PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA WARUNG MOGAN VEGETARIAN

Ni Made Dwi Puspitawati[1,*], I Putu Andika Widiantara[2], Rini Anggriani[3]
[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
[3]Mahasiswa Program Doktor, Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: dwipuspitawati10@unmas.ac.id

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat mendorong minat terhadap makanan olahan vegetarian dan berbasis nabati. Dalam kondisi ini mendai peluang bagi Warung Mogan Vegetarian di Dalung, Kuta Utara untuk mengembangkan usahanya. Namun di dalam pemasaran masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan pemahaman pelaku usaha mengenai *digital marketing*, keterampilan dalam membuat konten promosi, belum optimalnya pengelolaan GrabFood dan GoFood, serta belum konsistennya promosi menu andalan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakt ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha meningkatkan pemanfaatan *digital marketing* sebagai sarana promosi dan pemasaran melalui online. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan pendampingan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, praktik, serta monitoring dan evaluasi. Program kerja yang dilaksanakan meliputi pelatihan penggunaan media sosial dan pembuatan konten promosi, pendampingan dalam menentukan menu andalan, optimalisasi GoFood dan GrabFood, serta pelatihan pembuatan foto produk, video promosi, dan caption yang menarik. Hasil pelaksanaan menunjukan bahwa keseluruhan program kerja dapat direalisasikan dengan tingkat ketercapaian sebesar 100% dan berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan ini membantu pelaku usaha untuk menungkatkan pemanfaatan pemasaran digital dan diharapkan memperluas jangakauan pasar, meningkatkan daya saing, serta mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pelatihan, Daya Saing, Karyawan, Digital, Pemasaran

ANALISIS SITUASI

Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam membekali mahasiswa tidak hanya melalui pembelajaran teoritis, tetapi juga melalui pengalaman praktis di masyarakat. Salah satu bentuk kegiatan tersebut adalah program pengabdian kepada masyarakat yang menjadi sarana bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan kepada masyarakat maupun pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM dan membantu meningkatkan penjualan (Puspitawati & Suharto, 2021; Puspitawati & Mulyani, 2022).

Warung Mogan Vegetarian merupakan salah satu UMKM kuliner yang berlokasi di Dalung, Kuta Utara dan memiliki potensi untuk berkembang seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap pola hidup sehat dan konsumsi makanan

berbasis nabati. Warung ini menyediakan berbagai pilihan makanan vegetarian serta memiliki lokasi dengan suasana yang nyaman dan alami. Potensi tersebut dapat menjadi sumber daya yang mendukung perkembangan usaha. Namun, berdasarkan hasil observasi, pemanfaatan *digital marketing* sebagai media promosi masih belum optimal. Pelaku usaha masih memiliki keterbatasan dalam mengelola media sosial, membuat konten promosi, menentukan menu andalan, serta mengoptimalkan penggunaan platform GoFood dan GrabFood.

Perkembangan teknologi informasi memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh dan menyebarkan informasi melalui berbagai platform digital (Puspitawati & Pratiwi, 2022; Sami'un, *et al.*, 2025) *Digital marketing* merupakan teknik pemasaran produk dan jasa yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai perantara, salah satunya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan platform digital lainnya (Hamid, *et al.* 2025; Irmayanti. *et al.,* 2024). Strategi pemasaran digital tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga bagaimana teknologi dimanfaatkan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan produk (Saharani, *et al*., 2025; Zarkasi, *et al.,* 2025). Oleh karena itu, pemanfaatan *digital marketing* menjadi salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing Warung Mogan Vegetarian.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat difokuskan pada optimalisasi *digital marketing* dan pelatihan konten digital. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pelatihan penggunaan media sosial dan pembuatan konten promosi, pendampingan dalam menentukan menu andalan, optimalisasi akun GoFood dan GrabFood, serta pelatihan pembuatan foto produk, video promosi, dan *caption* yang menarik. Melalui kegiatan tersebut, diharapkan pelaku usaha mampu memanfaatkan media digital secara lebih mandiri dan konsisten, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing, serta mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas dan kondisi yang dihadapi oleh Warung Mogan Vegetarian, maka rumusam masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah :

1. Kurangnya pemahanan pelaku usaha mengenai *digital marketing,* khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif.
2. Terdapat menu andalan yang tidak dipromosikan secara konsisten, sehingga identitas suatu produk unggulan dan strategi promosi belum terbentuk dengan baik.
3. Pengeloaan platform Gofood dan Grabfood belum optimal, sehingga menyebabkan potensi penjualan melalui digital belum maksimal.

4. Kurangnya Keterampilan pelaku usaha dalam membuat konten promosi masih terbatas, seperti pembuatan foto produk, vidio promosi, dan caption yang menarik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan dari hasil analisis situasi, solusi yang dapat diberikan dalam progaram pengabdian masyarakat ini sebagai beriku :

1. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan media sosial dan pembuatan konten promosi untuk meningkatakan penjualan.
2. Mendampingi pelaku usaha dalam menentukan menu andalan agar produk unggulan lebih dikenal oleh banyak konsumen.
3. Memberikan pendampingan dalam mengelola akun Gofood dan Grabfood untuk mengoptimalkan penjualan melalui platform online.
4. Memberikan pelatihan pembuatan foto produk, vidio promosi, dan caption yang menarik sebagai upaya meningkatkan kualitas promosi media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Warung Mogan Vegetarian menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan pendampingan. Pendekatan tersebut diterapkan melalui beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut :

1) Sosialisasi

Tahapan awal melalui kegiatan penyuluhan untuk memberikan pemahanan kepada pemilik usaha mengenai pentingnya digital marketing dalam menghadapi persaingan usaha kuliner. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar pemasaran digital, manfaat penggunaan media sosial sebagai media promosi, pentingnya online customer review, serta pemanfaatan platform layanan pesan antar online seperti GoFood dan GrabFood. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran mitra mengenai pentingnya pemasaran digital dalam mengembangkan usaha.

2) Pelatihan

Kegiatan selanjutnya berfokus pada pelatihan pada peningkatan ketermpilan mitra dalam pemasaran digital. Pelatihan ini dilakukan dengan pelatihan pembuatan vidio promosi, foto, dan penyusunan desain sederhada menggunakan aplikasi seperti canva, penyusunan caption yang menarik, serta mengelola media sosial agar lebih aktif dan konsisten. Selain itu memberikan pelatihan mengenai cara mengoptimalkan informasi usaha pada platform layanan pesan antar online.

3) Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan dengan mendampingi pemilik usaha secara langsung dalam menerapkan materi yang telah diberikan. Pendampingan meliputi pengelolaan akun media sosial, penyusunan jadwal unggahan konte n, optimalisasi penggunaan GoFood dan GrabFood, serta pemberian masukan mengenai strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik usaha. Pendampingan ini bertujuan untuk mngerahkan pelaku usaha dalam menerapkan pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan.

4) Praktik

Kegiatan praktik meliputi pembuatan serta publikasi konten promosi di media sosial, pembaruan informasi usaha pada platform layanan pesan antar online, dan menerapkan strategi promosi yang telah direncanakan. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang memberikan arahan dan umpan balik selama proses pelaksanaan.

5) Monitoring dan Evaluasi

Tahapan paling terakhir yakni monitoring dan evaluasi untuk mengetahui efektivitas dari program yang telah dibuat. Pada monitoring dilakukan dengan mengamati perkembangan pengelolaan media sosial, aktivitas promosi, serta pemanfaatan platform layanan pesan antar online. Sedangkan dilakukan evaluasi bersama untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi, menilai pencapaian program, serta menyusun rekomendasi agar strategi pemasaran digital diterapkan secara berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi perkembangan usaha.

HASIL PENGABDAIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan program kerja pengabdian kepada masyarakat pada Warung Mogan Vegetarian yang terletak di Dalung, Kuta utara dilakukan dengan baik dan berjalan dengan lancar. Adapun hasil ketercapaian program kerja pada Tabel 1.

Tabel 1. Ketercapaian Program Pengabdian kepada Masyarakat

No.	Proker	Realisasi
1.	Pelatihan mengenai penggunaan media sosial dan pembuatan konten promosi untuk meningkatkan penjualan	100%
2.	Melakukan pendampingan untuk menentukan menu andalan.	100%
3.	Melakukan pendampingan optimalisasi akun Grabfood dan Gofood untuk melakukan penjualan dengan layanan platform online	100%
4.	Pelatihan pembuatan foto produk, vidio promosi dan caption menarik untuk media sosial.	100%

Dari keempat program kerja yang terlaksana menunjukan angka 100% tang dimana arti kegiatan ini dilakukan sudah dengan baik dan lancar. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu UMKM Warung Mogan Vegetarian mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing agar promosi lebih efektif, jangkauan pasar yang lebih luas, dan potensi penjualan dapat meningkat.

Program pertama yang dilaksanakan adalah Pelatihan mengenai penggunaan media sosial dan pembuatan konten promosi untuk meningkatkan penjualan. Dengan program kerja ini mahasiswa membantu pelaku usaha untuk menjadikan media sosial sebagai ladang promosi untuk meningkatkan penjualan. Mahasiswa membantu memberikan sosialisasi bagaimana media sosial itu bekerja seperti pembuatan vidio yang digunakan untuk promosi atau memperkenalkan tempat pelaku usaha. Dengan demikian mahasiswa membantu melakukan pengelolaan media sosial yang telah dimiliki pelaku usaha untuk melakukan pemasaran secara digital untuk memperluas jan gakauan pasar.



Gambar 1. Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dan Pembuatan Konten Promosi

Program kerja kedua yang dilaksanakan adalah Melakukan pendampingan untuk menentukan menu andalan. Program ini juga menjadi salah satu ruang untuk memperkenalkan tempat usaha dengan membuat konten atau menu yang dirancang sebagai menu yang paling sering diminati oleh pelanggan atau menu andalan pelanggan.



Gambar 2. Pendampingan dalam penyusunan menu andalan

Program ketiga yang dilaksanakan adalah Melakukan pendampingan optimalisasi akun Grabfood dan Gofood untuk melakukan penjualan dengan layanan platform online. Program ini yang paling ramai diminati karena layanan pesan antar ini sangat pesat di era sekarang. Mahasiswa membantu pelaku usaha untuk mengelola layanan pesan antar dari aplikasi GoFood dan GrabFood dimana pelanggan memesan makanan melalui kedua aplikasi tersebut. Hal ini memudahkan pelaku usaha dalam menjual produknya melalui layanan online dan memudahkan pelanggan jika tidak bisa langsung ke tempat makan tersebut.



Gambar 3. Membantu Mengelola Akun Layanan Online

Program keempat yang dilaksanakan adalah Pelatihan pembuatan foto produk, vidio promosi dan caption menarik untuk media sosial. Program ini juga penting untuk menarik hati pelanggan dalam promosi. Dari tahapan awal membuat foto, vidio, pengelolaan akun, dan menyusun menu andalan setelah itu merangkai kata- kata atau caption yang menarik untuk diposting di dalam akun pelaku usaha atau di media sosial.



Gambar 4. Membantu Mengelola Media Sosial , Pembuatan Captioan Yang Menarik

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang didukung oleh pemilik usaha, potensi produk vegetarian yang dimiliki, tersedianya media sosial dan platfrom layanan pesan antar yang membantu program ini berjalan, serta keterlibatan mahasiswa dalam memberikan edukasi dan pelatihan pendampingan kepada apelaku usaha.

Dalam pelakasanaanya terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, yakni masih terbatasnya pemahaman pelaku usaha mengenai *digital marketing*, keterampilan dalam membuat konten promosi, belum optimalnya pengelolaan aplikasi GoFood dan GrabFood, serta belum konsistennya promosi menu andalan. Untuk mengatasi permasalahan ini mahasiswa membantu melakukan edukasi mengenai pentingnya *digital marketing* untuk memperluas jangakauan pasar, pelatihan pembuatan video, serta pendampingan secara langsung dalam mengelola media sosial dan platfrom

GoFood dan GrabFood. Pelaku usaha juga diberikan pendampingan dalam menentukan menu andalan dan menyusun strategi promosi.

Demikian keseluruhan program yang telah dilaksanakan memberikan pendampingan kepada pelaku usaha dalam meningkatkan manfaat pemasaran digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membentu Warung Mogan Vegetarian mengelola media digital secara mandiri dan konsisten, memperluas jangakauan pemasaran, meningkatkan daya saing, serta mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di Warung Mogan Vegetarian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berfokus pada upaya meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan *digital marketing* sebagai sarana promosi dan pemasaran. Permasalahan yang dihadapi meliputi keterbatasan pemahaman mengenai pemasaran digital, belum konsistennya promosi menu andalan, belum optimalnya pengelolaan platform GoFood dan GrabFood, serta keterbatasan dalam membuat konten promosi berupa foto, video, dan *caption* yang menarik. Program pengabdian dilaksanakan dengan pendekatan edukatif, partisipatif, dan pendampingan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, praktik, serta monitoring dan evaluasi yang mencakup edukasi mengenai pentingnya *digital marketing*, pengelolaan media sosial, penentuan menu andalan, optimalisasi platform GoFood dan GrabFood, serta pelatihan pembuatan konten promosi. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menerapkan strategi pemasaran digital secara lebih terarah dan mandiri, meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, menarik pelanggan baru, serta mendukung peningkatan daya saing dan penjualan secara berkelanjutan.

Bagi Warung Mogan Vegetarian, disarankan untuk menerapkan strategi *digital marketing* secara konsisten, khususnya dalam mengelola media sosial, membuat konten promosi yang menarik, mengelola akun GoFood dan GrabFood secara rutin, serta mempertahankan promosi menu andalan agar identitas usaha semakin dikenal oleh konsumen. Bagi mahasiswa yang melaksanakan kegiatan pengabdian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan pendampingan yang lebih berkelanjutan serta menyesuaikan program dengan kebutuhan dan perkembangan usaha, sehingga ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dapat diterapkan secara optimal dalam membantu menyelesaikan permasalahan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Hamid, R., Ahmad, S., Ryketeng, M., Idris, H., Rukmana, R., Fajriani, S., ... & Putri, N. I. (2025). Pendampingan UMKM melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis TikTok untuk Meningkatkan Brand Engagement Kopi Wakanda. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(3).

Irmayanti, I., Pribadi, W., & Rohaendi, N. (2024). The Role Of Instagram Social Media As A Promotional Platform For UNESCO Global Geopark Ijen. The International Journal of Business Review (The Jobs Review), 7(1), 55-62.

Puspitawati, N. M. D., & Suharto, G. N. (2021). Pemanfaatan Social Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Digital Pada Umkm Tempe Wina Di Br. Batur, Desa Ubung, Bali. Jurnal Bakti Saraswati (JBS), 10(2).

Puspitawati, N. M. D., & Pratiwi, D. A. P. D. (2022, May). Pengoptimalan Media Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Toko Yoga Shoes Di Kabupaten Klungkung. In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA) (Vol. 1, No. 1, pp. 280-286).

Puspitawati, N. M. D., & Muliani, N. K. (2022). Pemanfaatan Media Digital Dalam Penjualan Produk Ardita Gold Di Desa Batubulan, Kabupaten Gianyar. Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA), 3(2), 68-76.

Saharani, L. D., Wikan, P., Setiawan, N. A., Ayuningtyas, D. R., Setiaji, A. K., Carissa, N. D., ... & Fikri, M. A. (2025). Hubungan Antara Pengalaman Pendidikan Dan Pemahaman Strategi Marketing Digital Pada Pelaku Umkm: Gen X Dan Y Di Desa Trawas Kabupaten Mojokerto. Jurnal Media Akademik (JMA), 3(12).

Sami'un, D. C., Palisa, D., Gudipung, E. W., Gamawati, F. E., & Atu, D. (2025). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Kain Tenun Ikat untuk Kelompok Sanggar Mawarane di Kabupaten SIKKA. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 3(10), 5712-5719.

Zarkasi, I. R., Kulau, F., Karolina, C. M., & Intana, L. (2025). Collaboration as a co-creation strategy to create a market niche in the media industry. Jurnal Komunikasi, 19(2), 181-198.