

DIGITAL MARKETING DALAM RANGKA MENGEMBANGKAN USAHA ERNA SARI CATERING

ELY SUHAYATI¹, WINDI NOVIANTI², CUN FIGITRIA PANCA RHEMA³, DEFITRI AGUSTINI⁴
Universitas Komputer Indonesia^{1, 2, 3, 4}
ely.suhayati@email.unikom.ac.id

ABSTRACT

Digital marketing is seen as the best media as the most effective and efficient means of promotion and is able to increase sales volume significantly in business development. The purpose of this study is to describe digital marketing strategies in order to develop Erna Sari Catering business. The research method used is descriptive qualitative through data collection obtained from Erna Sari Catering through interviews, surveys, literature studies, and observation. The results of this study assist government programs in reducing the unemployment rate due to the Covid-19 pandemic, such as providing job vacancies in digital marketing as a marketing tool for products and services. To increase product marketing and get business opportunities, one of the ways or strategies used by Erna Sari Catering is by utilizing information technology developments that provide opportunities for Erna Sari Catering's business to reach a wider market through the implementation of digital marketing through the website. Therefore, with a broad digital marketing reach, it allows Erna Sari Catering's business to reach more customers, thus making Erna Sari Catering's business grow.

Key Words : *Digital Marketing, Company Development, Erna Sari Catering*

ABSTRAK

Digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan dalam pengembangan bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi digital marketing dalam rangka mengembangkan usaha Erna Sari Catering. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data yang diperoleh dari Erna Sari Catering melalui wawancara, survey, studi literatur, dan observasi. Hasil penelitian ini membantu program pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran dikarenakan pandemi Covid-19 seperti penyediaan lowongan kerja pada digital marketing sebagai alat pemasaran produk dan jasa. Untuk meningkatkan pemasaran produk serta dan mendapatkan peluang bisnis salah satu cara atau strategi yang digunakan oleh Erna Sari Catering adalah dengan pemanfaatan melalui perkembangan teknologi informasi yang memberikan kesempatan pada usaha Erna Sari Catering untuk meraih pasar yang lebih luas melalui penerapan pemasaran digital marketing melalui website. Oleh karena itu, dengan jangkauan digital marketing yang luas memungkinkan usaha Erna Sari Catering dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, sehingga membuat usaha Erna Sari Catering berkembang.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Perkembangan Perusahaan, Erna Sari Catering*

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital membuat semua orang menggunakan teknologi informasi dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari dan hal ini tidak dapat dihindari, karena perkembangan teknologi informasi ini merupakan perancangan yang terhubung ke internet dengan tujuan memudahkan untuk melakukan pertukaran informasi yang dikenal dengan sebutan media sosial. Perkembangan teknologi dan informasi pun berpengaruh terhadap pendapatan sektor ekonomi khususnya pelaku UMKM. Pada saat ini, sektor ekonomi menggunakan media sosial untuk berdagang dan bersaing dalam mengiklankan produk bisnisnya dengan memanfaatkan media sosial. Selain media sosial, *marketplace* telah menjadi tempat penjualan yang paling efisien dan efektif di era digital [1].

Keunggulan teknologi informasi berbasis media social (medsos) ini semakin memperkuat posisi pebisnis dalam memenangkan persaingan di era industri 5.0. Penguasaan penggunaan medsos dan *marketplace* sebagai sarana digital marketing dapat meningkatkan penjualan. Keunggulan ini dapat dimanfaatkan untuk perluasan jaringan bisnis, perdagangan, dan menambah pertemanan, karena hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produk dari unit usaha mikro dan menengah [2].

Media promosi berbasis digital marketing di era digitalisasi ini sangat menjadi isu penting yang kerap kali dibahas karena memberikan dampak positif yang sangat banyak terhadap pelaku usaha dalam pengembangan bisnis. Ketika pandemi covid-19 melanda, terjadi penurunan bahkan banyak bisnis yang harus tutup karena terkena dampak, salah satunya yaitu konsumen yang berkurang akibat kebijakan sosial distancing yang dikeluarkan oleh pemerintah. Oleh karena itu dalam menyikapi kondisi seperti ini perusahaan harus melakukan perombakan strategi pemasaran sebagai upaya untuk menjawab masalah konsumen dalam kesulitan mendapatkan produk yang dibutuhkan. Strategi yang dimaksud perusahaan merupakan strategi promosi melalui digital marketing. Digital marketing merupakan cara promosi dengan memanfaatkan kegunaan gadget seperti aplikasi-aplikasi, web-web yang dapat menghubungkan antara konsumen dan produsen. Sebagai contoh beberapa akses yang

digunakan oleh Erna Sari Catering dalam mempromosikan produknya yaitu media social (instagram, whatsapp, line). Digital marketing ini diharapkan sebagai jalan keluar yang tepat dalam masa pandemi covid'19. Dengan diterapkannya digital marketing di Erna Sari Catering diperoleh keuntungan dalam meminimalkan beban pemasaran karena perusahaan hanya menggunakan media *online* untuk mempromosikan produknya, konsumenpun memiliki keuntungan yaitu tidak perlu keluar rumah untuk melihat produk-produk yang dicari sehingga konsumen sedikit banyak tidak perlu khawatir terpapar virus covid'19 [3].

Penelitian yang dilakukan [4] mengungkapkan bahwa pengelolaan digital marketing memberi dampak peningkatan pendapatan bisnis *start-up*. Namun yang sering menjadi masalah adalah kurangnya dalam memahami bagaimana membuat konten yang baik. Di samping itu, respon atas konten yang disediakan sangatlah kurang. Hal senada juga diungkapkan [5] dimana dalam penelitiannya mengungkapkan adanya perbedaan profil dari sebuah demografi pengguna media sosial. Sehingga dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran digital marketing agar tidak salah sasaran [6].

Peran pemasaran digital menguntungkan tiga pihak: pelanggan, pelaku usaha, dan penyedia layanan digital. Inilah yang dilakukan Erna Sari Catering yang berlokasi di Kampung Pungkur Loji No 23, Cicalengka Bandung sebagai salah satu usaha yang terdampak pandemi. Dampak dari pandemi tersebut mengakibatkan penghasilan Erna Sari Catering mengalami penurunan yang signifikan dan harus mengubah strategi bisnisnya. Permasalahan yang dihadapi Erna Sari Catering adalah 1) penerapan konsep digital marketing kurang maksimal karena hanya menggunakan media whatsapp dan instagram sehingga penjualannya kurang luas. 2) keahlian pemilik usaha dalam penggunaan teknologi masih terbatas.

Dari permasalahan yang ada, dalam meningkatkan penjualan maka perlu adanya pengetahuan yang lebih akan penggunaan media sosial dan peningkatan pemasaran digital marketing dari segi pembuatan konten-konten sampai penampilan produk yang menarik. Sementara itu penggunaan *marketplace* juga sebagai upaya meningkatkan penjualan dan pemasaran produk [7].

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data yang diperoleh dari Erna Sari Catering melalui: wawancara, survey, studi literatur, observasi, perancangan strategi dan penerapan.



Gambar 1 : Konsep Pengumpulan Data

Wawancara ditujukan kepada pengurus aplikasi yang merupakan pemilik dari Erna Sari Catering dan masyarakat sebagai konsumen untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan sistem serta menentukan tujuan yang ingin dicapai dari sistem yang akan dibangun. Selanjutnya, penulis melakukan observasi pada berbagai situs aplikasi penjualan online lainnya sehingga mampu memberikan referensi dan gambaran yang jelas mengenai struktur sistem yang akan dibuat, selain itu studi literatur berasal dari berbagai artikel, buku dan karya ilmiah sebagai landasan penulis untuk mengembangkan aplikasi Digital Marketing. Setelah ketiga proses tersebut selesai, selanjutnya peneliti melakukan perancangan strategi digital marketing yang paling sesuai namun sederhana sehingga mudah untuk dikerjakan dan berkelanjutan. Tahap terakhir penulis melakukan pengujian untuk memeriksa kinerja aplikasi yang sudah dibangun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Untuk menjawab dan mencari solusi dari permasalahan yang ada pada Erna Sari Catering maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Penerapan Digital Marketing Berbasis website

Digital Marketing adalah bentuk pemasaran modern sekaligus merupakan harapan baru dan dobrakan baru bagi perusahaan dan memberikan dampak positif bagi Erna Sari Catering seperti adanya kenaikan omzet penjualan. Digital marketing

yang digunakan dalam usaha Erna Sari Catering ini merupakan digital marketing berbasis website yang dimana digital marketing ini memungkinkan pengiklan berkomunikasi langsung dengan konsumen potensial tanpa terhalang oleh waktu dan lokasi geografis sehingga penjualan produk makanan yang dijual oleh Erna Sari Catering akan meningkat dan dapat membuat usaha Erna Sari Catering berkembang dan semakin dikenal oleh masyarakat luas [8]. Pemasaran digital berbasis web ini merupakan sebuah penggunaan teknologi elektronik dalam bentuk teknologi informasi untuk melakukan segala proses bisnis termasuk didalamnya kegiatan jual beli produk, jasa dan informasi, meningkatkan permintaan, melayani pelanggan dengan sentuhan digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti halnya jejaring sosial. Hal ini disebabkan karena dunia maya tidak hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat melainkan juga orang dengan orang lain diseluruh dunia [9].

2. Pelatihan penggunaan digital marketing

Pelatihan dalam penggunaan digital marketing berbasis website berupa pelatihan dalam mengoperasikan web Erna Sari Catering yang berupa pelatihan proses login pada aplikasi website Erna Sari Catering, mengelola profil bisnis, memperbarui informasi tentang usahanya, memposting foto produk, menentukan harga produk, mengetahui berapa banyak produk yang terjual, dan menambah menu baru sesuai kebutuhan. Dalam persaingan yang ketat ini UMKM perlu mengetahui secara rinci hal-hal yang menimbulkan daya tarik untuk membeli produk yang dibuat perusahaannya. Pemahaman tentang atribut yang dipertimbangkan dalam memilih dan membeli suatu produk sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk membantu memperbaiki dan meningkatkan keberadaan merknya dalam bersaing dipasar [10].

Pembahasan

1. Digital Marketing Untuk Pengembangan Usaha Erna Sari Catering

Untuk terus meningkatkan daya saing UMKM serta untuk mendapatkan peluang bisnis salah satu cara atau strategi yang dapat digunakan oleh Erna Sari Catering adalah dengan pemanfaatan perkembangan teknologi dimana perkembangan teknologi

informasi ini akan memberikan kesempatan pada usaha Erna Sari Catering untuk meraih pasar yang lebih luas melalui penerapan pemasaran digital marketing berbasis website. Dengan jangkauan digital marketing yang luas memungkinkan usaha Erna Sari Catering dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Pemanfaatan perkembangan informasi melalui digital marketing, Erna Sari Catering dapat memberikan informasi penjualan dan informasi lowongan pekerjaan yang dimana selain dapat memasarkan produknya, Erna Sari Catering dapat memberikan informasi terkait lowongan pekerjaan secara online sehingga dapat membantu program pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran serta memudahkan Erna Sari Catering dalam pengelolaan transaksi serta pelaporan menggunakan sistem yang ada.



Gambar 2. Tampilan Sistem

Sistem yang digunakan dalam mengembangkan usaha Erna Sari Catering adalah sistem yang berbasis web yang dimana sistem tersebut memiliki alamat web <https://ernasaricatering.com/> sehingga memudahkan Erna Sari Catering dalam mengelola bisnisnya, seperti menambah dan mengurangi hal-hal yang diperlukan dan yang tidak diperlukan, menentukan harga produk, mengetahui berapa banyak produk yang telah terjual habis, dan bisa menambah menu baru sesuai kebutuhan. Dalam tampilan sistem tersebut terdapat halaman utama yang memuat beberapa menu seperti tentang sejarah Erna Sari Catering, menu makanan, menu untuk mendaftar pada website, menu untuk admin dan menu tampilan logo Erna Sari Catering.



Gambar 3. Tampilan Halaman Utama

Dalam pengembangan usaha Erna Sari Catering yang sebelumnya kurang maksimal dalam penggunaan teknologinya pada saat memasarkan dan mempromosikan produknya karena hanya menggunakan media whatsapp dan instagram sehingga penjualannya kurang luas maka dalam hal tersebut penggunaan digital marketing berbasis web ini sangat dibutuhkan oleh Erna Sari Catering untuk membantu dalam mengenalkan produknya kepada lebih banyak calon pelanggan dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, Dengan ini, produk yang pasarkan oleh Erna Sari Catering dapat lebih bersaing dengan produk-produk lain untuk menjadi pilihan konsumen.

2. Pelatihan Penggunaan Digital Marketing Untuk Pengembangan Usaha Erna Sari Catering

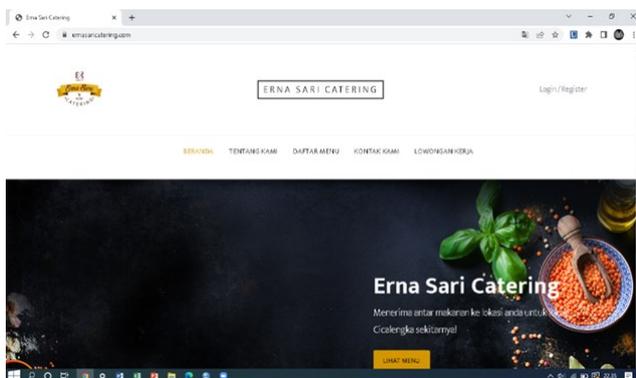
Untuk menunjang penerapan digital marketing pada usaha Erna Sari Catering pihak pelaksana akan memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap pengembangan teknologi agar pihak mitra dapat memahami perkembangan teknologi digital marketing saat ini.



Gambar 4. Tahap pelatihan dan pendampingan pada pihak Erna Sari Catering

Tahap pelatihan dan pendampingan teknologi digital marketing dilakukan di tempat usaha Erna Sari Catering. Pelaksanaan pelatihan digital marketing tersebut oleh pihak pelaksana dari Universitas Komputer Indonesia yang menjelaskan bagaimana strategi dan langkah untuk memasarkan produk melalui digital marketing berbasis web. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan tiga kali pertemuan. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan digital marketing berbasis website. Dalam tahap pelatihan dan pendampingan ini terdapat beberapa tahapan yaitu tahap pertama pihak pelaksana menyediakan perangkat laptop dan koneksi internet untuk mendukung pelaksanaan kegiatan. Tahap kedua memberikan pelatihan dan memulai proses penerapan digital marketing dengan memfokuskan kegiatan pada Erna Sari Catering. Model pemasaran digital yang digunakan

adalah pemanfaatan layanan berbasis web untuk mengelola kehadiran bisnis di internet melalui aplikasi. Model ini dipilih dengan mempertimbangkan jenis usaha, produk, dan juga persetujuan dari Erna Sari Catering. Pelatihan yang diberikan kepada Erna Sari Catering seperti proses login pada aplikasi website, mengelola profil bisnis, memperbarui informasi tentang usahanya, memposting foto produk untuk menarik pelanggan, menentukan harga produk, mengetahui berapa banyak produk yang terjual habis, dan bisa menambah menu baru sesuai kebutuhan. Proses pendampingan bertujuan agar Erna Sari Catering dapat menanyakan apa yang belum dimengerti terhadap penggunaan digital marketing tersebut. Selain itu, pendampingan juga dilakukan untuk menyempurnakan model pemasaran digital dari usaha yang dijalankan oleh Erna Sari Catering. Setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan, kini Erna Sari Catering sudah cukup mengerti tentang konsep digital marketing dan sudah mulai mampu menerapkan digital marketing dalam usahanya. Erna Sari Catering sudah mengerti bagaimana proses pembuatan akun dan profil bisnis pada layanan aplikasi website *Ernasaricatering.com* dan bagaimana memverifikasi bisnisnya.



Gambar 5. Bisnis mitra yang telah diverifikasi dan muncul pada hasil penelusuran Google

Usaha mitra kini telah masuk ke platform digital. Produk usaha Erna Sari Catering kini dapat ditemukan pada hasil penelusuran Google. Ini akan membantu usaha Erna Sari Catering dalam mengenalkan produknya kepada lebih banyak calon pelanggan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan ini, produk mitra dapat lebih bersaing dengan produk-produk lain untuk menjadi pilihan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Perubahan strategi promosi yang dulunya masih menggunakan teknologi sederhana dalam pemasaran, yaitu menggunakan handphone dan didominasi dengan media whatsapp dan instagram menjadi promosi digital marketing berbasis website yang dilakukan oleh perusahaan merupakan hal yang positif karena dengan jangkauan digital marketing berbasis website tersebut memungkinkan usaha Erna Sari Catering dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan dapat memberikan informasi terkait lowongan pekerjaan secara online sehingga dapat membantu program pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran serta memudahkan Erna Sari Catering dalam pengelolaan transaksi serta pelaporan menggunakan sistem yang ada.
2. Dalam tahap pelatihan dan pendampingan teknologi digital marketing tersebut terdapat beberapa tahapan yaitu tahap pertama pihak pelaksana menyediakan perangkat laptop dan koneksi internet untuk mendukung pelaksanaan kegiatan. Tahap kedua memberikan pelatihan dan memulai proses penerapan digital marketing dengan memfokuskan kegiatan pada mitra. Tahap terakhir proses pendampingan diberikan agar mitra dapat menanyakan apa yang belum dimengerti terhadap penggunaan digital marketing tersebut.

Saran

1. Sebaiknya promosi digital marketing berbasis website terus diimplementasikan karena merupakan strategi untuk mendapatkan peluang bisnis dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi yang memberikan kesempatan pada usaha Erna Sari Catering untuk meraih pasar yang lebih luas melalui penerapan pemasaran digital (*digital marketing*).
2. Untuk menunjang penerapan digital marketing pada usaha Erna Sari Catering diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan terhadap pengembangan teknologi agar pihak mitra dapat memahami perkembangan teknologi digital marketing saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Ardianto, N. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Pada Karang Taruna Permata Alam Permai Gedangan Sidoarjo. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 326-338.
- [2] Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *JIBEKA*, 11(2), 46-53.
- [3] Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- [4] Aliami, S., Hakimah, E. N., & Fauji, D. A. S. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital pada Startup's (Studi Kasus pada Wirausaha Baru). *Ekonika*, 3(1).
- [5] Susilo, B. (2018). Pemasaran Digital: Segmentasi Demografi Pengguna Media Sosial di Kota Pontianak. *Jurnal Eksplora Informatika*, 8(1), 69-79.
- [6] Ri'aeni, I. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. *LU-GAS Jurnal Komunikasi*, 1(2), 141-149.
- [7] Susanto, A., Sari, C. A., Moses, D. R. I., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 (1), 42. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.64>
- [8] Mahalaxmi, K.R., dan Ranjith,P.(2016). A Study on Impact of Digital Marketing in Customer Purchase Decisionin Trichy. *International Journal of Innovative Research in Science and Technology*,2(10),332-338.
- [9] Saifuddin, M. (2020). Strategi Peningkatan Ekonomi Lembaga Sosial Dengan Memanfaatkan Aplikasi Pemasaran Berbasis Android (Studi kasus pada unit bisnis kidpreneur di Yayasan AL MADINA Surabaya).
- [10] Hardian, H., & Sari, D. K. S. (2018). Perancangan Desain Kemasan Produk Minuman Teh Dengan Metode Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Teknik Industri*, 5(1).