

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI ANGKRINGAN PUSKUL

Naufal Alexander Alfachrudin¹, Maya Destriani²
¹⁻²Ilmu Komputer, Universitas Subang

Naufala92@gmail.com

Abstrak

Angkringan Puskul merupakan salah satu warung makan yang terletak di kawasan Puslitbang Limboto, Kabupaten Gorontalo. Meskipun telah memiliki pelanggan tetap, Angkringan Puskul perlu meningkatkan promosi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan strategi digital marketing guna meningkatkan promosi Angkringan Puskul. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi digital marketing melalui media sosial, situs web, dan aplikasi mobile telah berhasil meningkatkan promosi Angkringan Puskul. Dengan memanfaatkan platform digital, Angkringan Puskul mampu menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, meningkatkan kesadaran merek, dan memperluas pangsa pasar.

Keywords : Angkringan Puskul, Digital marketing, Promosi, Media sosial, Situs web, Aplikasi mobile

Pendahuluan

Angkringan Puskul merupakan sebuah bisnis kuliner yang menghadirkan makanan dan minuman khas Angkringan dengan cita rasa autentik dan pengalaman kuliner yang unik. Meskipun bisnis ini telah beroperasi dalam waktu yang lama dan memiliki pelanggan setia, Angkringan Puskul menyadari pentingnya mengikuti perkembangan teknologi serta memanfaatkannya guna meningkatkan daya saing dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Saat ini angkringan puskul menggunakan platform Instagram, WhatsApp, dan Grab Merchant sebagai media promosinya.

Strategi digital marketing menjadi pilihan yang relevan bagi Angkringan Puskul. Melalui pemanfaatan media sosial, situs web, dan platform pemesanan online, bisnis ini dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Namun, implementasi strategi digital marketing dalam bisnis kuliner tradisional seperti Angkringan Puskul tidak terlepas dari tantangan. Pengelolaan konten kreatif, interaksi dengan pelanggan melalui media sosial, dan pemilihan platform yang tepat menjadi faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan.

Dalam penelitian ini, akan dijelaskan mengenai strategi digital marketing yang diterapkan oleh Angkringan Puskul dalam mempromosikan dan mengembangkan bisnis kuliner mereka. Dalam analisis ini, akan dievaluasi dampak strategi tersebut terhadap promosi bisnis, respons pelanggan, serta peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan. Proposal ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya strategi digital marketing dalam bisnis kuliner tradisional, serta menjadi acuan

yang berguna bagi pemilik bisnis kuliner lainnya yang ingin memanfaatkan potensi digital untuk meraih kesuksesan.

Kajian Teori

Promosi & Digital Marketing

Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan Zimmerman (2002). Promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mengenal ataupun mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Salah satu promosi yang dapat kita gunakan adalah Digital marketing

Digital Marketing didefinisikan sebagai sebuah alat yang membentuk hubungan, sebuah medium untuk mempertemukan dan memfasilitasi interaksi dari para penjual dan pembeli (Berthon, Pitt, & Watson) (1996). Digital Marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.

Penggunaan informasi digital memberikan manfaat bagi masyarakat, efisiensi, kenyamanan, informasi yang lebih relevan, harga bersaing, dan pengurangan biaya (Bayo-Morlon & Lera-Lopez, 2007). Digital Marketing tentunya sangat bermanfaat bagi sebuah perusahaan, perbedaan ini dapat kita lihat dari penggunaan yang efektif dari Digital Marketing, para pelanggan pun dapat merespon kepada perusahaan secara langsung (Mangold & Faulds, 2009). Digital Marketing sangat mudah untuk dipahami, hal ini menyebabkan banyak sekali pengguna dan pengembangan Digital Marketing juga sangat pesat. Digital Marketing juga sangat mudah beradaptasi dengan keinginan user (Varbanova, 2013). (Petra 2013)

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif (qualitative research) menurut Sukmadinata (2011, hlm. 60) merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada penyimpulan. Kemudian, metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Menurut Sukmadinata (2011, hlm. 72), penelitian dengan metode deskriptif baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif, ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena apa adanya (Attride-Stirling 2016). Pada tahap ini dilakukan pengumpulan bahan-bahan referensi yang digunakan sebagai landasan dalam menyusun penelitian ini. Pembelajaran literatur yang dilakukan mencakup materi mengenai:

1. Metode User Centered Design.
2. Usability Testing.
3. User Experience.

Metodologi pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penulisan sebagai berikut:

1. Pengamatan

Metode ini pelenulis meninjau secara langsung pada Angkringan Puskul

2. Wawancara

Penulis melakukan tanya jawab terhadap pemilik usaha Angkringan Puskul mengenai proses dan pemasaran yang ada.

3. Studi Pustaka

Metode ini digunakan penulis untuk mengumpulkan teori-teori dan literatur dari buku, jurnal dan media online yang kemudian dikaji lebih lanjut untuk proses penulisan.

4. Pengumpulan Data Pengujian

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah penyebaran kuisisioner. Dengan jumlah sample 10 responden.

Hasil Pembahasan dan Impelementasi

1. Analisa User Centered Design

Pada dasarnya pada tahap ini adalah tahap penggalian informasi atau data untuk mengumpulkan kebutuhan dari pengguna, kemudian setelah informasi atau data terkumpul, dilakukanlah penataan informasi dari data kebutuhan pengguna tersebut, lalu kebutuhan pengguna digambarkan kedalam berbagai bentuk atau teknik, seperti narasi, gambar ataupun diagram. Didalam penelitian ini, menggunakan penyebaran kuisisioner dengan 10 sample responden untuk menggali kebutuhan pengguna.

2. Memahami konteks pengguna

Tahap ini merupakan dasar dari setiap metode UCD, yaitu untuk memahami siapa pengguna dari produk yang dimaksudkan dan lingkungan penggunaan mereka. Termasuk juga mengidentifikasi stakeholders, atau siapa saja yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam penentuan website. Pada tahap ini dilakukan metode Identify Stakeholders, sebagai berikut:

- 1) Pemilik Angkringan Puskul sebagai admin pada sistem yang menjadi pembuat kebijakan dan pengawas pengerjaan proyek dari pembuatan website sampai pengoperasian website.
- 2) Application Designer and Programmer sebagai yang menganalisis kebutuhan, merancang dan membangun website.
- 3) Pengguna website yaitu pelanggan dan calon pelanggan Angkringan Puskul.

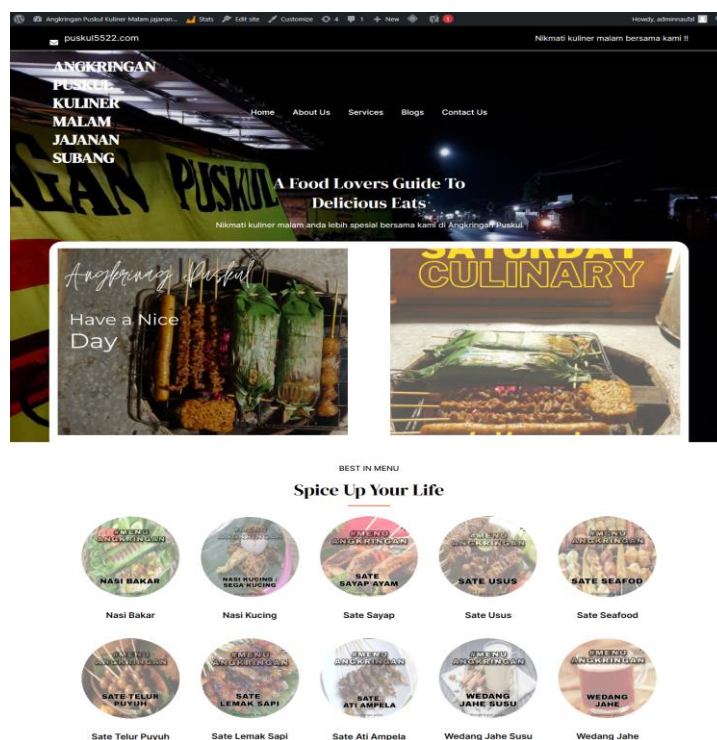
3. Kebutuhan pengguna

Dari beberapa pertanyaan yang telah disebar di kuesioner, didapatkan beberapa jawaban dari 10 responden untuk mendapatkan daftar kesimpulan fitur visual design Angkringan Puskul, yaitu:

- 1) Memberikan detail produk yang lengkap, dengan hasil gambar yang nyata, juga menampilkan gambar dengan sudut pandang yang berbeda – beda.
- 2) Pada bagian desain katalog produk, lebih mengutamakan desain berbentuk oval.
- 3) Halaman homepage yang sederhana, dengan mengedepankan gambar dari produk yang direkomendasikan dan tidak penuh oleh gambar – gambar yang tidak penting seperti website yang lain.
- 4) Klasik monokromatik: hitam & putih
- 5) Pada bagian navigasi berjenis global dibuat sama di semua halaman website, baik letaknya maupun link-link di dalamnya. dan tampilan struktur navigasi campuran atau composite, konsisten dan tidak menyulitkan pengguna.
- 6) Perlu adanya kemudahan bagi pengguna untuk menghubungi Angkringan Puskul.

4. Hasil Solusi Perencanaan

Tahapan ketiga saat pembangunan sistem UCD adalah menghasilkan solusi rencana pilihan website, berikut hasil website :



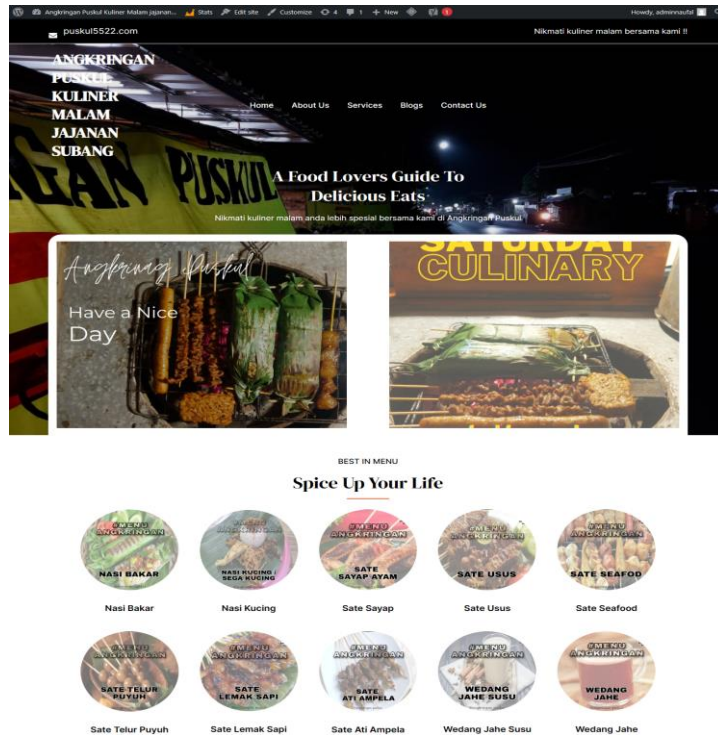
5. Implementasi

Terdapat 2 implementasi yang dilakukan dalam tahap ini, tahap pertama implementasi antarmuka website yang memaparkan hasil dari perencanaan website, tahap kedua yakni implementasi digital marketing yang dimana terdapat dua point dalamnya. Pertama implementasi search engine optimazion dan implementasi sosial media marketing.

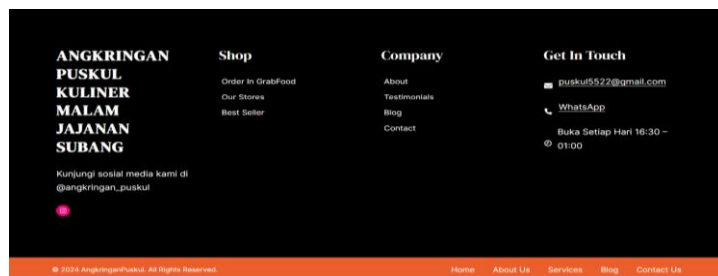
6. Implementasi Antarmuka Website

Pada tampilan homepage website angkringan puskul menampilkan header navigation home, about us, services, blogs, dan contac us, untuk memudahkan pengunjung memilih

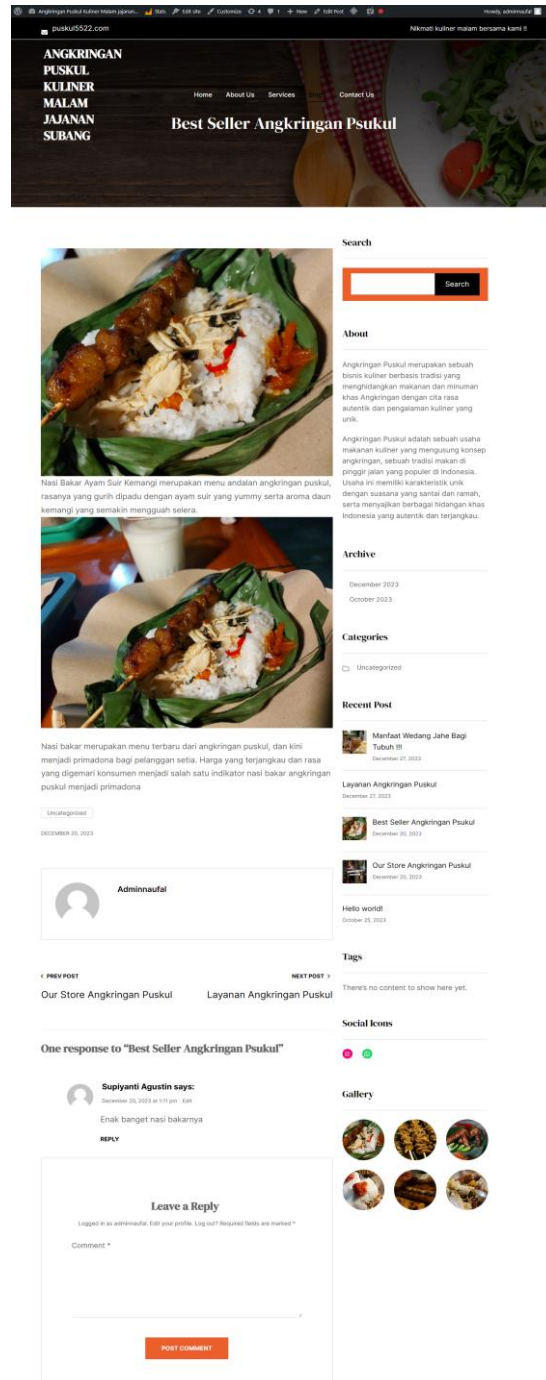
layanan atau info yang di butuhkan. Pada bagian konten menyuguhkan foto dan beberapa menu andalan di angkringan puskul.



Pada bagian *footer* memberikan kemudahan bagi pengguna untuk bisa memilih langsung untuk order menu di angkringan puskul, serta menyediakan informasi angkringan dan pengunjung juga bisa menghubungi langsung layan angkringan puskul.



Blog home angkringan puskul selain menampilkan konten juga menampilkan informasi tentang usaha angkringan puskul kemudian terdapat fitur search dan recent post pada bagian side bar. Lalu ada fitur coment dimana pengunjung bisa memberikan komentar, saling berbalas komentar,memberikan masukan ataupun pertanyaan yang bisa dijawab oleh admin.



7. Implementasi Digital Marketing

Dalam upaya meningkatkan promosi angkringan puskul menggunakan digital marketing dilakukan implementasi search engine optimazion dan implementasi sosial media marketing.

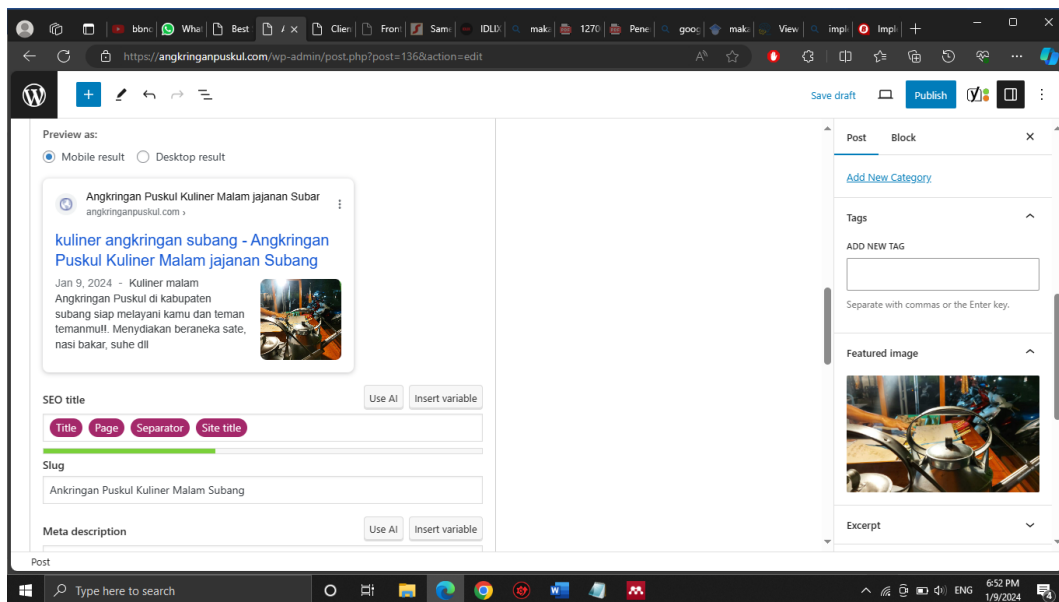
8. Implementasi Search Engine Optimazion (SEO)

Implementasi SEO dipergunakan untuk mengoptimalkan artikel dan membantu meningkatkan peringkat halaman dalam mesin telusur, berikut tahapan implementasi SEO pada artikel angkringan puskul:

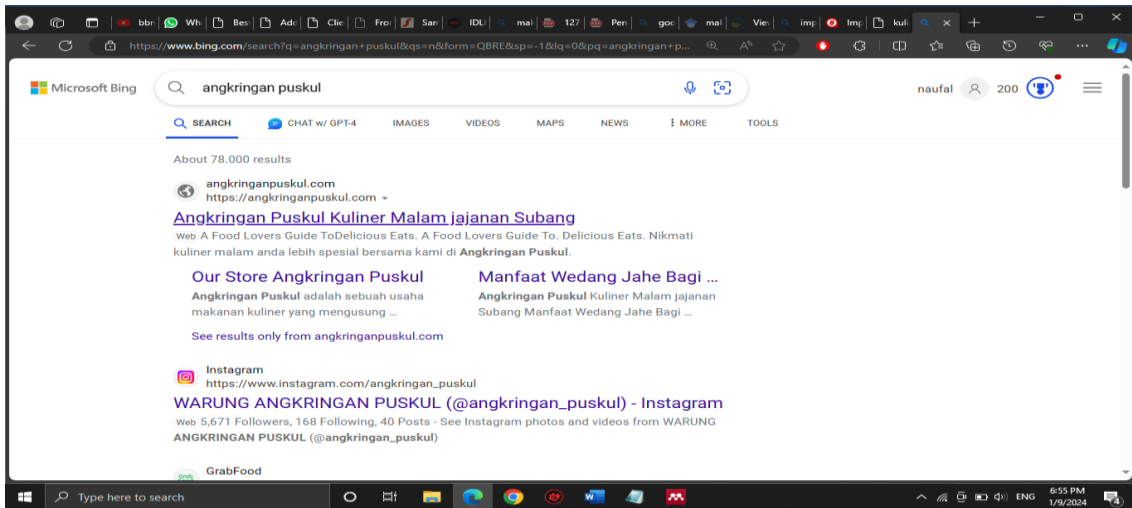
- 1) Identifikasikan kata kunci utama yang ingin ditargetkan. Pastikan kata kunci tersebut relevan dengan topik artikel dan memiliki volume pencarian yang tinggi. Setelah itu, masukkan kata kunci tersebut pada bagian “Focus Keyphrase” di bawah bagian Yoast SEO pada halaman editor artikel.



- 2) Mengoptimalkan judul dan meta deskripsi memberikan gambaran singkat namun menarik tentang isi artikel.

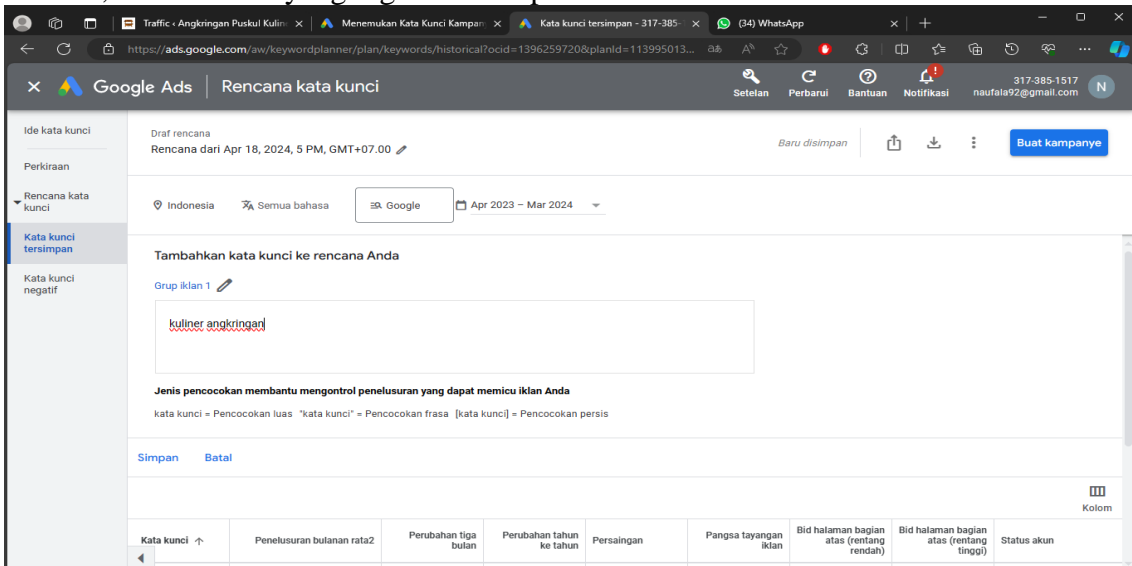


- 3) Menambahkan gambar untuk meningkatkan visibilitas artikel dalam pencarian gambar.



9. Planner Key SEO

Langkah awal dalam penentuan kata kunci adalah memahami siapa target audiens dan apa yang mereka cari secara online. Ini melibatkan penelitian tentang perilaku pencarian, preferensi kata kunci, dan masalah yang ingin mereka pecahkan.



Planner Key SEO sudah disiapkan dengan cermat untuk memastikan kesuksesan strategi SEO. Dengan menggunakan kata kunci yang relevan dan strategis, Anda dapat meningkatkan visibilitas dan peringkat situs web Anda di mesin pencari.

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The main content is a table with the following columns: Kata kunci, Penelusuran bulanan rata2, Perubahan tiga bulan, Perubahan tahun ke tahun, Persaingan, Pangsa tayangan iklan, Bid halaman bagian atas (rentang rendah), Bid halaman bagian atas (rentang tinggi), and Status akun. The table lists five keywords: angkringan, jajanan, kuliner angkringan, kuliner malam, and makanan sehat, each with corresponding performance metrics.

Kata kunci	Penelusuran bulanan rata2	Perubahan tiga bulan	Perubahan tahun ke tahun	Persaingan	Pangsa tayangan iklan	Bid halaman bagian atas (rentang rendah)	Bid halaman bagian atas (rentang tinggi)	Status akun
angkringan	10 rb - 100 rb	+900%	+900%	Rendah	-	-	-	
jajanan	10 rb - 100 rb	0%	0%	Rendah	-	Rp528,98	Rp6.812,59	
kuliner angkringan	10 - 100	0%	0%	Rendah	-	-	-	
kuliner malam	1 rb - 10 rb	0%	0%	Rendah	-	-	-	
makanan sehat	10 rb - 100 rb	0%	0%	Rendah	-	Rp1.135,40	Rp5.390,38	

10. Implementasi Sosial Media Marketing

Implementasi sosial media marketing angkringan puskul berfokus pada penggunaan isntagram sesacar maksima untuk meningkatkan promosi di mana ada beberapa hal yang diperhatikan untuk mencapai hal tersebut.

Hal pertama yang dilakukan adalah membuat tampilan akun Instagram memiliki informasi yang relevan terhadap usaha angkringan puskul, menambah beberapa icon agar menarik serta menambahkan sorotan yang bervariasi di bio Instagram.



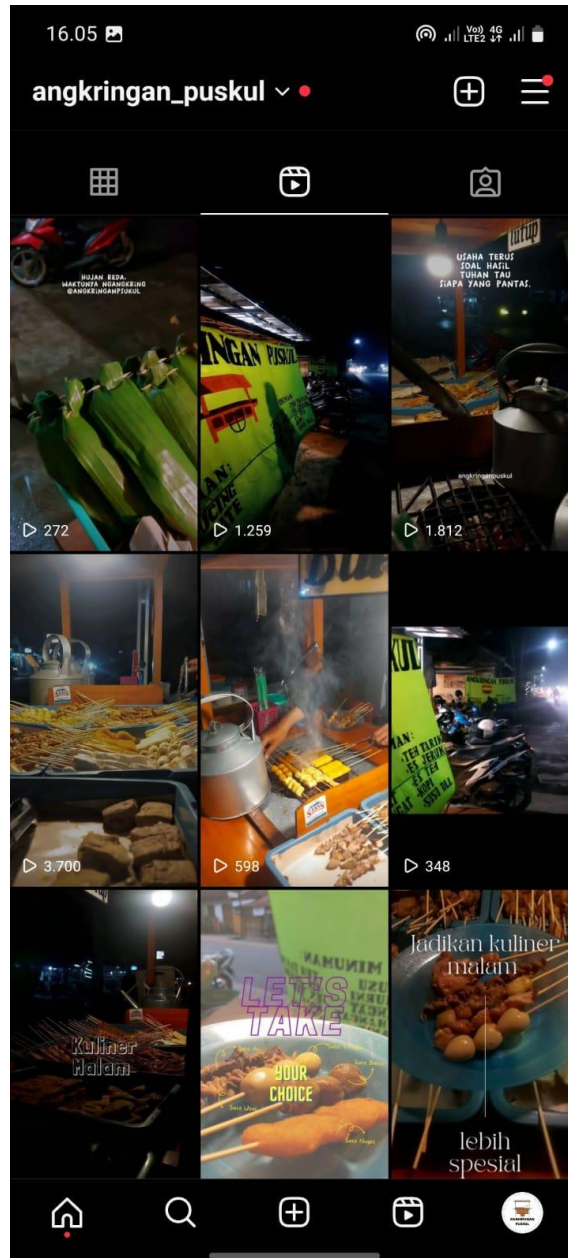
11. Content Planner Instagram

Content Planner Instagram adalah rencana yang disusun untuk mengelola dan mengatur konten yang akan diposting di akun Instagram dalam jangka waktu tertentu. Rencana ini mencakup berbagai jenis konten, seperti gambar, video, kutipan, polling, dan lain sebagainya, yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengikut, memperkuat brand awareness, dan mencapai tujuan-tujuan tertentu yang telah ditetapkan.

Hari	Ide	Topik	Bentuk	Caption
Senin	Pengenalan	Angkringan dan Ada menu apa aja di Angkringan puskul	Vidio dan Gambar	<p>Selamat datang di Angkringan Puskul! Yuk, ikuti perjalanan kami dan temukan kelezatan di balik setiap sudut angkringan kami.</p> <p>Nasi kucing, sate, atau gorengan? Pilihlah camilan favoritmu di Angkringan Puskul. Kami siap memanjakan lidah Anda dengan lezatnya!</p> <p>es Teh hangat, wedang jahe segar, atau kopi tubruk khas angkringan? Nikmati minuman spesial kami di Angkringan Puskul</p>
Selasa	Edukasi	bagaimana sejarah angkringan	Infografis	<p>Angkringan bukan sekadar tempat makan, tapi juga bagian dari sejarah dan budaya Jawa. Yuk, pelajari lebih lanjut tentang asal-usulnya bersama kami! #WarisanBudaya #SejarahAngkringan"</p>
Rabu	Edukasi	bagaimana sejarah angkringan	Infografis	<p>Angkringan bukan sekadar tempat makan, tapi juga bagian dari sejarah dan budaya Jawa. Yuk, pelajari lebih lanjut tentang asal-usulnya bersama kami! #WarisanBudaya #SejarahAngkringan"</p>
Kamis	Keunikan	Bagaimana Proses pembuatan Nasi kucing dan bagaimana suasana malam di angkringan puskul	Vidio dan Gambar	<p>Tahukah kamu bagaimana nasi kucing dibuat? Di Angkringan Puskul, kami memastikan setiap hidangan disajikan dengan cinta dan kualitas terbaik!</p> <p>Malam yang sempurna dimulai di Angkringan Puskul. Nikmati suasana yang hangat dan hidangan lezat di sini! #SuasanaMalam #AngkringanNongkrong.</p> <p>Senyum pelanggan adalah hadiah terbaik bagi kami di</p>

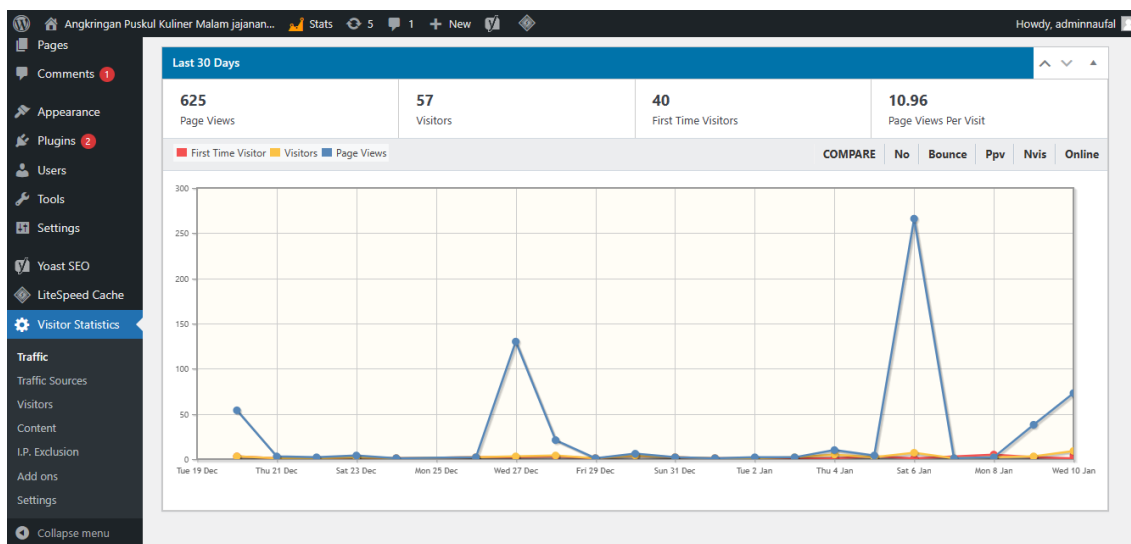
				Angkringan Puskul. Terima kasih telah memilih kami sebagai tempat makan dan nongkrongmu! #PelangganBahagia #AngkringanSantai"
Jum'at	Interaksi	Ajak pengikut untuk mencoba untuk ke angkringan puskul	Gambar	Setiap malam adalah saat yang istimewa di Angkringan Nusantara. Mari buat kenangan bersama teman-teman di sini!
Sabtu	Meme dan Humor	Meme tentang reaksi ketika teman meminjam uang di angkringan.		Ketika teman bilang 'Nanti aku ganti', tapi sudah setahun belum juga ada kabar. #UangPinjam #AngkringanLife"

Pembuatan konten Instagram angkringan puskul melihat beberapa point agar konten yang dibuat menarik pelanggan. Penggunaan backsound untuk konten angkringan puskul menggunakan music yang sedang banyak digunakan oleh pengguna Instagram, hal ini dilakukan agar konten yang dibuat bisa masuk kejajaran konten yang sedang viral saat ini.



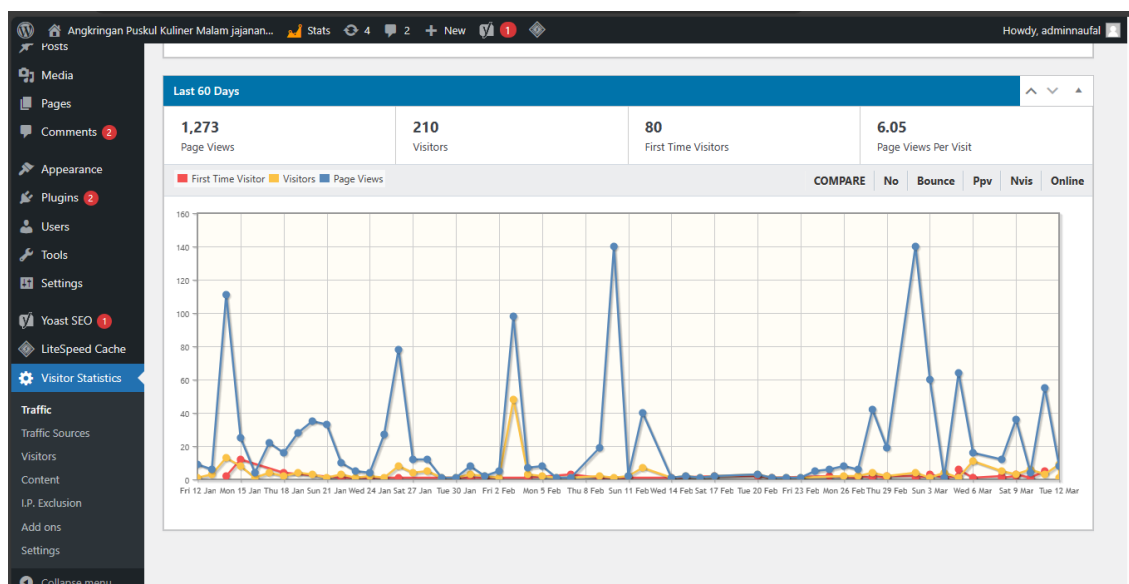
12. Pengujian Tanpa SEO

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh metode SEO yang telah diimplementasikan kedalam website. Durasi pengujian dilakukan setelah sistem atau website dipublikasikan, dengan masa pengujian selama 2 bulan dimulai pada bulan desember 2023 hingga januari 2024. Pada tahap ini website yang sudah dipublikasikan tidak menerapkan teknik SEO secara utuh. SEO on page diterapkan hanya beberapa saja karena pada dasarnya teknik On page yang berupa tag h1, tag gambar dan lain sebagainya akan tetap ada didalam website sebagai tag HTML. Berikut akan ditampilkan hasil dari pengujian pertama dengan melihat traffic visitor.



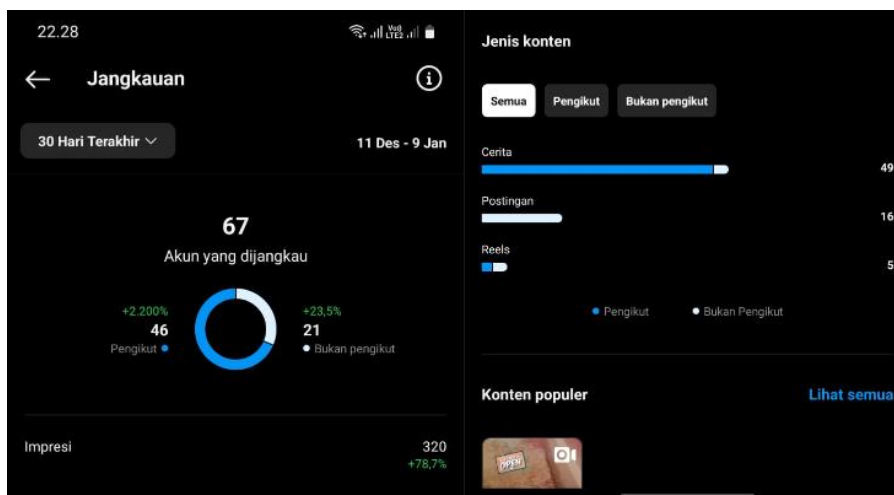
13. Pengujian SEO

Pada proses ini seluruh proses SEO akan dilakukan mulai On page dan Off page setelah melewati masa pengujian pertama. Berikut akan ditampilkan hasil dari pengujian kedua dengan melihat traffic visitor.

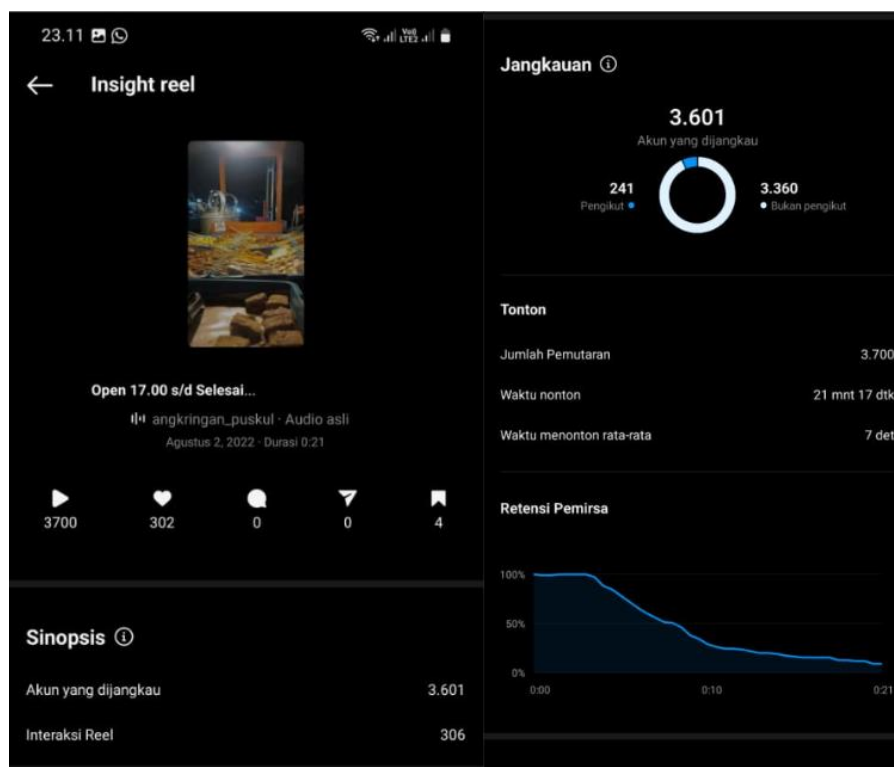


14. Pengujian Insight Instagram

Tahap ini dilakukan setelah penerapan faktor yang dapat membantu peningkatan promosi di media sosial Instagram, yang sebelumnya hanya akun Instagram biasa saja kini telah diganti dengan akun profesional. Hasil dari pemanfaat sosial media marketing Instagram dapat dilihat pada gambar 4.9 menunjukan peningkatan pada akun yang dijangkau dan jenis konten berdasarkan pengikut atau bukan pengikut.



Pemilihan musik, template, dan hastag pada konten reel Instagram yang sesuai menjadi salah satu faktor penting untuk membuat konten angkringan puskul dalam upaya meningkatkan promosi. Pada gambar 4.10 menunjukkan peningkatan di salah satu konten yang dibuat dengan jumlah 3.700 views, jangkauan akun yang dicapai berjumlah 3.601 akun.



Penutup (Simpulan dan Saran)

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul implementasi digital marketing untuk meningkatkan promosi angkringan puskul, penulis dapat menyimpulkan :

- 1) Strategi Digital Marketing Angkringan Puskul telah menerapkan strategi digital marketing yang mencakup praktik pemasaran konten, kehadiran aktif di media sosial,

penggunaan SEO lokal, penggunaan platform pemesanan online, dan program kemitraan/kolaborasi.

- 2) Dampak Strategi Digital Marketing ini yang diterapkan oleh Angkringan Puskul memiliki dampak positif terhadap promosi bisnis, respons pelanggan, dan peningkatan kinerja bisnis. Mereka mampu meningkatkan visibilitas bisnis mereka, memperkuat keterlibatan dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan serta kinerja bisnis secara keseluruhan.
- 3) Tantangan Implementasi Strategi Digital Marketing Angkringan Puskul dihadapkan pada beberapa tantangan dalam mengimplementasikan strategi digital marketing dalam bisnis kuliner tradisional, termasuk keterbatasan sumber daya, persaingan online yang sengit, dan kebutuhan untuk menjaga kualitas dan konsistensi dalam pelayanan.

Simpulan

Dari data hasil pengujian tentang Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Promosi Angkringan Puskul metode SEO terhadap website penjualan online menunjukkan adanya peningkatan ranking traffic visitor dan pengunjung. Dilihat dari hasil pengujian, pengujian ini menunjukkan bahwa metode SEO memiliki pengaruh signifikan terhadap traffic pengunjung website. Pada pengujian pertama, di mana teknik SEO belum sepenuhnya diimplementasikan, terjadi peningkatan traffic yang terbatas. Namun, pada pengujian kedua setelah penerapan lengkap metode SEO, terdapat peningkatan yang lebih signifikan dalam jumlah pengunjung website. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi metode SEO secara komprehensif dapat memberikan dampak positif yang nyata terhadap visibilitas dan jumlah pengunjung sebuah website.

Daftar Pustaka

- Akbar, Rahmad et al. 2022. "Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kabupaten Kampar." *Jurnal Sains dan Ilmu Terapan* 5(2): 47–54.
- Attride-Stirling, Jennifer. 2016. "Qualitative Research Qualitative Research." *INNOVA Research Journal* 1(2): 1–9. <http://www.sagepublications.com>.
- Christina, Imelda Debby, Fenni, and Devia Roselina. 2019. "Digital Marketing Strategy in Promoting Product." *Management and entrepreneurship: trends of development* 4(4(10)): 58–66.
- Kharisma. 2020. "Pengertian Pemasaran Menurut Teori Dari Kotler & Keller." : 8–23. <http://repositori.wbi.ac.id/bitstream/handle/123456789/69/5> Chapter II.pdf?sequence=5&isAllowed#:~:text=Menurut (Kotler and Keller%2C 2016, mitra%2C dan masyarakat pada umumnya.
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, Affiifi. 2014. "Web Server Yang Dapat Dijalankan Oleh Berbagai Sistem Operasi Windows." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Novytska, Iryna et al. 2021. "Digital Marketing in the System of Promotion of Organic Products." *WSEAS Transactions on Business and Economics* 18: 524–30.
- Oktaviana, Nita, and M Riza. 2017. "PALANGKA RAYA Nita Oktaviana Dan M. Riza Hafizi." *Jurnal Al Qardh* 5(2): 101–8.
- Petra, Universitas Kristen. 2013. "Jiunkpe-Is-S1-2017-36413049-40412-Bintang3-Chapter2 (Marketing Digital)." : 6–17.

Rizkia, Sisca. 2021. "Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus." : 10–35.

Wardhana, Aditya. 2015. "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK Di Indonesia." In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (April 2015): 327–337.

Yatana Saputri, Intan Sandra, Mardhiah Fadhli, and Ibnu Surya. 2017. "Penerapan Metode UCD (User Centered Design) Pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web." Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi 3(2): 269–78.