


# Penerapan Strategi Digital Marketing UMKM RM Pangek Ombilin dan Ikut Dalam Penjualan Secara Digital Melalui Mitra GoFood dan ShopeeFood

<sup>1)</sup>Fiolitha Alfinda, <sup>2)</sup>Hery Haryanto

<sup>1,2)</sup>Program Studi Manajemen, Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia  
Email: <sup>1</sup>1941309.fiolitha@uib.edu\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Digital Marketing Food Delivery UMKM	<i>Salah satu sektor yang menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu pilar penyangga pertumbuhan ekonomi di Indonesia. RM Pangek ombilin merupakan salah satu yang merupakan UMKM yang bergerak dibidang kuliner. RM Pangek Ombilin sampai saat ini sudah berbagai macam cara dilakukan dalam meningkatkan omset penjualan, akan tetapi peningkatan yang diharapkan masih belum dapat dicapai. Tujuan dilakukannya kegiatan pengabdian ini adalah mengimplementasiokan penerapan strategi digital merketing dan mendaftarkan Rumah Makan Padang Pangek Ombilin dalam aplikasi online food delivery seperti GoFood dan ShopeeFood. Metode yang digunakan pada kegiatan ini yaitu observasi, wawancara dan melakukan pelatihan atau pendampingan selama proses kegiatan. Seperti yang kita ketahui bahwa aktif dalam pemanfaatan digital di zaman sekarang sudah bisa lebih berkembang dan bersaing serta mengikuti perkembangan zaman yang sudah canggih dan serba online serta tidak perlu takut akan persaingan dengan Rumah Makan Padang yang berada disekitaran lokasi.</i>
<b>Keywords:</b> Digital Marketing Food Delivery MSMEs	<i>One of the sectors that supports the Indonesian economy and regional economic strength is the presence of micro, small and medium enterprises (MSMEs). MSMEs are one of the pillars supporting economic growth in Indonesia. RM Pangek Ombilin is one of the MSMEs engaged in the culinary field. Until now RM Pangek Ombilin has carried out various ways to increase sales turnover, but the expected increase has not been achieved. The purpose of this community service activity is to implement the digital marketing strategy and register the Padang Pangek Ombilin Restaurant in online food delivery applications such as GoFood and ShopeeFood. The methods used in this activity are observation, interviews and conducting training or mentoring during the activity process. As we know, being active in digital utilization today can be more developed and competitive and keep up with the times that are sophisticated and all online and you don't need to be afraid of competition with Padang Restaurants around the location.</i>
	<p>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license.</p> 

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini telah menunjukkan kemajuan yang besar. Terdapat berbagai hal dari sektor kehidupan telah mengalami kemajuan akibat dari perkembangan teknologi ini sendiri. Kehadiran teknologi memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai sektor, aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi dan komunikasi yang merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang dapat menunjang individu untuk dapat mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi (Sari et al., 2022). Salah satu sektor yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Pada saat ekonomi dunia dan Indonesia mengalami resesi, pelaku UMKM tidak terlalu memiliki dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku

UMKM tetap dapat berkembang dalam menunjang kemajuan perekonomian nasional (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

UMKM merupakan salah satu pilar penyangga pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menunjukkan bahwa sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki kontribusi yang besar terhadap Pendapatan Domestik Bruto/PDB dan mampu menyerap tenaga kerja yang sangat banyak. Terutama Usaha Mikro Kecil (UMK) yang mendominasi perekonomian yang ada di Indonesia. Menurut BPS jumlah UMK di Indonesia mencapai lebih dari 26 juta atau sekitar 98,68% dari total usaha nonpertanian serta menyerap lebih dari 75% tenaga kerja nonpertanian Indonesia. UMK memiliki keunggulan yang membuat UMK dapat bertahan di berbagai situasi ekonomi nasional (Kusumaningrum et al., 2021).

Berbagai sektor bisnis UMKM pada saat ini semakin tumbuh dan menjamur serta dapat dengan mudah ditemukan diberbagai wilayah Indonesia khususnya di Kota Batam. Hal ini menandakan bahwa UMKM memiliki potensi pasar yang baik dan terus berkembang terutama dipemukiman dengan kepadatan jumlah penduduk yang besar. Dalam kehidupan saat ini, banyak orang lebih memilih untuk makan ditempat makan yang dengan alasan sibuk, malas dan tidak bisa memasak sekalipun. Hal ini tentu membuat usaha kuliner seperti rumah makan menjadi sangat populer. Dengan banyaknya masyarakat yang memilih untuk makan ditempat makan atau restoran, membuat para pelaku usaha rumah makan berlomba-lomba dalam menciptakan hidangan yang tentunya harus memiliki keinginan para pelanggan, mulai dari selera, rasa, harga, kenyamanan dan menarik untuk disajikan (Sopandi et al., 2022). Salah satu bisnis kuliner konvensional yang sering dijumpai dan bahkan ada dimana-mana sejak dahulu yaitu Rumah Makan Padang. Rumah Makan Padang merupakan gerai kuliner yang menyajikan menu khas masakan Padang yang tentunya mudah ditemukan di seluruh Indonesia. Bahkan di Kota Batam sendiri saja dapat di temukan hampir di seluruh wilayah hingga ke berbagai pelosok gang. Rumah Makan Padang menyajikan hidangan masakan khas Minangkabau (Lesmana & Valentina, 2021).

Semenjak fenomena pandemi Covid-19 berbagai sektor bisnis khususnya Rumah Makan Padang perlu berinovasi pada perubahan perilaku konsumen dalam bagaimana cara memesan menu makanan karena erat berkaitan dengan teknologi digital. Teknologi digital akan saat ini memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi digital dapat mengubah sikap dan perilaku manusia dalam mempengaruhi niat pembelian. Perubahan dunia bisnis ini tentunya juga harus diwujudkan oleh pelaku UMKM atau pemilik restoran Rumah Makan Padang akibat perkembangan teknologi (Sari et al., 2022). Teknologi memiliki peran penting dalam perkembangan zaman karena dapat membuka cakrawala baru bagi perkembangan pembangunan bangsa. Di era kemajuan produksi saat ini, teknologi memegang peranan yang sangat penting di berbagai bidang seperti industri kuliner. Betapa banyak usaha kuliner yang tidak bisa berkembang dan bertahan karena kehadiran pesaing lain, dan lebih banyak lagi usaha yang dapat menghasilkan barang dan jasa yang lebih baik karena didukung oleh faktor pemanfaatan teknologi tersebut. Sebuah bisnis kuliner tidak hanya harus menciptakan hidangan yang lezat, tetapi juga harus mampu menciptakan nilai tambah untuk memaksimalkan kepuasan konsumen. Untuk itu, salah satu restoran Rumah Makan Padang yang ada di Batam yaitu RM Pangek Ombilin harus ikut berperan dalam pemanfaatan teknologi tersebut.

Pada masa pandemi Covid-19 ini memberikan dampak yang cukup berpengaruh terhadap pendapatan harian dari UMKM ini, Bapak Alfian selaku pemilik sekaligus pengelola rumah makan Pangek Ombilin ini dalam beberapa tahun terakhir bahkan sebelum pandemi Covid-19 berusaha keras dalam meningkatkan jumlah pemasukan dan jumlah pelanggan setia pecinta kuliner masakan padang. Oleh karena itu, Penulis akan melakukan kerja praktek dan akan terlibat dalam proses menyusun strategi yang tepat agar usaha tersebut dapat terus berkembang dan bertumbuh melalui strategi pemasaran *digital* dan ikut bergabung dalam platform pemesanan makanan secara online seperti GoFood dan ShopeeFood sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan Padang tersebut ditengah persaingan bisnis yang ketat. Untuk itu penulis akan melakukan kerja praktek pada UMKM ini melalui judul "Penerapan Strategi Digital Marketing UMKM RM Pangek Ombilin dan Iktu Dalam Penjualan Secara Digital Melalui Mitra GoFood dan ShopeeFood".

## II. MASALAH

RM Pangek Ombilin sampai saat ini sudah berbagai macam cara dilakukan dalam meningkatkan omset penjualan, akan tetapi peningkatan yang diharapkan masih belum dapat dicapai. Hal ini dikarenakan Rumah Makan Padang ini hanya berfokus pada penjualan secara langsung atau *offline*. Padahal bisnis kuliner seperti Rumah Makan Padang ini dapat melakukan penjualan secara *online* atau digital. Masalah ini dapat dikarenakan kurangnya pengetahuan pemilik akan pentingnya penerapan strategi *digital marketing* dan ikut berpartisipasi dalam *online food delivery*. Oleh karena itu, penerapan strategi *digital marketing* dan mendaftarkan Rumah Makan Padang Pangek Ombilin dalam aplikasi pemesanan makanan secara *online* dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan omset penjualan sesuai harapan. Seperti yang kita ketahui bahwa aktif dalam pemanfaatan digital di zaman sekarang sudah bisa lebih berkembang dan bersaing serta mengikuti perkembangan zaman yang sudah canggih dan serba *online* serta tidak perlu takut akan persaingan dengan Rumah Makan Padang yang berada disekitaran lokasi.



Gambar 1. Merupakan Penampakan Dari Rumah Makan Pangek Ombilin

## III. METODE

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap penyusunan laporan kegiatan, penulis membutuhkan data dan informasi kemudian untuk dilakukan analisa serta idemtifikasi masalah yang sedang terjadi dan cara menghadapi permasalahan tersebut. Apabila terjadi ketidak sesuaian dalam mengumpulkan data maka proses analisa dan identifikasi pada penelitian ini menjadi berantakan sehingga mengarah pada hasil yang tidak akurat (Sugiyono, 2017). Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah melakukan observasi langsung ke lokasi tersebut untuk meninjau lebih jauh terkait latar belakang UMKM RM Pangek Ombilin dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk mendapatkan informasi. Selanjutnya penulis melakukan pelatihan terhadap pemilik tentang bagaimana cara menjalankan perancangan strategi yang akan di implementasikan.

#### a. Metode Observasi

Kegiatan observasi dilakukan untuk mengetahui kegiatan dan kondisi dari UMKM RM Pangek Ombilin mulai dari sistem operasional, *job desk* setiap karyawan dan bagaimana pelayanan terhadap pelanggan. Dalam melakukan observasi, penulis dapat mengamati secara langsung mengenai kondisi usaha. Metode observasi ini dapat memudahkan penulis dalam mendapatkan informasi dan data yang akurat sesuai dengan

pengamatan penulis itu sendiri, dimana dalam melakukan observasi ini penulis akan ikut terlibat dalam aktivitas operasional usaha. Dengan dilakukannya kegiatan observasi ini penulis dapat mengumpulkan informasi yang berkaitan langsung dengan permasalahan dan sistem pemasaran yang sudah diterapkan dari usaha tersebut sehingga dapat menjadi tolak ukur bagi penulis dalam merancang strategi yang tepat dan memberikan solusi kepada pemilik usaha.

*b. Metode Wawancara*

Metode ini memiliki peran penting dalam menggabungkan hubungan antara kedua belah pihak yaitu antara penulis dengan pemilik usaha sebagai narasumber dalam penelitian ini. Informasi yang tepat dapat didapatkan dengan dilakukannya metode ini. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan kepada pemilik usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Penulis Kepada Pemilik Usaha

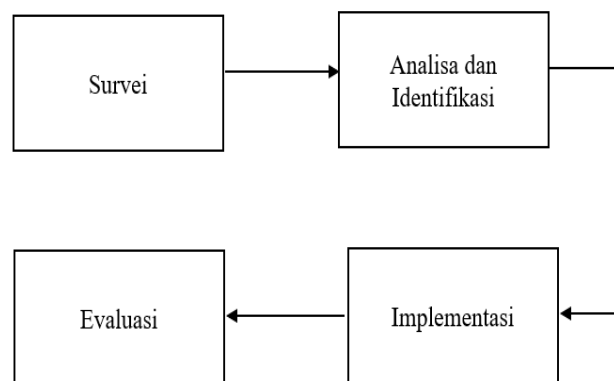
No	Daftar Pertanyaan
1	Siapakah pemilik RM Pangek Ombilin?
2	Sejak kapan usaha Rumah Makan Padang ini mulai didirikan?
3	Apakah Rumah Makan Padang ini sudah memiliki cabang?
4	Berapa jumlah karyawan yang ada pada saat ini?
5	Apa aja tugas dan tanggung jawab masing-masing dari karyawan tersebut?
6	Bagaimana sistem operasional RM Pangek Ombilin ?
7	Permasalahan apa yang sering dihadapi RM Pangek Ombilin saat ini?
8	Strategi digital apa yang sudah diterapkan oleh RM Pangek Ombilin?

*c. Metode Pelatihan atau Training*

Dalam melakukan implementasi terhadap laporan ini tentunya pemilik usaha memerlukan pendampingan dalam menerapkan rancangan. Kegiatan ini dilakukan agar pemilik lebih familiar terhadap penerapan yang akan dilakukan dan kegiatan tersebut dapat dijalankan dengan baik. Metode ini digunakan sebagai acuan dalam melihat bagaimana perkembangan dan kemajuan dari pemilik usaha dalam mengetahui pemahaman strategi yang telah dirancang oleh penulis.

**2. Proses Perancangan Luaran**

Dalam proses perancangan yang akan diimplementasikan pada RM Pangek Ombilin ini terdiri dari berbagai tahapan mulai dari survei, analisa dan identifikasi, implementasi hingga evaluasi. Tujuan dilakukannya tahapan tersebut adalah mengetahui sistem pemasaran dari UMKM ini sehingga dapat dilakukan analisa secara mendalam mengenai cara bagaimana penerapan rancangan yang sesuai dengan kondisi dan usaha ini. Berikut merupakan proses perancangan luaran yang dilakukan oleh penulis :



Gambar 2. Flowchart Proses Perancangan Luaran Kegiatan

Tahap pertama adalah melakukan survei dimana pada tahap ini penulis menentukan mitra yang akan dijadikan tempat untuk dijadikan lokasi kerja praktek. Penulis melakukan survei langsung ke lokasi untuk meminta izin kepada pemilik untuk melakukan program pengabdian

Tahap selanjutnya melakukan analisa dan identifikasi yaitu penulis melakukan pengamatan langsung mengenai kondisi mitra untuk dilakukannya analisa. Kemudian, penulis melakukan identifikasi mengenai hasil analisa tersebut untuk selanjutnya dapat menentukan rancangan kegiatan yang sesuai dengan hasil tersebut

Tahap selanjutnya adalah proses implementasi penerapan strategi dimana ada tahap ini penulis menerapkan perancangan strategi yang telah di rancang pada tahap sebelumnya. Penulis juga menjelaskan apa saja manfaat dan keuntungan dari kegiatan ini dalam jangka waktu panjang

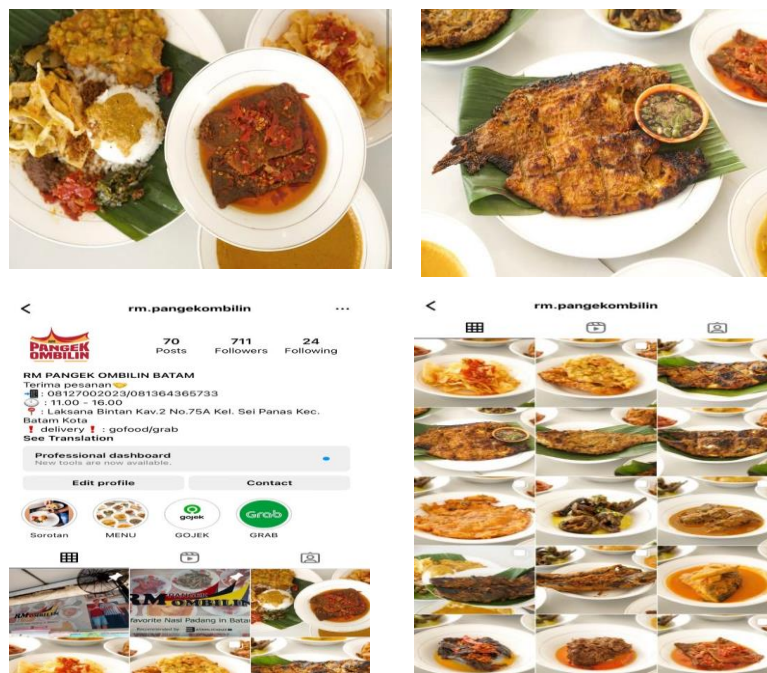
Tahap yang terakhir adalah melakukan evaluasi, pada tahap ini penulis dapat mengevaluasi apa saja kekurangan dan hambatan yang ada setelah dilakukannya implementasi. Penulis bersama dengan pemilik melihat langsung kemajuan dan perkembangan antara sebelum dan sesudah dilakukannya kerja praktek ini.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun rancangan yang telah diimplementasikan oleh penulis dalam kegiatan ini antara lain seperti, memposting menu yang disajikan RM Pangek Ompilin pada akun media sosial Instagram @rm.pangekombilin. Selain itu, penulis juga memberikan masukan kepada pemilik usaha untuk lebih aktif dalam pemanfaatan fitur *instastory* yang ada pada Instagram guna untuk meningkatkan minat konsumen. Penulis bersama pemilik juga nantinya akan ikut bergabung dalam aplikasi *online food delivery* seperti GoFood dan ShopeeFood.

##### 1. Memposting Foto dan Video yang Menarik pada Feed Sosial Media Instagram

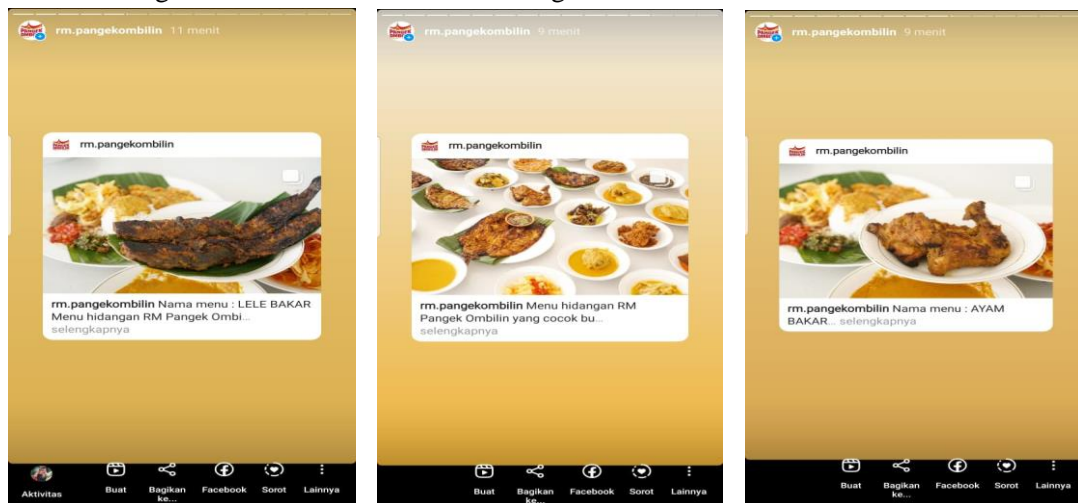
Dalam hal ini penulis membantu UMKM dalam melakukan postingan foto dan video pada akun media sosial media Instagram @rm.pangekombilin. Postingan dilakukan dengan mengambil foto, video atau gambar dari menu-menu apa saja yang disajikan. Pengambilan foto atau gambar dari menu yang disajikan mengalami perubahan dimana pada hasil kegiatan ini kualitas, perspektif dan pencahayaan foto yang ditampilkan lebih menarik dari postingan sebelum dilakukannya kegiatan ini. Tampilan postingan pada Feed Instagram dilakukan dengan menampilkan desain dengan tema yang senada agar lebih menarik minat konsumen. Dengan adanya strategi ini adalah untuk munumbuhkan *brand image* konsumen terhadap Rumah Makan Padang RM Pangek Ombilin dan diharapkan UMKM ini dapat menjangkau lebih banyak pelanggan baru.



Gambar 3. Tangkapan Layar Postingan Feed Instagram @rm.pangekombilin

## 2. Pemanfaatan Fitur *Instastory* pada Akun Instagram

Dalam tahap ini penulis memberikan penjelasan dan pemahaman kepada pemilik mengenai pentingnya pendekatan strategi digital. Salah satunya adalah dengan memberi masukan kepada mitra untuk dapat memanfaatkan fitur *Instastory* yang ada pada akun media sosial Instagram @rm.pangekombilin. Dengan dilakukannya strategi pemanfaatan fitur ini tentu akan membuat minat untuk mengonsumsi menu yang disajikan oleh RM Pangek Ombilin akan semakin meningkat.

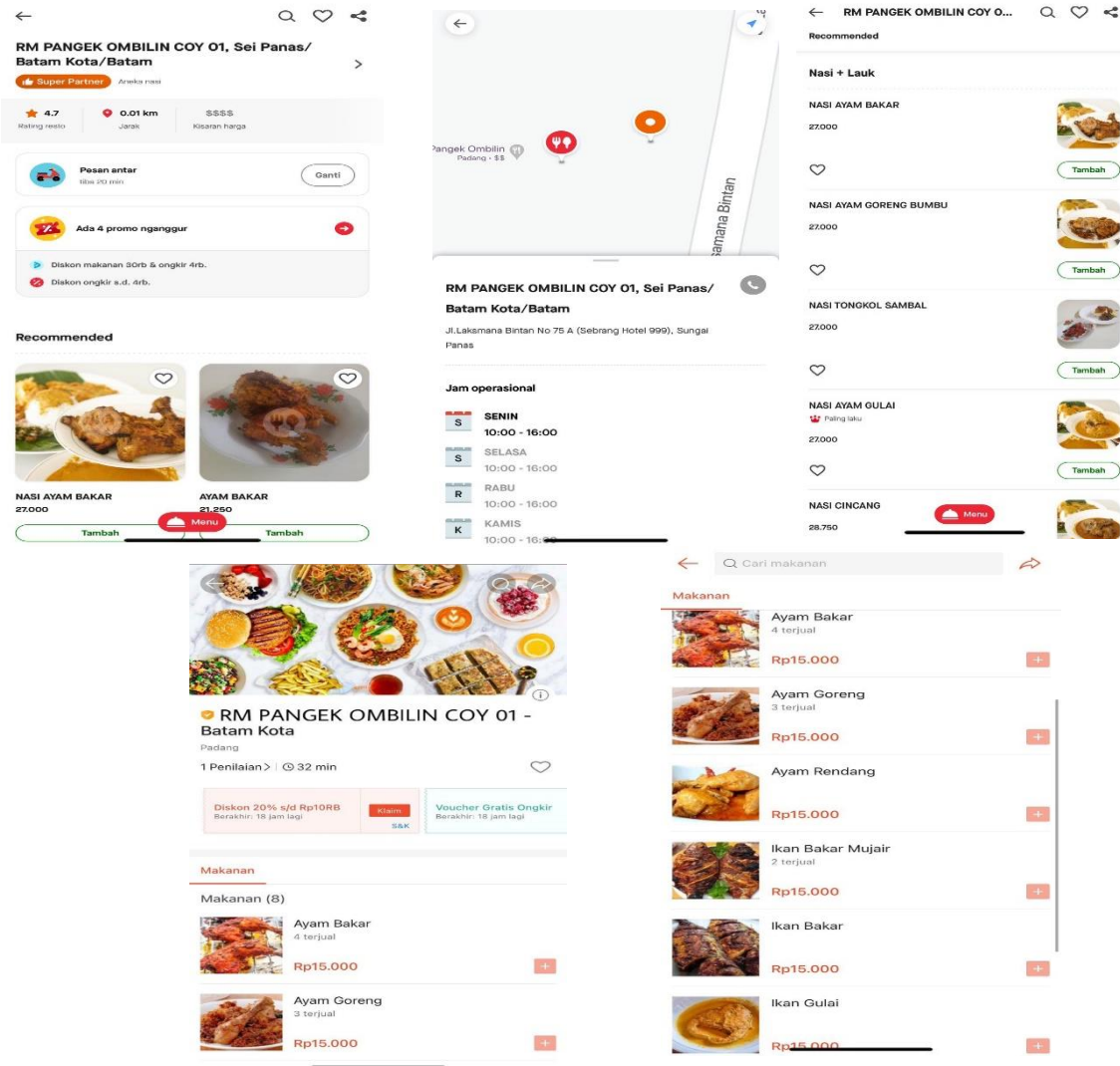


Gambar 4. Tangkapan Layar Cuplikan Instastory Instagram @rm.pangekombilin

## 3. Ikut Bergabung Pada Mitra *Online Food Delivery* Seperti GoFood dan ShopeeFood

Dengan ikut bergabung dalam aplikasi *online food delivery* seperti GoFood dan ShopeeFood, tentunya memberikan keuntungan bagi pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya. Dengan terdaftar pada aplikasi ini akan meningkatkan popularitas RM Pangek Ombilin sehingga UMKM dapat dilihat langsung

oleh para pengguna aplikasi yang otomatis akan meningkatkan eksposur produk menu yang ditawarkan. Selain itu, dengan adanya aplikasi ini secara otomatis UMKM dapat menjangkau konsumen secara luas dikarenakan ada ratusan ribu ojek *online* yang siap mengantarkan makanan dan minuman ke pelanggan khususnya yang ada di Kota Batam. Hal ini tentunya juga memudahkan para pelanggan untuk dapat terus menikmati masakan Padang khas RM Pangek Ombilin tanpa harus datang langsung ke lokasi.



Gambar 5. Akun GoFood dan ShopeeFood RM Pangek Ombilin

## V. KESIMPULAN

Mitra yang terlibat dalam program pengabdian kepada masyarakat dalam penelitian kerja praktek ini adalah salah satu Rumah Makan Padang yang ada di Kota Batam yaitu RM Pangek Ombilin. Penulis melakukan kegiatan kerja praktek dimulai dari tahapan survei, analisa dan identifikasi, implementasi hingga evaluasi hasil kegiatan.

Adapun hasil dari kegiatan kerja praktek yang dilakukan oleh penulis antara lain: (1) Mitra menjadi lebih aktif dalam penggunaan akun media sosial Instagram RM Pangek Ombilin dengan memposting seputar menu apa saja yang tersedia. (2) Mitra dapat dengan baik memanfaatkan fitur yang ada pada akun media

sosial Instagram seperti *instastory* untuk menarik minat beli pelanggan. (3) RM Pangek Ombilin telah berhasil bergabung menjadi mitra *online food delivery* pada aplikasi berbasis *online* GoFood dan ShopeeFood.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan telah memberikan dukungan serta dapat bekerja sama selama menjalankan kegiatan. Penulis juga banyak mengucapkan terima kasih terutama kepada Pemilik usaha RM Pangek Ombilin yang telah memberikan dukungan finansial terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Kusumaningrum, D. A., Pangestu, N. D., Yolanda, D., & Putra, R. H. O. (2021). Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(6), 551. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i6.14536>
- Lesmana, D., & Valentina, G. M. (2021). Digital Marketing Rumah Makan Padang Melalui Instagram Berdasarkan Social Construction of Technology. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.37535/103002120212>
- Sari, N. P., Bahri, & Ardhi. (2022). Buying Behavior in Online Food Delivery Applications During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 7(1), 1211–1231. <https://doi.org/10.20473/jraba.v7i1.36182>
- Sopandi, A., Danial, R. D. M., & Jhoansyah, D. (2022). *Sustainability In Padang Restaurant , Sukabumi City Pengaruh Perencanaan Strategi , Keunggulan Bersaing Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada Usaha Rumah Makan Padang , Kota Sukabumi*. 3(June), 2176–2182.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (pp. 1–325).