

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Penerapan *Online Marketing*

Penerapan *online marketing* menjadi bagian dalam mempromosikan produk dengan mengandalkan platform digital. Melalui berbagai platform digital, perusahaan dapat menjangkau kegiatan secara lebih luas. Berikut media *online marketing* yang digunakan oleh Restoran Pringsewu Jogja:

1. Instagram

Instagram menjadi salah satu media *online marketing* yang dimanfaatkan oleh Pringsewu untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Akun Instagram tersebut menyajikan konten berupa foto dan video yang menampilkan berbagai hidangan, suasana restoran, serta layanan yang ditawarkan. Selain itu, terdapat informasi kontak seperti nomor WhatsApp dan akses ke aplikasi pesan *online* untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan.

Pringsewu Jogja secara aktif memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dan komunikasi dengan audiensnya melalui beragam konten menarik. Mereka membagikan video promosi yang menampilkan produk andalan seperti pepes bandeng, kopi, dan nasi box, serta layanan seperti penyediaan lokasi untuk acara dan event. Selain itu, mereka juga menyampaikan ucapan hari nasional yang relevan untuk memperkuat keterikatan emosional dengan pelanggan. Promosi produk yang kreatif, seperti

memperingati hari nasional dengan promo spesial chicken atau kampanye "tidak enak, tidak bayar" untuk pepes bandeng, menjadi strategi unggulan dalam menarik perhatian sekaligus meningkatkan penjualan.

Jumlah konten yang diunggah terbilang sedikit, dengan frekuensi pembaruan yang rendah, sehingga kurang optimal dalam menjaga interaksi dengan pelanggan. Selain itu, informasi mengenai alamat lengkap cabang Pringsewu tidak tersedia di profil Instagram yang dapat menjadi kendala bagi pelanggan baru yang ingin mengunjungi lokasi secara langsung.



Gambar 4. 1 Instagram

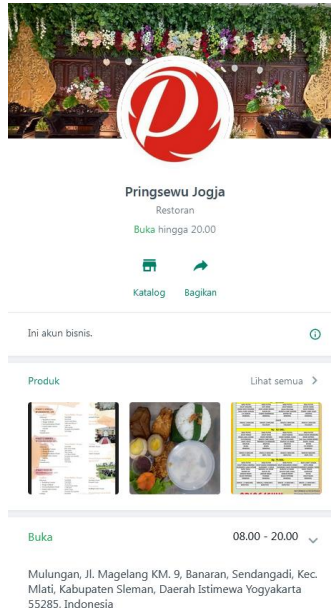
2. WhatsApp

WhatsApp menjadi salah satu media *online* yang dimanfaatkan secara maksimal oleh Pringsewu untuk mendukung kegiatan pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan. Dengan fitur katalog *online*, Pringsewu memudahkan pelanggan untuk melihat

berbagai produk dan layanan yang ditawarkan secara praktis langsung dari aplikasi. Selain itu, Pringsewu juga memanfaatkan fitur WhatsApp Stories untuk membagikan konten berupa promosi, menu spesial, atau informasi layanan kepada pelanggan.

Melalui WhatsApp, Pringsewu Jogja memaksimalkan komunikasi langsung dengan pelanggan untuk menyampaikan berbagai konten promosi yang menarik. Mereka menawarkan promo produk seperti pepes bandeng, hampers Natal, dan menu box KAI, yang dirancang untuk berbagai kebutuhan pelanggan. Selain itu, layanan seperti penyediaan lokasi dan event juga dipromosikan untuk menarik perhatian penyelenggara acara. Promosi dari influencer, seperti kolaborasi dengan Nitadevandora, turut memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap *brand*. Tak ketinggalan, ucapan hari nasional menjadi bagian dari strategi untuk menjaga kedekatan dan hubungan baik dengan pelanggan.

Media ini digunakan secara aktif dalam kegiatan *sales call*, di mana tim Pringsewu berinteraksi langsung dengan pelanggan untuk menawarkan produk atau menindaklanjuti kebutuhan mereka. Tidak hanya itu, fitur WhatsApp *Blast* digunakan oleh tim Pringsewu untuk mengirimkan pesan, seperti informasi promosi atau pengingat acara kepada banyak pelanggan.



Gambar 4. 2 WhatsApp

3. TikTok

TikTok menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh Pringsewu untuk mempromosikan produk dan layanannya. Pringsewu menghadirkan konten berupa video dan foto yang menampilkan menu makanan, suasana, dan layanan restoran. Konten yang disajikan bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan dengan kreatif. Jumlah konten yang diunggah relatif sedikit, dan frekuensi pembaruan konten baru sangat jarang.

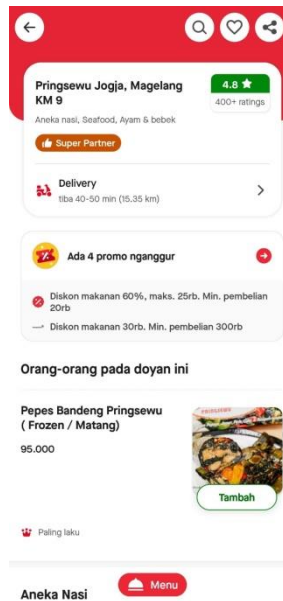


Gambar 4. 3 TikTok

4. *Marketplace*

Pringsewu memanfaatkan media *marketplace* seperti Gojek untuk memperluas jangkauan pemasaran produk makanannya. Informasi yang tersedia pada platform ini disusun secara lengkap, mencakup daftar menu, harga, foto, serta ketersediaan produk. Kehadiran Pringsewu di *marketplace* memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian dengan praktis melalui layanan pengantaran makanan di Gojek.

Sistem pembayaran digital pada platform tersebut semakin mempermudah pelanggan dalam menyelesaikan proses pembelian tanpa hambatan. Dengan menggunakan *marketplace* ini, Pringsewu tidak hanya meningkatkan kemudahan pelanggan, tetapi juga memperkuat posisinya di pasar digital.

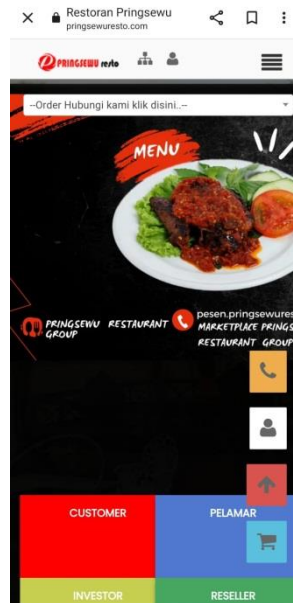


Gambar 4. 4 Gojek

5. Website

Website Pringsewu menjadi salah satu media *online* yang lengkap dan informatif dalam mendukung kebutuhan pelanggan serta memperkuat citra perusahaan. Dalam media ini, pelanggan dapat menemukan berbagai informasi penting, seperti daftar produk dan layanan yang ditawarkan, alamat lengkap setiap cabang Pringsewu, serta kontak pesan untuk mempermudah komunikasi langsung.

Form kritik dan saran tersedia di website Pringsewu yang memungkinkan pelanggan memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan. Website ini juga dilengkapi dengan informasi terbaru mengenai promo-promo menarik dan berita terkait aktivitas perusahaan, sehingga pelanggan dapat selalu mendapatkan pembaruan terkini.



Gambar 4. 5 Website

B. Evaluasi Penerapan *Online Marketing*

Penerapan *online marketing* tidak terlepas dari berbagai hambatan yang dapat mempengaruhi aktivitas pemasaran. Evaluasi terhadap penggunaan media *online* perlu diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas platform yang digunakan. Berdasarkan penerapan media *online* Pringsewu, terdapat beberapa hal yang perlu dievaluasi yaitu:

1. Tidak Konsisten dalam Pembuatan Konten

Media *online* seperti Instagram dan TikTok menghadapi kendala mengenai frekuensi unggahan yang rendah. Kekurangan dalam konsistensi unggahan konten menandakan perlunya manajemen konten yang lebih baik. Tanpa jadwal yang terstruktur, konten yang diunggah cenderung tidak terkoordinasi dengan baik dan penurunan keterlibatan pelanggan.

Pringsewu belum menetapkan jadwal yang jelas dalam mengatur konsistensi unggahan konten. Mengatur jadwal unggahan secara rutin dapat meningkatkan kehadiran *online* Pringsewu dan keterlibatan pelanggan. Selain itu, konsistensi konten juga membantu memperkuat kehadiran merek di mata pelanggan. Penetapan jadwal yang konsisten sangat penting untuk membangun audience dan meningkatkan *visibilitas* serta reputasi Pringsewu. Oleh karena itu, Pringsewu perlu merencanakan dan mengatur waktu unggahan dengan lebih baik, untuk mencapai tujuan komunikasi dan pemasaran yang lebih optimal.

2. Kurangnya Pemahaman Teknologi

Tim *marketing* Pringsewu menghadapi hambatan mengenai kurangnya pemahaman tentang teknologi yang mendukung *online marketing*. Ketidak pahaman ini membuat tim *marketing* kesulitan memanfaatkan berbagai alat pemasaran untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Hambatan ini juga dapat menghambat kreativitas dalam pembuatan konten dan pelaksanaan pemasaran, serta membuat Pringsewu tertinggal dari kompetitor yang lebih adaptif terhadap teknologi.

Pringsewu belum menetapkan pelatihan yang memadai kepada tim *marketing* mengenai teknologi untuk pemasaran. Pelatihan yang dirancang secara khusus untuk kebutuhan *online marketing* sangat penting untuk membekali tim dengan keterampilan yang relevan. Dengan memahami teknologi

pemasaran terkini, tim dapat memaksimalkan penggunaan platform digital, menghasilkan konten yang lebih relevan dan menarik. Oleh karena itu, Pringsewu dapat menyelenggarakan program pelatihan teknologi pemasaran yang terstruktur dan berkelanjutan. Langkah ini memastikan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan lebih efisien, efektif, dan mampu memberikan dampak positif.

3. Pengelolaan Sumber Daya

Tim *marketing* Pringsewu menghadapi hambatan dalam sumber daya yang kurang efisien dalam mengelola unggahan konten. Konten yang dihasilkan cenderung kurang terstruktur, baik dari segi frekuensi maupun kualitas, sehingga mengurangi daya tarik audiens. Sumber daya yang tersedia, seperti tenaga kerja dan teknologi kurang dimanfaatkan secara optimal, yang mengakibatkan kurangnya efisiensi dalam menjalankan *online marketing*.

Pringsewu perlu mengevaluasi ketiadaan sumber daya yang sesuai untuk mendukung aktivitas *online marketing* mereka. Fasilitas sumber daya seperti kamera atau smartphone yang memiliki resolusi tinggi dan memori yang besar, serta tenaga manusia yang menguasai teknologi, pelaksanaan *online marketing* dapat berjalan dengan lebih efektif dan optimal. Kombinasi antara sumber daya teknologi yang mumpuni dan tenaga kerja yang kompeten menciptakan alur kerja yang efisien, menghasilkan

konten berkualitas tinggi, serta meningkatkan keterlibatan audiens, sehingga mendukung keberhasilan keseluruhan *online marketing*.