

Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung

Iwan Muhammad Ridwan¹

Universitas BSI Bandung
iwan.iid@bsi.ac.id

Abdurrahman Fauzi²

STMIK Nusa Mandiri
abdurahman.auz@bsi.ac.id

Isah Aisyah³

Universitas BSI Bandung
isah.ihh@bsi.ac.id

Susilawati⁴

Universitas BSI Bandung
susilawati.slw@bsi.ac.id

Iwan Sofyan⁵

Universitas BSI Bandung
iwan.ifn@bsi.ac.id

Abstrak

Digital marketing bagi sebuah perusahaan merupakan bagian yang sangat penting saat ini. Tak terkecuali bagi perusahaan-perusahaan kuliner atau warung angkringan yang membutuhkan publikasi yang baik demi kelangsungan dan kemajuan usahanya. Selain harus mampu bersaing dengan pesaing lain dalam menyajikan hidangan kuliner yang lezat, warung angkringan harus memiliki strategi pemasaran yang hebat yaitu dengan digital marketing ini. Pengelola sebuah warung angkringan diharapkan memiliki kecakapan dalam promosi melalui perangkat digital, terutama dalam mempublikasikan produk-produk yang dijual dan tempat yang ditawarkan. Ketika sebuah perusahaan memiliki kemampuan mengelola marketing melalui perangkat digital yang bagus, hal ini pasti akan mempermudah mengembangkan usahanya lantaran dengan pangsa pasar yang lebih luas maka produknya akan lebih banyak dikenal dan diminati. Terlebih saat ini banyak aplikasi massa yang memiliki konten pemesanan makanan melalui jasa angkutan online. Meskipun demikian masih banyak perusahaan makanan atau warung kuliner yang belum memanfaatkan sarana digital marketing ini dengan baik. Perusahaan kuliner yang tidak dilengkapi dengan kehadiran digital marketing akan sangat tertinggal oleh pesaing lain yang sudah memanfaatkan media ini. Hal inipun menjadi salah satu hambatan bagi warung angkringan WAGE dalam mengelola usahanya. Oleh karena itu, pelaksana kegiatan dirasa perlu untuk mengadakan baik pelatihan maupun pembuatan aplikasi mengenai digital marketing dalam memajukan usaha warung angkringan WAGE ini.

Seperti yang diketahui bahwa kota Bandung dikenal sebagai kota kuliner sehingga Warung angkringan WAGE yang berlokasi di Jalan Rancabentang I No 5A, Ciumbuleuit, Cidadap kota Bandung ini akan lebih diuntungkan dalam promosi produk kuliner. Yang pada awalnya target pasar hanya diperuntukkan bagi mahasiswa-mahasiswa dan masyarakat sekitar, dengan menggunakan digital marketing ini target pasar menjadi lebih luas.

Kata Kunci: promosi, digital marketing, Usaha Kecil Menengah, warung angkringan.

Abstract

Digital marketing for companies is very important part now. No exception for culinary companies or angkringan stalls that need good publication for the success and progress of their business. Besides having to be able to compete with other competitors in serving delicious culinary dishes, angkringan stalls must have a great marketing strategy, namely digital marketing. Managers of angkringan stalls are expected to have skills in promotion through digital devices, especially in publishing products sold and places offered. When a company has the ability to manage marketing through good digital devices, this will certainly make it easier to develop its business because with a wider market share, the product will be more widely known and in demand. Especially nowadays there are many mass applications that have food ordering content through online transportation services. Even so there are still many food companies or culinary stalls that have not used this digital marketing tool properly. Culinary companies that are not equipped with digital marketing will be left behind by others who have used this media. This is one of the challenges for angkringan stalls. Wages in managing their business. Therefore, the implementers of the activity need to be held both training and making applications about digital marketing in advancing the angkringan stall business WAGE. As we know that Bandung is known as culinary city so that the WAGE angkringan stalls located on Jalan Rancabentang I No 5A, Ciumbuleuit, Cidadap Bandung city will benefit more from the promotion of culinary products. Initially the target market was only for students and the surrounding community, by using digital marketing the target market became wider.

Keywords: *promotion, digital marketing, Small and Medium Enterprises, angkringan stalls*

Diterima: 21 Januari 2019, Direvisi : 25 Januari 2019, Dipublikasikan : 15 Februari 2019

Pendahuluan

Revolusi teknologi informasi telah mengubah lanskap dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital, (Ascharisa Mettasatya Afrilia1, 2018)

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa

mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, 2017)

Para pelaku UKM seharusnya juga sudah mulai memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UKM tersebut.

Salah satu platform media digital yang bisa digunakan oleh para UKM dalam meningkatkan pemasaran produknya adalah Google Bisnisku. Google Bisnisku sendiri merupakan alat gratis yang dapat digunakan untuk membantu mengelola kemunculan bisnis para pelaku UKM di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran. Jika pelaku UKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan di lokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, Google Bisnisku dapat membantu orang lain menemukan bisnis UKM tersebut. Bisnis yang telah diverifikasi di Google berpeluang dua kali lebih besar untuk dianggap sebagai bisnis bereputasi baik oleh pengguna. Sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan tempat, produk maupun layanan yang disediakan oleh para pelaku UKM.

Salah satu platform media digital yang bisa digunakan oleh para UKM dalam meningkatkan pemasaran produknya adalah Google Bisnisku. Google Bisnisku sendiri merupakan alat gratis yang dapat digunakan untuk membantu mengelola kemunculan bisnis para pelaku UKM di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran. Jika pelaku UKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan di lokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, Google Bisnisku dapat membantu orang lain menemukan bisnis UKM tersebut. Bisnis yang telah diverifikasi di Google berpeluang dua kali lebih besar untuk dianggap sebagai bisnis bereputasi baik oleh pengguna. Sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan tempat, produk maupun layanan yang disediakan oleh para pelaku UKM.

Untuk bisa memahami dan mengaplikasikannya dalam hal ini warung angkringan WAGE diberikan workshop dan pelatihan tentang kewirausahaan dan digital marketing. Diberikan pula pelatihan bagaimana menggunakan salah satu aplikasi digital marketing yakni google bisnisku.

Sebagai mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah Pelaku UMKM Warung Angkringan WAGE yaitu membutuhkan sistem pemasaran yang lebih baik agar dapat mengembangkan usahanya dengan lebih mudah. Berdasarkan analisis situasi, dapat teridentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu:

1. Kurangnya penguasaan ilmu *digital marketing* yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh pelaku UKM sebagai sarana untuk menarik minat konsumen.
2. Perlu adanya peningkatan kemampuan dan pengetahuan pelakuukm dalam manajemen kewirausahaan dan manajemen pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk dalam skala yang lebih luas.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra tersebut, beberapa penyelesaian masalah yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Memberi pelatihan mengenai pemanfaatan *digital marketing* sebagai sarana pemasaran produk usaha.
2. Memberi pelatihan dan pembinaan kepada pelaku ukm mengenai manajemen kewirausahaan dan manajemen pemasaran

Target yang ingin dicapai melalui kegiatan Pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan dan pengetahuan UMKM mengenai *digital marketing* untuk memasarkan produk ke pasar yang lebih luas sehingga penjualan bisa meningkat.
2. Meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui *digital marketing* rencana bisnis (Business Plan) dan laporan keuangan yang sederhana.

Luaran yang diharapkan melalui kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat akun google bisnisku yang dapat digunakan sebagai sarana promosi oleh UMKM.
2. Artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal nasional.
3. Laporan kegiatan.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut :

a. Penyuluhan.

Materi penyuluhan dalam kegiatan ini adalah bagaimana cara membuat aplikasi/akun google bisnis yang bisa memiliki rating share tinggi. Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan wawasan baru kepada pelaku UMKM Warung Angkringan WAGE. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada karyawan.

b. Pelatihan

Materi pelatihan adalah bagaimana cara akun google bisnisku. Dalam hal ini kegiatan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan tentang cara mengelola akun google bisnisku agar mudah ditelusuri pengguna media sosial dalam mencari berbagai jenis makanan. Pelatihan ini disampaikan dalam bentuk penjelasan dan praktek secara terperinci serta adanya tanya jawab.

c. Prosedur kegiatan

Kegiatan pengabdian ini meliputi:

- 1) Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan;
- 2) Persiapan penyuluhan dan pelatihan;
- 3) Penyuluhan tentang kewirausahaan;
- 4) Penyuluhan tentang pemasaran;
- 5) Pelatihan menggunakan *digital marketing* google bisnisku;

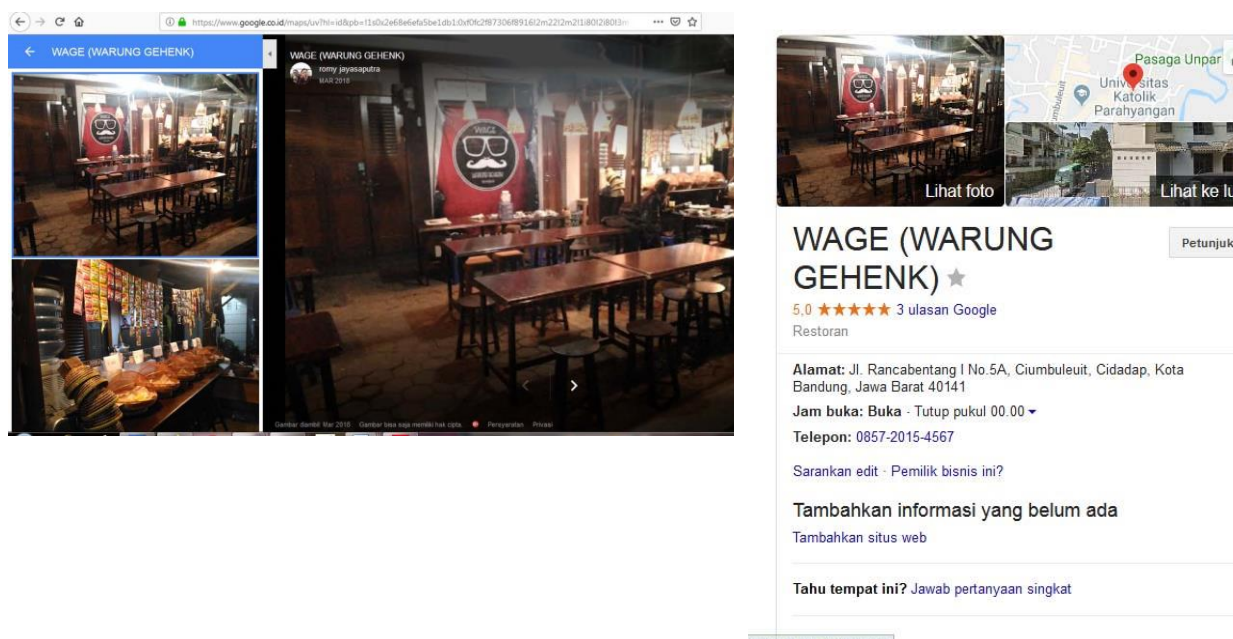
Hasil dan Pembahasan

Dalam pelaksanaan kegiatan selain diberi materi tentang ilmu pemasaran dan digital marketing dengan metode ceramah, diskusi dan tanya-jawab, Pelaku UMKM warung angkringan WAGE juga mempraktekkan bagaimana membuat google bisnisku, dan tatacara menaikkan rating share misalnya untuk produk-produk makanan yang dijual. Digital marketing diperlukan untuk memperluas promosi semua produk yang ditawarkan oleh warung angkringan WAGE sehingga dapat menaikkan income dan mengundang lebih banyak lagi konsumen yang memesan.

Adapun pengertian *digital marketing* Menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “interactive marketing”, one-to-one marketing dan “e-marketing” erat kaitannya dengan “digital marketing”.

Sementara aplikasi atau akun google bisnisku merupakan fitur gratis yang mudah digunakan oleh bisnis dan organisasi untuk mengelola kehadiran online mereka di Google, termasuk di Penelusuran dan Maps. Dengan memverifikasi dan mengedit informasi bisnis, pelaku usaha dapat membantu pelanggan menemukan dirinya dan menceritakan kisah bisnisnya kepada mereka.

Bentuk dari google bisnisku yang dihasilkan adalah sebagai berikut:



Simpulan dan Rekomendasi

Pemberian pelatihan dan keterampilan dalam mengelola pemasaran sebuah perusahaan terutama dalam digital marketing bagi pelaku UMKM Warung Angkringan WAGE sangat penting karena pelatihan ini sangat bermanfaat bagi

Pelaku UMKM WAGE agar dapat mengelola usahanya menjadi lebih baik dan mengelola pemasaran secara aktif melalui internet, sehingga dapat menunjang perkembangan dan kemajuan usahanya.

Daftar Pustaka

Ascharisa Mettasatya Afrilia1. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1), 147-157.

Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.

Purwana ESD, Rahmi, Aditya S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *JPMM*. 1(1). doi : doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01.

Urban, Glen (2004) *Digital Marketing Strategy*. Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey. USA