

---

# Perancangan Pemasaran Digital Pada Usaha Royal Catering

Sartika Eliya<sup>1</sup>, Yandi Suprpto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Internasional Batam

---

## ABSTRAK

---

Royal Catering merupakan sebuah usaha jasa boga dibidang makanan ataupun kuliner yang berlokasi di Komplek Jodoh Permai blok C no 10, Sungai Jodoh, Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau. Usaha ini sudah berjalan kurang lebih selama 8 (delapan) tahun akan tetapi Royal Catering menjalankan usahanya secara konvensional atau tidak terlalu mengikuti perkembangan di era digitalisasi yang telah memberikan banyak perubahan terutama pada kegiatan promosi. Sehingga memerlukan rancangan pemasaran digital yang efektif yaitu melalui media sosial seperti Google My Business, Instagram, Facebook dan membuat E-Catalogue, E-Brochure, serta Video. Adapun metode pengumpulan data yaitu observasi, pengamatan, dan wawancara kepada pemilik usaha. Hasil yang didapatkan yaitu adanya konsumen dan pelanggan baru yang melakukan pemesanan makanan untuk acara-acara maupun event serta berhasil mencapai brand awareness pada beberapa media sosial Royal Catering.

### Kata Kunci:

Konvensional, Digitalisasi, Pemasaran, Media Sosial

---

## ABSTRACT

---

*Royal Catering is a catering business in the field of food or culinary which is located in the Jodoh Permai Complex block C no 10, Jodoh River, Batu Ampar, Batam City, Riau Archipelago. This business has been running for about 8 (eight) years, but Royal Catering runs its business conventionally or doesn't really keep up with developments in the digitalization era which has made many changes, especially in promotional activities. So it requires an effective digital marketing plan, namely through social media such as Google My Business, Instagram, Facebook and making E-Catalogues, E-Brochures, and Videos. The data collection methods are observation, observations, and interviews with business owners. The results obtained were new consumers and customers who ordered food for events and events and succeeded in achieving brand awareness on several Royal Catering social media.*

### Keywords:

*Conventional, Digitalization, Marketing, Social Media*

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [1941119.sartika@uib.edu](mailto:1941119.sartika@uib.edu)

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat mempengaruhi perkembangan pertumbuhan yang ada di Indonesia. Di era 4.0 teknologi menjadi penghambat dalam perkembangan UMKM yang ada di Indonesia, karena kurangnya kemampuan dalam mengadopsi perkembangan teknologi (*Berlilana et al., 2020*). Adanya perkembangan teknologi menjadi daya tarik beberapa tahun terakhir ini dikarenakan teknologi informasi dapat mengubah ruang lingkup dalam dunia pemasaran. Dimana, metode pemasaran yang dilakukan sebelumnya bersifat konvensional dan tradisional sehingga di masa sekarang sudah terintegrasi pada dunia digital (*Naimah et al., 2020*).

Dunia digital menjadi sumber kegiatan pemasaran secara digital yang mempergunakan kecanggihan teknologi. Kemampuan dalam memasarkan produk secara digital atau menggunakan akses online dan media sosial dapat memberikan keuntungan yang signifikan baik dalam berbagai segi seperti inovasi, pendapatan, serta kerja sama. Akan tetapi, Para pelaku UMKM masih banyak yang belum menerapkan kecanggihan teknologi ini terutama platform digital dan kebiasaan dalam memasarkan usahanya secara konvensional serta kurangnya wawasan terhadap peranan penggunaan platform digital (*Wardhana, 2018*).

Usaha Royal Catering telah bergerak selama kurang lebih 8 (delapan) tahun dibidang kuliner, usaha ini sudah beroperasional lama akan tetapi Royal Catering ini cenderung menjalankan usahanya secara konvensional atau tidak terlalu mengikuti perkembangan di era digitalisasi yang telah memberikan banyak perubahan terutama pada kegiatan promosi. Sehingga masalah yang dihadapi pemilik usaha adalah perkembangan pemasaran usaha catering ini secara konvensional karena yang dilakukan untuk mempromosikan usaha dengan cara mulut ke mulut yang tidak disertai sebuah media digital yang efektif. Oleh karena itu, pemilik usaha memerlukan rancangan promosi yang efektif yaitu melalui media sosial yang dapat membantu tingkat pemasaran usaha ini.

## METODE

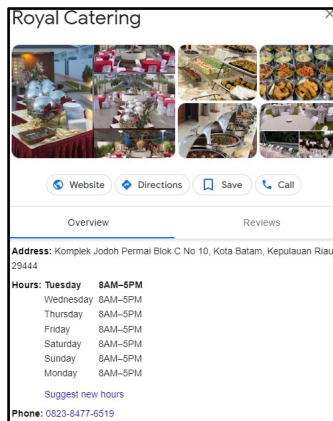
Metode pengumpulan data yaitu teknik dan metode yang diterapkan penulis untuk mengumpulkan data yang tepat berkaitan dengan kerja praktek ini. Teknik pengumpulan data menjadi salah satu hal terpenting dalam penyusunan laporan penelitian dikarenakan pengumpulan ini menjadi hal dasar dalam mengetahui kendala serta permasalahan yang terjadi. Pengumpulan data yang dilakukan penulis yaitu dengan melakukan observasi dan pengamatan terhadap kegiatan operasional serta strategi pemasaran sebelumnya yang telah dijalankan oleh usaha Royal Catering. Selanjutnya, melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Royal Catering untuk mendalami permasalahan serta kendala yang terjadi dan melakukan tahapan dokumentasi yang diperlukan khususnya dalam pemanfaatan platform digital yang menjadi sarana dalam melakukan pemasaran.

## PEMBAHASAN

Pelaksanaan proyek ini dilakukan dengan pemasaran secara digital dimana pemasaran di lakukan melalui media sosial dengan mendaftarkan usaha Royal Catering ke Google My business serta membuat Facebook shop, Instagram Business Account, video untuk dipromosikan ke social media, e-catalogue dan e-brochure.

Luaran proyek yang sudah dirancang yaitu mendaftarkan Usaha Royal Catering ke Google My Business. Dimana, Royal Catering sudah terdaftar ke dalam akun Google My Business yang dapat diakses pada aplikasi Google Maps atau Google sehingga dapat mempermudah konsumen atau pelanggan untuk mencari dan menemukan berbagai informasi seperti profil usaha, lokasi usaha agar mempermudah untuk mencari titik usaha Royal Catering, dan juga jam operasional.

## Perancangan Pemasaran Digital Pada Usaha Royal Catering.....



Gambar 1. Google My Business Royal Catering, Sumber: Google (2022)

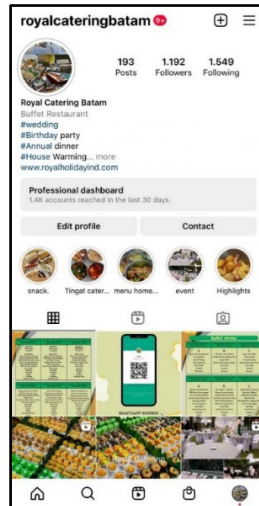
Luaran proyek selanjutnya yaitu membuat Facebook Shop dan Instagram Business Account. Rancangan ini sudah diaplikasikan ke usaha Royal Catering guna untuk bagi para pelanggan yang sudah menjadi pengikut di Facebook Shop dan Instagram Business Account dapat mendapatkan berbagai informasi yang terbaru dan juga dengan adanya *advertising* dan video yang menarik telah dilakukan pada 2 (dua) akun media sosial ini untuk menjadi daya tarik agar dapat menjangkau luas konsumen yang memiliki potensi untuk menjadi konsumen baru.



Gambar 2. Facebook Shop Royal Catering, Sumber: Facebook (2022)



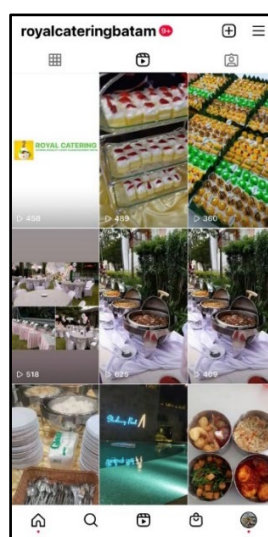
Gambar 3. Advertising Facebook Shop Royal Catering, Sumber: Facebook (2022)



Gambar 4. Instagram Business Account Royal Catering, Sumber: Instagram (2022)



Gambar 5. Advertising Instagram Business Account Royal Catering, Sumber: Instagram (2022)



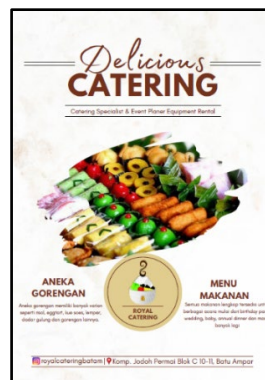
Gambar 6. Advertising Video Royal Catering, Sumber: Instagram (2022)

Rancangan luaran projek terakhir yaitu dengan menerapkan *e-catalogue* dan *e-brochure*. *E-catalogue* dengan fitur Qr-code yang dilakukan dengan cara di scan. Luaran projek ini dapat **Perancangan Pemasaran Digital Pada Usaha Royal Catering.....**

memperudahkan para konsumen dan pelanggan baru untuk mengetahui menu-menu apa saja dan mempermudah konsumen atau pelanggan dalam melakukan berbagai pemesanan makanan yang ada di Royal Catering. Dengan membuat *E-brochure* ini berguna untuk menginformasikan kepada para pelanggan dan konsumen agar mengetahui paket apa yang sedang berlangsung di Royal Catering.



Gambar 7. Qr-code Royal Catering, Sumber: Qr Code Generator (2022)



Gambar 8. E-Catalogue Royal Catering, Sumber: Penulis (2022)



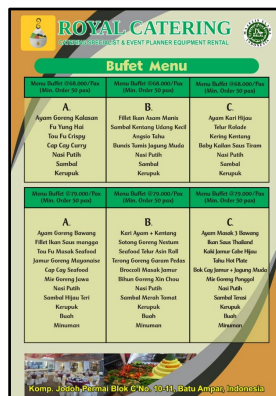
Gambar 9. E-Catalogue Royal Catering, Sumber: Penulis (2022)



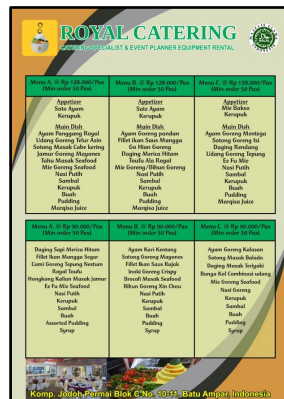
Gambar 10. E-Catalogue Royal Catering, Sumber: Penulis (2022)



Gambar 11. E-Catalogue Royal Catering, Sumber: Penulis (2022)



Gambar 12. E-Brochure Royal Catering, Sumber: Penulis (2022)



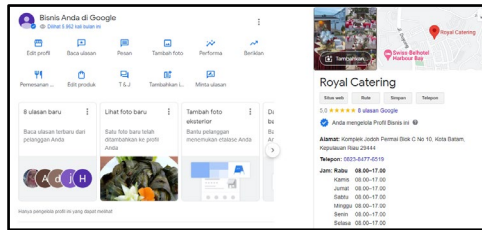
Gambar 13. E-Brochure Royal Catering, Sumber: Penulis (2022)

**Hasil**

Dalam proses implementasi luaran yang sudah dilakukan, proses ini berjalan secara efektif dan efisien. Pemilik usaha Royal Catering berkerjasama dengan sangat baik dalam mendukung proses implementasi luaran yaitu pemasaran digital terhadap usaha Royal Catering. Implementasi luaran dimulai dari mendaftarkan Royal Catering ke Google *My Business*. Dimana, Pemilik memberikan informasi mengenai lokasi usaha, jam operasional, nomor yang dapat di hubungi serta lainnya untuk mendukung pendaftaran Royal Catering ke Google *My Business*. Ada 8 (delapan) ulasan yang diberikan pelanggan terhadap Royal Catering dan selama bulan Desember ini terdapat 5.962 kali dilihat oleh pengguna lain di Google *My Business*.

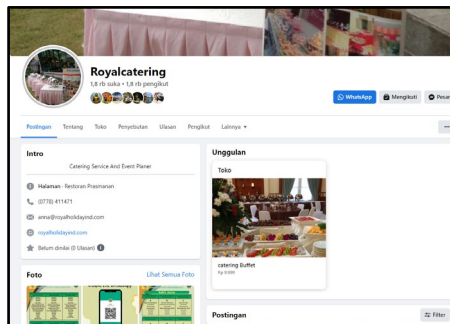
**Perancangan Pemasaran Digital Pada Usaha Royal Catering.....**





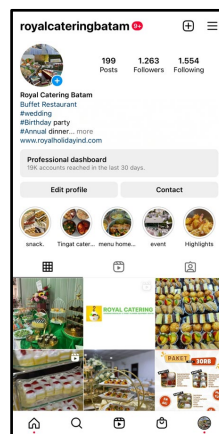
Gambar 14. Google My Business Royal Catering, Sumber: Google (2022)

Selanjutnya yaitu dengan adanya Facebook Shop ini memudahkan Royal Catering untuk berinteraksi dengan pelanggan dan juga dengan Facebook Shop usaha Royal Catering dapat memasarkan makanannya dengan membagikan beberapa Foto maupun Video. Selain itu, Penulis Juga mendaftarkan nomor Whatsapp, telepon, dan email ke Facebook Shop guna untuk mempermudah pelanggan untuk terhubung secara langsung ke Royal Catering. Setelah melakukan pemasaran di Facebook Shop, dapat dilihat terdapat 1.800 pengikut dan yang menyukai page Royal Catering.



Gambar 15. Facebook Shop Royal Catering, Sumber: Facebook (2022)

Selain itu, Penulis juga mendaftarkan Royal Catering ke Instagram Business Account untuk mempermudah usaha dalam melakukan pemasaran dan promosi. Instagram Business Account menjadi daya tarik penulis untuk menggunakan media ini dikarenakan banyak pengguna yang menggunakan media ini. Selain itu, Instagram Business Account memiliki fitur yang mendukung kegiatan pemasaran ini yaitu *insights* dimana fitur ini dapat memantau berapa banyak akun ini dijangkau oleh pelanggan, selanjutnya ada *hashtag* yaitu foto atau video yang menggunakan *hashtag* akan muncul jika pengguna lainnya mencari dengan menggunakan kata kunci. Selama melakukan pemasaran dapat dilihat bahwa selama 30 (tiga puluh) hari sebelumnya Royal Catering banyak di pantau oleh pengguna lain yaitu sebanyak 19.000 pengguna dan juga pengikut Royal Catering menjadi 1.263 pengguna.



Gambar 16. Instagram Business Account Royal Catering, Sumber: Instagram (2022)

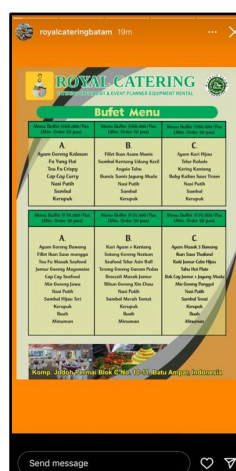
Kemudian, pembuatan *e-catalogue* dan *e-brochure* Royal Catering guna untuk dibagikan ke akun media sosial seperti Facebook *Shop* dan Instagram *Business Account* sehingga para pengguna lainnya dapat mengetahui menu apa saja yang tersedia dan promo yang sedang berlangsung di Royal Catering. *E-catalogue* disediakan oleh penulis berupa *Qr-code* yang dapat dilakukan dengan cara di scan oleh pelanggan maupun pengguna lainnya.



Gambar 17. Penggunaan *E-Catalogue* di Instagram *Business Account* Royal Catering, Sumber: Instagram (2022)



Gambar 18. Penggunaan *E-Catalogue* di Facebook *Shop* Royal Catering, Sumber: Facebook (2022)



Gambar 19. Penggunaan *E-Brochure* di Instagram *Business Account* Royal Catering, Sumber: Instagram (2022)





Gambar 20. Penggunaan E-Brochure di Instagram Business Account Royal Catering, Sumber: Instagram (2022)



Gambar 21. Penggunaan E-Brochure di Facebook Shop Royal Catering, Sumber: Facebook (2022)



Gambar 22. Penggunaan E-Brochure di Facebook Shop Royal Catering, Sumber: Facebook (2022)

### Simpulan

Hasil setelah melakukan implementasi luaran proyek ini, ada beberapa perubahan yang telah terjadi terhadap usaha Royal Catering yaitu adanya konsumen dan pelanggan baru yang melakukan pemesanan makanan untuk acara-acara maupun *event*. Selain itu, di media sosial yang sudah dibuat penulis untuk melakukan implementasi ini berjalan dengan baik dan berhasil

### Perancangan Pemasaran Digital Pada Usaha Royal Catering.....

mencapai *brand awareness* yang dapat di lihat jumlah pengikut di Instagram *Business Account* menjadi 1.263 pengikut serta selama 30 (tiga puluh) hari sebelumnya dipantau pengguna lain sebanyak 19.000 pengguna dan 1.800 pengikut di Facebook *Shop. Advertising* yang dilakukan telah berjalan dengan baik serta berhasil menjangkau pengguna lain secara luas.

#### **Daftar Pustaka**

- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan. *Matrix : Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 10(3), 87–93. <https://doi.org/10.31940/matrix.v10i3.1930>
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wardhana, A. (2018). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2018*, 327–337.