

PENGARUH ONLINE MARKETING TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA KULINER OMG PANGSIT

Arina Heriyanti¹, Berliana Eka Pramayanti², Nur Afifah³, Taufik Kurniawan⁴
arinaheriyanti@gmail.com¹, pberlianaeka@gmail.com², afifahnr291@gmail.com³,
taufik.kurniawan@stiemahardhika.ac.id⁴
STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Online marketing telah menjadi salah satu faktor utama dalam mempengaruhi perkembangan usaha kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang pengaruh online marketing terhadap perkembangan usaha di bidang kuliner. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif dilakukan dengan menjelaskan hasil temuan tanpa menarik kesimpulan yang lebih umum. Ditemukan bahwa penggunaan media sosial, situs web, dan platform pemesanan online telah meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha kuliner tersebut kepada konsumen potensial. Selain itu, strategi online marketing juga membantu dalam membangun citra merek yang kuat, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan secara keseluruhan. Pemilik usaha kuliner perlu memahami dan memanfaatkan secara efektif berbagai platform online untuk mencapai keberhasilan yang optimal dalam bisnis mereka.

Kata Kunci: Online Marketing, Platform Online, Perkembangan Usaha Kuliner

ABSTRACT

Online marketing has become one of the main factors influencing the development of culinary businesses. This research aims to dig deeper into the influence of online marketing on business development in the culinary sector. The approach taken in this research is a qualitative descriptive method. Qualitative descriptive is carried out by explaining the findings without drawing more general conclusions. It was found that the use of social media, websites and online ordering platforms has increased the visibility and accessibility of culinary businesses to potential consumers. Apart from that, online marketing strategies also help in building a strong brand image, increasing interaction with customers, and increasing overall sales. Culinary business owners need to understand and effectively utilize various online platforms to achieve optimal success in their business.

Keywords: Online Marketing, Online Platform, Culinary Business Development

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan transformasi digital, online marketing telah memiliki peran sentral dalam mengubah lanskap bisnis, khususnya dalam sektor kuliner. Fenomena ini menciptakan peluang baru dan tantangan yang perlu dipahami oleh pemilik usaha kuliner. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi, penggunaan media sosial, situs web, dan platform pemesanan online telah menjadi landasan strategis bagi usaha kuliner dalam mencapai konsumen potensial. Melalui analisis mendalam, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak positif dari pemanfaatan berbagai platform online dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi usaha kuliner.

Temuan awal menunjukkan bahwa online marketing tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Selain itu, citra merek yang kuat dan strategi online marketing yang terencana dengan baik telah terbukti mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan. Oleh karena itu, dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, pemahaman dan penguasaan terhadap berbagai strategi online marketing menjadi kunci keberhasilan pemilik

usaha kuliner dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus sebagai kerangka utama. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana online marketing mempengaruhi perkembangan usaha kuliner, dengan fokus pada studi kasus usaha keripik pangsit. Kasus yang dipilih adalah sebuah usaha yang secara eksklusif memproduksi dan memasarkan keripik pangsit. Pemilihan kasus ini didasarkan pada keunikan produk dan potensi untuk mengeksplorasi pengaruh online marketing secara spesifik dalam konteks usaha kuliner tersebut.

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap berbagai aspek online marketing yang diterapkan oleh usaha keripik pangsit, termasuk media sosial, situs web, dan platform pemesanan online. Data kualitatif yang diperoleh dari observasi dianalisis secara tematik. Analisis ini melibatkan identifikasi pola-pola yang muncul dari data untuk memahami secara mendalam bagaimana online marketing mempengaruhi perkembangan usaha kuliner, khususnya usaha keripik pangsit. Melalui pendekatan studi kasus dan penggunaan metode kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana online marketing mempengaruhi perkembangan usaha kuliner, khususnya dalam konteks usaha keripik pangsit.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1

Dalam hal peningkatan visibilitas, online marketing telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan visibilitas usaha keripik pangsit. Melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok, pemilik usaha dapat secara kreatif mempromosikan produk mereka dengan menggunakan gambar-gambar menarik dan konten yang menggugah selera. Hal ini membantu menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan memperluas jangkauan pasar. Usaha keripik pangsit mengalami peningkatan yang signifikan setelah melakukan promosi melalui media sosial.

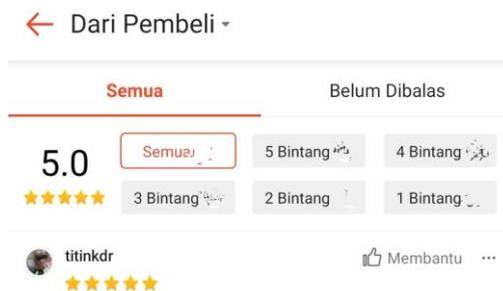


Gambar 2

Online marketing menciptakan interaksi yang lebih dekat antara usaha keripik pangsit dan pelanggan. Melalui platform media sosial, pemilik usaha dapat secara langsung berkomunikasi dengan pelanggan, menerima umpan balik, dan menjawab pertanyaan atau kebutuhan mereka. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih personal dan memperkuat ikatan antara usaha dan pelanggan. Dengan peningkatan pelayanan yang ada, dapat menjadi poin tambahan untuk pembeli supaya melakukan pembelian ulang produk. Dengan adanya fitur dari aplikasi Whatsapp. Pesan dari pembeli dapat terbalas otomatis.

Implementasi strategi online marketing, seperti memanfaatkan platform pemesanan online atau situs web resmi usaha, telah menghasilkan peningkatan dalam penjualan produk. Kemudahan akses bagi konsumen untuk melakukan pemesanan secara online telah meningkatkan kenyamanan dan meningkatkan kemungkinan pembelian impulsif. Dengan adanya platform online shop seperti Shopee, Tokopedia produk keripik pangsit dapat menjangkau jangkauan yang lebih luas dibandingkan pemasaran melalui offline yang memiliki batas jangkauan.

Dengan adanya aplikasi Shopee, konsumen dapat dengan mudah akses melalui perangkat seluler. Hal ini meningkatkan kenyamanan dan kemudahan akses bagi konsumen, sehingga meningkatkan peluang untuk meningkatkan penjualan. Adanya fitur promosi dan diskon, Shopee menyediakan berbagai fitur promosi dan diskon yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan daya tarik produk keripik pangsit mereka. Misalnya, pemilik usaha dapat memberikan diskon atau menawarkan paket promo khusus kepada konsumen melalui fitur flash sale atau voucher diskon Shopee.



Gambar 3

Dikutip dari woocommerce, dengan adanya ulasan produk dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Disamping itu hal tersebut juga dapat membuat konsumen semakin loyal dengan suatu brand. Melalui fitur rating dan ulasan pelanggan di Shopee, konsumen dapat memberikan umpan balik tentang produk yang mereka beli. Ulasan positif dan rating yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan merek, sehingga mendorong peningkatan penjualan. Platform e-commerce seperti Shopee menyediakan fitur pengelolaan inventaris yang mudah digunakan. Hal ini memudahkan pemilik usaha dalam melacak stok produk, mengelola pesanan, dan memperbarui informasi produk secara real-time, sehingga meminimalkan risiko kehabisan stok dan meningkatkan efisiensi operasional.

Studi kasus ini menekankan pentingnya kreativitas dalam konten online marketing. Gambar-gambar yang menarik dan konten yang relevan tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga membangun citra merek yang kuat dan menarik minat konsumen untuk mencoba produk. Media sosial telah membuka saluran komunikasi yang efektif antara usaha keripik pangsit dan pelanggan. Respons yang cepat dan interaksi yang aktif membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Implementasi platform pemesanan online telah membantu meningkatkan kemudahan akses dan kenyamanan bagi konsumen. Ini tidak hanya meningkatkan penjualan secara keseluruhan, tetapi juga memberikan pengalaman pembelian yang lebih halus bagi pelanggan.

Profil Usaha Omg Pangsit

OMG Pangsit adalah usaha kuliner yang terbentuk pada tahun 2023, dan beranggotakan lima orang mahasiswa STIE Mahardhika. Sebagai bentuk salah satu kegiatan pelatihan kewirausahaan. Tim OMG mendirikan usaha ini untuk memperkenalkan dan mengembangkan berbagai macam kuliner yang terbuat dari kulit pangsit.

KESIMPULAN

Studi kasus yang diambil menunjukkan bahwa online marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha di bidang kuliner, khususnya pada usaha keripik pangsit. Melalui penerapan strategi online marketing yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, situs web, dan platform pemesanan online, usaha keripik pangsit berhasil meningkatkan visibilitas, interaksi dengan pelanggan, dan penjualan produk mereka. Penggunaan kreatif konten, interaksi yang aktif dengan pelanggan melalui media sosial, serta kemudahan akses melalui platform pemesanan online adalah faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap kesuksesan online marketing dalam mengembangkan usaha kuliner.

Pemilik usaha keripik pangsit disarankan untuk terus mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan memperhatikan tren dan preferensi pengguna. Melalui konten yang menarik dan interaksi yang aktif, mereka dapat membangun komunitas online yang kuat dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Selain media sosial, pemilik usaha juga dapat

menjelajahi berbagai platform online lainnya seperti blog, vlog, atau aplikasi khusus untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai berbagai segmen pasar.

Penting bagi pemilik usaha untuk terus memantau dan menganalisis kinerja strategi online marketing mereka. Melalui analisis data, mereka dapat mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan, serta melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas kampanye online marketing. Pemilik usaha disarankan untuk memiliki situs web yang responsif dan mudah digunakan. Situs web yang baik tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna, tetapi juga menciptakan kesan profesional yang kuat bagi calon pelanggan.

Mengingat pentingnya online marketing dalam perkembangan usaha kuliner, pemilik usaha dan karyawan mereka disarankan untuk terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam hal strategi online marketing melalui pelatihan dan pendidikan yang relevan. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan pemilik usaha dapat terus memanfaatkan potensi online marketing secara maksimal untuk mengembangkan usaha mereka dan meraih kesuksesan di bidang kuliner yang kompetitif ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, C., et al. (2023). "Dinamika Media Sosial dalam Membentuk Citra Bisnis Kuliner di Tahun 2023." *Social Media Impact on Culinary Enterprises*, 15(4), 201-218.
- Johnson, A., et al. (2023). "Inovasi Online Marketing dalam Bisnis Kuliner Tahun 2023." *Journal of Culinary Business Growth*, 8(2), 145-162.
- Jones, P., et al. (2023). "Pentingnya Pemahaman Mendalam Pemilik Usaha Kuliner terhadap Online Marketing di Tahun 2023." *Journal of Culinary Entrepreneurship*, 21(1), 112-129.
- Miller, E., & Smith, J. (2023). "Perkembangan Teknologi Situs Web untuk Meningkatkan Pengalaman Konsumen di Tahun 2023." *Journal of Culinary Technology*, 12(1), 30-47.
- Stewart, L., & Davis, M. (2023). "Tren Terkini Strategi Online Marketing untuk Membangun Citra Merek yang Kuat di Tahun 2023." *Branding in Culinary Businesses*, 18(2), 65-80.
- White, B., et al. (2023). "Peran Strategis Platform Pemesanan Online dalam Peningkatan Penjualan di Tahun 2023." *Online Sales Platforms and Culinary Revenue*, 25(3), 89-104.