

## **Perencanaan strategi digital marketing sebagai upaya pencapai strategi pemasaran cafe djoelak**

**Yuan Reski P.<sup>1</sup>, Wirasmi Wardhani<sup>2</sup>✉, Abdullah<sup>3</sup>, Agus Guntur Samudra<sup>4</sup>, Hairil<sup>5</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

### **Abstrak**

Seiring dengan perkembangan bisnis kopi di Bontang dan jumlah pengusaha kopi yang semakin bertambah maka perlu strategi pemasaran yang baik agar bisnis ini tetap mampu bertahan dan berkembang, salah satu konsep strategi pemasaran yang cukup efektif dengan biaya yang terjangkau adalah dengan konsep digital marketing. Banyaknya kemudahan dan fungsi dari penggunaan media digital, mendorong masyarakat atau pengusaha, untuk memanfaatkan media digital tersebut pada setiap kegiatan pemasaran, fungsi dari penggunaan media digital meliputi: branding, sharing, promosi, maupun marketing lainnya. kegiatan ini dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan penyuluhan dalam bentuk penyampaian materi, diskusi dan praktik penggunaan digital marketing. Pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pengusaha UMKM di Café Djoelak, nantinya mitra diharapkan akan lebih memahami pentingnya penggunaan media internet untuk meningkatkan daya saing usaha.

**Kata kunci:** Cafe djoelak, digital marketing

## ***Digital marketing strategy planning as an effort to achieve cafe djoelak's marketing strategy***

### **Abstract**

*Along with the development of the coffee business in Bontang and the increasing number of coffee entrepreneurs, a good marketing strategy is needed so that this business can survive and thrive. One of the marketing strategy concepts that is quite effective at affordable costs is the concept of digital marketing. The many conveniences and functions of using digital media, encourage the public or entrepreneurs, to take advantage of the digital media in every marketing activity, the functions of using digital media include: branding, sharing, promotion, and other marketing. This activity is carried out using socialization and counseling methods in the form of material delivery, discussion and practice of using digital marketing. This community service is focused on MSME entrepreneurs at Café Djoelak, later partners are expected to better understand the importance of using internet media to increase business competitiveness.*

**Key words:** Cafe djoelak; digital marketing

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Kuliner merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati dari sekian banyak orang, mulai dari café kecil di pinggir jalan, hingga café yang cukup mewah, semua berlomba menyajikan signature kopi mereka. Bahkan keberadaan café-café di berbagai kota Bontang sangat mudah ditemukan. Meningkatnya tingkat konsumsi kopi juga tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat urban yang gemar berkumpul. Dari dua faktor tersebut, bisa dibilang prospek bisnis kedai kopi di masa mendatang masih sangat menjanjikan.

Bontang sebagai salah satu kota besar di Kalimantan Timur yang juga merasakan perkembangan bisnis minuman kopi. Hampir di setiap ruas jalan besar, terdapat café-café yang dipenuhi oleh para masyarakat pecinta kopi ataupun hanya sebagai tempat untuk mengobrol dan mengadakan pertemuan. Bentuk kepemilikan bisnis kopi hampir sebagian besar adalah Usaha Kecil Menengah dan jumlah akan terus bertambah seiring dengan perkembangan bisnis kopi.

Melihat jumlah pengusaha kopi yang semakin bertambah maka perlu strategi promosi pemasaran yang efektif dan berbiaya murah agar usaha yang dijalankan tetap bertahan dan mampu berkembang dan dapat menjangkau pasar sasaran dimanapun. Diera majunya teknologi saat ini dimana dunia maya (internet) telah berkembang pesat tentunya dapat dijadikan peluang sebagai sarana pemasaran dimana pemasaran khususnya sarana promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan internet atau dikenal dengan digital marketing.

Digitalisasi menjadi perlu untuk diterapkan karena melihat aktivitas masyarakat yang tidak lepas dari media sosial. Tidak hanya itu, digitalisasi juga memungkinkan adanya perluasan target pemasaran yang jumlahnya menjadi berkali lipat lebih banyak jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Serta alasan terakhir mengapa digitalisasi menjadi perlu untuk diterapkan adalah karena digital sangat erat dengan kehidupan generasi muda, dimana generasi muda ini merupakan pelanggan terbesar café Djoelak, artinya ini merupakan peluang besar bagi café Djoelak untuk mengambil peran dalam melakukan pemasaran berbasis digital atau online marketing.

Berbagai menu kopi yang bersifat umum hingga hasil racikan sendiri disajikan di kedai ini. Peralatan yang digunakan pun masih sederhana dan masih dalam kapasitas kecil. Mengingat café Djoelak ini masih berskala UKM dan belum mempunyai tenaga pemasar maka konsep digital marketing sangat perlu diterapkan agar usaha ini dapat lebih dikenal. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman terkait digital marketing atau online marketing di café Djoelak adalah melalui sosialisasi dan pelatihan digital marketing.

Sosialisasi dan Pelatihan ini dimaksudkan agar usaha di café Djoelak mampu lebih terbuka terhadap peluang dan tantangan yang ada dalam era digital saat ini, salah satunya terkait pemasaran. Untuk tujuan itulah maka sosialisasi konsep digital marketing ini akan dilaksanakan. Pemasaran secara digital juga ramah lingkungan karena tidak memerlukan bahan baku yang dapat merusak lingkungan.

### **METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan 2 tahap kegiatan yaitu: tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.



**Gambar 1.**  
Tahap Persiapan

Sebagai langkah awal dalam pelaksanaan program ini maka dilakukan survey pendahuluan berupa kunjungan ke lokasi mitra. Survei dilakukan untuk mengetahui kesediaan mitra untuk bekerjasama dengan tim pengusul dan untuk mengetahui permasalahan mitra, menetapkan solusi bersama yang akan dilaksanakan dan waktu pelaksanaan.



**Gambar 2.**  
Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan juga diskusi. Dalam sosialisasi dan diskusi disampaikan beberapa materi tentang konsep digital marketing dan teknik pengaplikasiannya.

Digital marketing adalah pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan dengan media digital. Tujuan dari pemasaran ini adalah untuk menjangkau sebanyak-banyaknya target customer secara efisien, personal dan relevan. Pemasaran digital ini memadukan teknik serta pengetahuan dalam psikologi pasar dan teknologi. Tidak seperti pemasaran tradisional yang memasang iklan lewat baliho, pemasaran digital ini menggunakan berbagai platform digital sebagai media pemasarannya. Platform digital yang dapat digunakan bisa menggunakan s-commerce yaitu promosi dan pemasaran seperti menggunakan facebook, instagram, line, whatsapp. social commerce memegang peranan penting dalam perkembangan transaksi digital di Indonesia. Lantaran, platform ini dipakai untuk jembatan menuju

“go digital,” cara ini juga cara untuk menghindari biaya yang sangat tinggi dari iklan media tradisional, sebelum bermigrasi ke platform e-commerce resmi.

Medial Sosial yang saat ini cukup efektif untuk mempromosikan produk adalah Instagram dan facebook, hal ini karena medsos ini sangat di gemari dan pertumbuhan penggunaannya sangat banyak. Pada tahap ini mitra diberikan materi tentang membuat intagram dan tips mempromosikan usaha di Instagram serta bagaimana membuat facebook fans Page yaitu Akun Facebook yang khusus untuk mempromosikan usaha bisnis. Beberapa Tips mengenai cara promosi di IG dan facebook antara lain:

- Perhatikan kualitas foto;
- Selalu aktif di facebook dan instagram;
- Lakukan update rutin dengan foto dan video;
- Gunakan hashtag;
- Repost foto testimoni;
- Sediakan contact number;
- Jangan melakukan spam ke kontak lain;
- Pasang di akun followers banyak;
- Jalankan kontes jika memungkinkan; dan
- Promosikan halaman.



**Gambar 3.**  
Penyusunan Marketing

Konsisten Konsep digital marketing lainnya untuk sarana promosi usaha yang dapat dilakukan oleh mitra adalah dengan mendaftarkan usahanya di layanan go-food, hal ini untuk memanfaatkan database pengguna layanan gojek yang saat ini sangat banyak dan tumbuh dengan pesat sehingga tren generasi milenial saat ini juga suka membeli makanan atau kuliner melalui layanan daring seperti go-food. Pengabdian ini berjalan dengan suasana santai dan konsep digital marketing disampaikan dengan suasana yang hangat dan diskusi dan tanya jawab ringan sehingga tim pengabdian dan mitra sama-sama dapat saling bertukar pengalaman. Mitra sangat menyambut baik dengan adanya pengabdian tersebut.

## SIMPULAN

Beberapa hal yang dapat disimpulkan atas pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Mitra telah dapat memahami menerapkan konsep digital marketing agar dapat mendukung kegiatan usahannya; dan

Kegiatan yang dilaksanakan di kedai café ini adalah usaha yang masih dalam tahap perkembangan, sehingga diharapkan dalam perkembangan usahanya akan terus meningkat seiring dengan konsistensi mitra dalam mengimplementasikan konsep digital marketing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baladraf, M. I., Semobodo, G., Hasanah, L. U., & Pramono, A. (2018, Februari). Pelatihan Sukses Berbisnis Online Memajukan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemasaran Online Putat Jaya Surabaya. *Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 1(1), 86-89.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). (B. Molan, Trans.) PT. Indeks.
- Nasir, M., Basalamah, J., & Kusuma, A. H. (2019). Kegiatan E-Marketing Sebagai Bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar. *Celebes Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- Triastity, Rahayu. (2011). Marketing Plan Sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Perusahaan Jangka Panjang. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol 11, No. 1: 38-47. Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh. Prentice Hall/Indeks.
- Zulfikar, R., Mayvita, P. A., & Purboyo, P. (2019). Pengantar Green Economy.
- Zulfikar, R., Mayvita, P. A., & Purboyo, P. (2019) Adopsi Teknik Penyusunan business plan model canvas untuk perencanaan bisnis umkm kuliner jalanan di kawasan gatot subroto banjarmasin. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 4(2).