

Pengenalan Konsep Manajemen “Pemasaran Online” untuk Meningkatkan Penjualan pada Green Garden Ramayana Resto and Lounge

Suharto¹, Yuliyani², Sudarsi³

¹Akademi Pariwisata STIPARY, Yogyakarta, Indonesia, email: hartamas1970@gmail.com

²Akademi Pariwisata STIPARY, Yogyakarta, Indonesia, email: yulia.stipary@gmail.com

³Akademi Pariwisata STIPARY, Yogyakarta, Indonesia, email: sudarsiraharjo@gmail.com



Informasi artikel	ABSTRAK
<p>Sejarah artikel Diterima : 27 Mei 2023 Revisi : 10 Juni 2023 Dipublikasikan : 01 Juli 2023</p> <p>Kata kunci: Pemasaran Online Peningkatan Penjualan Pelatihan</p>	<p>Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat ini adalah untuk memperkenalkan konsep dan memberikan pelatihan secara langsung terkait manajemen pemasaran online sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan di Green Garden Ramayana Resto and Lounge yang merupakan salah satu pelaku usaha dibidang kuliner di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada kegiatan tersebut adalah dengan memberikan materi terkait pemasaran online dan praktek langsung mengunggah konten atau produk di media sosial Green Garden Ramayan Resto Lounge. Hasil dari kegiatan tersebut adalah peserta memiliki pemahaman secara teoritis terkait konsep manajemen pemasaran online, dan peserta juga berhasil mengunggah konten atau produk di media sosial Green Garden Ramayan Resto Lounge.</p>
<p>Keywords: Online Marketing Increased Sales Training</p>	<p>ABSTRACT <i>Introduction to the "Online Marketing" Management Concept to Increase Sales at Green Garden Ramayana Resto and Lounge</i> <i>The implementation of this Community Activity is to introduce concepts and provide direct training related to online marketing management as a strategy to increase sales at Green Garden Ramayan Resto Lounge which is one of the culinary business actors in Yogyakarta. The method used in this activity is to provide material related to online marketing and the practice of directly uploading content or products Green Garden Ramayan Resto Lounge's social media. The results of this activity were that participants had a theoretical understanding of the concept of online marketing management, and participants were also successful in uploading content or products Green Garden Ramayan Resto Lounge's social media.</i></p>

Pendahuluan

Dewasa ini penggunaan teknologi informasi berkembang sangat pesat tak terkecuali di Indonesia. Masyarakat Indonesia saat ini telah memanfaatkan perkembangan teknologi dengan baik, salah satunya untuk memperluas pemasaran suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Barang atau jasa yang dipasarkan melalui teknologi informasi dikenal dengan istilah pemasaran online. Menurut Dianawati (2007) menyatakan bahwa “pemasaran online adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet”. Sejalan menurut Neti (2011) Media sosial memiliki peranan dalam pemasaran usaha, beberapa di antaranya adalah: 1) Media sosial dapat digunakan sebagai media yang menyajikan informasi mengenai perusahaan dan produk, baik barang maupun jasa yang ditawarkan; 2) Media sosial dapat membantu perusahaan untuk menciptakan hubungan dengan orang-orang yang sebelumnya mungkin belum mengetahui tentang produk yang dimiliki



perusahaan; 3) Media sosial dapat digunakan sebagai media yang menghubungkan perusahaan dengan perusahaan lainnya yang mungkin memiliki target pasar yang sama; 4) Media sosial dapat digunakan sebagai media komunikasi antara konsumen dengan perusahaan.

Pemasaran online telah digunakan untuk memasarkan berbagai industri, tak terkecuali industri jasa makanan dan minuman. Pelaku industri tersebut saat ini berkembang dengan pesat dan menyebar di seluruh lapisan masyarakat mulai dari ibu rumah tangga, hotel, restoran, pesawat terbang, kereta api kini menjadi pelaku dari industri jasa makanan dan minuman. Hal itu dikarenakan, industri makanan dan minuman merupakan industri yang menjadi kebutuhan pokok manusia. Menjamurnya pelaku pada industri jasa makanan dan minuman menyebabkan persaingan yang ketat, sehingga agar bisnis pada industri jasa makanan dan minuman tetap eksis dan bertahan, maka dibutuhkan cara pemasaran yang tepat, tidak terkecuali di Yogyakarta.

Oleh karena itu, para pelaku bisnis pada industri jasa makanan dan minuman harus memiliki pemahaman yang baik terkait konsep pemasaran online. Karena apabila pemasaran online dapat dikelola dengan baik dan profesional, maka dapat memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis pada industri jasa makanan dan minuman jika dibandingkan memasarkan jasanya menggunakan promosi secara konvensional. Hal ini sejalan dengan (Ahmed & Zahid, 2014) yang menyatakan bahwa “Hal ini diyakini karena pemasaran online tidak hanya memiliki jangkauan yang luas tetapi juga dapat menghemat biaya promosi dalam proses kegiatan promosi produk jika dibandingkan dengan proses kegiatan pemasaran yang secara konvensional”. Pendapat lain juga disampaikan oleh Kotler (2000) pemasaran dalam menyalurkan jasanya secara online mempunyai keuntungan sebagai berikut: 1) Penetapan harga dan kualifikasi produk bisa menyesuaikan kondisi pasar yang cepat; 2) Biaya cetak maupun biaya katalog pada konsumen tidak perlu dipergunakan sehingga bisa menciptakan biaya yang rendah; 3) Cara berdialog dengan konsumennya dilakukan lewat email atau isian feedback yang tersedia bisa membentuk relasi; 4) Dengan online bisa mengetahui calon konsumen, pengunjung situs saat ini atau yang telah selesai melihat situsnya (*site*). Informasi dapat dikembangkan lebih lanjut dengan cara menambah atau memperbaiki iklan maupun tawaran bagi pemasar.

Kebutuhan pemahaman yang baik dan profesional terkait dengan pemasaran online juga dibutuhkan bagi pelaku bisnis industri jasa makanan dan minuman yaitu Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Hal itu ditempuh untuk meningkatkan penjualannya ditengah banyaknya industri yang sama di sekitar lokasi Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Green Garden Ramayana Resto and Lounge berlokasi di Jl. Candisewu Tlogo, Ngangkruk Baru, Prambanan. Segmentasi konsumen Green Garden Ramayana Resto and Lounge adalah wisatawan yang datang secara berombongan atau grup yang biasanya menggunakan jasa biro travel atau perjalanan. Sehingga, agar keberadaannya semakin dikenal oleh biro travel atau perjalanan maka pemasaran online perlu dilakukan agar tidak kalah bersaing dengan restoran yang lebih dulu ada. Pemahaman yang baik dan profesional terkait pemasaran online membutuhkan pelatihan dan pendampingan dari *expert (ahli)*. Oleh karena itu, Green Garden Ramayana Resto and Lounge berkerjasama dengan Akademi Pariwisata STIPARY untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait dengan pemasaran online. Adapun tujuan dari Kegiatan tersebut merupakan bentuk nyata dari Akademi Pariwisata STIPARY untuk memperkenalkan pemasaran online kepada pelaku bisnis jasa makanan dan minuman agar produk yang ditawarkan dapat menjangkau area yang lebih luas, meminimalisir biaya sehingga meningkatkan penjualan di Green Garden Ramayana Resto and Lounge.

Metode

Untuk mensosialisasikan dan mengenalkan pemasaran online di Green Garden Ramayana Resto and Lounge, maka metode awal yang digunakan oleh para pengabdian adalah dengan memberikan materi tentang: 1) Manajemen pemasaran; 2) Pemasaran Online; 3) Media Pemasaran Online; 4) Manfaat Pemasaran Online; dan 5) Contoh Konten Pemasaran online. Materi yang telah disampaikan tersebut diharapkan mampu memberikan wawasan dasar terkait dengan pemasaran online. Setelah memahami materi dasar tersebut, maka akan mempermudah peserta untuk mengikuti metode yang selanjutnya. Adapun yang kedua adalah mempraktekkan pemasaran online yang di unggah pada media sosial yang dimiliki oleh Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Praktek secara langsung memberikan dampak dalam pemahaman pemasaran online. Hal ini seperti diungkapkan oleh Hasibuan

(2012:23) “pelatihan adalah bagian dari pendidikan yang menyangkut proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan di luar system pendidikan yang berlaku, dalam waktu yang relatif singkat dengan metode yang lebih mengutamakan pelatihan dari pada teori”. Sehingga dengan pelatihan atau praktek secara langsung diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan. Hal itu sejalan dengan pernyataan dari Wismar (2013:38) yang menyatakan bahwa “Pelatihan berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan Usaha Kecil”.

Adapun target luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman kepada staff di Green Garden Ramayana Resto and Lounge terkait dengan pemasaran online dan mampu mempromosikan produknya melalui media sosial yang mereka miliki. Promosi online yang dilakukan Green Garden Ramayana Resto and Lounge dapat memberikan dampak lebih dikenalnya Green Garden Ramayana Resto and Lounge oleh masyarakat, sehingga mampu bersaing dengan restaurant yang berada di sekitar Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Dengan makin dikenalnya Green Garden Ramayana Resto and Lounge oleh masyarakat, maka diharapkan penjualannya pun meningkat.

Materi dan pelatihan yang diberikan selama kegiatan PKM mampu menarik minat dan motivasi peserta untuk lebih memahami tentang pemasaran online. Hal itu terlihat dari adanya interaksi antara pengabdian dengan peserta berupa tanya jawab setelah pemaparan materi tentang pemasaran online. Selain itu, motivasi peserta untuk mengaplikasikan pemasaran online secara langsung terlihat dari adanya beberapa materi promosi yang tidak hanya diunggah pada media sosial Green Garden Ramayana Resto and Lounge tetapi juga diunggah pada media sosial para staff Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Maka hal tersebut memastikan bahwa peserta yang mengikuti kegiatan PKM menyerap materi yang disampaikan oleh pengabdian.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian ini diberikan kepada jajaran manajemen dan staff Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Kegiatan ini dilaksanakan selama 2 (dua) hari yaitu pada hari Senin dan Selasa, 8 sd 9 Mei 2023 bertempat di Green Garden Ramayana Resto and Lounge dengan alamat Jl. Candisewu Tlogo, Ngangkruk Baru, Prambanan. Pada kegiatan PKM tersebut pada hari ke 1 diikuti oleh 19 peserta, sedangkan pada hari kedua diikuti oleh 21 peserta.

Penyampaian materi secara bergantian oleh pengabdian dan praktek langsung dapat diterima dengan baik oleh peserta. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah: 1) Meningkatkan pemahaman pemasaran online; 2) Membantu Green Garden Ramayana Resto and Lounge dalam memasarkan produknya melalui media sosial yang mereka miliki untuk meningkatkan penjualan. Materi yang disampaikan pada saat pelatihan menjadi bagian pokok pada kegiatan PKM yang dilakukan di Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Pada pelatihan tersebut, setiap peserta diberikan materi sebagai pedoman selama kegiatan berlangsung.

Hasil kegiatan pada hari pertama yaitu hari Senin, 8 Mei 2023 dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan PKM di Green Garden Ramayana Resto and Lounge
Senin, 8 Mei 2023

Waktu	Kegiatan/ Materi	Keterangan
10.00 WIB	Pembukaan	Moderator/ Tim GGR
10.15 WIB	Materi 1 : Manajemen pemasaran	Pengabdian/ Akpar STIPARY
11.00 WIB	Materi 2 : Pemasaran Online	Pengabdian/ Akpar STIPARY
11.45 WIB	ISHOMA	Tim GGR
13.00 WIB	Materi 3 : Media Pemasaran Online	Pengabdian/ Akpar STIPARY
13.45 WIB	Penutup	Moderator/ Tim GGR

Sumber: Pengabdian (2023)

Adapun peserta yang hadir dari pihak Green Garden Ramayana Resto and Lounge sebanyak 19 peserta, sedangkan dari Akademi Pariwisata STIPARY dihadiri oleh 5 peserta terdiri dari 3 pengabdian, dan 2 diantaranya adalah dosen. Kegiatan hari pertama dimulai pukul 10.00 WIB yang diawali dengan sambutan dan perkenalan dari kedua belah pihak. Selanjutnya, untuk membuka wawasan peserta

tentang pemasaran online, maka materi pertama yang diberikan kepada peserta adalah Manajemen Pemasaran yang berisi tentang konsep dalam manajemen pemasaran yaitu: Definisi Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran, Rencana Pemasaran dan Pemasaran Digital. Materi kedua yang diberikan oleh pengabdian adalah Pemasaran online. Materi pemasaran online berisi tentang: Definisi Pemasaran online, strategi dalam mempromosikan produk secara online. Materi pada hari pertama ditutup dengan penyampaian materi tentang Media Pemasaran Online. Pada materi ini, berisi jenis atau media yang dapat digunakan dalam pemasaran online yaitu: website, media sosial, email marketing, iklan online, Optimisasi Mesin Pencari (SEO) dan penggunaan Influencer marketing. Pada media sosial, ditampilkan contoh media sosial yang saat ini banyak digunakan yaitu tiktok, instagram dan facebook. Sedangkan pada Optimisasi Mesin Pencari (SEO) pada google diberikan pemahaman bagaimana membuat judul berita yang baik, agar terbaca oleh google sehingga produk yang kita promosikan dapat muncul pada halaman pertama di google. Pada setiap akhir penyampaian materi oleh pengabdian, dibuka juga sesi tanya jawab.

Pelaksanaan hari kedua dilaksanakan pada hari Selasa, 9 Mei 2023 dimulai pada pukul 10.00 WIB. Berikut tabel kegiatan pelaksanaan kegiatan PKM pada hari kedua:

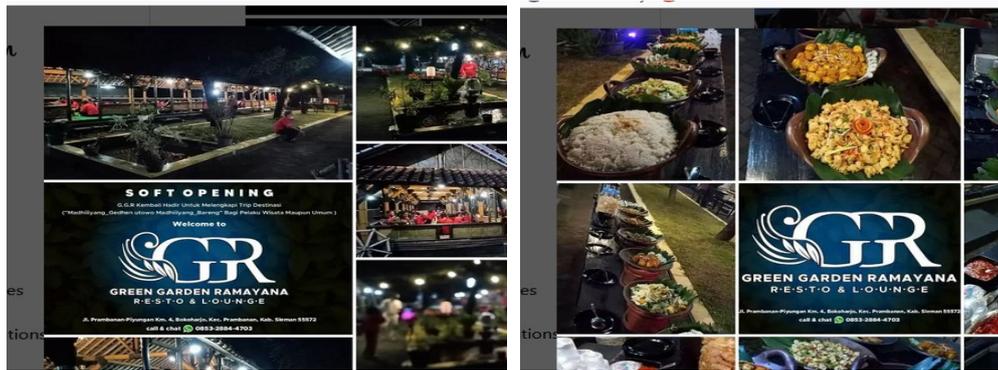
Tabel 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM di Green Garden Ramayana Resto and Lounge
Selasa, 9 Mei 2023

Waktu	Kegiatan/ Materi	Keterangan
10.00 WIB	Materi 4 : Manfaat Pemasaran Online	Pengabdian/ Akpar STIPARY
11.00 WIB	Materi 5 : Contoh Konten Pemasaran online	Pengabdian/ Akpar STIPARY
12.00 WIB	ISHOMA	Tim GGR
13.00 WIB	Praktek	Pengabdian/ Akpar STIPARY
14.00 WIB	Penutup	Moderator/ Tim GGR

Sumber: Pengabdian (2023)

Terdapat tiga (3) materi yang akan diberikan yaitu: 1) Manfaat Pemasaran Online; 2) Contoh Konten Pemasaran online dilanjutkan dengan praktek memasarkan produk atau konten secara online. Pada materi pertama yaitu Manfaat Pemasaran Online, peserta dijelaskan manfaat yang didapatkan ketika menggunakan pemasaran online yaitu: jangkauan area lebih luas, waktu yang dibutuhkan lebih cepat, dapat meminimalisir biaya promosi, membangun kepercayaan pelanggan, dapat menentukan target sasaran dengan lebih tepat. Dengan mengetahui manfaat tersebut, maka dapat memberikan kesadaran bagi peserta PKM bahwa pemasaran online telah menjadi aspek yang sangat penting dalam strategi pemasaran bisnis modern untuk meningkatkan penjualan. Materi selanjutnya adalah Contoh Konten Pemasaran online. Peserta dijelaskan dan diberikan contoh konten yang dapat digunakan pada pemasaran online, yaitu dengan mempromosikan produk yang mereka miliki melalui website. Selain website, mereka juga diberikan contoh untuk menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Tiktok, Facebook untuk mempromosikan produk di Green Garden Ramayana Resto and Lounge. Contoh konten yang dapat dilakukan Green Garden Ramayana Resto and Lounge adalah dengan mengirimkan email blast kepada konsumen atau biro travel. Ketiga contoh konten Pemasaran online tersebut dapat diterapkan di Green Garden Ramayana Resto and Lounge.

Setelah semua paparan materi disampaikan, maka sesi berikutnya adalah memberikan pelatihan atau praktek secara langsung cara mengunggah produk atau konten pada beberapa media promosi online. Adapun media pemasaran online yang dipilih pada praktek tersebut adalah media sosial Instagram. Berikut hasil konten produk yang di unggah pada media sosial Instagram Green Garden Ramayana Resto and Lounge:



Gambar 1. Hasil contoh konten yang diunggah pada media Instagram Green Garden Ramayana Resto and Lounge

Simpulan

Pelaksanaan kegiatan PKM yang berlangsung selama 2 (dua) hari bertempat di Green Garden Ramayana Resto and Lounge berjalan dengan lancar. Dapat disimpulkan bahwa peserta memiliki antusiasme dan motivasi yang tinggi untuk memahami konsep pemasaran online. Terjadinya interaksi dalam bentuk tanya jawab selama kegiatan berlangsung menjadi bukti bahwa peserta ingin memahami konsep dan praktek pemasaran online yang akan mereka gunakan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan di Green Garden Ramayana.

Referensi

- Ahmed, M., & Zahid, Z. (2014). *Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in Terms of Purchase Intention*. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 533-549
- Alhempri., Harianto., & Wismar, (2013). *Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan*. *STIE Pekan Baru*, Diakses pada tanggal 10 April 2019, *Media Riset Bisnis & Manajemen* Volume 13 No 1, 2013: 20-38
- Dianawati, A. (2007). *6 Rahasia Sukses Menjadi jutawan Internet*. Jakarta: Mediakita.
- Hasibuan, M.S.P. (2012). *Manajemen SDM*. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tiga belas. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kaswan. (2016). *Pelatihan dan Pengembangan untuk Meningkatkan SDM*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2000). *Manajemen pemasaran*. PT Macaman Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Neti, S. (2011). *Social Media and its role in marketing*, *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*. Vol.1 No.2. hal 1-16.