



Pelatihan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Makanan dan Minuman Di Kampung Tehyan Tangerang

Kevin G. Yulius^{1*}, Deandra A. Pakasi¹, Theodosia C. Nathalia¹, Yustisia Kristiana¹, Ivorine¹, Pamela F. Nugraha¹, Karen F. Fong¹

¹Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H. Thamrin Boulevard 1100, Lippo Village, Tangerang, 15811)

*Email koresponden: kevin.yulius@uph.edu

ARTICLE INFO

Article history

Received: 26 Jun 2023

Accepted: 17 Jul 2023

Published: 31 Aug 2023

Kata kunci:

E-commerce;

Pembayaran Digital;

Pesan Antar;

Teknologi Informasi

Keywords:

Delivery order;

Digital Payments;

E-commerce;

Information

Technology

ABSTRAK

Background: Kampung Tehyan merupakan kampung tematik yang mengangkat budaya Cina Benteng di Tangerang, Provinsi Banten. Di Kampung ini terdapat komunitas yang menjual makanan dan minuman secara konvensional. Padahal di era digital, penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran makanan dan minuman tidak dapat lagi dielakkan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman warga tentang penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran makanan dan minuman. **Metode:** Mitra dalam pelatihan ini adalah warga Kampung Tehyan yang memiliki usaha makanan dan minuman dengan jumlah 30 orang. Penyampaian materi dilakukan secara langsung di kawasan Kampung Tehyan, dengan metode ceramah. Pretest dan Post-test dilakukan untuk memeriksa peningkatan pemahaman peserta perihal penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran makanan dan minuman. **Hasil:** Dari pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat ditemukan hasil yang sangat positif. Peningkatan pemahaman peserta mengenai teknologi informasi yang digunakan dalam pemasaran makanan dan minuman terjadi secara signifikan. Peningkatan paling tinggi terjadi pada pemahaman atas topik *e-commerce* dan QRIS. **Kesimpulan:** Kegiatan ini berhasil dan diharapkan warga dapat menggunakan teknologi informasi dengan lebih baik dalam pemasaran usaha makanan dan minuman.

ABSTRACT

Background: Kampung Tehyan is a thematic village that elevates the Fortress Chinese culture in Tangerang, Banten Province. In this village there are communities that sell food and drinks conventionally. Even though in the digital era, the use of information technology in food and beverage marketing cannot be avoided. This community service activity aims to increase residents' knowledge and understanding of the use of information technology in food and beverage marketing. **Method:** Partners in this training are residents of Kampung Tehyan who have a food and beverage business with a total of 30 people. Submission of material is carried out directly in the Kampung Tehyan area, using the lecture method. Pretest and post-test were conducted to check the increase in participants' understanding regarding the use of information technology in food and beverage marketing. **Results:** From the training conducted by the community service team, very positive results were found. There was a significant increase in participants' understanding of information technology used in food and beverage marketing. The highest increase occurred in understanding of e-commerce and QRIS topics. **Conclusion:** This activity was successful and it is hoped that residents can better use information technology in marketing food and beverage businesses.



PENDAHULUAN

Kampung Tehyan adalah sebuah kampung budaya tematik Tionghoa Indonesia yang mengangkat budaya Cina Benteng, dan terletak di kota Tangerang, Banten (Jasmine & Fawzi, 2022). Kampung ini juga merupakan sebuah komunitas dengan beragam usaha makanan dan minuman, dalam bentuk warung makan sederhana, pedagang keliling hingga penjual makanan dan minuman secara daring. Dengan berkembangnya tren konsumsi dan adopsi teknologi informasi dalam dunia bisnis (Talukder et al., 2023), pemilik usaha makanan dan minuman di Kampung Tehyan perlu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam menyusun strategi pemasaran (Hidayah et al., 2021).

Sebentuk pelatihan telah dirancang khusus untuk membantu pemilik usaha makanan dan minuman di Kampung Tehyan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi informasi dalam memperluas jangkauan pemasaran mereka. Dalam era digital saat ini, online food delivery menjadi salah satu cara yang efektif untuk menjangkau lebih banyak pelanggan melalui platform pemesanan makanan secara daring (Poon & Tung, 2022). Selain itu, e-commerce memungkinkan para pemilik usaha untuk membuka toko online mereka sendiri, yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Nguyen et al., 2022). Dan tidak ketinggalan, pemahaman mengenai metode pembayaran digital akan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi keuangan (Furtado et al., 2017).

Dengan mengikuti pelatihan ini, peserta diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran makanan dan minuman mereka. Hal ini diharapkan akan membantu mereka meningkatkan daya saing, efisiensi, dan keuntungan bisnis mereka (Ko, 2020). Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk memperkuat hubungan antara akademisi dan masyarakat serta berkontribusi pada pengembangan komunitas Kampung Tehyan melalui peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran makanan dan minuman.

Dalam rangka membantu warga dan pemilik usaha makanan dan minuman di Kampung Tehyan, Fakultas pariwisata Universitas Pelita Harapan telah menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Makanan dan Minuman di Kampung Tehyan, Tangerang". Tujuan utama dari pelatihan ini adalah memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada peserta mengenai pemanfaatan teknologi informasi yang relevan, seperti online food delivery, e-commerce, dan metode pembayaran digital (Gonzales et al., 2022). Pada akhirnya, manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah pemahaman penggunaan teknologi informasi dan peningkatan daya saing masyarakat dalam hal pemasaran makanan dan minuman.

MASALAH

Pada bagian ini dijelaskan masalah, persoalan, tantangan, atau kebutuhan masyarakat/mitra yang faktual dan aktual. Selanjutnya diuraikan tentang masalah, persoalan, atau kebutuhan pokok dalam masyarakat/mitra dikaitkan dengan target kegiatan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat harus dirancang dengan saksama agar dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Pembagian tanggungjawab dilakukan secara merata kepada panitia, baik dosen maupun mahasiswa yang bertanggungjawab dalam kegiatan ini (Gambar 1). Metode dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dibagi menjadi empat bagian yaitu, perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan dalam memulai pelatihan yaitu melakukan survei untuk memahami kebutuhan dan tingkat pemahaman masyarakat Kampung Tehyan terkait penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran makanan

dan minuman. Survei dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung (Herawati et al., 2022). Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kesenjangan pengetahuan yang ada. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk merancang program pelatihan yang sesuai. Setelah kebutuhan dan kesenjangan pengetahuan diidentifikasi, langkah yang peneliti lakukan adalah mengembangkan materi pelatihan yang sesuai. Materi pelatihan juga dirancang agar mudah dipahami oleh warga dan relevan dengan konteks pemasaran makanan dan minuman di Kampung Tehyan.



Gambar 1. Tahapan Metode PkM

Dalam materi pelatihan, terdapat penjelasan mengenai manfaat penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran, pengenalan aplikasi dan layanan yang dapat digunakan, serta praktik terbaik dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dalam strategi pemasaran. Lalu setelah materi pelatihan telah dikembangkan, langkah terakhir yang telah dilakukan yaitu melaksanakan pelatihan dan melakukan evaluasi terhadap hasilnya. Selama pelatihan, peserta diberikan pemahaman mendasar tentang penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran makanan dan minuman, serta diberikan kesempatan untuk mengaplikasikannya secara praktis.



Gambar 2. Tampilan Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun menggunakan bantuan perangkat lunak Canva dan dibuat sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dengan mudah oleh para peserta. Ilustrasi tambahan dan infografik juga ditampilkan dalam materi pelatihan sehingga menarik perhatian sembari mendengarkan materi yang disampaikan. Para peserta juga mendapat *handout* materi yang diberikan oleh tim pelaksana PkM.

Setelah pelatihan berakhir, post-test dalam bentuk kuesioner dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan dan tingkat pemahaman peserta. Hasil evaluasi digunakan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan program pelatihan di masa depan (Herlinda, 2018). Dengan menerapkan metode ini, diharapkan masyarakat Kampung Tehyan dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran makanan dan minuman. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada bulan Mei 2023 dan berjalan dengan baik sesuai dengan rencana kegiatan. Pelatihan dimulai dengan pembukaan dan pengenalan tentang materi dan teknologi informasi yang akan disampaikan oleh para pemateri dari Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan. Kemudian para pemateri menggunakan metode ceramah atau *lecture* untuk menyampaikan informasi sebelum diakhiri dengan diskusi. Metode ceramah dipilih karena dapat menyampaikan banyak informasi dengan cepat, faktual, dan dapat menarik perhatian dengan penyampaian yang baik (Kaur, 2011).



Gambar 3. Pemaparan Materi Pengabdian kepada Masyarakat

Ada 30 peserta pelatihan yang semuanya merupakan warga Kampung Tehyan, Tangerang, berusia di atas 40 tahun dan memiliki usaha makanan dan minuman baik dalam bentuk bisnis rumahan, warung, atau secara online. Semua peserta diberikan pretest dan post-test untuk memeriksa apakah pemahaman peserta pelatihan mengenai topik ini meningkat atau tidak. Pada tabel di bawah ini, disajikan data peningkatan persentase peserta yang memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai teknologi informasi dalam usaha makanan dan minuman.

Tabel 1. Hasil Pretest & Post Test

No	Pertanyaan	Persentase Pemahaman Peserta	
		Pretest	Post Test
1	Apakah Bapak/ibu mengetahui apa itu <i>online food delivery</i> ?	25%	75%
2	Apakah Bapak/Ibu mengetahui apa itu <i>e-commerce/ toko online</i> ?	25%	100%
3	Apakah Bapak/Ibu mengetahui apa itu QRIS?	25%	100%
4	<i>Online food delivery</i> memudahkan penjualan produk usaha kuliner.	50%	100%
5	<i>E-commerce</i> dapat menjangkau pasar usaha kuliner yang lebih luas	50%	100%
6	QRIS memberikan kemudahan pembayaran <i>e-commerce</i> dapat menjangkau pasar usaha kuliner yang lebih luas.	50%	100%

Terjadinya peningkatan yang signifikan pada jumlah peserta yang memahami materi yang disajikan (Tabel 1). Peningkatan terbesar terjadi pada pemahaman tentang materi e-commerce, dimana peserta mengetahui jenis-jenis e-commerce yang tersedia di Indonesia, dan bagaimana cara menggunakannya. Selain itu jumlah peserta yang memiliki pemahaman soal QRIS (Quick Response Indonesia System) yang merupakan metode pembayaran satu pintu yang dirancang oleh Bank Indonesia (Tobing et al., 2021), juga meningkat secara signifikan.



ambar 4. Pengisian Kuesioner Post Test (Dokumentasi Peneliti, 2023)

KESIMPULAN

Pada kegiatan pelatihan pada pengabdian kepada masyarakat di Kampung Tehyan, Tangerang didapatkan hasil yang cukup baik. Terjadi peningkatan pemahaman mengenai penggunaan teknologi informasi yang cukup signifikan dalam pemasaran makanan dan minuman. Walaupun peserta pelatihan terdiri dari warga yang berusia di atas 40 tahun, namun peningkatan pemahaman yang baik membuktikan bahwa penyampaian materi dilakukan secara efektif. Penggunaan online food delivery, e-commerce, dan metode pembayaran digital seperti QRIS diharapkan dapat meningkat juga penggunaannya di Kampung Tehyan. Peneliti mengalami keterbatasan dalam hal waktu dan target peserta. Warga Kampung Tehyan yang memiliki usaha jasa penyediaan makanan dan minuman, umumnya juga mengurus rumah tangga dan kesulitan untuk menghadiri kegiatan seperti ini. Peserta dari generasi muda juga harus diikutsertakan pada kegiatan pelatihan berikutnya, karena lebih mampu mengaplikasikan keterampilan yang diajarkan (Persada et al., 2021). Pelatihan berikutnya dapat mengajarkan tentang metode pembayaran digital lainnya, dan membantu peserta pelatihan untuk dapat mendaftarkan bisnisnya pada layanan-layanan tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan nomor PkM PM-016-M/FPAR/III/2023 dan membantu dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Prof. Diena M. Lemy, A.Par, M.M., CHE selaku dekan fakultas pariwisata, Universitas Pelita Harapan yang senantiasa memberikan dukungan terhadap tim pelaksana kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Furtado, N. G., Canto, R. S., Oliveira, S. L., & Moretti, S. L. (2017). Perceptions in the use of Technology for payments: A study of customer behavior in food and Beverage Sector. *Ágora : Revista de Divulgação Científica*, 22(2), 4. <https://doi.org/10.24302/agora.v22i2.1602>
- Gonzalez, R., Gasco, J., & Llopis, J. (2022). Information and communication technologies in food services and restaurants: A systematic review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(4), 1423–1447. <https://doi.org/10.1108/ijchm-05-2021-0624>
- Herawati, N., Nisa, K., Saidi, S., & Setiawan, E. (2022). Pelatihan Teknik survei Secara Langsung Dan Survei online Dalam Pendataan informasi Desa Bagi aparaturnya desa Karang Anyar, Kabupaten Lampung

- Selatan. *BUGUH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 2(3), 95–99. <https://doi.org/10.23960/buguh.v2n3.1215>
- Herlinda. (2018). Evaluasi Implementasi Program Pengabdian Masyarakat Tematik Posdaya Berbasis Masjid Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Jurnal EL-RIYASAH*, 8(2), 47. <https://doi.org/10.24014/jel.v8i2.4408>
- Hidayah, I. N., Rohmah, N. F., & Saifuddin, M. (2021). Effectiveness of digital platforms as food and beverage marketing media during the covid-19 pandemic. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 2(2), 122. <https://doi.org/10.20473/ajim.v2i2.30696>
- Jasmine, R., & Fawzi, I. L. (2022). Proses Pembentukan Kampung Tematik Di Kampung Budaya Tehyan, Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Neglasari, Kota Tangerang. *Jurnal Pembangunan Manusia*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.7454/jpm.v3i2.1034>
- Kaur, G. (2011). Study and Analysis of Lecture Model of Teaching. *International Journal of Educational Planning & Administration*, 1(1).
- Ko, C.-H. (2020). Exploring information technology's adoption in restaurants. *OALib*, 07(06), 1–17. <https://doi.org/10.4236/oalib.1106470>
- Nguyen, X. T., Nguyen, T. H., Dang, H. P., Pham, T. L. P., Bui, T. T., Tran, N. M., Huynh, T. A., & Nguyen, N. P. (2022). E-commerce Adoption in Distribution: An Empirical Study on Household Businesses in Food and Beverage Industry. *Journal of Distribution Science*, 20(2), 65–77. <https://doi.org/10.15722/jds.20.02.202202.65>
- Persada, S. F., Dalimunte, I., Nadlifatin, R., Miraja, B. A., Redi, A. A. N. P., Prasetyo, Y. T., Chin, J., & Lin, S.-C. (2021). Revealing the behavior intention of tech-savvy generation Z to use electronic wallet usage: A theory of planned behavior based measurement. *International Journal of Business and Society*, 22(1), 213–226. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3171.2021>
- Poon, W. C., & Tung, S. E. (2022). The rise of online food delivery culture during the COVID-19 pandemic: An analysis of intention and its associated risk. *European Journal of Management and Business Economics*. <https://doi.org/10.1108/ejmbe-04-2021-0128>
- Talukder, M. B., Kumar, S., Sood, K., & Grima, S. (2023). Information Technology, Food Service Quality and restaurant revisit intention. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(1), 295–303. <https://doi.org/10.18280/ijmdp.180131>
- Tobing, G. J., Abubakar, L., & Handayani, T. (2021). Analisis Peraturan Penggunaan Qris Sebagai Kanal Pembayaran Pada praktik UMKM Dalam Rangka Mendorong