OPTIMALISASI SISTEM PROMOSI DIGITAL DAN PENGEMBANGAN PRODUK PADA DAPUR FLAMBOYAN

Tiksnayana Vipraprastha[1,*], Ni Kadek Diah Citrayanti[2]
[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: tiksnayana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Dapur Flamboyan merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner dengan produk utama berupa risol. Berdasarkan hasil observasi, Dapur Flamboyan masih menghadapi kendala dalam optimalisasi promosi digital dan keterbatasan varian produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengembangan usaha melalui optimalisasi sistem promosi digital dan inovasi produk. Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi dan identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan, pendampingan, serta evaluasi. Program yang dilaksanakan meliputi penyusunan strategi promosi digital, kalender konten, pembuatan foto dan video produk, penyusunan panduan pengelolaan media sosial, serta pendampingan penerapan promosi digital. Selain itu, dilakukan pengembangan varian risol baru melalui uji coba produk dan pemberian tester kepada konsumen untuk memperoleh masukan terkait rasa, tekstur, dan kualitas produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program optimalisasi sistem promosi digital dan pengembangan produk dapat direalisasikan dengan baik dengan tingkat ketercapaian sebesar 100%. Kegiatan ini membantu mitra memiliki sistem promosi yang lebih terarah dan teratur serta tambahan inovasi produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Program yang telah dilaksanakan diharapkan dapat terus diterapkan secara konsisten untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya tarik produk, serta mendukung keberlanjutan dan daya saing Dapur Flamboyan.
Kata Kunci: UMKM, promosi digital, media sosial, inovasi produk

ANALISIS SITUASI

Dapur Flamboyan merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner dengan produk utama berupa risol. Usaha ini memiliki potensi untuk dikembangkan karena produk makanan ringan seperti risol memiliki peluang pasar yang cukup luas dan dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Produk yang ditawarkan juga memiliki keunggulan dari segi kepraktisan sehingga dapat menjadi salah satu pilihan makanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kondisi tersebut menjadi peluang bagi Dapur Flamboyan untuk meningkatkan pemasaran dan mengembangkan usahanya secara lebih optimal.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan jangkauan yang lebih luas. Pemanfaatan digital marketing dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan jangkauan pemasaran, memperkenalkan produk, serta meningkatkan daya saing usaha (Budiarti et al., 2024). Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menampilkan informasi produk, foto dan video, serta berbagai konten yang dapat menarik perhatian calon konsumen. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola

media sosial secara terarah menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung perkembangan usaha.

Berdasarkan hasil observasi, Dapur Flamboyan masih menghadapi kendala dalam aspek promosi digital. Kegiatan promosi melalui media sosial belum dilakukan secara optimal dan belum memiliki pengelolaan yang terarah, baik dari segi konsep konten, jadwal unggahan, maupun penyampaian informasi produk. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan promosi masih terbatas dan informasi mengenai produk belum dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Selain itu, promosi yang belum dilakukan secara konsisten dapat menyebabkan keberadaan produk kurang dikenal oleh calon konsumen. Oleh sebab itu, diperlukan strategi promosi yang lebih terencana agar media sosial dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana pemasaran.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa Dapur Flamboyan membutuhkan pendampingan dalam mengelola promosi digital. Pendampingan digital marketing dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan dalam mengelola kegiatan promosi secara lebih efektif melalui media digital (Rahayu et al., 2024). Melalui pendampingan, mitra tidak hanya memperoleh materi mengenai promosi, tetapi juga dapat memperoleh pengalaman dalam membuat konten, mengatur jadwal publikasi, serta mengelola media sosial secara lebih konsisten. Dengan demikian, pemanfaatan media digital diharapkan dapat menjadi bagian dari strategi pemasaran yang dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh mitra.

Selain permasalahan dalam aspek promosi, Dapur Flamboyan juga menghadapi kendala pada aspek pengembangan produk. Berdasarkan hasil observasi, pilihan varian risol yang tersedia masih terbatas sehingga diperlukan inovasi untuk memberikan pilihan produk yang lebih beragam kepada konsumen. Aulia dan Puspitowati (2024) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan ketertarikan konsumen karena dapat memberikan variasi dan nilai tambah terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pengembangan varian baru menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik produk Dapur Flamboyan.

Pengembangan produk dilakukan dengan mempertimbangkan minat dan kebutuhan konsumen. Kegiatan diawali dengan diskusi mengenai ide varian risol baru, dilanjutkan dengan proses uji coba pembuatan produk. Produk yang telah dibuat kemudian diberikan kepada beberapa konsumen sebagai tester untuk memperoleh masukan mengenai rasa, tekstur, dan tampilan. Masukan tersebut digunakan sebagai bahan evaluasi untuk melakukan penyempurnaan terhadap varian produk yang dikembangkan. Dengan melibatkan konsumen dalam proses evaluasi, pengembangan produk dapat lebih memperhatikan penerimaan dan preferensi konsumen.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada optimalisasi promosi digital dan pengembangan produk Dapur Flamboyan. Program promosi digital dilaksanakan melalui penyusunan kalender konten, pembuatan foto dan video produk, penyusunan panduan pengelolaan media sosial, serta pendampingan penerapan promosi digital. Sementara itu, program

pengembangan produk dilakukan melalui pembuatan ide varian risol baru, uji coba produk, pemberian tester, serta penyempurnaan produk berdasarkan hasil evaluasi konsumen. Kedua program tersebut telah direalisasikan sesuai dengan target yang ditetapkan.

Melalui kegiatan tersebut, Dapur Flamboyan diharapkan memiliki sistem promosi yang lebih terarah, teratur, dan dapat diterapkan secara mandiri setelah kegiatan pengabdian selesai. Pembuatan konten promosi yang lebih menarik juga diharapkan dapat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Di sisi lain, adanya inovasi varian risol dapat memberikan pilihan produk yang lebih beragam sehingga meningkatkan daya tarik konsumen.

Dengan adanya optimalisasi promosi digital dan pengembangan produk, Dapur Flamboyan diharapkan mampu memanfaatkan peluang pasar secara lebih optimal, meningkatkan daya saing, serta mempertahankan keberlanjutan usahanya. Program ini juga diharapkan tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi dapat menjadi dasar bagi mitra untuk terus mengembangkan strategi pemasaran dan melakukan inovasi produk sesuai dengan perkembangan kebutuhan konsumen.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kondisi usaha Dapur Flamboyan, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha, khususnya pada aspek promosi digital dan pengembangan produk. Adapun permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi Dapur Flamboyan agar informasi mengenai produk dapat menjangkau konsumen secara lebih luas?
2. Bagaimana membantu Dapur Flamboyan menyusun strategi promosi digital yang lebih terarah dan konsisten, melalui penyusunan kalender konten, pembuatan foto dan video produk, serta panduan pengelolaan media sosial?
3. Bagaimana mengembangkan inovasi produk berupa varian risol baru untuk menambah pilihan produk dan meningkatkan daya tarik konsumen?
4. Bagaimana memberikan pendampingan kepada mitra agar mampu menerapkan promosi digital dan pengembangan produk secara mandiri dan berkelanjutan?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada Dapur Flamboyan, solusi yang diberikan difokuskan pada optimalisasi promosi digital dan pengembangan produk. Adapun solusi yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan promosi digital Dapur Flamboyan agar mampu memperluas jangkauan konsumen.

Solusi ini bertujuan membantu Dapur Flamboyan memanfaatkan media sosial secara lebih optimal sehingga mampu memperluas jangkauan konsumen dan memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas. Solusi yang diberikan meliputi:

a) Membuat kalender konten sebagai panduan bagi Dapur Flamboyan dalam mengatur jadwal dan jenis konten yang akan dipublikasikan secara rutin.
b) Menyusun konsep konten promosi yang menarik, seperti foto produk, informasi produk, dan konten pemasaran yang disesuaikan dengan karakteristik usaha.
c) Memberikan pendampingan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk Dapur Flamboyan.
d) Memberikan edukasi mengenai pengelolaan media sosial agar kegiatan promosi dapat dilakukan secara lebih terarah, konsisten, dan berkelanjutan.

2. Mengembangkan produk Dapur Flamboyan melalui inovasi varian risol baru untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

Solusi ini bertujuan menambah variasi produk dan meningkatkan daya tarik konsumen melalui pengembangan varian risol yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pasar. Solusi yang diberikan meliputi:

a) Melakukan identifikasi dan pengembangan ide varian risol baru yang disesuaikan dengan minat dan kebutuhan konsumen.
b) Melakukan uji coba produk melalui pemberian tester kepada konsumen untuk memperoleh masukan terkait rasa, tekstur, tampilan, dan penerimaan produk.
c) Membantu proses penyempurnaan varian risol baru berdasarkan hasil evaluasi dan masukan yang diperoleh dari konsumen.
d) Memberikan pendampingan terkait pengembangan produk agar mitra memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi produk secara mandiri dan berkelanjutan.

Dengan adanya kedua solusi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat membantu Dapur Flamboyan dalam mengoptimalkan promosi digital melalui pemanfaatan media sosial yang lebih terarah, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya tarik produk melalui inovasi varian risol baru. Selain itu, program ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola promosi dan mengembangkan produk secara mandiri sehingga mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha Dapur Flamboyan.

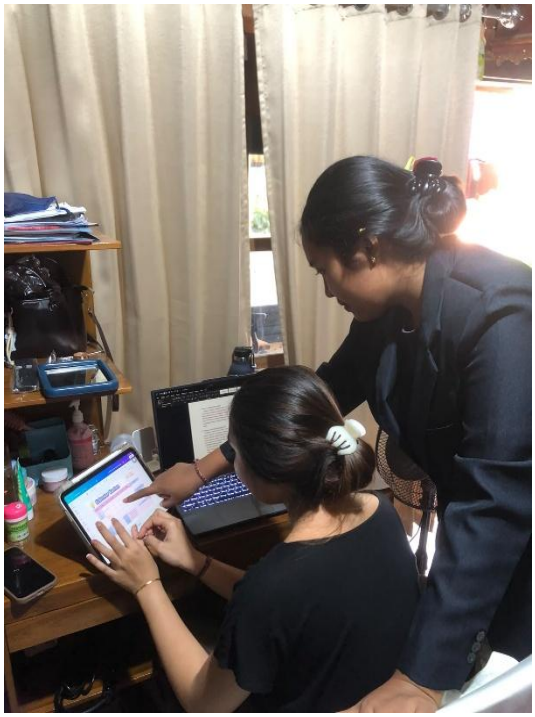
METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Dapur Flamboyan disusun secara sistematis dengan menyesuaikan program kerja yang telah dirancang, yaitu optimalisasi sistem promosi digital dan pengembangan produk melalui pembuatan varian risol baru.

1. Tahap awal yang dilakukan adalah observasi dan identifikasi masalah untuk mengetahui kondisi usaha Dapur Flamboyan, khususnya terkait kegiatan promosi dan pengembangan produk. Kegiatan ini dilakukan melalui pengamatan langsung serta diskusi dengan mitra untuk memperoleh informasi mengenai kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk dan inovasi menu, sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan program kerja yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
2. Tahap perencanaan program kerja difokuskan pada dua program utama. Pada bidang promosi digital, dilakukan perencanaan strategi pengelolaan media sosial, penyusunan kalender konten, serta konsep pembuatan konten promosi. Pada bidang pengembangan produk, dilakukan perencanaan terkait pembuatan varian risol baru, mulai dari penentuan konsep produk hingga tahap uji coba. Selain itu, pada tahap ini juga dipersiapkan bahan, alat, serta kebutuhan pendukung agar pelaksanaan program dapat berjalan dengan baik.
3. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan menerapkan program kerja yang telah dirancang. Pada program promosi digital, kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan foto dan video produk, pembuatan konten promosi, penyusunan panduan pengelolaan media sosial, serta pendampingan dalam penerapan jadwal unggahan konten. Pada program pengembangan produk, kegiatan dilakukan melalui proses pembuatan dan uji coba varian risol baru serta pemberian tester kepada konsumen untuk memperoleh masukan terkait rasa dan kualitas produk. Selama kegiatan berlangsung, dilakukan pendampingan kepada mitra agar program dapat diterapkan dengan baik.
4. Tahap akhir adalah evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui hasil dari program kerja yang telah dilaksanakan. Evaluasi pada program promosi digital dilakukan dengan melihat hasil pembuatan konten, penerapan pengelolaan media sosial, serta kemampuan mitra dalam menjalankan promosi secara mandiri. Sementara itu, evaluasi pada pengembangan produk dilakukan berdasarkan hasil tester dan masukan konsumen terhadap varian risol baru yang dikembangkan. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai bahan perbaikan dan rekomendasi agar program yang telah diberikan dapat terus dikembangkan oleh Dapur Flamboyan secara berkelanjutan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama dalam program ini diawali dengan pendampingan secara langsung kepada pemilik usaha Dapur Flamboyan dalam mengelola media sosial sebagai sarana promosi. Pada kegiatan ini, pemilik usaha diberikan arahan mengenai cara mengelola akun media sosial, mulai dari mengunggah foto produk yang menarik, menyusun caption yang informatif, hingga menjaga konsistensi dalam mempublikasikan konten. Pendampingan dilakukan secara langsung agar pemilik usaha dapat memahami dan menerapkan pengelolaan media sosial secara mandiri dalam kegiatan pemasaran usahanya.



Gambar 1. Memberikan pendampingan pengelolaan media sosial.

Pendampingan bersama pemilik usaha dilakukan melalui diskusi dan praktik secara langsung agar pemilik usaha dapat memahami setiap tahapan pengelolaan media sosial. Proses ini juga menjadi kesempatan untuk menyesuaikan konten yang dibuat dengan karakteristik produk dan kebutuhan promosi Dapur Flamboyan, sehingga media sosial dapat digunakan secara lebih optimal untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.



Gambar 2. Hasil Pengelolaan media sosial Dapur Flamboyan

Selanjutnya, pendampingan dilanjutkan dengan praktik pengelolaan akun media sosial, termasuk proses penyusunan dan pengunggahan konten produk. Pemilik usaha mulai menerapkan cara membuat unggahan yang lebih menarik dan informatif serta mengatur publikasi konten secara lebih konsisten. Melalui kegiatan ini, Dapur Flamboyan diharapkan mampu memanfaatkan media sosial secara mandiri sebagai sarana untuk meningkatkan jangkauan promosi dan menarik lebih banyak konsumen

Program pengabdian kepada masyarakat di Dapur Flamboyan yang berfokus pada optimalisasi promosi digital dan pengembangan produk menunjukkan hasil yang cukup baik dalam mendukung perkembangan usaha. Dari sisi promosi, pembuatan foto dan video produk, penyusunan kalender konten, serta panduan pengelolaan media sosial membantu mitra melakukan promosi dengan lebih terarah dan teratur. Media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih luas.

Kegiatan pengembangan produk dilakukan melalui diskusi bersama tim untuk menentukan ide varian risol baru yang sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen. Setelah ide produk ditentukan, dilakukan uji coba pembuatan varian baru untuk melihat kesesuaian rasa, tekstur, dan tampilan sebelum dipasarkan. Proses pengembangan ini dilakukan secara bertahap agar produk yang dihasilkan dapat memberikan variasi pilihan bagi konsumen.



Gambar 3. Pendampingan pengambilan foto produk risol varian baru sebagai bahan promosi.

Pada tahap pelaksanaan, dilakukan pendampingan dalam pengambilan foto produk baru yang telah dikembangkan. Foto produk dibuat dengan memperhatikan tampilan makanan agar terlihat lebih menarik dan dapat digunakan sebagai bahan promosi. Kegiatan ini juga membantu usaha dalam menyiapkan konten visual yang dapat mendukung pengenalan varian risol baru kepada konsumen melalui media sosial.



Gambar 4. Hasil pengembangan ide varian baru produk risol Dapur Flamboyan.

Selanjutnya, hasil pengembangan ide produk risol diwujudkan dalam bentuk varian baru yang telah melalui proses uji coba. Pengembangan dilakukan dengan mempertimbangkan masukan dan selera konsumen, sehingga varian yang dihasilkan dapat menjadi pilihan tambahan bagi konsumen sekaligus memberikan inovasi pada produk Dapur Flamboyan.

Pada aspek pengembangan produk, dilakukan uji coba varian risol baru dan pemberian tester kepada konsumen. Masukan mengenai rasa, tekstur, dan kualitas produk digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan varian yang dikembangkan. Dengan adanya inovasi ini, Dapur Flamboyan memiliki pilihan produk baru yang dapat ditawarkan kepada konsumen.

Secara keseluruhan, program yang dilaksanakan memberikan manfaat bagi mitra, baik dalam kegiatan promosi maupun pengembangan produk. Hasil program diharapkan dapat terus diterapkan oleh Dapur Flamboyan melalui publikasi konten secara rutin, menjaga kualitas produk, dan melakukan evaluasi secara berkala agar usaha dapat berkembang lebih baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan pelaksanaan program kerja di Dapur Flamboyan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik dan memberikan manfaat dalam mendukung pengembangan usaha. Program berfokus pada optimalisasi promosi digital melalui pengelolaan media sosial serta pengembangan produk melalui penciptaan varian risol baru.

Optimalisasi promosi digital dilakukan melalui pembuatan foto dan video produk, penyusunan kalender konten, serta pendampingan pengelolaan media sosial. Kegiatan tersebut membantu mitra dalam menyusun dan menjalankan promosi secara lebih terarah, menarik, dan konsisten. Selain itu, pengembangan varian risol dilakukan melalui proses pencarian ide, uji coba produk, serta pemberian tester kepada konsumen untuk memperoleh masukan terkait rasa, tekstur, dan tampilan. Hasil dari proses tersebut menjadi dasar dalam penyempurnaan produk sehingga dapat memberikan pilihan baru yang sesuai dengan selera konsumen.

Secara keseluruhan, program kerja yang telah dilaksanakan dapat membantu Dapur Flamboyan dalam meningkatkan kegiatan promosi sekaligus mendorong inovasi produk. Keberlanjutan program sangat bergantung pada konsistensi mitra dalam mengelola media sosial, menjaga kualitas produk, serta melakukan evaluasi dan inovasi sesuai dengan perkembangan kebutuhan konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan program, Dapur Flamboyan disarankan untuk melanjutkan pengelolaan media sosial secara rutin dengan memanfaatkan foto, video, dan kalender konten yang telah dibuat agar promosi dapat dilakukan secara konsisten dan menarik. Selain itu, pengembangan varian risol dapat dilakukan secara berkala dengan tetap memperhatikan masukan dan selera konsumen. Kualitas produk, terutama dari segi rasa, tekstur, tampilan, dan kebersihan, juga perlu dipertahankan agar kepuasan konsumen tetap terjaga.

Mitra juga disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap hasil promosi dan respons konsumen terhadap produk. Dengan menjaga konsistensi

promosi, kualitas produk, serta melakukan inovasi secara berkelanjutan, Dapur Flamboyan diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, D., & Puspitowati, I. (2024). Optimalisasi kinerja usaha UMKM kuliner: Media sosial, inovasi produk, dan dukungan keluarga. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(4).

Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Su'daa, S. N., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 435–453.

Emilia, H. (2021). Bentuk dan sifat pengabdian masyarakat yang diterapkan oleh perguruan tinggi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3).

Rahayu, S. M., Anjarwi, A. W., Anggoro, D. D., & Alfandia, N. S. (2024). Pendampingan digital marketing bagi UMKM di Desa Wisata Bumiaji. PengabdianMu: *Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(4), 629–639.

Subarjo. (2023). Implementasi Tridharma Perguruan Tinggi dalam peningkatan kinerja dosen. Lentera Karya Edukasi: *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 115–122.