



Perancangan dan Pengembangan Digital Marketing dalam Meningkatkan Branding dan Penjualan Restoran Rezeki

Stella¹

¹Management, Bisnis International, Universitas International Batam

Email: 2141266.stella@uib.edu

INFO ARTIKEL

Kata kunci :

Mailchimp, Restoran Rezeki, Pemasaran Digital, Email, Brosur Promosi

ABSTRAK

Rezeki Restaurant merupakan usaha kuliner yang telah berjalan selama lebih dari lima tahun, menawarkan beragam menu tradisional dengan fokus pada kualitas rasa dan pelayanan yang ramah. Banyaknya saingan yang sudah menggunakan alat canggih untuk mengiklankan restoran mereka, dan juga cara Restoran Rezeki yang masih mempromosikan Restoran mereka dengan cara mulut ke mulut. Tujuan dari program ini adalah untuk membantu Restoran Rezeki merancang dan mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan. Dalam kegiatan ini pengumpulan data dilakukan dengan dua metode utama yaitu wawancara dan dokumentasi. Email promosi *Mailchimp* yang dikirimkan mampu menarik perhatian pelanggan dengan memberikan informasi yang efektif dan menarik. Selain itu, pelanggan memberikan komentar positif terhadap konten email *Mailchimp* dan manfaat yang diberikan, menunjukkan bahwa strategi pemasaran ini berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperluas jangkauan promosi restoran.

ARTICLE INFO

Keywords:

Mailchimp, Rezeki Restaurant, Digital Marketing, Email, Promotional Brochure

ABSTRACT

Rezeki Restaurant is a culinary business that has been running for more than five years, offering a variety of traditional menus with a focus on quality taste and friendly service. Many competitors who have used sophisticated tools to advertise their restaurants, and also the way Rezeki Restaurant still promotes their Restaurant by word of mouth. The purpose of this program is to help Rezeki Restaurant design and develop an effective digital marketing strategy to increase brand awareness and sales. In this activity, data collection was carried out using two main methods, namely interviews and documentation. The Mailchimp promotional emails sent were able to attract customers' attention by

providing effective and interesting information. In addition, customers gave positive comments on the content of Mailchimp emails and the benefits provided, indicating that this marketing strategy was successful in increasing customer satisfaction while expanding the reach of restaurant promotions.

1. Pendahuluan

Rezeki Restaurant merupakan usaha kuliner yang telah berjalan selama lebih dari lima tahun, menawarkan beragam menu tradisional dengan fokus pada kualitas rasa dan pelayanan yang ramah. Namun dengan tren pasar yang semakin kompetitif, restoran menghadapi beberapa kendala terkait branding dan penjualan, terutama di ranah digital.



Gambar 1 Gambaran umum Restoran Rezeki Seafood, Sumber: Restoran Rezeki (2024)

Perkembangan teknologi digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya. Dalam industri kuliner, strategi digital marketing menjadi salah satu kunci sukses dalam membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan. Dalam konteks ini, restoran tidak hanya harus menyediakan makanan berkualitas tinggi, tetapi juga mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital untuk mencari informasi dan mengambil keputusan pembelian. Pokok permasalahan dalam program ini dapat diuraikan menjadi: kurangnya masyarakat mengetahui adanya Restoran Rezeki, banyaknya

saingan yang sudah menggunakan alat canggih untuk mengiklankan restoran mereka, dan juga cara Restoran Rezeki yang masih mempromosikan Restoran mereka dengan cara mulut ke mulut. Kurangnya pengetahuan dalam memperkenalkan tempat dan makanan menjadi hambatan dalam meningkatkan keuntungan yang dihasilkan dan juga keterbatasan dalam Ilmu Teknologi. Di tengah semakin banyaknya restoran yang menawarkan makanan serupa, Restoran Rezeki kesulitan untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Restoran Rezeki masih kurang memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, sehingga sulit untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan keunikan atau kelebihan restoran dibandingkan dengan kompetitor.

Tujuan dari program ini adalah untuk membantu Restoran Rezeki merancang dan mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan. Mengoptimalkan strategi pemasaran digital, Mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran berbasis digital, antara lain: Iklan Media Sosial dan Iklan Online. Meningkatkan penjualan, memperoleh pelanggan baru, dan meningkatkan loyalitas pelanggan lama melalui pemasaran yang lebih efektif. Dalam program ini penulis menggunakan media social seperti *Mailchimp* sebagai tempat untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan melakukan Post Sharing berupa

foto dari Lokasi, menu, kondisi dan suasana restoran Rezeki. Segmentasi pelanggan bisa dengan mudah dilakukan karena *Mailchimp* akan menampilkan foto dan brosur sesuai dengan topik dan tagar yang berkaitan dengan Restoran Seafood, Restoran Rezeki dapat menarik minat pelanggan yang sering menggunakan media social.

Manfaat dari kegiatan ini membantu Restoran Rezeki untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan platform digital, membantu restoran tetap kompetitif dalam persaingan kuliner, meningkatkan reputasi pelanggan dan citra positif, serta meningkatkan penjualan dengan menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang lama. Untuk tim pelaksana (mahasiswa) meningkatkan wawasan dan pengalaman praktis dalam penerapan digital marketing, meningkatkan kemampuan dalam merancang strategi pemasaran sesuai kebutuhan mitra, Memberikan kontribusi yang tulus kepada mitra bisnis untuk menyelesaikan permasalahan bisnis. Memudahkan masyarakat menemukan restoran yang menyajikan makanan berkualitas tinggi dan memberikan pengalaman bersantap yang lebih menarik melalui inovasi yang hadir.

2. Metode

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dalam penelitian. Dalam kegiatan ini pengumpulan data dilakukan dengan dua metode utama yaitu, wawancara dan dokumentasi.

2.1 Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan perwakilan Restoran Rezeki dan beberapa karyawan yang terlibat dalam operasional sehari-hari. Tujuan dari proses wawancara adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai situasi restoran saat ini, kendala yang dihadapi, dan harapan restoran mengenai penerapan strategi pemasaran digital. Wawancara juga dilakukan untuk memahami persepsi pentingnya branding dan digital marketing dalam promosi penjualan.

2.2 Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa foto, video dan dokumen lain yang berkaitan dengan keadaan Restoran Rezeki. Dokumentasi tersebut meliputi foto lingkungan restoran, menu yang disajikan, desain branding yang digunakan saat ini, dan kegiatan promosi yang dilakukan. Data dokumen ini digunakan sebagai bahan analisis untuk menyusun strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Dengan menggabungkan kedua metode tersebut, diharapkan data yang diperoleh akurat dan memenuhi syarat untuk menunjang keberhasilan program pengembangan digital marketing Restoran Rezeki.



Gambar 2 Metode Tahap Pelaksanaan

Persiapan

Melakukan perjanjian awal dengan Restoran Rezeki dan menyepakati ruang lingkup dan tujuan kegiatan. Kumpulkan data melalui wawancara dan dokumen untuk memahami situasi restoran secara keseluruhan. membuat rencana kerja terperinci yang mencakup rencana kegiatan. Menyediakan alat atau aplikasi yang digunakan seperti: *Mailchimp*

Pelaksanaan

Membuat strategi pemasaran digital terintegrasi, termasuk pemasaran email. Penulis merancang konten promosi berupa desain email, foto makanan, dan materi pemasaran lainnya sesuai kebutuhan branding restoran. menyiapkan akun *Mailchimp* untuk restoran Rezeki, unggah database pelanggan, dan membuat template email untuk digunakan dalam kampanye pemasaran. meluncurkan kampanye pemasaran email pertama restoran dan kelola akun media sosial restoran dengan konten yang telah disiapkan.

Penilaian

Evaluasi hasil kampanye dengan menganalisis data kinerja seperti rasio buka email, rasio klik-tayang, dan respons pelanggan terhadap konten. Identifikasi kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran yang telah diterapkan. Meningkatkan strategi berdasarkan hasil evaluasi untuk meningkatkan efektivitas di masa depan.

Pelaporan

Menghasilkan laporan akhir yang mencakup seluruh kegiatan mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi. Laporan tersebut hasil implikasi terhadap Restoran Rezeki, dan rekomendasi untuk

pengembangan pemasaran digital di masa depan.

Tahapan ini bertujuan untuk memastikan kegiatan terstruktur, mencapai hasil optimal dan memberikan keuntungan berkelanjutan bagi Restoran Rezeki.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Perancangan luaran Kegiatan

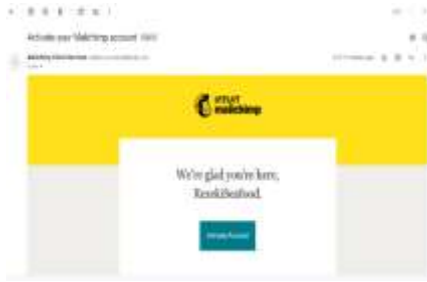
Pada kegiatan ini, Untuk meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan penjualan, Penulis merancang akun Gmail dan Mailchimp sebagai platform strategis untuk menjangkau pelanggan dengan cara yang lebih personal dan terorganisir. Proses desain dimulai dengan membuat akun Mailchimp yang disesuaikan dengan kebutuhan Restaurant Rezeki, termasuk mengintegrasikan identitas merek restoran melalui elemen desain seperti logo restoran, palet warna, dan gaya komunikasi yang khas. Langkah pertama ini memastikan bahwa seluruh komunikasi pemasaran mencerminkan karakteristik unik Restoran Rezeki dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap merek.



Gambar 3 Pembuatan akun Gmail Gambar 4 Pembuatan akun Mailchimp

Pada gambar 3 dan 4 diatas merupakan proses awal pembuatan akun Mailchimp yang mengharuskan penulis membuat akun Gmail terlebih dahulu, kemudian mendaftarkan nama akun Gmail kedalam pembuatan akun *Mailchimp*

untuk pembuatan akun *Mailchimp* dari Restoran Rezeki.



Gambar 5 Aktifisasi Mailchimp



Gambar 6 Harga Premium Mailchimp



Gambar 7 Beranda Mailchimp

Kemudian, pada gambar 5 pihak Mailchimp akan mengirimkan aktivisasi pada Gmail akun Restoran Rezeki yang telah dibuat penulis untuk mengisi beberapa pertanyaan dasar untuk mengaktifkan akun Mailchimp Restoran Rezeki, setelah melakukan proses aktivisasi maka alamat email dan password akun bisa digunakan untuk masuk kedalam akun Restoran Rezeki yang telah dibuat oleh penulis. Sebelum memasuki akun, pada gambar 6 *Mailchimp* memberikan pilihan pelayanan sesuai harga yang tertera untuk memiliki lebih banyak fitur yang dapat digunakan. Pada gambar 7 setelah melakukan aktivisasi, maka otomatis akan langsung memasuki beranda akun *Mailchimp* yang telah disediakan.



Gambar 8 Promotion Templates

Pada gambar 8 merupakan Lokasi template promosi yang sudah penulis siapkan untuk mitra di bagian *Email Templates*, kemudian mitra akan langsung bertemu dengan template yang dibutuhkan berjudul *Promosi Restoran Rezeki*. Setelah masuk akan langsung masuk ke halaman pengeditan brosur promosi dan pengiriman email seperti pada gambar 9 dan 10



Gambar 9 Design Promotion



Gambar 10 Send Email Promotion

Pada gambar 9 mitra dapat memperbaiki atau memperbarui brosur dan mendesain sendiri brosur yang mereka inginkan, saat mitra sudah puas dengan design dan ingin mengirimkan brosur,

maka mitra dapat memilih *sent email test* maka gambar 10 akan muncul, sehingga pihak mitra dapat mengirimkan brosur iklan kepada email pelanggan sebanyak yang diinginkan dan kemana saja.

3.2 Proses Implementasi Luaran

Dalam hal ini, Rezeki Restaurant diberikan akses ke akun Mailchimp yang dikonfigurasi sebelumnya. Sebelum mendaftar, mitra memastikan bahwa Rezeki Restoran telah memiliki kredensial login berupa alamat email yang digunakan untuk memasuki akun Mailchimp dan kata sandi yang telah disiapkan. Kredensial ini disimpan dengan tepat untuk memastikan akses akun yang aman.



Gambar 11 Log in Akun Mailchimp

Pada gambar 11 Rezeki Restaurant masuk ke akun Mailchimp menggunakan alamat email resmi mereka: rezekiseafood.official@gmail.com. Pada halaman login, pengguna diminta memasukkan kata sandi pada kolom yang ditentukan. Selain itu, ada opsi untuk tetap masuk (*Keep me Logged in*), memberi mitra akses langsung pada kunjungan berikutnya tanpa harus memasukkan email atau password lagi. Jika pengguna lupa kata sandinya atau kesulitan masuk, fitur pemulihan seperti "*Forgot Username*", "*Forgot Password*", dan "*Can't Log in?*" dapat membantu mitra mengakses pada akun *Mailchimp* yang telah disediakan. Tujuan dari proses ini adalah memungkinkan Restoran Rezeki mengakses akun Mailchimp untuk

mengelola kampanye pemasaran email dan data pelanggan secara efektif.



Gambar 12 Pemberian Kode Verifikasi



Gambar 13 Profil Mailchimp Restoran Rezeki

Pada gambar 12 setelah mitra memasukkan email dan password untuk pertama kali, makan kode verifikasi akan dikirimkan pihak Mailchimp ke email mitra yang telah dibuat oleh penulis sebelumnya, saat sudah memasukkan kode mitra otomatis sudah berhasil memasuki beranda Mailchimp yang telah disediakan penulis sebelumnya dengan profil pada gambar yang merupakan nama akun Mailchimp Restoran Rezeki yang telah disediakan penulis.



Gambar 14 hasil Uji Coba

Pada gambar 14 merupakan hasil Uji coba yang dilakukan Mitra saat mencoba mengirimkan brosur promosi kepada pelanggan. Pada tanggal 10 November 2024, Restoran Rezeki berhasil

melakukan uji coba pengiriman email promosi melalui platform Mailchimp. Email berisi informasi promosi dan brosur terkirim ke pelanggan dengan lancar tanpa masalah teknis. Brosur berisi informasi tentang menu khusus, jam buka dan informasi kontak. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa sistem Mailchimp benar-benar meningkatkan efisiensi komunikasi pelanggan.

3.3 Kondisi Setelah Implementasi



Gambar 15 Observasi dan Implementasi



Gambar 16 Peningkatan data



Gambar 17 hasil Ulasan Pelanggan

Kampanye email yang dirancang akan membantu menampilkan berbagai menu berkualitas tinggi, termasuk: *Chili Crab* dan banyak lagi. Hal ini meningkatkan jumlah pengunjung restoran, dan ulasan positif di platform seperti Google, Facebook, dan Slurpy menunjukkan peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan strategi tersebut,

Restoran Rezeki semakin populer dan menjadi tempat kuliner yang banyak dicari masyarakat dari berbagai daerah seperti yang ditunjukkan pada gambar 16 dan 17

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Setelah penulis menerapkan *Mailchimp* sebagai platform distribusi email promosi kepada Rezeki Restaurant yang terletak di Batu Besar, Nongsa dengan metode pengambilan data dan informasi dengan menggunakan wawancara dan observasi. Restoran tersebut mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Email promosi yang dikirimkan mampu menarik perhatian pelanggan dengan memberikan informasi yang efektif dan menarik. Selain itu, pelanggan memberikan komentar positif terhadap konten email dan manfaat yang diberikan, menunjukkan bahwa strategi pemasaran ini berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperluas jangkauan promosi restoran. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Mailchimp* sebagai alat pemasaran digital merupakan pilihan yang tepat dan akan memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis restoran Rezeki.

4.2 Saran

Dengan selesai dan terlaksananya project kerja praktek implementasi *Mailchimp* untuk Restaurant Rezeki, Batu besar, Nongsa Batam. Setelah berhasil mengimplementasikan *Mailchimp*, penulis berharap promosi

email tersebut untuk terus bermanfaat dan membantu sebagai bagian dari strategi pemasaran digital untuk mendukung pertumbuhan bisnis, Mengembangkan variasi konten email, seperti promo spesial, dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan sekaligus meningkatkan keterlibatan. Penulis juga menyadari bahwa project implementasi promosi email yang dibuat masih belum sepenuhnya sempurna karena aplikasi yang mengharuskan pengguna untuk membayar jika ingin menggunakan fitur lebih banyak dari *Mailchimp* tersebut. Penulis juga memiliki saran kepada mitra untuk secara rutin mengevaluasi performa kampanye yang dilakukan, seperti mengecek statistik klik dan pembukaan email, untuk memastikan strategi yang diterapkan terus relevan dan efektif. Dengan konsistensi dalam penggunaan dan pengoptimalan strategi, *Mailchimp* dapat menjadi alat yang handal untuk mendukung pertumbuhan bisnis di masa mendatang.

5. Daftar Pustaka

(Adieb, 2024) Adieb, Maulana. (2024). Kenali Lebih Dalam Bagaimana Cara Menggunakan Mailchimp. <https://glints.com/>. Retrieved from <https://glints.com/id/lowongan/cara-menggunakan-mailchimp/>

(Auliya, 2020) Auliya, Mutiara. (2020). Tutorial Menggunakan Mailchimp Untuk Pemula. Retrieved from <https://www.domainsia.com/> website: <https://www.domainsia.com/panduan/tutorial-menggunakan-mailchimp-untuk-pemula/>

(Azka, 2024) Azka. (2024). Menguasai Cara

Membuat Jadwal Pelaksanaan yang Efektif. Retrieved from <https://tekniksipil.id/> website: <https://tekniksipil.id/cara-membuat-jadwal-pelaksanaan/>

(Han, 2020) Han, Raditya Peter. (2020). Panduan: Dengan MailChimp Bisa Bikin Email Marketing Mudah. <https://idwebhost.com/>. Retrieved from <https://idwebhost.com/blog/buat-email-marketing-dengan-mailchimp/>

(Riyanto, 2024) Riyanto, Andi Dwi. (2024). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. Retrieved from <https://andi.link/> website: https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/#google_vignette

(Swawikanti, 2024) Swawikanti, Kenya. (2024). Pengertian Wawancara, Jenis, Teknik & Contoh Pertanyaannya | Bahasa Indonesia Kelas 8. <https://www.ruangguru.com/>. Retrieved from <https://www.ruangguru.com/blog/mengenal-wawancara-dan-etikanya>

(S, Setyawam, 2010) S, Setyawam, DWicaksono. (2010). *St Ay St Ay*. (September), 2011. Retrieved from https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/39/8/BAB_V.pdf

(Tanaya, 2023) Tanaya, Monika. (2023). Mailchimp: Email Marketing Tool Pertama yang Digunakan Banyak Marketer! <https://marketingonline.id/>. Retrieved from <https://marketingonline.id/mailchimp-review/>

(Vanya Karunia Mulia Putri, 2021) Vanya Karunia Mulia Putri, Serafica Gischa. (2021). Observasi:

Pengertian Para Ahli, Tujuan, Ciri-Ciri,
dan Jenisnya.

<https://www.kompas.com/>.

Retrieved from

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/03/164904169/observasi-pengertian-para-ahli-tujuan-ciri-ciri-dan-jenisnya>