

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Penerapan Digital Marketing pada Bisnis Kuliner Ayam Betutu Resto di Yogyakarta

Ayam Betutu Resto di Yogyakarta merupakan restoran yang memiliki konsep bernuansa “Bali” yang beralamatkan di Jl. Damai Gang. Watugede No. 2, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, DIY. Dalam pengelolaannya, Ayam Betutu Resto di Yogyakarta menerapkan berbagai strategi pemasaran *digital* bertujuan untuk memberikan dan memperluas jangkauan masyarakat dalam meningkatkan penjualan, sehingga Ayam Betutu Resto menjadi lebih maju.

Strategi pemasaran *digital* yang digunakan pada Ayam Betutu Resto di Yogyakarta yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram dan TikTok sebagai sarana yang efektif untuk memasarkan produknya. Berikut penerapan dalam pemasaran *digital* pada Ayam Betutu Resto di Yogyakarta adalah sebagai berikut :

a. Instagram

Ayam Betutu Resto Yogyakarta menggunakan instagram sebagai media promosi *online* resto melalui sebuah foto atau video. Instagram merupakan informasi dengan mengupload foto dan video produk. Media pemasaran *online* instagram Ayam Betutu Resto di Yogyakarta juga menampilkan profil restoran, *contact person*, dan akun jejaring sosial lainnya, serta informasi seperti mengenai produk makanan yang baru,

reservasi, live musik dan lainnya. Di akun insatgram resto dilengkapi kolom komentar untuk memudahkan konsumen berkomentar. Ayam Betutu Resto Yogyakarta melalui halaman Instagram dengan menggunakan nama akun @ayambetutu.jogja.

Adapun isi akun sosial media instagram dari Ayam Betutu Resto adalah sebagai berikut:

1. Nama akun atau (*Username*)

Saat ini Ayam Betutu Resto memiliki nama akun instagram yaitu @ayambetutu.jogja dengan pengikut sebanyak 1.341 *followers*. Oleh karena itu, dapat meningkatkan daya tarik dan identitas di akun Instagram dengan menggunakan nama pengguna yang sesuai dengan bisnis. Jika semakin banyak pengikut maka akan semakin banyak juga yang mengikuti (*follow*).

2. Foto *Profile*

Ayam Betutu Resto telah menggunakan foto *profile* berupa logo bisnis Ayam Betutu Resto dengan gambar desain yaitu ayam. Sehingga penggunaan logo ini mudah dikenali ketika calon konsumen mencari postingan di sosial media.

3. *Profile Bio*

Profile bio pada instagram Ayam Betutu Resto Yoygakarta ini resmi sebagai nama akun instagram yang dipakai sebagai pemasaran *digital* pada Ayam Betutu Resto. Bio instagram ini memperkenalkan berbagai bisnis kuliner Ayam Betutu Resto. Selain itu, bio pada

instagram ada informasi mengenai profil bisnis serta melampirkan link alamat lokasi pada bisnis kuliner.

4. Membuat *Feed* Instagram

Feed instagram digunakan untuk membagikan foto-foto atau video berupa makanan sesuai dengan kuliner bisnis pada Ayam Betutu Resto untuk mempromosikan produk kepada pengikut.

5. Membuat *highlight stories*

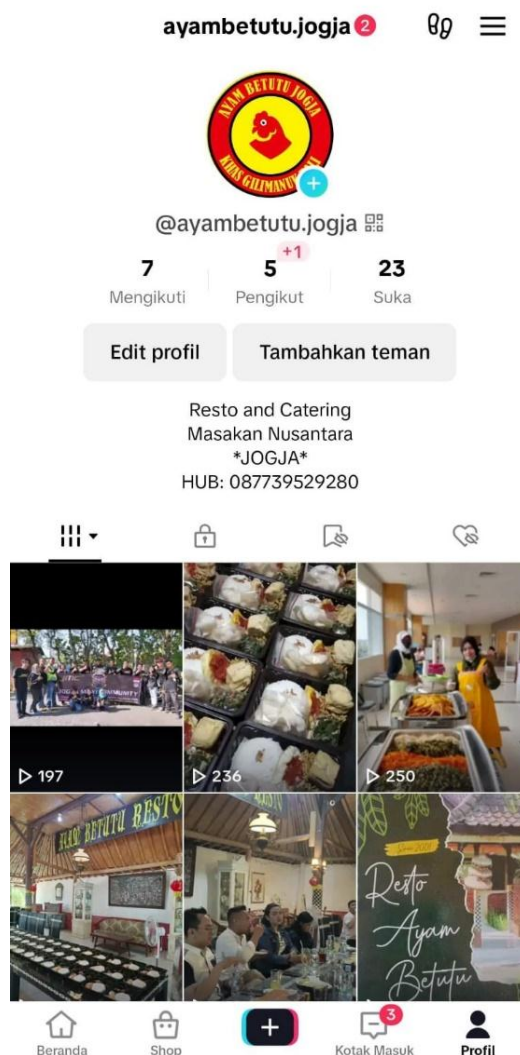
Pada akun instagram sudah ada *highlight stories*, pelaku bisnis biasanya menggunakan ruang ini untuk menampilkan cerita yang telah mereka posting sebelumnya di profil Instagram. Hal ini memungkinkan pengguna untuk dapat melihat postingan ulang bagian dari cerita mereka sehingga konsumen dapat melihatnya. Pengguna akun bisa menampilkan testimoni, daftar menu, ulasan dari pembeli, dan suasana di dalam resto.



Gambar 4.1 Akun Instagram

b. TikTok

Kegiatan promosi melalui TikTok, Ayam Betutu Resto Yogyakarta belum memiliki akun *official* untuk Ayam Betutu Resto, namun Ayam Betutu Resto di Yogyakarta memanfaatkan TikTok dari akun *marketing* media sosial nya sebagai media promosi yang akan mempermudah untuk memasarkan produk. Promosi melalui TikTok bisa memberikan unggahan video langsung kepada calon konsumen Ayam Betutu Resto di Yogyakarta.



Gambar 4.2 Akun TikTok

Berbagai konten yang sangat beragam, dapat digunakan oleh pelaku bisnis untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen. TikTok Ayam Betutu Resto memiliki strategi spesifik untuk mengoptimalkan media sosial di platformnya dengan mengunggah video produk setiap hari ke aplikasi TikTok. Pemasaran melalui TikTok sudah karena telah membuat trend dan membuat video yang menarik, tetapi promosi yang dilakukan Ayam Betutu Resto Yogyakarta masih sedikit pada followers dan postingan yang di unggah. Tetapi sudah memiliki akun pribadi sehingga beberapa calon konsumen ada yang tertarik dan mempercayai dalam video yang di unggah. Dengan menggunakan aplikasi TikTok calon konsumen akan lebih tertarik bila langsung mengetahui informasi dari unggahan video yang ada di Ayam Betutu Resto Yogyakarta.

Dalam melakukan pengelolaan sosial media Tiktok tidak jauh berbeda dengan instagram. Adapun pengelolaan akun TikTok pada ayambetutu.jogja adalah sebagai berikut:

a. Menggunakan *hashtag*

TikTok ayambetutu.jogja menggunakan *hashtag* pada 1 postingan cukup menggunakan 24 *hashtag*. Penggunaan 24 *hashtag* pada ayambetutu.jogja digunakan pada setiap kali postingan dengan *hashtag*

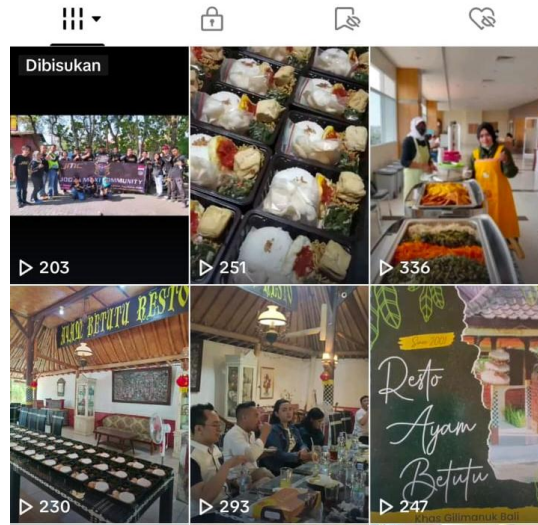
yang relevan dengan bisnis tentang Ayam Betutu Resto. Berikut *hashtag* TikTok yang digunakan Ayam Betutu Resto :

#ayambetutu	#makan
#ayambetutujogja	#makananindonesia
#cateringjogja	#makanannusantara
#ayambetuturesto	#jajanankekinian
#kulinersemarang	#jajanviral
#masakanindonesia	#jajananviraljogja
#masakannusantara	#jajankekinian
#kulinerdenpasarbali	#kulinerbali
#kuliner	#catering
#kulinerjogja	#cateringjogja
#cateringdenpasar	#cateringbali
#jajanannusantara	#kulinernusantara

b. Membuat Trend dan membuat video yang menarik

Untuk membuat konten di TikTok, sebelumnya melihat para pengguna sosial dengan trend yang sedang viral. Biasanya, dengan menggunakan suara yang saat ini trend di TikTok. Dalam hal ini Ayam Betutu Resto mengikuti beberapa trend, seperti video *packing* pesanan catering dan rivew, lalu untuk konten yang menarik seperti membuat video daftar harga, video daftar menu, dan video suasana resto.

Contoh konten yang dibuat pada ayam Betutu Resto:



Gambar 4.3 Konten Tiktok

c. Membuat deskripsi video yang jelas

Dalam sosial media TikTok Ayam Betutu Resto memposting video terkait dengan bisnis kuliner Ayam Betutu Resto yaitu dengan menampilkan makanan dan suasana tempat yang benuansa khas Bali. Di bagian profil bio atau *caption* bisa ditambahkan keterangan alamat lokasi sehingga memudahkan calon konsumen untuk mencari tempat kuliner Ayam Betutu Resto. Hal ini dapat digunakan untuk menginformasikan kepada calon konsumen dan diharapkan dapat menambah *followers* di TikTok.

B. Mengetahui Apakah Strategi yang Digunakan Sudah Optimal

Dalam melakukan pemasaran khususnya di media sosial dalam mengelola media sosial di instagram Ayam Betutu Restu telah menggunakan nama akun atau (*username*), foto *profile*, *profile* bio, membuat *feed* instagram, dan membuat *highlight stories* sudah optimal dan sudah sesuai dengan tips pemasaran yang digunakan oleh Aldira tahun 2020 karena sudah di terapkan

oleh Ayam Betutu Resto. Ayam Betutu Resto melakukan pemasaran atau *marketing* nya memiliki kendala khususnya pada penggunaan alat perangkat elektronik, yaitu *handphone* karena masih tergabung dengan *handphone* pribadi pemilik bisnis. Sedangkan pada akun media sosial di TikTok yang diterapkan Ayam Betutu Resto, tidak berbeda jauh dengan instagram, karena dalam mengelola TikTok juga sudah optimal dan sudah sesuai dengan tips yang digunakan Nufus dan Handayani.

Dalam membuat trend dan membuat video yang menarik di TikTok hanya perlu dimaksimalkan lagi dengan menggunakan lagu yang sedang populer dan viral sehingga akan menarik dari orang-orang yang menggunakan akun media sosial TikTok untuk melihat unggahan. Video konten yang di unggah masih belum memiliki banyak pengikut atau *followers* sehingga tidak ada respon dari *audiens*. Pembuatan konten perlu diperhatikan pada kualitas video agar pencahayaan atau editan video menghasilkan kualitas video yang baik.