

Penerapan Digitalisasi *Marketing* dan Pembangunan *Brand Awareness* pada Nasi Kari 1816

Evi Silvana Muchsinati¹, Jeanny²

Universitas Internasional Batam

Email of correspondence¹: evi.silvana@uib.edu¹, 1741283.jeanny@uib.edu²

Abstrak

Rumah makan Nasi Kari 1816 didirikan oleh Pak Tian Sun pada tahun 2011. Lokasi dari rumah makan ini berada di Windsor Phase 1 Blok 2 No. 3. Sesuai dengan namanya menu utama dari rumah makan ini adalah nasi kari dan menu lainnya adalah nasi semur. Omset perbulan dari rumah makan ini sekitar Rp 16.000.000 sampai Rp 20.000.000. Di masa pandemi ini membawa dampak negatif terhadap rumah makan ini yaitu menurunnya tingkat penjualan. Selain itu sistem dan pendukung lainnya untuk efektivitas jual beli makanan kurang mendukung. Dalam kegiatan PKM ini penulis bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan efektivitas jual beli dengan memanfaatkan *Instagram*, *Grab-Food*, *design* logo, *design* menu dan pemasangan spanduk. Dengan dilakukannya kegiatan ini penjualan pada Nasi Kari 1816 meningkat dengan omset Rp 17.500.000 sampai Rp 23.000.000 per bulan. Rekomendasi dari penulis adalah pemilik usaha dapat menambah atau memperbarui menu makanan dan memanfaatkan aplikasi *online* dengan maksimal.

Kata kunci: *Instagram*, *Grab-Food*, *Menu*, *Logo* dan *Spanduk*

Pendahuluan

Rumah makan Nasi Kari 1816 didirikan oleh Pak Tian Sun pada tahun 2011. Dimana lokasi rumah makan ini berada di Windsor Phase 1 Blok 2 No. 3. Omset perbulan rumah makan ini sekitar Rp 16.000.000 hingga Rp 20.000.000. Hal yang menjadi inspirasi penulis dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah sistem penjualan yang digunakan pemilik usaha masih berkurang, Terutama dimasa pandemi ini, yang menyebabkan turunnya tingkat penjualan.

Hal yang pernah dilakukan

pemilik usaha dalam membangun nama rumah makan dan promosi hanya melalui *mouth to mouth* dan mengandalkan *Whatsapp* sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Dimana proses penyebaran nama rumah makan sangat rendah dan pelanggan harus mempunyai nomor ponsel pemilik usaha untuk menerima *update menu* dan melakukan pemesanan.

Dengan dilakukannya kegiatan PKM ini bermaksud agar dapat meningkatnya penjualan, dikenal oleh masyarakat luas di luar wilayah sekitarnya dan mempermudah pelanggan dalam

pemesanan baik secara *online* atau *dine in*.

Masalah

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) merupakan salah satu virus yang menyebabkan timbulnya penyakit pernapasan (Stoppneumonia.id, 2020). Dimana penyakit ini merupakan penyakit baru yang belum pernah diketahui sebelumnya. Nama virus penyebab COVID-19 ini adalah Sars-CoV-2 yang ditularkan antar hewan dan manusia. Penyebaran virus corona berawal dari bertemunya seorang WNI dengan WN Jepang di Bulan Februari 2020. Pada tanggal 16 Februari 2020 WNI terkena sakit batuk. Disaat WNI ini sakitlah, ia baru menerima telepon bahwa WN Jepang positif corona. Inilah kasus pertama virus corona di Indonesia (Liputan6, 2020). Dimasa pandemi ini menyebabkan omset perusahaan menurun hingga gulung tikar baik perusahaan besar maupun UMKM. Salah satu UMKM yang terkena dampak pandemi ini adalah rumah makan Nasi Kari 1816. Di masa pandemi ini hal yang paling dibutuhkan untuk berbisnis atau kerja adalah sistem *online*. Masalah yang dihadapi rumah makan Nasi Kari 1816 adalah kurangnya penggunaan sistem *online* sehingga mempersulit pemilik usaha dan konsumen dalam proses jual beli yang berdampak pada tingkat penjualan. Kurangnya pemahaman dalam sistem *online* sehingga mempersulit pemilik usaha dalam memanfaatkannya.

Selama ini, Nasi Kari 1816 tidak menggunakan sistem penjualan dan pengiriman *online* seperti penjualan melalui *Instagram* dan *Grab-Food*. Sehingga pelanggan yang ingin menikmati nasi kari ini harus pergi kelokasi atau menelepon. Di masa

pandemi ini, ada beberapa pelanggan yang jarang bahkan sudah lama tidak berkunjung ke Nasi Kari 1816 karena mereka tidak ingin berkunjung kelokasi.

Selain itu, rumah makan Nasi Kari 1816 tidak memiliki logo sendiri, tidak tersedia menu dan spanduk ditempat. Hal ini membuat pelanggan baru kesulitan untuk mencari lokasi dan melakukan pemesanan. Rata-rata pelanggan Nasi Kari 1816 adalah masyarakat sekitar daerah Windsor, Nagoya, Jodoh, dan Baloi. Jadi dapat dikatakan rumah makan Nasi Kari 1816 ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat Kota Batam.

Target dari kegiatan PKM ini diharapkan agar omset per bulan dari rumah makan Nasi Kari 1816 dapat meningkat setidaknya 5% bahkan lebih dari omset awal.

Metode

Dalam implementasi kegiatan PKM terhadap rumah makan Nasi Kari 1816, perlu adanya data-data yang dikumpulkan sebagai pendukung dan sumber. Data awal yang didapatkan penulis melalui survei, wawancara dan observasi. Tahap awal yang dilakukan penulis adalah survei kelokasi rumah makan untuk melihat kondisi dan suasana rumah makan. Dalam survey ini penulis melihat bahwa lokasi rumah makan ini cukup bagus namun ada beberapa poin dari kondisi ditempat makan yang masih perlu ditingkatkan. Selanjutnya penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha mengenai sejarah, kegiatan operasional rumah makan, sistem yang digunakan dan penjualan per bulan. Dan terakhir penulis melakukan observasi beberapa kali untuk melihat lebih jelas masalah yang dialami,

memberikan solusi kepada pemilik usaha, meminta izin untuk implementasi dan meminta dokumen pendukung dari pemilik usaha.

Selain data diatas, penulis juga memerlukan data kedua dengan cara mencari sumber melalui artikel dan berita mengenai hal yang berhubungan dengan implementasi ini. Misalnya berita seputar Virus Corona, beberapa pengertian dari rancangan penulis untuk dicantumkan dalam laporan. Implementasi kegiatan ini dilaksanakan sejak tanggal 14 September 2020 sampai dengan 31 Desember 2020 di Windsor Phase 1 blok 2 No. 3.

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan sejak tanggal 14 September 2020 yang melibatkan pemilik usaha, karyawan rumah makan dan penulis. Rancangan yang dilakukan penulis adalah *design* logo, *design* menu, pembuatan akun *Instagram*, pendaftaran *Grab-Food* dan pemasangan spanduk.

Logo merupakan lambang (*brand*) atau ciri khas dari sebuah perusahaan, organisasi, produk atau lembaga dimana menggambarkan arti tertentu (Januariyansah, 2018). Dengan adanya logo masyarakat dengan mudah mengingat perusahaan tersebut. Menu merupakan list yang tertera berbagai jenis makanan biasanya dilengkapi dengan harga, gambar dan logo untuk ditawarkan kepada pelanggan. Menu berfungsi sebagai informasi dari daftar makanan yang tersedia ditempat makan tersebut (Boston, 2020). Pada rumah makan Nasi Kari 1816 tidak tersedia logo dan menu sehingga penulis merancang logo dan menu sesuai dengan keinginan pemilik usaha dan ciri khas tempat

makan untuk mempermudah pelanggan dalam mengingat ciri khas tempat makan ini dan pemesanan makan ditempat.

Pada era digital ini banyak bisnis yang memanfaatkan media sosial atau aplikasi *online* untuk meningkatkan dan memperluas bisnisnya. Salah satu media sosial yang dimaksud adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan salah satu aplikasi untuk *sharing* foto dan video. Aplikasi ini telah hadir pada tahun 2010 dan banyak digemari masyarakat terutama anak-anak muda sehingga pengguna *Instagram* cukup banyak. Dengan menggunakan aplikasi ini pada Nasi Kari 1816, pemilik usaha dapat membagikan foto dan video menu yang tersedia, lokasi, suasana tempat makan dan pemberitahuan seputar Nasi Kari 1816 misalnya pemberitahuan *closing temporary*, libur dan lainnya.

Rumah makan Nasi Kari 1816 tidak menyediakan jasa pengiriman makanan. Sedangkan dengan menerapkan jasa ini sangat membantu dalam meningkatkan penjualan Nasi Kari 1816. Sehingga penulis menerapkan *Grab-Food* pada rumah makan ini. *Grab-Food* adalah salah satu jasa pengantaran makanan yang cepat dan praktis. Dengan memanfaatkan *Grab-Food* tidak hanya masyarakat sekitar rumah makan yang dapat menikmati makanan pada Nasi Kari 1816 tetapi masyarakat daerah lain juga dapat menikmatinya.

Spanduk merupakan salah satu media informasi yang berukuran besar berfungsi untuk memberikan informasi yang biasanya dibentangkan dijalan besar, depan toko atau tempat ramai (Heizer, 2018). Sesuai dengan kondisi tempat makan nasi kari 1816 dimana rumah makan tidak tertera alamat lengkap didepan pintu atau logo. Dari kondisi

ini penulis merencanakan untuk memasang spanduk sehingga mempermudah pelanggan untuk mencari lokasi.

Pada tahap pertama penulis membuat *design* menu, logo, membuat akun *Instagram*, mengajukan *Grab-Food* dan spanduk. Sebelum *design* menu, logo dan spanduk dilakukan penulis meminta daftar makanan dan foto makanan sebagai dokumen pendukung. Setelah *design* sudah dilakukan penulis memaparkan *design* tersebut kepada pemilik usaha untuk mendengarkan pendapat dan saran. Selanjutnya untuk membuat akun *Instagram* dan mengajukan *Grab-Food* penulis meminta data seperti nomor telepon, alamat lengkap, nomor rekening, KTP pemilik usaha, NPWP untuk data pendukung. Setelah adanya akun *Instagram* dan *Grab-Food* penulis menjelaskan seputar penggunaan *Instagram* dan *Grab-Food* kepada pemilik usaha.



Gambar 1.

Logo Rumah Makan Nasi Kari 1816

Sumber: Penulis (2020)



Gambar 2.

Menu Rumah Makan Nasi Kari 1816

Sumber: Penulis (2020)

Dengan adanya logo pelanggan lebih mudah mengenal Nasi Kari 1816 selain dari nama rumah makan sedangkan dengan adanya menu dirumah makan, pelanggan lebih mudah melihat harga dan gambaran nasi kari serta menu lain yang tersedia dirumah makan. Selain itu pelanggan juga mengetahui bahwa rumah makan ini terdaftar di *Grab-Food*, *Instagram* dan *Whatsapp*.

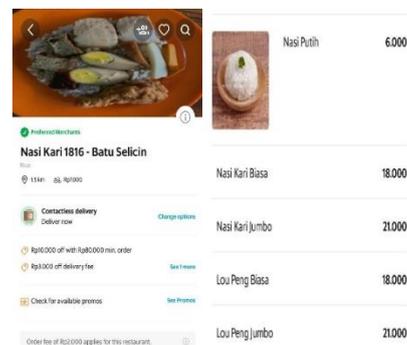


Gambar 3.

Instagram Rumah Makan Nasi Kari 1816

Sumber: Penulis (2020)

Dengan adanya akun *instagram* pemilik usaha lebih mudah mengumumkan pemberitahuan, mempublikasikan menu, lokasi, jam operasional rumah makan dan bertambahnya pelanggan baru, Namun untuk sekarang ini pelanggan yang mengetahui *Instagram* rumah makan Nasi Kari 1816 masih minim.



Gambar 4.

Grab-Food Rumah Makan Nasi Kari 1816

Sumber: Penulis (2020)

Laporan Bisnis Harian	
22 Desember 2020, Selasa	
Nasi Kari 1816 - Batu Selicin BCA ... 8545	
Ringkasan	
Total Pendapatan	Total Pesanan
IDR 28.800,72	1 pesanan

Laporan Bisnis Harian	
27 Desember 2020, Minggu	
Nasi Kari 1816 - Batu Selicin BCA ... 8545	
Ringkasan	
Total Pendapatan	Total Pesanan
IDR 72.001,80	1 pesanan

Laporan Bisnis Harian	
29 Desember 2020, Selasa	
Nasi Kari 1816 - Batu Selicin BCA ... 8545	
Ringkasan	
Total Pendapatan	Total Pesanan
IDR 26.400,66	1 pesanan

Gambar 5.

Laporan Pemesanan via *Grab-Food* pada Rumah Makan Nasi Kari 1816
Sumber: Penulis (2020)

Menurut pendapat pemilik usaha *Grab-Food* sangat mempermudah pemilik usaha dalam pengantaran makanan. Pemilik usaha dapat menginfokan ke pelanggan yang ingin memesan makanan tanpa harus berkunjung ke lokasi. Penjualan juga lebih meningkat dengan diterapkan *Grab-Food*. Namun masih ada pelanggan lama yang lebih sudah menggunakan *Go-Send* dibandingkan *Go-Food* karena sudah terbiasa dan lebih murah.



Gambar 6.

Spanduk Rumah Makan Nasi Kari 1816
Sumber: Penulis (2020)

Adanya spanduk sangat mempermudah pelanggan dan *driver Grab* dalam mencari lokasi dan penampakkan rumah makan lebih mencolok.

Simpulan

Nasi Kari 1816 adalah rumah makan yang didirikan oleh Bapak Tian Sun dan telah berdiri selama 9 tahun. Menu utama dari rumah makan ini adalah nasi kari dan menu lainnya adalah lou peng. Dari hasil observasi permasalahan yang ditemukan penulis adalah kurangnya tingkat pemasaran dan efektivitas dalam proses pengantaran makanan hingga ke tangan pelanggan. Dari permasalahan tersebut merancang pembuatan akun *Instagram*, *Grab-Food*, *design* logo, *design* menu dan pemasangan spanduk. Dari hasil yang didapatkan bahwa dengan memanfaatkan aplikasi *online*, pemesanan dan pengantaran *online*, logo, menu dan spanduk terutama dimasa pandemi ini sangat membantu peningkatan penjualan Nasi Kari 1816 selain itu juga mempermudah pemilik usaha dan pelanggan dalam proses penjualan dan pembelian makanan.

Penulis berharap agar pemilik usaha tetap terus memanfaatkan dan mengembangkan akun *Instagram* agar semakin menarik perhatian masyarakat serta memanfaatkan aplikasi *online* lainnya. Penulis berharap agar pengantaran *online* tidak hanya menggunakan satu aplikasi melainkan aplikasi lain seperti *Go-jek*, *William Express* dan lainnya. Penulis juga berharap agar pemilik usaha dapat merekrut karyawan khusus untuk pemasaran dan mengelola akun Nasi Kari 1816. Rekomendasi dari penulis adalah pemilik usaha dapat memperbarui atau menambahkan menu makanan

yang dijual agar lebih menarik perhatian kalangan luas terutama anak-anak muda.

Sebagai penutup dari artikel ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang terlibat dalam implementasi kegiatan PKM ini terutama kepada pemilik usaha dan karyawan rumah makan Nasri Kari 1816 yang telah memberikan penulis kesempatan untuk implementasi disini dan Ibu Dr. Evi Silvana Muchsinati, S.E., M.Si yang telah membimbing penulis dalam pengerjaan kegiatan ini sehingga dapat diselesaikan dengan lancar.

Daftar Pustaka

- Boston, A. (2020). Pengertian Menu: Jenis dan Contohnya. Retrieved from <https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-menu/>
- Heizer, R. (2010). (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Januariyansah, S. (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori : Efektif Dan Efisien. *Https://Www.Researchgate.Net/Publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN*, 1(1), 13–14. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20543.97448>
- Liputan6. (2020). Sempat Dansa dengan WNA Jepang, Ini Kronologi 2 WNI Positif Corona. Retrieved from <https://www.liputan6.com/news/read/4192041/sempat-dansa-dengan-wna-jepang-ini-kronologi-2-wni-positif-corona>
- Stoppneumonia.id. (2020). Informasi Tentang Virus Corona. Retrieved from <https://stoppneumonia.id/informasi-tentang-virus-corona-novel-coronavirus/>