond A.. (2020). *Employee training and development* (8th ed.). McGraw-Hill.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Permatasari, M. P., & Endriastuti, A. (2020). Pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran bagi UMKM di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Retrieved from <https://e-journal.unair.ac.id/jlm/article/view/20348/11236>

- Prastyadewi, M. I., et al. (2025). Peningkatan strategi pemasaran melalui pelatihan digital marketing dan pelayanan pada UMKM. Prosiding Seminar Nasional FEB Universitas Mahasaraswati Denpasar. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/13009>
- Prastyadewi, M. I., & Handayani, N. (2024). Optimalisasi media sosial dan pengelolaan keuangan sederhana untuk meningkatkan kinerja UMKM. Prosiding Seminar Nasional FEB Universitas Mahasaraswati Denpasar. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/9311>
- Rosidah, S. N., et al. (2024). Membangun program pelatihan yang efektif untuk meningkatkan kinerja karyawan. Retrieved from <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/download/970/882>
- Selviyanti, N. H., et al. (2023). Systematic literature review: Peran pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam meningkatkan kinerja karyawan. Retrieved from <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/20987/7135/51638>
- Tjiptono, Fandy. (2019). Strategi *pemasaran*. Andi.