

Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Goreng Pakde Ndut

Nicky Dwi Agesti¹, Puji isyanto²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2}

*Email Korespodensi: mn21.nickyagesti@mhs.ubpkarawang.ac.id

Diterima: 08-07-2024 | Disetujui: 09-07-2024 | Diterbitkan: 10-07-2024

ABSTRACT

Digital marketing plays an important role in the marketing and sales strategy of Pakde Ndut Fried Rice. Through social media such as Facebook, Instagram and other digital platforms, this umkm has succeeded in expanding the marketing reach of its products. Research shows that the use of digital marketing strategies is effective in increasing the popularity and sales of this culinary business. By focusing on interesting photo content and active interaction with customers, Nasi Goreng Pakde Ndut has succeeded in building closeness and increasing consumer loyalty. The use of information technology in online marketing activities also has a positive impact in the form of increasing profits and increasing popularity and sellers.

Keywords: Strategy, Digital Marketing, Sales

ABSTRAK

Pemasaran digital memainkan peran kunci dalam strategi pemasaran dan penjualan Nasi Goreng Pakde Ndut. Melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan platform digital lainnya, umkm ini berhasil memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi digital marketing yang efektif dalam meningkatkan popularitas dan penjualan usaha kuliner ini. Dengan fokus pada konten foto yang menarik dan interaksi aktif dengan pelanggan, Nasi Goreng Pakde Ndut berhasil membangun hubungan yang erat dan meningkatkan loyalitas konsumen. Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran online juga membawa dampak positif berupa peningkatan keuntungan terhadap peningkatan popularitas dan penjual.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran Digital, Penjualan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nicky Dwi Agesti, & Puji isyanto. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Nasi Goreng Pakde Ndut. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 228-234. <https://doi.org/10.62710/tbq2d114>

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital sangat membantu bisnis. Bisnis harus fleksibel di era yang serba digital. Pemasaran bisnis tidak dapat dilakukan secara tradisional saja mereka juga harus mengikuti kemajuan teknologi. Semakin banyak orang yang menggunakan perangkat digital, terutama mereka yang menjangkau target pasar yang luas, pasti akan sangat menguntungkan bagi bisnis. Untuk memenuhi tujuan perusahaan dan menjaga siklus hidupnya, penjualan sangat penting. Namun, lingkungan tempat bisnis beroperasi juga memengaruhi pemasaran produk. Pemilihan lokasi dan strategi konsumen adalah dua faktor yang mempengaruhi penjualan produk suatu perusahaan.

Nasi Goreng Pakde Ndut, sebuah umkm yang didirikan pada tahun 2022, memiliki masalah dengan pemasaran dan kehadiran media sosial yang rendah. Hal ini membuat orang hanya mengetahui tentang Nasi Goreng Pakde Ndut melalui rekomendasi dari orang ke orang. Untuk mengatasi hal ini, Nasi Goreng Pakde Ndut memilih strategi digital marketing sebagai garda depan kegiatan usaha untuk memperluas jangkauan pasar secara online dan meningkatkan penjualan.

Melihat peluang ini, Nasi Goreng Pakde Ndut memanfaatkan fitur-fitur di aplikasi WhatsApp, Instagram, serta Facebook dalam strategi pemasaran digital mereka. berdasarkan observasi awal, kualitas nasi goreng Pakde Ndut disebut tidak sama dengan produk nasi goreng lainnya, dan konsumen merasa efisien dalam membeli produk melalui media sosial. Penelitian sang Naimah dkk. (2020) juga menunjukkan pentingnya pemanfaatan pemasaran digital bagi usaha untuk memperluas jangkauan target konsumen serta menunjang penjualan. dengan demikian, pemanfaatan pemasaran digital oleh Nasi Goreng Pakde Ndut diharapkan mampu bersaing di era globalisasi, memudahkan pencarian pelanggan dan penambahan target baru.

Untuk mendapatkan referensi, penelitian ini menggunakan penelitian sebelumnya. Mereka mencantumkan hasil dari studi Dedi Purwana, Rahmi, dan Shandy Aditya (2017), "Pemanfaatan Pemasaran Digital untuk umkm di Desa Malaka Sari Duren Sawit." Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi digital mempengaruhi pemasaran dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi digital mempengaruhi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi umkm untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi.

METODE

Menurut Moleong (2017:6), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, dalam konteks alam tertentu dengan menggunakan berbagai metode alami. Menurut Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2020:7), metode penelitian kualitatif deskriptif adalah berbetuk kata kata atau gambar. Data yang dikumpulkan setelah analisis kemudian dijelaskan sehingga orang lain dapat memahaminya dengan mudah. Dengan menggunakan metode ini, para peneliti dapat memperoleh pemahaman yang menyeluruh tentang cara Pemilik dan konsumen ini mengelola dan menanggapi strategi pemasaran digital mereka. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara,

dan documentation. Dalam hal observasi, para peneliti mengunjungi lokasi penelitian dan mempelajari dan mempelajari strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan nasi goreng pakdendut. Interview, dilakukan secara informal dengan Tn. Slamet secara langsung di lokasi penelitian. Lokasi penelitiannya di, Jl. Perumahan Terang Sari, Cibalongsari, Kec. Klari, Karawang, Jawa Barat. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dimana data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian yang ada di nasi goreng pakdendut. Sedangkan Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini berbentuk dokumen data penjualan dan database laporan media digital yang dimiliki nasi goreng pakdendut terkait kegiatan penerapan digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nasi Goreng Pakde Ndut mengimplementasikan strategi pemasaran menggunakan menetapkan segmen pasar yang akan dijangkau melalui platform digital. dalam upayanya ini, mereka memanfaatkan berbagai media digital, termasuk Google My Business buat menaikkan kehadiran online mereka. Mereka jua memanfaatkan Google Sites sebagai platform website, serta memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, serta WhatsApp buat membangun koneksi dengan pelanggan. Selain itu, Nasi Goreng Pakde Ndut pula aktif di marketplace Facebook, memanfaatkan eksistensi pada sana buat menjangkau lebih banyak konsumen potensial secara efektif. strategi ini dirancang untuk memaksimalkan eksposur online mereka dan mempermudah pelanggan pada menemukan serta berinteraksi dengan produk mereka secara efisien, Adapun pemasaran digital sebagai berikut:

A. Google my business

Di era digital modern, mayoritas orang akan mencari informasi melalui Google. Proses pencarian lokal ini sangat memudahkan calon klien untuk menemukan bisnis kami kapan saja dan di mana saja, membantu orang membuat keputusan. Informasi yang ramah konsumen seperti alamat toko, jam buka, nomor telepon, dan ulasan akan ditampilkan dalam hasil pencarian lokal. Selain itu, pencarian lokal adalah cara yang murah, organik (bukan iklan) untuk menarik pelanggan ke toko kami, meningkatkan penjualan. Agar toko kami muncul di Google Search Local, kita harus memiliki akun Google Bisnisku.

B. Website

Google Sites adalah platform yang dapat digunakan untuk tujuan grup atau individu. Ini adalah cara paling sederhana untuk membuat informasi yang dapat dengan cepat diakses oleh orang-orang yang membutuhkannya, dan ini adalah salah satu media pemasaran internet yang paling umum digunakan. Dengan fitur yang user-friendly dan integrasi yang mudah dengan produk Google lainnya, Google Sites memungkinkan pengguna untuk membuat dan mengelola konten dengan efisien. Selain itu, platform ini mendukung kolaborasi secara real-time, sehingga mempermudah tim dalam berbagi dan mengupdate informasi. Google Sites juga mendukung

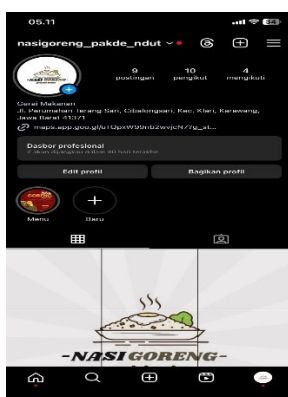
responsifitas, sehingga website yang dibuat dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat, baik desktop maupun mobile. Ini menjadikannya pilihan ideal untuk berbagai keperluan, mulai dari proyek sekolah, organisasi, hingga bisnis kecil yang ingin memperluas jangkauan online mereka.



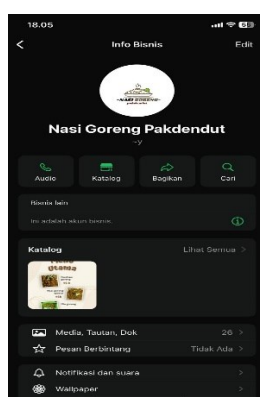
Gambar 1. Website (Google Sites) nasi goreng pakdendut

C. Media sosial

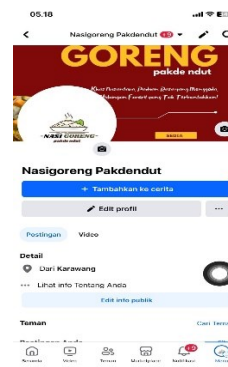
Widada (2018) menyatakan bahwa social media adalah online media yang memungkinkan orang menggunakannya dengan mudah untuk berkomunikasi. Sebuah konsep lain mengatakan bahwa social media adalah online media yang mendukung sosial interaction. Dalam implementasinya, social media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi diskusi yang menarik. Nasi goreng pakde ndut menggunakan Facebook dan WhatsApp untuk memasarkan produk mereka. Ini adalah beberapa platform sosial media yang sangat populer dan memiliki millions of users di Indonesia. Umkm Nasi Goreng Pakde Ndut menggunakan strategi ini untuk mengembangkan akun sosial media tambahan seperti Instagram, facebook, yang membantu mempercepat promosi dan memberikan informasi tentang bisnis kuliner mereka, seperti lokasi dan produk yang dijual.



Gambar 2. Akun instagram



Gambar 3. Akun whatsapp



Gambar 4. Akun facebook

Peran media sosial dalam bisnis Nasi Goreng Pakde Ndut sangatlah penting. Dengan memperkenalkan usaha kuliner melalui media sosial, usaha ini tidak hanya dikenal di Kabupaten Karawang saja, namun juga di luar Kabupaten Karawang. Berkembangnya jangkauan pemasaran yang dihasilkan dari media sosial memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan penjualan dan popularitas bisnis kuliner ini. Berdasarkan wawancara, penjualan produk Nasi Goreng Pakde Ndut mengalami peningkatan. Peningkatan penjualan terjadi karena segmen pasar yang semakin luas dengan menggunakan media digital, penjualan online, dan juga penjualan offline.

Pembahasan

Penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital adalah cara yang efektif untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk melalui media digital. Perusahaan sering menggunakan iklan internet atau situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan lain-lain. UMKM Nasi Goreng Pakde Ndut sangat menyukai menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka karena sangat mudah untuk digunakan. Studi Nasi Goreng Pakde Ndut menunjukkan bahwa pelatihan UMME dengan strategi digital marketing dapat meningkatkan jumlah penjualan mereka. Salah satu cara adalah membuat konten foto yang menarik untuk dipromosikan di platform sosial media seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Pelanggan dapat mengunjungi akun mereka di Facebook dan Instagram.

Ukm ini telah mampu menarik banyak pelanggan baru dengan menggunakan digital marketing. Mereka telah menggunakan Facebook, Instagram dan whatsapp untuk membeli Nasi Goreng Pakde Ndut melalui pembelian langsung dan delivery order (DO). Selain itu, meningkatkan interaksi sosial dengan pelanggan telah membantu meningkatkan hubungan dan kesetiaan pelanggan. Dalam menjalankan bisnis, Nasi Goreng Pakde Ndut sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan agar mereka tidak kecewa. Penggunaan teknologi, khususnya digital marketing, dalam aktivitas bisnis dapat menghasilkan hasil yang lebih baik, seperti peningkatan pendapatan, peningkatan popularitas dan penjualan UMKM Nasi Goreng Pakde Ndut, peningkatan jumlah pembelian pelanggan, dan peningkatan berbagai aspek lainnya.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian Nasi goreng Pakde Ndut melakukan strategi pemasaran yang bertujuan untuk menarik konsumen karena memiliki lokasi yang strategis. Selain itu, Nasi goreng Pakde Ndut mempraktikkan serta memaksimalkan strategi pemasaran digital secara online melalui berbagai media pemasaran digital. Hal ini membuat dampak terhadap penjualan nasi goreng Pakde Ndut mengalami peningkatan yang signifikan, terhubung dengan jangkauan konsumen yang lebih luas dan potensial, sehingga usaha ini terus memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi pelanggan mereka.

SARAN

Nasi Goreng Pakde Ndut harus terus berinovasi dalam hal digital marketing untuk lebih mudah diakses oleh pelanggan, terus mengembangkan strategi pemasaran digital. Untuk memperluas jangkauan pasarnya,. Untuk meningkatkan penjualan, Nasi Goreng Pakde Ndut harus menggunakan teknologi informasi dengan lebih baik dan melakukan promosi yang menarik. Dengan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun komunitas pelanggan yang setia. Diharapkan dengan langkah-langkah ini, Nasi Goreng Pakde Ndut akan menjadi populer di pasar kuliner lokal. Ini akan mempercepat penjualan dan pertumbuhan nasi goreng pakde ndut.

DAFTAR PUSTAKA

- Pratiwi et al., (2022) Pratiwi, D., Ellyawati, N., & Permatasari, I. (2022). Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Fanny'S Food Samarinda Tahun 2021. *Educational Studies: Conference Series*, 2(1), 112–124. <https://doi.org/10.30872/escs.v2i1.1204>
- Trimukti et al., (2023) Siti Rizky Amanda. (2022). Strategi Pemasaran Digital Marketing untuk meningkatkan jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok. *Journal of Mandalika Review*, 1(1), 18–22. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i1.4>
- Siti Rizky Amanda, (2022) Siti Rizky Amanda. (2022). Strategi Pemasaran Digital Marketing untuk meningkatkan jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok. *Journal of Mandalika Review*, 1(1), 18–22. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i1.4>
- Sikki et al., (2021) Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, 1(1), 360–371.
- Saribu & Maranatha, (2020) Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Trimukti, A. F., Rosfitasari, F., & Alviana, T. N. (2023). Sistem Digitalisasi Umkm: Meningkatkan Penjualan Nasi Goreng Melalui Sosial Media. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 1544–1553. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3373%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/3373/2617>

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2, 1–8.