

Penerapan Digital Marketing Pada Me And You Café

¹⁾Lily Purwianti*, ²⁾Isnaini Nuzula Agustin, ³⁾Steven

¹⁾²⁾³⁾Universitas Internasional Batam,

Email Corresponding : lily.purwianti@uib.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Digital Marketing
UMKM
Awareness

Jaringan Pemasaran digital memiliki fungsi untuk mempermudah penjualan produk dan mempromosikan produk secara efektif dan efisien. Jaringan pemasaran digital yang telah diterapkan mempermudah Me And You Café untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan kehadiran Me And You Café. Teknologi yang telah diterapkan oleh Me And You Café dinilai masih sangat minim, yaitu hanya menggunakan Whatsapps, Gojek, dan Grab sehingga kurang menjangkau ke masyarakat umum. Kendala yang dihadapi oleh Me And You Café dapat teratasi dengan adanya perancangan yang sedang berlangsung. Me And You Café menjadi lebih mudah untuk menjangkau konsumen yang lebih luas berkat adanya bantuan jaringan pemasaran yang digital yang telah diterapkan. Jaringan pemasaran digital memberikan keunggulan dalam bertransaksi maupun promosi. Jaringan pemasaran digital yang diterapkan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran masyarakat

ABSTRACT

Keywords:

Digital Marketing
UMKM
Awareness

Digital Marketing Network has a function to facilitate product sales and promote products effectively and efficiently. The digital marketing network that has been implemented makes it easier for Me And You Café to reach a wider audience and increase public awareness of the presence of Me And You Café. The technology that has been implemented by Me And You Café is still very minimal, namely only using Whatsapps, Gojek and Grab so that it does not reach the general public. The constraints faced by Me And You Café can be overcome with the ongoing design. Me And You Café makes it easier to reach a wider range of consumers thanks to the help of a digital marketing network that has been implemented. Digital marketing networks provide advantages in transactions and promotions. Digital marketing networks that are implemented can help companies to increase sales and public awareness

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah usaha yang beroperasi dan dipimpin oleh seorang pribadi atau sekelompok orang. UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia baik secara mikro maupun makro. Dalam menjalankan operasionalnya tentu saja UMKM memiliki keunggulan dan kekurangan tersendiri (Gumulya, 2018). Perkembangan teknologi terutama pada bidang komunikasi menunjukkan perkembangan yang pesat karena teknologi informasi merupakan dimensi favorit sehingga menciptakan kebiasaan ataupun budaya untuk menerima dan membagikan informasi dan juga terhubung dengan orang lain dari seluruh dunia (Lim et al., 2020). Sebuah perusahaan yang mampu mengintegrasikan perkembangan teknologi informasi dan mengimplementasikan kedalam perusahaannya akan membawa dampak yang positif terhadap perusahaan tersebut (Chierici et al., 2018). Namun meskipun demikian, banyak sekali pelaku UMKM yang belum memaksimalkan penerapan teknologi informasi yang ada. Hal tersebut terjadi karena minimnya sumber daya dan ilmu pengetahuan.

II. MASALAH

Salah satu UMKM di Kota Batam, yaitu Me And You Café yang bergerak pada bidang kuliner dan telah beroperasi selama kurang lebih satu tahun, namun belum memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi terutama pada bagian sosial media yang mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Jaringan pemasaran digital akan sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan ataupun menumbuhkan rasa kesadaran akan entitas sebuah bisnis (Cheung et al., 2019). Teknologi yang telah diterapkan oleh Me And You Café dinilai masih sangat minim, yaitu hanya menggunakan Whatsapps, Gojek, dan Grab. Padahal menurut (Kontan, 2022) masih banyak terdapat sosial media yang paling populer, salah satu contohnya yaitu instagram. Hal tersebut membuat perusahaan belum dapat menjangkau konsumen secara maksimal dan pendapatan dari Me And You Café stagnan menurun. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk menerapkan jaringan pemasaran digital dengan judul “Penerapan Digital Marketing Pada Me And You Café”.



Gambar 1 : Lokasi Me And You Café

III. METODE

a. Wawancara

Wawancara dilaksanakan secara langsung dengan memberikan pertanyaan kepada pemilik usaha langsung secara tatap muka dan melalui chat untuk memperoleh sumber informasi yang diperlukan seperti profil singkat perusahaan, kegiatan operasional, struktur perusahaan, sosial media apa saja yang telah digunakan, dan kendala yang dihadapi selama ini serta informasi penting lain yang dibutuhkan untuk kebutuhan perancangan pemasaran digital (Sugiyono, 2017).

b. Observasi

Observasi diartikan dengan suatu teknik untuk mengumpulkan data. Pada saat penulis melakukan observasi, penulis mengamati seluruh kegiatan operasional secara langsung dan mengumpulkan informasi yang diperlukan (Arikunto, 2016). Kegiatan observasi dilaksanakan di Me And You Café yang beralamat di Tiban Ciptaland Kios No. 19 Kota Batam, Kepulauan Riau. Kegiatan ini dilaksanakan dari 01 September 2022 hingga 31 Desember 2022..

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi kegiatan dilaksanakan dalam 5 tahapan yang berlangsung dari bulan September 2022 hingga November 2022. Kegiatan ini melibatkan ibu Natalina sebagai pelaku bisnis beserta karyawannya. Implementasi kegiatan dijadwalkan ke lima tahap dengan tanggal yang berbeda-beda.

1) Implementasi Pertama (15 September 2022)

Pada implementasi pertama, penulis merancang setiap jaringan digital marketing yang telah disepakati bersama dengan pemilik usaha yaitu google maps, instagram, shopeefood, linktree. Semua jaringan digital marketing yang telah disepakati dibuatkan akun oleh penulis.

2) Implementasi Kedua (16 September 2022)

Pada implementasi kedua, penulis menyusun dan merapikan setiap jaringan yang telah diterapkan dari informasi dasar hingga informasi pokok yang diperlukan disusun sedemikian rupa untuk memberikan gambaran yang baik terhadap jaringan yang diterapkan

3) Implementasi Ketiga (20 September 2022)

Pada implementasi ketiga, penulis mengunjungi café untuk melakukan sesi photoshoot terhadap setiap menu makanan dan minuman yang ada pada café untuk dipost pada setiap jaringan sosial untuk memberikan gambaran yang lebih menarik

4) Implementasi Keempat (07 Oktober 2022)

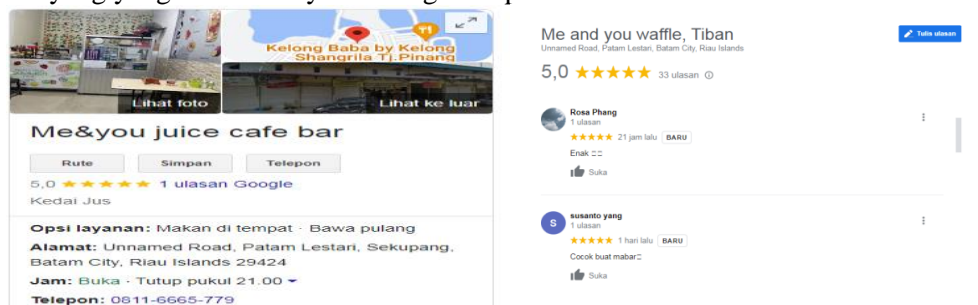
Pada implementasi keempat, penulis menjelaskan fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan dari setiap jaringan yang diimplementasikan kemudian penulis juga menerapkan konten promosi yaitu buy 1 get 1 dalam rangka event 10.10 yang telah disepakati bersama pemilik usaha yang dimulai dari tanggal 08 Oktober 2022 sampai 10 Oktober 2022 dan disebarakan melalui setiap media sosial yang ada. Penulis juga melakukan iklan di instagram pada konten promosi yang diterapkan untuk menarik pelanggan yang lebih banyak dan menambah awareness pada toko.

5) Implementasi Kelima (15 November 2022)

Pada Implementasi kelima, penulis akan melakukan memeriksa kembali terhadap seluruh jaringan digital marketing yang telah diterapkan apakah ada yang perlu diperbaiki dari bagian yang dasar hingga bagian yang paling kompleks.

Adapun luaran yang dihasilkan dalam pengimplementasian digital marketing yaitu sebagai berikut:

Luaran pertama yang yang dihasilkan yaitu Google Maps.



Gambar 2. Google Maps, sumber: Penulis (2022).

Google Maps mempunyai fungsi untuk menavigasi konsumen ke outlet dan memberikan beberapa informasi dasar seperti jam operasional dan menu. Setelah membuat Google Maps, penulis juga berusaha untuk mendapatkan review dari para pelanggan di google maps untuk menganalisis pendapat pelanggan terhadap Me And You Café. Dengan mendapatkan review yang baik dari para pelanggan, secara otomatis Google akan dapat mengenali kesinkronan antara media-media lain yang digunakan Me And You Café yang didaftarkan menggunakan Gmail, sehingga media lain seperti Gojek Me And You Café dapat dikenali oleh Google dan muncul sebagai pencarian teratas.

Luaran Kedua yaitu Instagram, penulis membuat akun instagram dan akun instagram dialihkan ke akun profesional yang dimana dengan akun profesional menyediakan fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis.

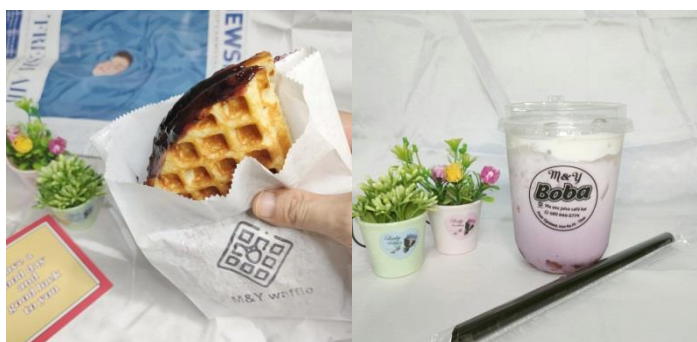


Gambar 3 Instagram Me And You Cafe, sumber: Penulis (2022).

Setelah pembuatan akun selesai, untuk menambah kesan yang lebih menarik, untuk gambar menu makanan dan minuman penulis melakukan photoshoot sendiri dan diedit semenarik mungkin untuk dipost pada bagian feeds

Berikut merupakan 2 hasil dari photoshoot yang dilakukan oleh penulis, sebagai berikut:

1. Hasil gambar makanan



Gambar 4 hasil foto makanan, sumber: Penulis 2022

2. Hasil gambar minuman

Setelah memiliki gambar untuk diposting kedalam feeds, penulis juga mengatur bentuk postingan dalam susunan puzzle feed untuk memberikan kesan yang lebih rapi dan menarik.



Gambar 5 Postingan Puzzle Feed, sumber: Penulis 2022

Postingan feed pertama, dipost pada tanggal tanggal 27 September 2022 dengan caption berupa informasi dasar seperti lokasi dan jam operasional. hasil postingan memiliki like sebanyak 8 dengan insight mencapai 27 akun dari 60 follows.



Gambar 6 Postingan Feed 1, sumber: Penulis 2022

Postingan feed kedua dipost pada tanggal 28 Oktober 2022 yang dimana postingan ini berisi informasi berupa daftar menu makanan dan minuman yang ada di Me And You Café. Postingan tersebut memiliki like mencapai 8 yang dimana tidak ada peningkatan, namun insight pada postingan ini mencapai 42 orang dan terdapat aktivitas pada orang yang menekan linktree Postingan Feed ketiga dipost pada tanggal 7 September 2022 yang dimana postingan ini berupa postingan yang dilakukan dalam mengikuti event 10.10 dengan mengadakan promosi *buy one get one* berupa dengan membeli satu waffle maka akan dapat satu thai tea secara gratis. Promosi ini dimulai dari tanggal 08 September 2022 hingga 10 September 2022. Dalam postingan *buy one get one* likers mencapai 18 orang yang dimana 1 kali lipat lebih banyak dari sebelumnya yang menunjukkan efektivitas dari promosi ini, jumlah insight juga naik hingga menjangkau 71 akun dan kenaikan followers dari 65 menjadi 80.



Gambar 7 Postingan Feed 3, sumber: Penulis 2022

Setelah mengatur susunan feeds, selanjutnya penulis juga menyusun highlight. Highlight memiliki fungsi menampilkan story instagram tanpa batas tertentu. Highlight disusun dengan tampilan Shopeefood, Gofood, menu, dan review dari konsumen.



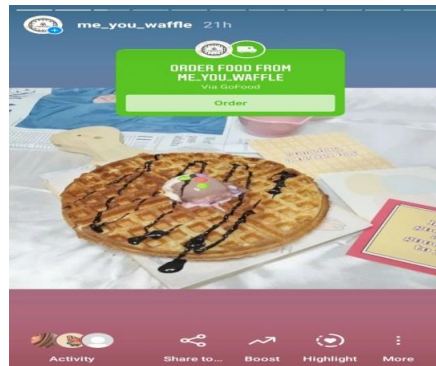
Gambar 8 Highlight, sumber: Penulis 2022

Setelah highlight tersusun, penulis juga mengatur postingan story yang ditambahkan fitur polling yang disediakan instagram sehingga dapat melihat hasil dari pilihan yang lebih diminati konsumen.



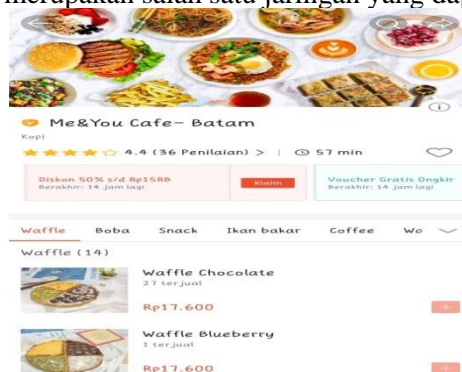
Gambar 9 *Story*, sumber: Penulis 2022

Setelah melihat hasil polling yang dimana persentase waffle manis lebih diminati konsumen, *story* selanjutnya penulis memposting salah satu gambar menu makanan waffle manis dan menambahkan fitur “order” yang disediakan instagram sehingga apabila konsumen ingin memesan dapat langsung melalui tombol “order”.



Gambar 10 *Story*, sumber: Penulis 2022

Luaran ketiga, penulis membuat akun ShopeeFood yang dimana merupakan salah satu ojek online yang sedang populer. ShopeeFood merupakan salah satu jaringan yang dapat menambahkan pendapatan.



Gambar 11 *Shopeefood* , sumber: Penulis (2022).

Luaran Keempat, penulis membuat linktree, yang dimana linktree merupakan alat yang memungkinkan untuk seseorang menempelkan beberapa tautan jaringan media sosial lain di bio media sosial. Tautan yang terdapat pada linktree yang dibuat penulis yaitu ShopeeFood, Gojek, Whatsapp.



Gambar 12 linktree, sumber: Penulis (2022).

Luaran Kelima berupa konten promosi. Konten promosi yang dirancang oleh penulis berupa promosi buy one get one yaitu dengan membeli waffle manis rasa apa aja dapat thai tea gratis yang dimulai dari tanggal 08 Oktober 2022 hingga 10 oktober 2022 dan hanya berlaku melalui pembelian ojek online.



Gambar 13 konten Promosi, sumber: Penulis (2022).

V. KESIMPULAN

Me And You Café adalah bisnis yang telah beroperasi kurang lebih selama kurang lebih dia tahun yang berdiri sejak akhir tahun 2020. Me And You Café memiliki sumber daya manusia dan pengetahuan yang terbatas membuat Me And You Café susah untuk menjangkau konsumen secara maksimal. Hal ini membuat pendapatan dari Me And You Café stagnan dan tidak ada peningkatan. Dengan dilakukan penelrapan digital marketing maka terjadi peningkatan dalam menjangkau konsumen Keterbatasan yang dialami saat pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah minimnya sumber daya manusia yang memadai beserta pengetahuan akan penggunaan jaringan teknologi informasi. Hal ini membuat penulis perlu memberikan pengajaran dasar beserta penjelasan sederhana kepada pemilik usaha dan karyawan agar mudah dimengerti. Masalah yang terjadi di Me And You Café dapat teratasi dengan adanya proyek pengabdian masyarakat yang berlangsung. Me And You Café sudah mampu menjangkau konsumen yang lebih luas dan mampu menarik masyarakat sekitar untuk mengunjungi outlet secara langsung yang dimana hal ini mengartikan *awareness* masyarakat sekitar terhadap Me And You Café telah meningkat. Orderan melalui ojek online seperti Shopeefood dan Gojek juga meningkat dengan adanya bantuan sosial media dan promosi yang diterapkan. Hal ini menandakan bahwa pendapatan dari Me And You Café juga ikut meningkat. Saran yang dapat berikan ke Me And You Café, antara lain sebagai berikut: rajin mengikuti event yang disediakan oleh ojek online, dapat mengikuti Bazar untuk meningkatana *awareness* dan pendapatan, rajin mengupdate kegiatan disosial media yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cheung, M. L., Pires, G. D., & Rosenberger, P. J. (2019). Developing a conceptual model for examining social media marketing effects on brand awareness and brand image. *International Journal of Economics and*
- Chierici, R., Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., & Chiacchierini, C. (2018). Enhancing Brand Awareness, Reputation and Loyalty: The Role of Social Media. *International Journal of Business and Management*, 14(1), 216. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n1p216>
- Gumulya, D. (2018). Identifikasi keunggulan dan kelemahan UMKM Banten berbasis produk kriya. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 14(2), 19–34.
- Kontan. (2022). *Daftar Media Sosial yang Paling Populer Tahun 2022*. <https://lifestyle.kontan.co.id/news/daftar-media-sosial-yang-paling-populer-tahun-2022-ada-whatsapp-dan-tiktok?page=all>
- Lim, J. S., Pham, P., & Heinrichs, J. H. (2020). Impact of social media activity outcomes on brand equity. *Journal of Product and Brand Management*, 29(7), 927–937. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2298>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.