

**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 PADA KAFE PANHEAD**

Vhika Meiriasari¹

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri
email: v hikams@uigm.ac.id

Siti Lady Havivi²

Program Studi Ilmu Komunikasi, STISIPOL Candradimuka
email: ladyhavivi@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this activity is to increase income at Panhead Cafe which is a culinary business that was opened just at the time of the co-19 pandemic. The method used is a participatory approach such as focus group discussions, interviews, consultation and determining solutions. The digital marketing strategy chosen is social media marketing by creating a Panhead Cafe account on Instagram, Facebook and online ordering media panheadcafe.antaranmakan.com. The results of the activity can be seen with an increase in take away sales after creating an account on social media and online ordering media.

Keywords : *Digital Marketing, Social Media Marketing*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan meluasnya pemakaian internet dalam berbagai aspek kehidupan masa kini, *Digital Marketing* menjadi semakin populer dan penting. *Digital Marketing*, telah berkembang sejak tahun 1990-an, telah merubah strategi perusahaan dan brands menggunakan teknologi untuk pemasaran. Seiring dengan semakin banyaknya perusahaan yang memasukkan digital marketing sebagai salah satu strategi pemasarannya, dan semakin banyaknya orang yang berbelanja secara *online*, kampanye *digital marketing* menjadi suatu keharusan dan semakin efisien.

Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2018 bertambah 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta jiwa. Artinya penetrasi pengguna internet di tanah air meningkat menjadi 64,8% dari total penduduk yang mencapai 264,16 juta jiwa.

Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh wilayah di dunia berdampak pada berbagai sektor, tak terkecuali sektor kuliner. Banyak pebisnis kuliner dan pemilik restoran di dunia terpaksa menutup usahanya untuk sementara waktu, dan tak sedikit yang mengalami kebangkrutan. Data menunjukkan, pendapatan restoran di seluruh dunia turun hingga 70 persen. Bahkan di beberapa tempat, angka penurunan mencapai 80 persen. Alih-alih pergi ke restoran, saat ini orang-orang lebih memilih berbelanja bahan makanan serta bahan-bahan rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan mereka. (KOMPAS, 2020)

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh usaha kuliner adalah dengan promosi melalui digital marketing. Ada lima hal yang dapat dilakukan dalam *digital marketing* antara lain dengan *SMS Marketing*, *E-mail Marketing*, *Search Engine Marketing*, *Social Media Marketing* dan *Content Marketing*.

Kafe Panhead yang merupakan objek dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini

merupakan usaha kuliner yang baru berdiri, usaha kuliner ini sendiri baru memulai usahanya pada tanggal 21 Maret 2020 tepat pada saat masa pandemi covid-19. Pada kegiatan ini strategi *digital marketing* yang dipilih adalah *social media marketing*. Menurut Putriyandari (2018), Sosial media adalah media untuk interaksi sosial menggunakan teknik mudah diakses dan dapat diperluas. Sosial media menggunakan teknologi web untuk berkomunikasi melalui dialog yang interaktif. Oleh karenanya, melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat membantu Kafe Panhead dalam meningkatkan pendapatan penjualannya pada masa pandemi ini

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di Kafe Panhead yang beralamat di Jl. K.H.A. Dahlan No. 45 Talang Semut, Kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang. Waktu kegiatan dilakukan pembuatan akun media sosial dan media pemesanan online adalah pada tanggal 20 Mei 2020. Setelah pada sebelumnya dilakukan diskusi, wawancara dll.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan pendekatan partisipatif (*participative approach*) dengan kegiatan seperti *focus group discussion*, wawancara, berkonsultasi, dan menentukan keputusan tindakan. (Hartaty & Keristin, 2020).

Pelaksanaan kegiatan ini ada 4 tahap antara lain sebagai berikut :

1) Tahap Persiapan dan Perencanaan Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan persiapan dan perencanaan dalam bentuk :

- Sosialisasi Implementasi.

Pada tahap ini tim pelaksana akan memaparkan maksud dan tujuan, metode dan teknis pelaksanaan kegiatan digital marketing serta berdiskusi dengan tim Kafe Panhead mengenai masalah yang dihadapi dan memberikan alternatif solusinya.

- Penyusunan Program Kegiatan

Pada tahap ini, Tim pelaksana melakukan diskusi dengan tim Kafe Panhead untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan pelatihan digital marketing.

2) Tahap Implementasi Kegiatan

Pada tahap ini, Tim pelaksana akan memulai kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan dan disepakati bersama tim Kafe Panhead. Kegiatan pelatihan *digital marketing* menggunakan metode ceramah, pelatihan dan diskusi (tanya jawab).

3) Tahap Evaluasi dan Monitoring

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan monitoring dan melihat apa saja kendala dan masalah yang muncul di lapangan..

4) Tahap Refleksi

Refleksi terhadap hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh umpan balik terhadap manfaat maupun dampak yang dirasakan setelah dilakukan pelatihan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun kegiatan yang dilakukan sebagai pemanfaatan digital marketing untuk menambah pendapatan pada masa pandemi di Kafe Panhead adalah dengan dibuatkan promosi melalui social media. Pada masa pandemi serta pemberlakuan PSBB di Kota Palembang menuntut usaha kuliner harus lebih aktif mempromosikan usahanya secara online untuk meningkatkan pemesanan take away.

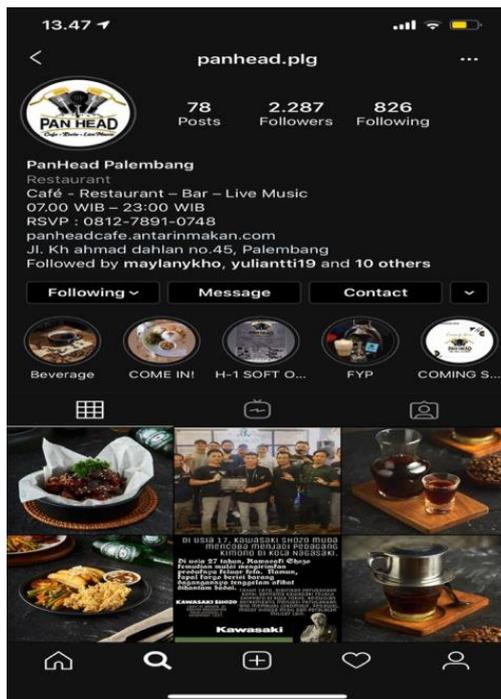
Kafe Panhead sendiri sudah memiliki akun Instagram. Solusi yang ditawarkan melalui kegiatan ini adalah dengan membuat akun social media yang lain yaitu facebook, layanan pemesanan makanan melalui panheadcafe.antaranmakan.com



Gambar 1. Focus Group Discussion

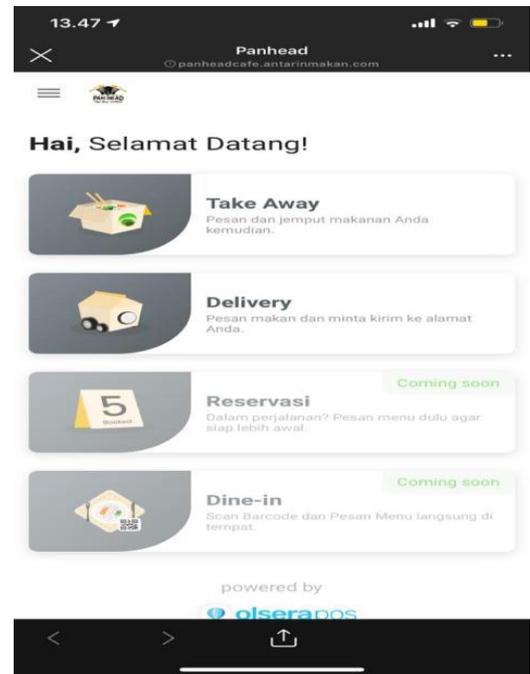


Gambar 2. Penjelasan Fitur media sosial



Gambar 3. Tampilan Instagram

Setelah pembuatan akun *social media* selain Instagram, terjadi peningkatan pemesanan *online*. Peningkatan pemesanan terjadi melalui panheadcafe.antaranmakan.com selain mudah dan harga lebih murah karena ada diskon. Berkat akun Facebook dan Instagram, Panhead jadi lebih dikenal karena memang Panhead sendiri masih merupakan kafe yang masih baru. Panhead melakukan opening pada tanggal 21 Maret 2020, dimana pada saat itu pandemi corona di Palembang sedang hangat-hangatnya dengan pemberlakuan *Work From Home* pada kantor-kantor serta penutupan mall serta pemberlakuan PSBB. Banyak juga pemesanan terjadi melalui Instagram seperti menghubungi contact person untuk pemesanan ataupun melalui fitur *Direct Message*



Gambar 4. Tampilan menu pemesanan *online* Kafe Panhead

4. SIMPULAN

Kesimpulan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

- Penggunaan Digital Marketing sebagai sarana untuk mempromosikan usaha sangatlah penting. Bisa menjangkau masyarakat secara luas, apalagi pada masa pandemi seperti sekarang dimana

diterapkan PSBB sebagai upaya dalam memutus mata rantai penyebaran covid-19 maka usaha kuliner tidak bisa mengandalkan pendapatan dari makan di tempat sehingga meningkatkan penjualan take away adalah solusinya.

- Dengan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook serta melalui media pemesanan panheadcafe.antarinmakan.com, terlihat bahwa terdapat peningkatan jumlah pemesanan baik makanan atau minuman.
- Digital Marketing merupakan suatu keharusan untuk dilakukan bagi semua perusahaan dan merupakan strategi pemasaran yang efektif. Strategi Digital Marketing meliputi SMS Marketing, E-mail Marketing, Search Engine Marketing, Social Media Marketing, dan Content Marketing. Dalam kegiatan ini strategi yang dipilih adalah social media marketing.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Indo Global Mandiri selaku pelindung dalam kegiatan ini, kepada Tim Kafe Panhead yang telah bersedia memberikan

waktunya untuk kegiatan ini. Semoga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

6. REFERENSI

- [1] APJII. 2018 . Profil Penggunaan Internet Indonesia. (Edisi Pertama). Jakarta : APJII
- [2] Hartaty, E & Usnia Wati Keristin. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Untuk meningkatkan Usaha Rumahan Laundry Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Sekip Jaya Palembang. *Aptekmas*. 3 (1): 24 - 27
- [3] imarketology. Apa itu Digital Marketing?. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/apa-itu-digital-marketing>. Diakses tanggal 20 Juni 2020
- [4] Kompas.com. Berubahnya Bisnis Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/04/20/132308820/berubahnya-bisnis-kuliner-di-masa-pandemi-covid-19?page=all>. Diakses tanggal 20 Juni 2020
- [5] Putriyandari, R & Ali Amran, dkk. 2018. Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Lembaga Belajar Smart Club Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*. 1 (1): 65 - 75