



DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING AND PROMOTION AT ROMAN DURIAN LUMER (KDL) KEBAB

PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING DAN PROMOSI PADA KEBAB DURIAN LUMER (KDL) ROMAN

Lutfy Setia Wahyudi Haqiqi Ali¹, Fendy Cuandra²

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Internasional Batam

E-mail: 2041288.lutfy@uib.edu¹, fendy.cuandra@uib.ac.id²

ARTICLE INFO

Correspondent

Lutfy Setia Wahyudi
Haqiqi Ali
2041288.lutfy@uib.edu

Key words:

*digital marketing,
promotion, durian kebab
lumer*

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1567 - 1580

ABSTRACT

In this section, the author provides a comprehensive summary of Kebab Durian Lumer (KDL) Roman's background, achieved activities, objectives, data collection methods, and the impact of implemented initiatives. Established by Roman Gusmita on January 1, 2022, Kebab Durian Lumer (KDL) Roman operates in the F&B sector with locations in Sp Plaza Batu Aji, Cipta Grand City (Tanjung Uncang), and Simpang Basecamp Marina. Despite achieving a monthly gross revenue of IDR 20,000,000 with four employees, the MSME faces challenges in its digital marketing strategy, impacting customer interest and revenue optimization. To address these issues, the author introduced initiatives, including engaging content, a 10% discount, Google My Business registration, a dedicated photo testimonial template, and participation in paid Instagram promotions. The objectives are to gain new customers, increase revenue by 20.2%, and boost brand awareness by 5%. Using a mix of primary and secondary data collection methods, the author conducted an internship at Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, encompassing preparation, implementation, application, evaluation, and reporting, with a budget of IDR 5,000,000. The digital marketing efforts resulted in positive impacts, such as increased interest, ad impressions, profile activity, and social media engagement, showcasing the effectiveness of the strategies employed.

Copyright © 2023 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Koresponden</p> <p>Lutfy Setia Wahyudi Haqiqi Ali 2041288.lutfy@uib.edu</p> <p>Kata kunci: digital marketing, promosi, kebab durian lumer</p> <p>Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</p> <p>Hal: 1567 - 1580</p>	<p>Dalam bagian ini, penulis memberikan ringkasan menyeluruh tentang latar belakang Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, kegiatan yang telah dicapai, tujuan, metode pengumpulan data, dan dampak dari inisiatif yang diimplementasikan. Didirikan oleh Roman Gusmita pada 1 Januari 2022, Kebab Durian Lumer (KDL) Roman bergerak di sektor F&B dengan lokasi di Sp Plaza Batu Aji, Cipta Grand City (Tanjung Uncang), dan Simpang Basecamp Marina. Meskipun berhasil mencapai omzet bulanan sebesar IDR 20,000,000 dengan empat karyawan, UMKM ini menghadapi tantangan dalam strategi pemasaran digitalnya, yang memengaruhi minat pelanggan dan optimalisasi pendapatan. Untuk mengatasi masalah ini, penulis memperkenalkan inisiatif, termasuk konten menarik, diskon 10%, pendaftaran <i>Google My Business</i>, <i>template foto testimonial</i> khusus, dan partisipasi dalam promosi berbayar di Instagram. Tujuan inisiatif ini adalah untuk mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan pendapatan sebesar 20.2%, dan meningkatkan kesadaran merek sebesar 5%. Dengan menggunakan kombinasi metode pengumpulan data primer dan sekunder, penulis melakukan magang di Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, melibatkan persiapan, pelaksanaan, aplikasi, evaluasi, dan pelaporan, dengan anggaran sebesar IDR 5,000,000. Upaya pemasaran digital menghasilkan dampak positif, seperti peningkatan minat, tayangan iklan, aktivitas profil, dan interaksi media sosial, menunjukkan keefektifan strategi yang diterapkan.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2023 JSER. All rights reserved.</i></p>

PENDAHULUAN

Pada waktu ini kita sudah berada di era revolusi industri 4.0, dimana era ini ditandai menggunakan perkembangan yang pesat di bidang teknologi internet atau teknologi digital. Era ini dikenal populer dengan istilah *internet of things*, dengan kata lain saat ini segala informasi dapat dengan mudah dan cepat untuk diperoleh dan disebarluaskan. Teknologi internet yang semakin berkembang pesat ini tentunya bisa membawa akibat baik bagi penggunaannya bila dimanfaatkan secara sempurna, salah satunya mirip mempromosikan suatu usaha menggunakan sempurna serta menarik (Efendi, 2018).

Dalam lingkup bisnis, pengetahuan tentang suatu perusahaan semakin meluas di kalangan masyarakat. Seiring dengan itu, pertumbuhan transaksi dalam bisnis yang dijalankan akan semakin cepat, dan peran penting digital marketing menjadi semakin signifikan dalam mencapai pasar yang luas dengan metode yang lebih sederhana dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional. Selain memfasilitasi akses pasar, digital marketing juga mampu mendukung keberlangsungan promosi pasif bagi suatu bisnis. *Google*, dengan perkiraan pemrosesan 63 ribu pencarian setiap detik, memegang popularitas sebagai sumber

penjualan pasif bagi bisnis yang mampu meraih peringkat pertama dalam hasil pencarian *Google*. Oleh karena itu, banyak perusahaan dan organisasi saat ini berlomba-lomba untuk menempatkan situs web atau akun media sosial mereka pada peringkat teratas dalam hasil pencarian untuk kata kunci yang diinginkan (Rapitasari, 2016)

Kebab Durian Lumer (KDL) Roman sebelumnya mencoba memperkenalkan produknya melalui platform internet, khususnya media sosial. Namun, kontennya terasa monoton dan kurang optimal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi oleh bisnis ini adalah kurangnya konten pengenalan dan promosi yang menarik dan efektif. Oleh sebab itu, pemilik bisnis ini memerlukan strategi pemasaran digital yang menarik dan efektif untuk produk dan usahanya agar dapat mengoptimalkan peningkatan pemasaran yang dilakukan.

Ruang lingkup dari kerja praktik pada Kebab Durian Lumer (KDL) Roman yaitu penulis akan melakukan analisa yang berdasarkan teori-teori pemasaran, seperti bauran pemasaran dan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats*). Analisa tersebut akan dilakukan oleh suatu usaha untuk memperoleh tanggapan yang diharapkan dari target pasarnya. Berdasarkan hasil dari analisa SWOT, penulis dapat menentukan strategi yang tepat dan diperlukan oleh usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman sesuai dengan landasan dari hasil analisisnya, yaitu merancang pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial yang dimana sering dipergunakan pada Masyarakat kita seperti Instagram, Tiktok dan Facebook. Pelaksanaan promosi tersebut dengan membuat suatu konten yang menarik sehingga calon pelanggan tertarik dan juga melakukan pembuatan *template* di media sosial terutama pada Instagram agar para pelanggan maupun calon pelanggan terasa nyaman melihat *feed Instagram*. Strategi yang ditemukan oleh penulis selanjutnya akan menjadi luaran proyek dari kerja praktik usaha ini serta dapat dimanfaatkan oleh Kebab Durian Lumer (KDL) Roman dalam keberlanjutan usahanya dalam jangka waktu yang panjang (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Dalam pelaksanaan proyek kerja praktik yang dilaksanakan pada Kebab Durian Lumer (KDL) Roman ini, penulis memiliki beberapa tujuan dari implementasi strategi pemasaran digital pada mitra usaha, yang di antaranya:

1. Memperoleh pertumbuhan pelanggan baru setidaknya sebesar 5% dari jumlah pelanggan tetap.
2. Meningkatkan pendapatan usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman sekitar 15%.
3. Meningkatkan kesadaran merek, yang diukur melalui peningkatan jumlah pengikut di Instagram setidaknya sebesar 5%.

Pelaksanaan proyek dari kerja praktik di usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman ini memberikan manfaat bagi mitra usaha yaitu dalam membantu meningkatkan jumlah pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan dari penjualan dengan meimplementasikan strategi pemasaran digital yang telah dirancang oleh penulis bagi mitra usaha. Selain itu dengan adanya proyek ini, penulis dapat melihat gambaran nyata dalam mengetahui seberapa besar keselarasan dari materi perkuliahan terhadap realita yang terealisasi di usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman.

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Penulis menerapkan teknik pengumpulan data dalam suatu rangkaian penelitian untuk mendapatkan informasi, data, dan fakta yang mendukung pencapaian tujuan penelitian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis untuk menggali informasi dari UMKM Kebab Durian Lumer (KDL) Roman melibatkan penggunaan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di UMKM serta wawancara dengan pemiliknya. Di sisi lain, teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui dokumentasi (Rachmawati, 2007)

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan operasional dan strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh UMKM. Pendekatan wawancara dengan pemilik UMKM bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan atau hambatan yang dihadapi oleh Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Metode dokumentasi digunakan untuk menghimpun data yang diperlukan oleh platform pemasaran digital, termasuk data atau dokumen tertulis yang terkait dengan profil UMKM tersebut.

Proses Perancangan Luaran

Dalam proses perancangan luaran ini, penulis akan menyusun beberapa langkah untuk mendukung strategi pemasaran yang telah dijelaskan dalam kegiatan luaran. Pertama-tama, penulis akan menghimpun data yang diperlukan, seperti nomor telepon, jam operasional, dan alamat usaha, untuk mendaftarkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kebab Durian Lumer (KDL) Roman ke layanan Google My Business. Hal ini bertujuan agar pelanggan dapat lebih mudah menemukan lokasi UMKM tersebut. Data tersebut juga akan digunakan untuk mendaftarkan UMKM dalam program promosi berbayar yang tersedia di aplikasi Instagram. Sementara mengumpulkan data, penulis juga akan mencari dan menyiapkan voucher dengan potongan harga sebesar 10% untuk pembelian senilai Rp.100.000. Voucher ini akan diberikan kepada pelanggan yang memenuhi syarat dan ketentuan, bertujuan untuk mendorong pelanggan agar menjadi pelanggan tetap di Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Langkah berikutnya, penulis akan merancang template dan konten menarik untuk feed Instagram Kebab Durian Lumer (KDL) Roman.

Tahapan Pelaksanaan

1. Tahap Persiapan

Tahap pertama pelaksanaan kegiatan yaitu mencari mitra UMKM untuk pelaksanaan kegiatan kp. Selanjutnya penulis mencoba menghubungi pihak yang bersangkutan untuk menginformasikan dan menjelaskan tujuan dari kegiatan ini dan menanyakan apakah pihak yang bersangkutan bersedia apa tidak untuk menjadi objek pelaksanaan proyek ini. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak mitra, maka penulis mengadakan wawancara dengan pemilik UMKM Kebab Durian Lumer (KDL) Roman untuk memperoleh semua informasi yang berkaitan dengan gambaran usahanya serta permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya penulis menyusun dan mengajukan proposal kepada Dosen Pembimbing dan direview kembali.

Persiapan pelaksanaan proyek dimulai pada tanggal 4 September 2023. Penulis selanjutnya menyelesaikan desain dan strategi pemasaran yang akan digunakan dalam rangka promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Desain-desain

yang dipersiapkan mencakup template feed Instagram, konten menarik, dan gambar produk yang akan diunggah ke platform Instagram. Sebelum desain-desain tersebut diunggah, penulis memperlihatkannya kepada perwakilan UMKM untuk mendapatkan masukan atau kritik terkait desain yang telah disiapkan pada saat pelaksanaan proyek dilakukan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, penulis mengimplementasikan rancangan solusi yang telah disiapkan dengan mendepankan saran-saran atau masukan dari pemilik UMKM Kebab Durian Lumer (KDL) Roman terhadap rancangan solusi. Pelaksanaan monitoring merupakan upaya untuk penyempurnaan dari proses pelaksanaan yang dilakukan. Hal ini bertujuan agar kegiatan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Melalui proses ini dapat dilakukan perubahan-perubahan langkah yang tidak sesuai sehingga meminimalisir terjadinya penyimpangan terhadap hasil yang telah ditetapkan. Setelah implementasi, monitoring dilakukan dengan mengamati akun Instagram UMKM Kebab Durian Lumer (KDL) Roman yang telah dibuat.

3. Tahap Penilaian

Pada tahapan ini, penulis akan membuat dan menyusun laporan kerja praktik yang sudah dilaksanakan atau diimplementasikan pada usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Laporan disusun sesuai dengan format yang telah ditetapkan dan diakhiri dengan penilaian oleh dosen pembimbing setelah dilakukan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Luaran Kegiatan

Dalam rangka kegiatan ini, penulis mengimplementasikan strategi pemasaran digital untuk UMKM Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Strategi pemasaran digital ini dirancang menjadi beberapa hasil kegiatan dengan tujuan meningkatkan efektivitas promosi. Beberapa hasil kegiatan yang disusun oleh penulis untuk Kebab Durian Lumer melibatkan registrasi UMKM di Google My Business, kampanye iklan berbayar di Instagram, produksi video promosi, pemberian voucher diskon, dan pembuatan template untuk konten di akun Instagram Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Detail perancangan hasil kegiatan akan diuraikan sebagai berikut.

Dalam tahap pendaftaran Usaha ke Google My Business, penulis berencana untuk menciptakan alamat email baru yang menggunakan identitas dari Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Alamat email yang baru akan diberikan kepada pemilik usaha untuk kebutuhan lain yang mungkin diperlukan di masa mendatang. Dengan memanfaatkan email baru tersebut, penulis akan melakukan pendaftaran Usaha sehingga dapat terlihat di Google Maps. Selain email, penulis juga akan memanfaatkan informasi UMKM seperti nomor telepon, alamat, jam operasional, serta gambar toko dan produk untuk menyelesaikan proses pendaftaran.

Selain itu akan dilakukan penayangan iklan berbayar di akun Instagram Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Saat ini, UMKM tersebut sudah memiliki akun Instagram dengan jumlah pengikut mencapai 151 orang. Kampanye promosi berbayar di platform ini dijadwalkan selama 7 hari setelah pemutaran video promosi yang telah disiapkan oleh penulis.

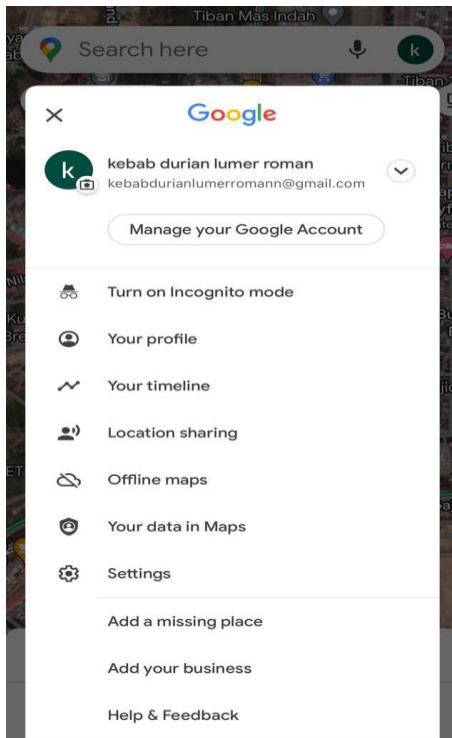
Dibuat video promosi dengan tujuan menyajikan konten yang menarik dan berbeda untuk menghindari monoton pada tampilan feeds Instagram Usaha Video promosi tersebut akan menjadi materi kampanye promosi berbayar di Instagram. Selain berfungsi sebagai materi promosi yang menarik, video ini juga dirancang untuk memberikan informasi mengenai lokasi toko UMKM. Video promosi akan berupa percakapan antara dua orang yang berkeinginan untuk membeli kebab, dan mereka akan menjelaskan lokasi dari toko Kebab Durian Lumer (KDL) Roman.

Setelah menyelesaikan proses pembuatan video promosi, penulis juga mengatur pembuatan voucher diskon sebagai langkah untuk menarik perhatian pelanggan. Voucher ini menawarkan potongan harga sebesar 10% dan akan diberikan kepada pelanggan yang melakukan pembelian minimal Rp. 100.000. Desain voucher ini dibuat dengan kombinasi warna emas dan hitam, mencakup tulisan "gift voucher," logo toko, serta beberapa ketentuan seperti berlaku hanya untuk pembelian selanjutnya, eksklusif di Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, berlaku hingga 01 Februari 2025, berlaku sekali penggunaan, dan tidak dapat diuangkan. Voucher tersebut akan diserahkan kepada 100 pelanggan pertama yang memenuhi persyaratan setelah pemberian voucher dilakukan kepada pemilik usaha.

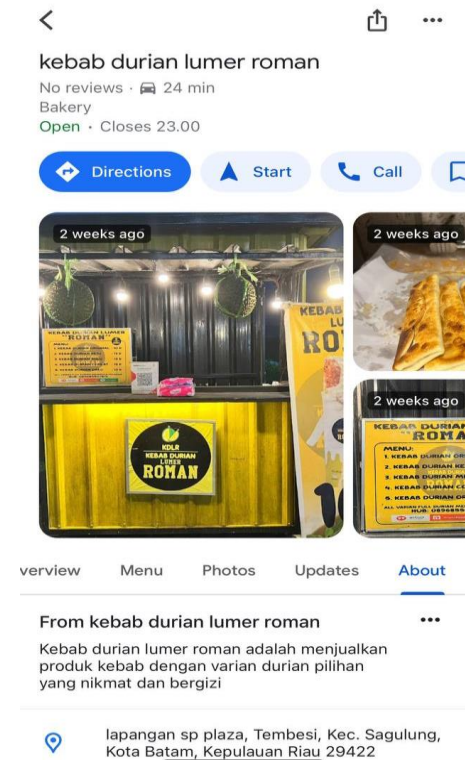
Hasil dari kegiatan terakhir yang telah disusun oleh penulis adalah pembuatan template untuk feeds Instagram Usaha dengan tujuan membuat tampilan feeds lebih terstruktur dan menarik. Template ini akan digunakan oleh UMKM untuk membagikan foto-foto testimoni dari pelanggan mereka. Desain template akan memanfaatkan gradasi warna kuning hingga variasi buah-buahan. Di dalamnya, terdapat logo dari toko, nomor WhatsApp, dan nama akun Instagram. Selain itu, terdapat gambar ponsel iPhone dan pesan ucapan terima kasih. Setelah diserahkan kepada pemilik usaha, template ini akan diimplementasikan saat pemilik berhasil mengumpulkan foto testimoni dari pelanggan.

Proses Implementasi Luaran

Penulis melaksanakan proses implementasi luaran setelah menyampaikan rincian dan penjelasan perancangan kegiatan pada poin sebelumnya. Pemasaran digital yang diterapkan dalam kegiatan ini sesuai dengan rencana yang telah diuraikan dalam perancangan kegiatan. Bagian ini akan memberikan penjelasan dan bukti hasil dari perancangan kegiatan yang telah diimplementasikan. Di bawah ini terdapat bukti dan penjelasan dari hasil perancangan kegiatan yang telah dilaksanakan.



Gambar 1. Gmail Kebab Durian Lumer



**Gambar 2. Google My Business
Kebab Durian Lumer**

Langkah pertama dalam implementasi adalah mendaftarkan usaha ke Google My Business. Untuk melakukan pendaftaran, dibutuhkan akun Gmail, oleh karena itu, penulis membuatkan akun Gmail khusus untuk Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, yang dapat dilihat pada Gambar 4.1. Selanjutnya, penulis melakukan pendaftaran UMKM ke Google My Business menggunakan akun Gmail yang terlihat pada Gambar 4.1 dan menginput beberapa informasi terkait usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, seperti jam operasional, alamat, nomor telepon, serta foto toko dan produk. Gambar 4.2 menampilkan tampilan halaman Google My Business untuk usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman yang telah berhasil didaftarkan.



Gambar 3. Tampilan Video Promosi Berbayar Instagram

Gambar 3. menampilkan cuplikan video yang digunakan oleh penulis dalam melaksanakan kampanye promosi berbayar di platform Instagram. Penulis tidak membuat akun Instagram baru untuk Kebab Durian Lumer (KDL) Roman karena UMKM tersebut sudah memiliki akun Instagram sebelumnya. Promosi berbayar juga dilaksanakan selama 7 hari setelah video diunggah atau ditayangkan pada akun Kebab Durian Lumer (KDL) Roman.



Gambar 4. Cuplikan Video Promosi dengan Enjoy Batam

Gambar 4. menampilkan potongan dari video promosi berdurasi 1 menit. Video promosi ini menggunakan gaya fun cinematic berkolaborasi dengan akun promosi yang bernama Enjoy Batam. Cuplikan pada gambar tersebut memperlihatkan lokasi Kebab Durian Lumer (KDL) Roman beserta produk yang dijual. Selain memberikan daya tarik, video ini juga dirancang untuk memberikan penjelasan mengenai karakteristik dari Kebab Durian Lumer (KDL) Roman itu sendiri.



Gambar 5. Tampilan Voucher Diskon

Penulis juga menerapkan hasil kegiatan dalam bentuk distribusi voucher diskon. Voucher diskon yang disediakan memiliki nilai potongan sebesar 10%. Desain voucher diskon yang akan dibagikan dan diunggah ke *feeds Instagram* UMKM dapat dilihat pada Gambar 5. Sebanyak 100 lembar voucher diskon telah disiapkan untuk distribusi.

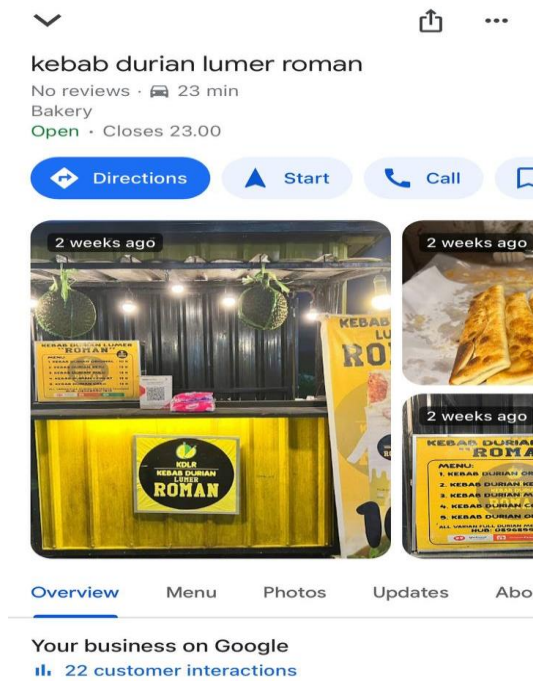


Gambar 6. Template Instagram

Penulis juga membuat hasil kegiatan terakhir berupa template untuk Instagram. Template ini dibuat dengan tujuan memberikan tampilan testimoni yang lebih menarik dan teratur di *feeds Instagram* Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Desain template yang telah dirancang dan diaplikasikan dapat dilihat pada Gambar 6.

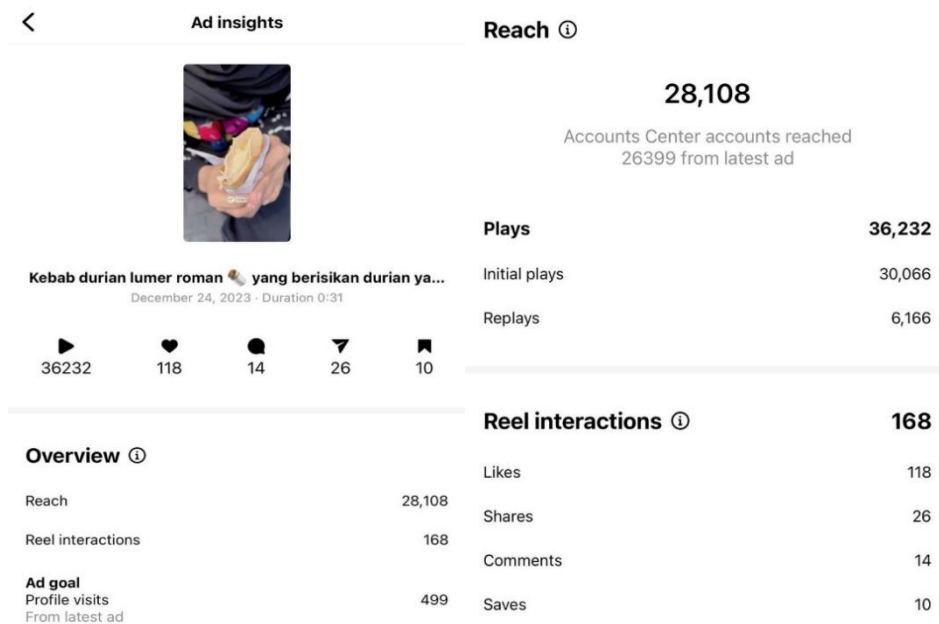
Kondisi Setelah Implementasi

Kondisi setelah penerapan atau dampak dari implementasi diuraikan setelah melalui proses perancangan dan implementasi terhadap hasil kegiatan luaran. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan respons atau tanggapan dari pelaksanaan hasil kegiatan luaran yang sudah selesai dilaksanakan. Hasil tersebut mencakup berbagai keuntungan yang diperoleh melalui implementasi kegiatan. Berikut adalah gambaran kondisi setelah implementasi dari masing-masing hasil kegiatan yang telah dilakukan.



Gambar 7. Hasil Implementasi Google My Business

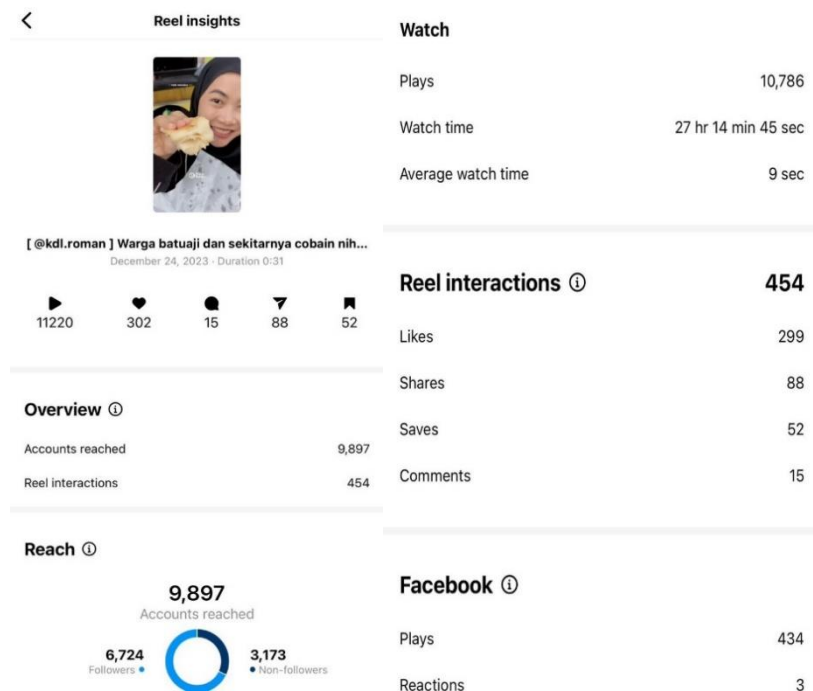
Gambar 7 memberikan ilustrasi hasil dari penggunaan Google My Business. Pemanfaatan Google My Business ini tercermin melalui Google Maps. Dari gambar tersebut, terlihat bahwa dalam rentang waktu 1 (satu) bulan terakhir, Kebab Durian Lumer (KDL) Roman telah diperhatikan oleh 22 orang. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa keberadaan Google Maps telah memberikan kontribusi bagi calon pelanggan UMKM dalam menemukan lokasi usaha ini. Selain membantu dalam aspek lokasi, hal ini juga menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap usaha ini sebanyak 22 orang.



Gambar 8. Hasil Implementasi Promosi Berbayar Instagram

Dampak dari pelaksanaan kampanye promosi berbayar di platform Instagram terlihat pada Gambar 4.8. Gambar tersebut mencerminkan hasil dari promosi berbayar yang berlangsung dari tanggal 24 Desember 2023 hingga 26 Desember 2023. Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa tayangan iklan meningkat sebanyak 128% dibandingkan sebelum diiklankan, yakni mencapai 28.108 kali. Selain itu, iklan ini juga memperoleh interaksi dari penonton sebanyak 36.232 orang, termasuk di antaranya 118 orang yang menyukai postingan, 14 orang yang memberikan komentar, dan 10 orang yang menyimpan konten.

Profil aktivitas juga mengalami peningkatan sebesar 112%, termanifestasi dalam 499 orang yang mengunjungi akun Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Penonton iklan melibatkan 26 *shares*.



Gambar 9. Hasil Implementasi Video Promosi Dengan Enjoy Batam

Gambar 9 memberikan informasi mengenai hasil dari penerapan video promosi yang dimulai sejak 24 Desember 2023. Dari ilustrasi di atas, terlihat bahwa akun yang terjangkau melalui tayangan ini mencapai 9.897 akun. Video promosi ini berhasil ditonton oleh 11.220 orang. Selain ditonton, video ini juga memperoleh respon positif dengan 299 orang yang memberikan suka, 15 orang yang memberikan komentar, 88 kali dibagikan, dan 52 orang yang menyimpan video tersebut. Kesimpulannya, berdasarkan hasil pada gambar tersebut, video promosi ini berhasil menarik perhatian, terlihat dari pertumbuhan jumlah akun yang dijangkau. Selain itu, video promosi ini juga mendapatkan respon positif dengan banyak dibagikan dan disimpan oleh penonton.



Gambar 10. Hasil Implementasi Voucher Diskon

Gambar di atas mencerminkan hasil dari penerapan voucher diskon sebesar 10%. Gambar 10 menampilkan beberapa gambar pelanggan yang menerima voucher dan bersedia diabadikan untuk testimoni di Instagram. Dari total 100 voucher yang dicetak dan diserahkan kepada pemilik usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, sekarang hanya tersisa 20 lembar voucher. Dari jumlah tersebut, 20 voucher telah diterapkan oleh pembeli untuk melakukan pembelian produk selanjutnya. Pemberian voucher diskon ini dilakukan dengan syarat pembelian minimum sebesar Rp.100.000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa distribusi voucher ini terbukti berhasil dalam meningkatkan jumlah pelanggan tetap. Tidak hanya itu, voucher ini juga mampu meningkatkan omzet penjualan.



Gambar 11. Hasil Implementasi Template

Penerapan hasil kegiatan terakhir melibatkan penggunaan template. Pada Gambar 11, terlihat bahwa tampilan feed Instagram Kebab Durian Lumer (KDL) Roman menjadi lebih terstruktur. Selain keteraturan, pemanfaatan template ini juga membuat feed terlihat lebih menarik. Hal ini dapat dibuktikan melalui perbandingan jumlah "suka" pada foto testimoni tanpa template yang hanya mencapai 6 orang, sedangkan dengan template, jumlah "suka" meningkat menjadi 8 hingga 12 orang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa template ini dapat dianggap sebagai konten yang menarik karena berhasil meningkatkan interaksi dan jumlah "suka" pada akun Instagram Kebab Durian Lumer (KDL) Roman.

Dengan beragam jenis hasil kegiatan yang diimplementasikan di akun Instagram Kebab Durian Lumer (KDL) Roman, jumlah pengikut akun UMKM ini meningkat dari 151 menjadi 1.443 orang. Dengan kata lain, terjadi peningkatan 855% dalam jumlah. Selain peningkatan pengikut, Kebab Durian Lumer (KDL) Roman juga berhasil mendapatkan pelanggan baru sebanyak 45 orang, setara dengan pertumbuhan 22%. Pemilik Kebab Durian Lumer (KDL) Roman juga menyatakan bahwa omzet pada bulan Desember mengalami kenaikan sebesar 20,2% dibandingkan bulan sebelumnya. Pada bulan November, pendapatan kotor mencapai Rp.20.500.000, sedangkan pada bulan Desember mencapai Rp.35.000.000.

SIMPULAN

1. Dalam bagian ini, penulis akan menyampaikan ringkasan mengenai sejarah mitra, hasil kegiatan yang dicapai, tujuan dari kegiatan tersebut, metode pengumpulan data yang digunakan, dan dampak penerapan hasil kegiatan yang telah diuraikan sebelumnya. Kebab Durian Lumer (KDL) Roman merupakan sebuah usaha di sektor F&B yang didirikan pada 1 Januari 2022 oleh Roman Gusmita. Lokasi operasional Kebab Durian Lumer (KDL) Roman berada di Sp Plaza Batu Aji, Cipta Grand City (Tanjung Uncang), dan Simpang Basecamp Marina. Usaha ini beroperasi setiap hari dari pukul 15:00 hingga 23:00 WIB. Dengan total 4 karyawan, bisnis ini berhasil mencapai omzet kotor sebesar 20.000.000 per bulan. Meski demikian, UMKM ini mengalami tantangan dalam strategi pemasaran digitalnya, seperti ketidakvariatifan konten yang diunggah di platform media sosial, menyebabkan kurangnya minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan, dan dampaknya pada optimasi omzet yang belum maksimal.
2. Dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik produk dan mengoptimalkan pendapatan, penulis telah mengembangkan beberapa inisiatif. Beberapa dari inisiatif tersebut mencakup penyediaan konten menarik dan penawaran diskon sebesar 10%. Selain itu, UMKM juga didaftarkan ke layanan Google My Business, template khusus dibuat untuk unggahan foto testimonial pelanggan, dan pendaftaran untuk memanfaatkan promosi berbayar di platform Instagram. Tujuan dari langkah-langkah ini adalah mencapai minimal 5% pelanggan baru dari total pelanggan tetap sebanyak 125 orang, meningkatkan omzet sekitar 20,2%, dan meningkatkan kesadaran merek sebesar minimal 5% berdasarkan peningkatan jumlah pengikut di akun Instagram dari sebelumnya, yang mencapai 1.300 orang.
3. Penulis menggunakan metode pengumpulan data yang melibatkan data sekunder dan primer untuk mengumpulkan informasi dari UMKM Kebab Durian Lumer (KDL) Roman. Data primer diperoleh melalui pemantauan langsung dan interaksi verbal berbicara secara langsung dengan pemilik Usaha. Sementara itu, penggunaan teknik dokumentasi mengarah pada perolehan data sekunder. Penyelenggaraan kegiatan magang kerja di usaha Kebab Durian Lumer (KDL) Roman dilakukan melalui beberapa tahapan, melibatkan persiapan, pelaksanaan, penerapan, evaluasi, dan pelaporan. Pengeluaran anggaran yang telah disiapkan untuk perancangan pemasaran digital di Kebab Durian Lumer (KDL) Roman sejumlah Rp.5.000.000. Proses kegiatan ini dimulai pada minggu pertama bulan September 2023 dan berlangsung hingga minggu ketiga bulan Desember 2023.

4. Pemasaran digital yang telah diimplementasikan menghasilkan dampak positif yang signifikan. Pendaftaran UMKM pada Google My Business mengakibatkan peningkatan jumlah orang yang tertarik dengan usaha ini, mencapai peningkatan sebanyak 22 orang dalam satu bulan terakhir. Melalui promosi berbayar di Instagram, UMKM mencapai peningkatan tayangan iklan sebanyak 11.220 kali dari sebelumnya. Terjadi peningkatan signifikan sebesar 855% dalam aktivitas profil sebagai hasil dari strategi promosi ini. Penonton dari akun media sosial Kebab Durian Lumer (KDL) Roman menunjukkan ketertarikan terhadap konten promosi, tercermin dari peningkatan tayangan sebanyak 36.232 akun dibandingkan dengan tayangan sebelumnya. Voucher diskon yang diberikan telah habis terbagi dan kembali memperoleh 20 lembar voucher, menunjukkan bahwa voucher pendekatan ini berhasil meningkatkan jumlah pelanggan setia dan pendapatan untuk Usaha. Dengan menghasilkan template baru, tampilan feed media sosial UMKM menjadi lebih terstruktur dan menarik, terbukti dari peningkatan jumlah like dan insight pada akun Instagram Kebab Durian Lumer (KDL) Roman.

DAFTAR PUSTAKA

- Efendi, Y. (2018). *Internet of Things (Iot) Sistem Pengendalian Lampu Menggunakan Raspberry Pi Berbasis Mobile*. Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer, 4(2), 21-27. <https://doi.org/10.35329/jiik.v4i2.41>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 1(1), 97-112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Rachmawati, I. N. (2007). *Data Collection in Qualitative Research: Interviews*. Indonesian Journal of Nursing, 11(1), 35-40.
- Rapitasari, D. (2016). *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Cakrawala, 10(2), 107-112..