

## PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN TOKO OLEH-OLEH DANISA

Liliek Triyono<sup>1)</sup>, Tri Raharjo Yudiantoro<sup>1)</sup>, Sukamto<sup>1)</sup>, dan Sukamto<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Progam Studi Teknik Informatika, Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri  
Semarang

Email: liliek.triyono@polines.ac.id, tryudan@gmail.com, mr\_sukamto@yahoo.com,  
hestidha@gmail.com

### Abstract

The Danisa Gift Shop was founded in 2011, located near the exit and entrance of the Banyumanik Toll Road and is surrounded by student settlements and boarding houses. This strategic location is a geological advantage that must be utilized properly so that those who plan to pass through this route will not only pass by (because they do not yet know that there is a souvenir shop), but also stop by to buy products provided by Danisa stores. The need for an appropriate and scattered media publication that does not need to cost a lot is needed by Danisa stores that are still in the category of Small and Medium Enterprises (SMEs). Competitive community service activities aim to increase sales of products sold at the Danisa Souvenir Shop with a sales mode that adjusts to current market trends. This improvement is done by providing a transaction and publication model that uses internet technology to expand the target location of buyers. The use of online transactions using the principle of online stores was chosen because of the accuracy of the problems faced by the Danisa Shop itself. With the construction of this online store it will not necessarily immediately bring in a lot of buyers, there is a need for publications that cannot lead to the right market. One of them by using Digital Marketing techniques that optimize online stores with keywords that have been analyzed previously. Advertising on well-known platforms such as Google and Facebook became the next choice to increase the popularity of online stores and products from Danisa stores. From online stores by seeking the right SEO improvements and promotions on these famous platforms, even new buyers who don't know before will know. Ads can also be targeted to specific users so that Danisa store products that are more suitable for adults can be advertised by targeting them. Devotion activities have been successfully carried out, by creating a SEO friendly website with a value of 92 at Lighthouse. The online store also has Load Time 5.129s, document complete takes 5.129s and Fully loaded takes 5.526s. Testing continued with the provision of google ads ads obtained 197 visitors in the first three days, alternating the next three days with facebook ads gained 206 visitors and when the next three days they were activated 437 visitors were obtained. Most visitors use mobile devices to access advertisements on average for all transactions at 93%. This can help promote Danisa Stores to Internet residents who will directly introduce products and attract buyers to come to Danisa Stores or can order via online store facilities. This can be seen from the spread of ads with the number of clicks that indicate the interest of visitors to look around the store increased in the ad period. By making it easier for traders to make transactions via mobile with a Tablet PC and a mifi modem that connects sellers with buyers directly.

**Keywords:** *Digital Marketing, Online Stores, SEO, Facebook Ads, Google Ads*

### **Abstrak**

Toko Oleh-oleh Danisa berdiri tahun 2011, terletak di dekat pintu keluar dan masuk jalan Tol Banyumanik dan dikelilingi oleh pemukiman dan kos mahasiswa. Lokasi yang strategis ini merupakan keuntungan geologi yang harus dimanfaatkan betul hingga yang akan berencana lewat jalur tersebut tidak hanya lewat saja (karena belum tahu ada toko oleh-oleh khas), melainkan juga singgah untuk membeli produk yang disediakan oleh toko Danisa. Perlunya media publikasi yang tepat dan tersebar yang tidak perlu memakan banyak biaya sangat dibutuhkan oleh toko Danisa yang masih dalam kategori Usaha Kecil Menengah (UKM). Kegiatan pengabdian masyarakat kompetitif bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk yang dijual pada Toko Oleh-oleh Danisa dengan mode penjualan yang menyesuaikan dengan tren pasar sekarang. Peningkatan ini dilakukan dengan cara memberikan model transaksi dan publikasi yang menggunakan teknologi internet untuk memperluas target lokasi pembeli. Penggunaan transaksi online dengan menggunakan prinsip toko online dipilih karena ketepatan dari permasalahan yang dihadapi oleh Toko Danisa sendiri. Dengan dibangunnya toko online ini tidak serta merta akan langsung mendatangkan banyak pembeli, diharuskan adanya publikasi yang tidak bisa untuk mengarah pasar yang tepat. Salah satunya dengan menggunakan teknik Digital Marketing yang mengoptimalkan toko online dengan kata kunci-kata kunci yang sudah dianalisa sebelumnya. Iklan pada platform ternama seperti Google dan Facebook menjadi pilihan selanjutnya untuk meningkatkan populeritas toko online dan produk dari toko Danisa. Dari toko online dengan mengupayakan perbaikan SEO yang tepat dan promosi pada platform terkenal tersebut pembeli baru bahkan yang tidak kenal sebelumnya pun akan tahu. Iklan juga dapat disasarkan pada pengguna yang spesifik sehingga produk toko Danisa yang lebih cocok untuk orang dewasa tersebut dapat diiklankan dengan menarget mereka. Kegiatan pengabdian telah berhasil dilakukan, dengan membuat website dengan yang ramah SEO dengan nilai 92 pada Lighthouse. Toko online juga memiliki Load Time 5.129s, document complete membutuhkan waktu 5,129s dan Fully loaded membutuhkan waktu 5,526s. Pengujian dilanjutkan dengan pemberian iklan google ads didapatkan 197 pengunjung pada tiga hari pertama, bergantian tiga hari selanjutnya dengan facebook ads didapatkan 206 pengunjung dan ketika tiga hari selanjutnya keduanya diaktifkan didapatkan 437 pengunjung. Pengunjung kebanyakan memakai perangkat mobile untuk mengakses iklan dengan rata-rata untuk seluruh transaksi diangka 93%. Hal ini bisa membantu mempromosikan Toko Danisa pada warga Internet yang secara langsung akan memperkenalkan produk dan menarik pembeli untuk datang ke Toko Danisa atau bisa memesan lewat fasilitas toko online. Hal ini dilihat dari penyebaran iklan dengan jumlah klik yang menandakan ketertarikan pengunjung untuk melihat-lihat toko meningkat dalam masa iklan. Dengan mempermudah akses pedagang untuk melakukan transaksi lewat mobile dengan Tablet PC dan modem mifi yang menghubungkan penjual dengan pembeli secara langsung.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Toko Online, SEO, Facebook Ads, Google Ads

### **PENDAHULUAN**

Oleh-oleh merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sebuah perjalanan, apalagi pada daerah-daerah yang khas. Lumpia, Brownise dan Tahu Bakso misalnya adalah merupakan makanan khas bagi warga Semarang dan sekitarnya. Kenamaan makanan tersebut karena rasa yang unik dan enak menjadi daya tarik setiap pengunjung Semarang. Toko Oleh-oleh Danisa berdiri tahun 2011 yang berlokasi di Jl. Tirta Agung Raya no. 56 RT.01 RW.03 Kel. Pendalangan, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, terletak di dekat pintu keluar dan masuk jalan Tol Banyumanik dan dikelilingi oleh

pemukiman dan kos mahasiswa. Lokasi yang strategis ini merupakan keuntungan geologi yang harus dimanfaatkan betul hingga yang akan berencana lewat jalur tersebut tidak hanya lewat saja (karena belum tahu ada toko oleh-oleh khas), melainkan juga singgah untuk membeli produk yang disediakan oleh toko Danisa. Perlunya media publikasi yang tepat dan tersebar yang tidak perlu memakan banyak biaya sangat dibutuhkan oleh toko Danisa yang masih dalam kategori Usaha Kecil Menengah (UKM).



Gambar 1. Pendapatan rata-rata tiap tahun dalam satu bulan

Dikarenakan penjualan menurun drastis dibandingkan dari awal berdiri hampir tidak ada pembeli yang datang hal ini dikarenakan banyak faktor termasuk didalamnya adalah persaingan antar toko sejenis disekitar lokasi. Penjualan kotor yang dihasilkan dari usaha Toko Danisa pada awal 2011 bisa mencapai 40 juta rupiah bertahan bagus sampai tahun 2013. Dari awal 2014 dirasakan penjualan sangat turun drastis sampai tahun 2019 ini, bahkan dalam sebulan bisa dihitung dengan jari pembeli yang datang dan itu pun pembeli yang sudah berlangganan. Karena perubahan ekonomi nasional yang kian berat ditahun awal tahun 2014 tersebut dan persaingan dari toko-toko sejenis makin marak dengan ragam jenis makanan yang berbeda Toko Danisa tidak bisa bersaing lagi. Harus ada upaya lebih tidak hanya sekedar menyajikan makan dan berharap pembeli datang tapi harus ada aksi nyata untuk mendukung penjualan dengan menyesuaikan perkembangan teknologi sekarang.

Dari peluang yang masih ada adalah posisi strategis dari toko tersebut yang harusnya bisa menambah nilai jual. Meningkatkan penjualan produk yang dijual pada Toko Oleh-oleh Danisa dengan mode penjualan yang menyesuaikan dengan tren pasar sekarang. Peningkatan ini dilakukan dengan cara memberikan model transaksi dan

publikasi yang menggunakan teknologi internet untuk memperluas target lokasi pembeli.

Bisnis online sudah tidak bisa dipandang sebelah mata. Banyak pembeli yang merasa nyaman berbelanja segala kebutuhannya hanya dari rumah (Komputer, 2013). Penggunaan transaksi online dengan menggunakan prinsip toko online dipilih karena ketepatan dari permasalahan yang dihadapi oleh Toko Danisa sendiri. Dengan dibangunnya toko online ini tidak serta merta akan langsung mendatangkan banyak pembeli, diharuskan adanya publikasi yang tidak bisa untuk mengarah pasar yang tepat (Komputer, 2015). Salah satunya dengan menggunakan ilmu Digital Marketing yang mengoptimalkan toko online dengan kata kunci-kata kunci yang sudah dianalisa sebelumnya. Iklan pada platform ternama seperti Google dan Facebook menjadi pilihan selanjutnya untuk meningkatkan populeritas toko online dan produk dari toko Danisa. Dari toko online dengan mengupayakan perbaikan SEO yang tepat dan promosi pada platform terkenal tersebut pembeli baru bahkan yang tidak kenal sebelumnya pun akan tahu (Enterprise, 2017). Tips yang dipakai untuk membuat toko terkenal di dunia internet harus diikuti dengan iklan (Rahman, 2016). Iklan juga dapat disasarkan pada pengguna yang spesifik sehingga produk toko Danisa yang lebih cocok untuk orang dewasa tersebut dapat diiklankan dengan menarget mereka.

Baik Brownies dan tahu bakso ini masing-masing merupakan produk olahan yang sudah berizin yang mempunyai Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SP - PIRT) yang dikeluarkan oleh Pemerintahan Kota Semarang lewat Dinas Kesehatan Kota Semarang. Jadi merk-merk tersebut sudah sesuai standard sesuai ketentuan yang dikeluarkan dari pemerintahan kota Semarang baik dari segi bahan dan cara pembuatan. Hal ini bisa menambah nilai jual produk olahan tersebut. Pengenalan produk mitra ini butuh tempat dan upaya tertentu untuk mengenalkan pada calon pembeli khususnya untuk calon pembeli baru (Royan, 2013). Dibutuhkan desain foto produk untuk pebisnis karena dengan media tersebut salah satu sarana penarik calon konsumen untuk membeli produk yang dijualnya (WORKS!, 2017).

Penerapan dan pengelolaan toko harus segera dirubah ini yang menjadi kendala utama belum memanfaatkannya teknologi populer sekarang untuk mendukung pemasaran yaitu dengan Digital Marketing.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan dengan langkah - langkah sebagai berikut :

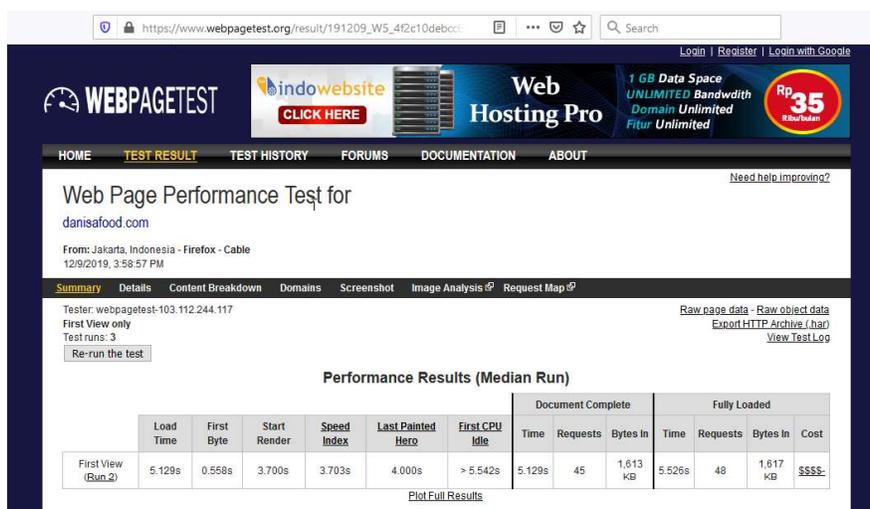
1. Pengumpulan file foto-foto dan profil dari Toko Danisa beserta produk yang dijual serta profil/data yang dibutuhkan untuk promosi daalam website.
2. Pembuatan website/toko online dan aplikasi android
3. Disiapkan menu-menu utama dan isi dari toko online.
4. Pembuatan toko online dengan fitur Mobile Friendly Website
5. Pembuatan katalog manual, dari file foto-foto produk diedit dengan software desain grafis, disusun sesuai pengelompokan kategori, kemudian dicetak (di-print).
6. Pembuatan katalog digital, dari file hasil pembuatan katalog manual dengan software
7. Desain grafis di-publish ke dalam bentuk file PDF, kemudian file katalog berbentuk PDF tersebut dimasukkan ke website sehingga pengunjung atau calon pembeli dapat men-download atau mencetak katalog sehingga memudahkan pengunjung atau calon pembeli memilih dan menentukan produk yang akan dipesan.
8. Pendaftaran domain dan hosting web.
9. Upload website dan upload aplikasi pada playstore.
10. Pelatihan Internet pengelolaan toko online dan aplikasi android.

Selama kegiatan ini berlangsung, evaluasi akan selalu dilakukan yaitu saat tahap awal proses pembuatan katalog manual dan digital serta toko online, dimana produk kegiatan yang belum jadi seluruhnya ini ditunjukkan ke terlebih dahulu. Apabila sudah sesuai dengan kebutuhan Toko Danisa maka pembuatan produk kegiatan ini dilanjutkan. Setelah produk kegiatan ini selesai dikerjakan, hasilnya kembali ditunjukkan ke Toko Danisa untuk dievaluasi bersama. Apabila sudah sesuai dengan rancangan dan kebutuhan, maka produk kegiatan ini dapat digunakan oleh Toko Danisa. Apabila belum sesuai, maka perlu adanya perbaikan.

Untuk pelatihan, evaluasi akan diberikan sebelum dan sesudah pelatihan dilaksanakan. Evaluasi dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana tingkat penyerapan terhadap materi yang telah diberikan, untuk praktek pengelolaan toko online.

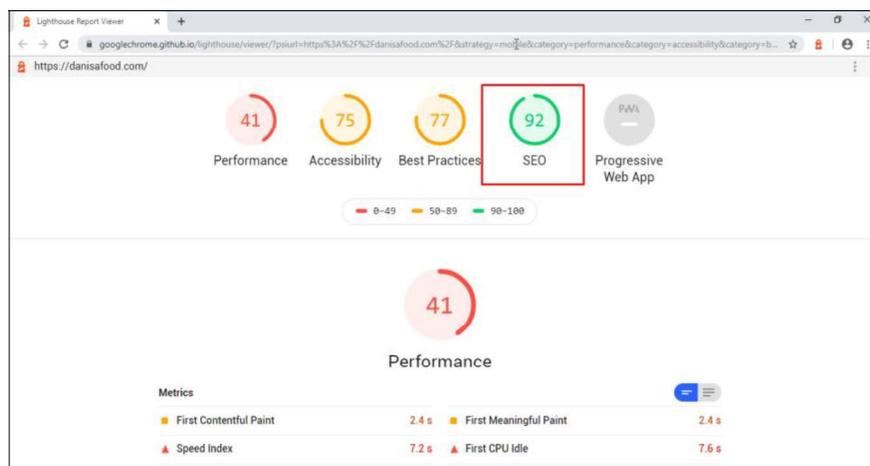
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain web dan kualitas konten yang ramah terhadap SEO google akan sangat memperhatikan kualitas dari beberapa komponen pendukung.



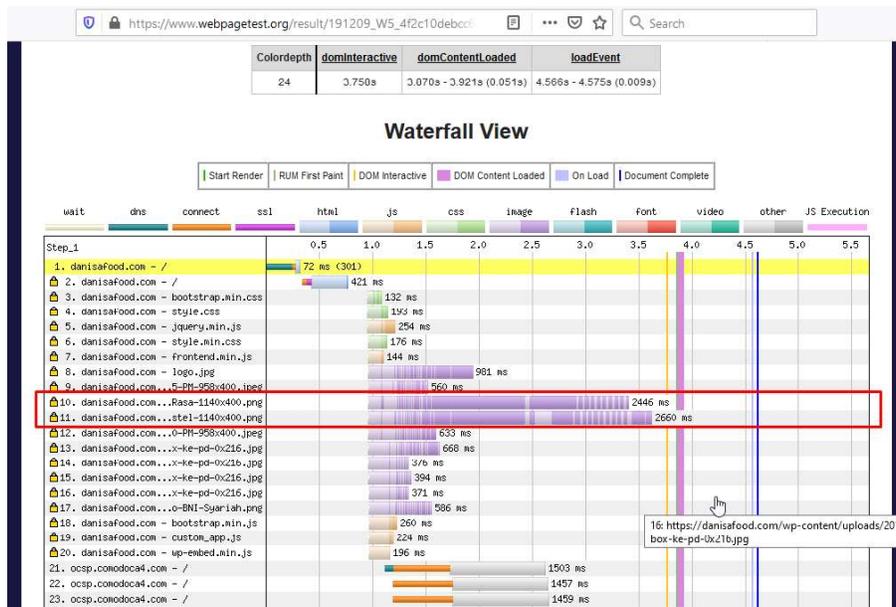
Gambar 2. Pengujian kualitas website danisafood.com

Pada hasil pengujian untuk kualitas website toko danisa pada url danisafood.com dengan menggunakan <https://www.webpagetest.org> dihasilkan Load Time 5.129s, Document complete membutuhkan waktu 5,129s dan Fully loaded membutuhkan waktu 5,526s.



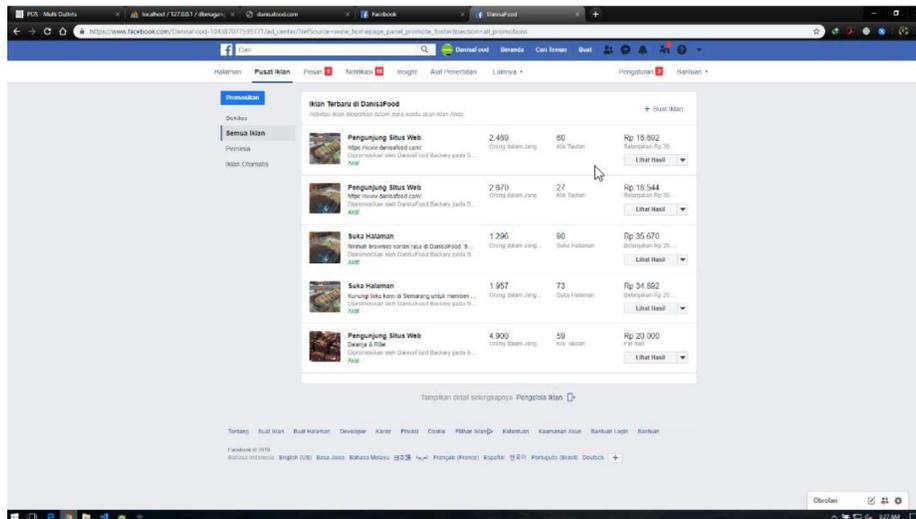
Gambar 3. Hasil uji SEO untuk toko online dengan lighthouse

Toko online yang didesain sudah sesuai dengan tujuan awal yaitu membuat website tersebut ramah dengan SEO atau mempunyai SEO Score tinggi yang nantinya akan google akan sangat menyukai konten web yang ada pada website toko online tersebut. SEO score yang dihasilkan dengan menggunakan plugin lighthouse pada web browser Chrome adalah 92, yang ini merupakan skor yang sangat baik untuk suatu website. Ada beberapa bagian yang harus ditingkatkan salah satunya adalah performance, skala ini tergantung pada pedagang saat mengupload produk dengan menggunakan gambar yang besar sehingga pada list produk yang dijual pada website juga akan menampung image tersebut. Gambar produk merupakan salah satu komponen utama pada produk, tapi harus diperhatikan dalam memilih ukuran gambar yang tepat untuk dimuat dalam webpage.



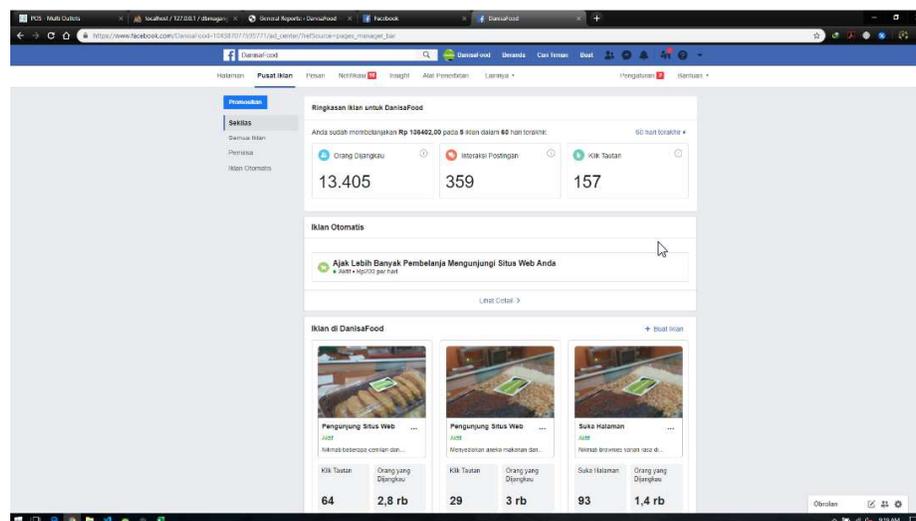
Gambar 4. Kondisi gambar terlalu lama diload karena besar

Dari segi iklan yang ditargetkan adalah facebook dan google ads, dapat dilihat pada list produk yang ada pada dashboard masing-masing iklan. Hasil dari pembuatan website dan iklan bisa dilihat dari jumlah kunjungan ke halaman website toko Danisa dari iklan yang dipasang. Setelah semua iklan dibuat kita akan ditampilkan bagaimana keseluruhan iklan tersebut pada dashboard, pada tab semua iklan.



Gambar 5. Tampilan seluruh iklan fb ads

Performa website juga bisa dilihat pada dashboard misalnya pelanggan yang dijangkau, interaksi postingan, klik tautan dengan jumlah masing-masing pada dashboard. Pada bagian yang terpenting pada dashboard facebook ads ini adalah jumlah klik tautan pada periode waktu tertentu, yang menunjukkan bahwa ada kunjungan pelanggan pada website tersebut.



Gambar 6. Dashboard Facebook Ads pada web Toko Danisa

Iklan juga tertampil pada Instagram, padahal tidak mengiklan pada platform social media tersebut, hal ini mungkin terjadi karena Instagram juga merupakan bagian

kepemilikan facebook, sehingga iklan yang potensial akan ditampilkan pada platform lain yang dimiliki facebook juga.



Gambar 7. Iklan produk Toko Danisa tertampil pada Instagram

Skenario yang dijalankan untuk pemasangan iklan adalah 3 hari facebook ads, dilanjut 3 hari google ads. Setelah masing-masing iklan dieksekusi sendiri-sendiri sekarang giliran membuat tampilan iklan dieksekusi secara bersamaan selama 3 hari dan diakhiri dengan pelepasan iklan untuk semua jenis iklan pada website Toko Danisa.

1. Posisi iklan diaktifkan sendiri-sendiri dengan durasi 3 hari pemasangan iklan

Tabel 1 Jumlah pengunjung dari pengaktifan Google Ads

Tanggal	Total Jumlah PageView	Dekstop	Mobile	Tablet
05/08/2019	79	5,00%	95,00%	0,00%
06/08/2019	78	6,00%	93,00%	1,00%
07/08/2019	40	7,00%	93,00%	0,00%
Jumlah	197			

Tabel 2 Jumlah pengunjung dari pengaktifan Facebook Ads

Tanggal	Total Jumlah PageView	Dekstop	Mobile	Tablet
08/08/2019	29	8,00%	92,00%	0,00%
09/08/2019	71	8,00%	92,00%	0,00%
10/08/2019	106	7,00%	92,00%	1,00%
Jumlah	206			

2. Posisi iklan ketika diaktifkan bersamaan facebook dan google ads  
Dengan penggabungan iklan menghasilkan jumlah yang lebih besar pengunjung web Toko Danisa.

Tabel 3 Jumlah pengunjung dari pengaktifan iklan facebook dan google ads

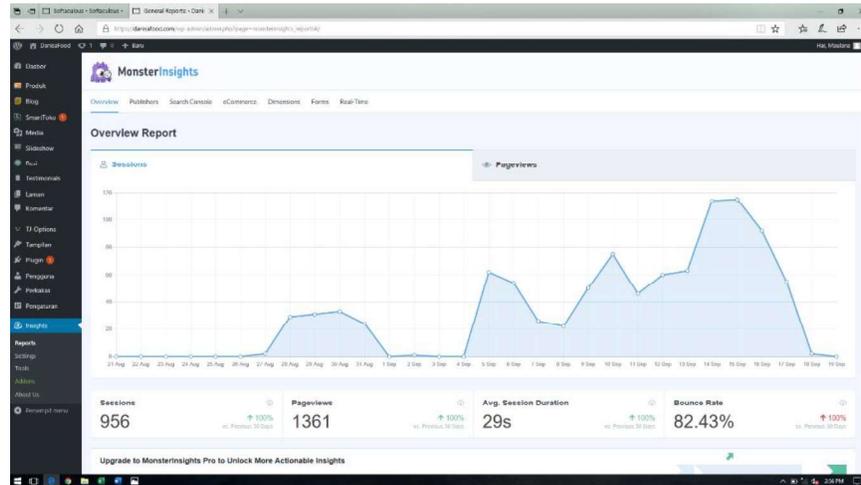
Tanggal	Total Jumlah PageView	Dekstop	Mobile	Tablet
14/08/2019	181	7,00%	92,00%	1,00%
15/08/2019	136	5,00%	94,00%	1,00%
16/08/2019	120	5,00%	94,00%	1,00%
Jumlah	437			

3. Posisi ketika iklan dihentikan

Tabel 4 Jumlah pengunjung ketika iklan di non-aktifkan

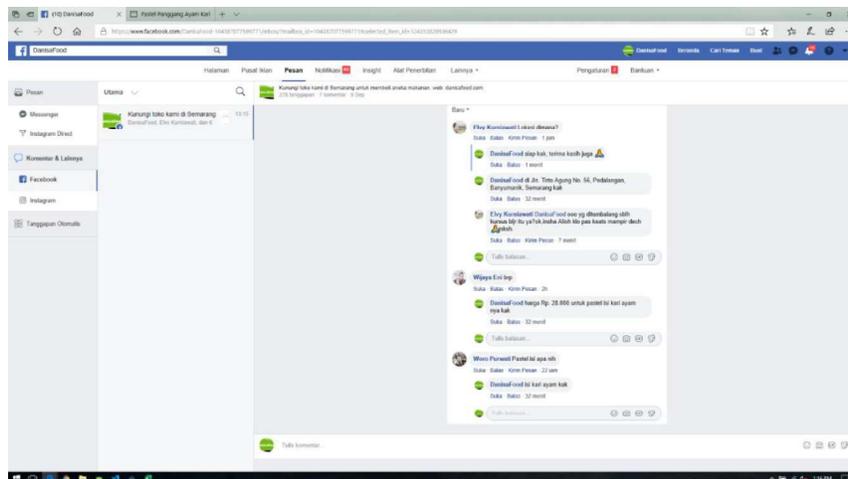
Tanggal	Total Jumlah PageView	Dekstop	Mobile	Tablet
18/08/2019	0	0	0	0
19/08/2019	0	0	0	0
20/08/2019	0	0	0	0
Jumlah	0			

Dari iklan yang sudah tertampil paling sering pengunjung mengakses iklan tersebut dengan device mobile dengan prosentase rata-rata lebih dari 92%. Pengunjung sangat minim menggunakan device desktop ketika mengakses website melalui iklan.



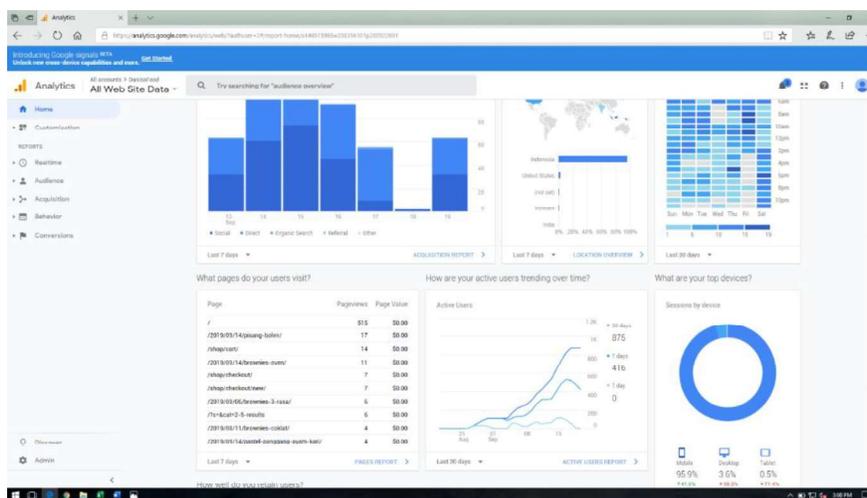
Gambar 8. Pengunjung Website Toko Danisa

Dari pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mempromosikan toko danisa food pada pelanggan di area sekitar dan mengenalkan produk-produk yang disediakan pada toko danisa food. Dengan menggunakan teknik digital marketing pada toko online, diharapkan mampu membuat website dikenali lebih baik oleh google. Pada akhirnya hasil penelusuran dari google, utamanya akan mengarahkan pelanggan kepada situs yang mempunyai konten dan kecepatan load pada browser lebih bagus. Kunjungan pada website meningkat akan membuat interaksi online dari toko online dengan pelanggan melalui chat, telpon ataupun transaksi lewat website.



Gambar 9. Komunikasi dengan pelanggan lewat chat

Dari statistik kunjungan pelanggan dari website tersebut mitra dalam hal ini Toko Danisa secara tidak langsung tingkat popularitas di internet dan keberadaannya diketahui.



Gambar 10. Dashboard pengunjung google analytic

Dari gambar 5.40 bisa dilihat tingkat kunjungan website meningkat signifikan yang artinya tingkat popularitas dari toko danisa semakin meningkat. Hal ini menegaskan bahwa teknik digital marketing dengan mengoptimasi halaman website dan pemakaian iklan pada platform populer yang dipakai berhasil meningkatkan popularitas toko danisa

secara signifikan. Dari popularitas ini diharapkan kedepannya bisa menjadi titik terang toko danisa dalam melakukan promosi toko dengan teknik digital marketing ini.

## **SIMPULAN**

Digital marketing untuk membantu pemasaran produk toko Danisa telah berhasil dibuat dengan menggunakan teknik iklan pada platform terkenal google dan facebook. Pemasaran ini bisa membantu mempromosikan Toko Danisa pada warga Internet yang secara langsung akan memperkenalkan produk dan menarik pembeli untuk datang ke Toko Danisa atau bisa memesan lewat fasilitas toko online. Jika dilihat dari penyebaran iklan dengan jumlah klik yang menandakan ketertarikan pengunjung untuk melihat-lihat toko meningkat dalam masa iklan. Karena digital marketing ini bukan proses instan, yang perlu dilakukan proses yang berkelanjutan sehingga diharapkan bisa meningkatkan penjualan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Reference List: Author/Authors**

- Enterprise, J. (2017) *Trik SEO Untuk Toko Online*. Elex Media Komputindo.
- Komputer, W. (2013) *Android for Online Business*. Elex Media Komputindo.
- Komputer, W. (2015) *Membuat Toko Online Dengan Wordpress & Wp E-Commerce*. Elex Media Komputindo.
- Rahman, S. (2016) *Buku Pintar SEO*.
- Royan, F. M. (2013) *Strategi Sukses Memasarkan Produk Baru*. Elex Media Komputindo.
- WORKS!, I. (2017) *Creative Photo:Foto Produk Murah & Wah!* Grasindo.