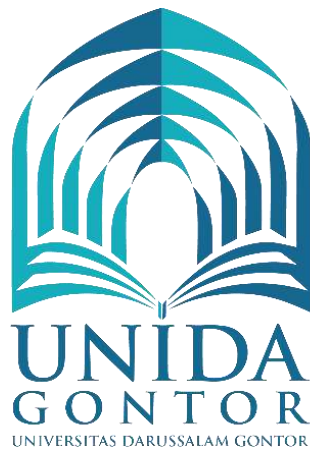


LAPORAN MAGANG
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN
BAKSO KLENGER RATU SARI YOGYAKARTA



Disusun oleh:
Siti Syarah Fadhilah
402019421063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR
TAHUN 2022/1444 H

DAFTAR ISI

LEMBAR	
PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI	
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Marketing	6
2.2 Digital Marketing.....	7
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	
3.1 Waktu dan Tempat.....	8
3.2 Prosedur Pelaksanaan.....	8
3.3 Tahap Pengumpulan Data.....	9
BAB 4 KONDISI LOKASI MAGANG	
4.1 Profil Lokasi Magang.....	10
4.2 Visi, Misi, dan Moto.....	11
4.4 Struktur Organisasi.....	12
4.3 Values dan Philosopy.....	11
4.5 Logo Perusahaan.....	14
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil dan pembahasan	16
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	22
6.2 Saran.....	22
DAFTAR PUSTAKA.....	23
LAMPIRAN.....	24

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun laporan magang ini dengan tujuan untuk dapat melengkapi tugas laporan magang.

Laporan magang ini menjelaskan berbagai macam kegiatan yang saya lakukan dalam kurung waktu yang ditentukan di Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.

Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Magang, Bapak Pembimbing ketika Magang, serta teman-teman sekalian, sehingga magang dapat dilaksanakan dengan lancar dan seksama.

Penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan kata serta kekurangan dalam laporan ini. Semoga Laporan yang saya buat ini dapat bermanfaat bagi saya dan semuanya.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, saya ucapkan sekian dan terima kasih.

Yogyakarta, 21 September 2022

Siti Syarah Fadhilah

402019421063

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi internet menjadi penanda masuknya era revolusi industri 4.0. Dengan adanya perkembangan teknologi yaitu internet, setiap individu dapat mengakses informasi dengan cepat dan mudah tanpa batas waktu dan ruang. Internet tidak hanya digunakan sebagai alat untuk mendapatkan suatu informasi, namun dapat digunakan juga sebagai tempat untuk membeli barang yang diinginkan tanpa harus membelinya secara offline. Kemudahan yang ditawarkan melalui media internet ini dapat meningkatkan pengguna internet. Lonjakan pengguna internet ini yang menjadi peluang bagi perusahaan sebagai sarana yang tepat untuk memasarkan produk perusahaan.¹

Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk dapat meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat. Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Dengan media digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bersifat universal.²

Digital marketing sendiri menjadi kunci utama dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis. Hal ini disebabkan karena dengan menerapkan sistem digital marketing dapat membantu perusahaan melacak perilaku pelanggan secara real time serta produk baru yang diluncurkan melalui internet dapat

¹ Nafisa Salma Az-zahra, "Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta", *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 2021, diakses dari <http://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/NCOINS/index> pukul 11:06 WIB.

² Rita Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri", *Jurnal Ilmiah manajemen*, Vol 10 No 1 Maret 2019 (E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN : 2086-4620), diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/325650-implementasi-digital-marketing-terhadap-5ba8d9df.pdf> pukul 11:10 WIB

diketahui jangkauan, keterlibatan, serta konversinya. Sehingga perusahaan mampu memahami kebutuhan pelanggan secara tepat.³

Untuk dapat mengimplementasikan konsep digital marketing, perusahaan terlebih dahulu harus memahami konsep digital marketing, sehingga ketika perusahaan mengimplementasikan konsep digital marketing dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Hal ini disebabkan karena kegiatan pemasaran yang tepat harus didukung oleh efektivitas periklanan yang baik. Efektivitas periklanan tidak hanya terbatas pada pembelian produk semata, tetapi diperluas pada aspek psikologis dan kognitif karena kesadaran dan niat berperan penting dalam keputusan pembelian. Dengan begitu, dapat membangun branding produk perusahaan yang diketahui oleh masyarakat luas.

Dimulai dengan memberikan sosialisasi serta pelatihan terkait dengan konsep digital marketing. Pemberian pelatihan tersebut dapat membantu perusahaan memahami pentingnya pemasaran, meningkatkan pengaruh pada perusahaan, serta tetap memiliki daya saing yang kompetitif. Perusahaan dapat menggunakan layanan Google Bisnis, seperti Maps dan penelusuran. Sehingga dapat membantu konsumen dalam menentukan lokasi Perusahaan.⁴

Penggunaan media sosial dapat menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen melalui komunitas online, sehingga perusahaan dapat melacak serta mengetahui perilaku konsumen. Aplikasi media sosial yang dapat dijalin yaitu Facebook, Instagram, Twitter, Website Resmi perusahaan, Youtube, Tiktok, dll. Semua jenis media sosial yang digunakan oleh perusahaan dapat memberikan kesempatan untuk dapat menampilkan performa serta memperkenalkan Produk Perusahaan itu sendiri kepada konsumen.

Digital marketing juga memiliki faktor penting dalam mempengaruhi aspek perilaku konsumen, kesadaran produk, perolehan informasi, opini, perilaku pembelian, komunikasi serta evaluasi pasca pembelian. Semua aspek inilah

³ Gurneet Kaur, "The Importance of Digital Marketing in The Tourism Industry", International Journal of Research-Granthaalayah, 5(6), 2017, diakses dari https://www.granthaalayahpublication.org/journals/index.php/granthaalayah/article/view/IJR17_A06_387/1877 pukul 11:21 WIB

⁴ Rahmatul Jannatin, Naimah, M. Wahyu Wardhana, dkk, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM", *Jurnal Impact: Implementation and Action* 2(2) 1-12, 2020, Diakses dari <https://ejournal.poliban.ac.id/index.php/impact/article/view/844/745> pukul 11:36 WIB.

yang memiliki tujuan untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan, pada akhirnya perusahaan mengarah pada peningkatan penjualan (pemasaran).⁵

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada kegiatan Magang Kerja sebagai berikut:

- a. Bagaimana Implementasi digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta?
- b. Bagaimana strategi pada konsep digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan kegiatan Magang Kerja sebagai Berikut:

- a. Untuk mengetahui implementasi digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui strategi pada konsep digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penulisan sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti
Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan penulis mengenai implementasi konsep digital marketing pada perusahaan Bakso Klenger Yogyakarta. Sehingga dapat dijadikan acuan kedepan dalam melakukan bisnis di era evolusi ini.
- b. Bagi Perusahaan
Dapat dijadikan referensi sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk menjadi lebih baik lagi terutama pada bidang digital marketing pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta. Sehingga dapat menjadikan perusahaan dapat meningkatkan usaha yang ada dengan sangat maksimal.

⁵ Bang, Andreas dan Joy Hell, "Digital Marketing Strategy: Social Media and its Contribution to Competitiveness." *Tesis, Linnaeus University*. Diakses dari <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:824959/FULLTEXT01.pdf> pukul 11:45 WIB.

- c. Bagi Instansi Magang dan Instansi Perusahaan
 - a. Terciptanya hubungan baik dan adanya pertukaran informasi antara perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta dengan Universitas Darussalam Gontor khususnya fakultas Ekonomi dan Manajemen.
 - b. Menjalinkan kerjasama yang baik dengan Perusahaan atau Instansi pendidikan dan mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum agar sesuai dengan kebutuhan lingkungan di Instansi atau perusahaan, sehingga Fakultas Ekonomi dan Manajemen UNIDA dapat mencetak generasi Lulusan yang Kompeten dalam dunia kerja.
 - c. Mengetahui dan dapat menilai kemampuan mahasiswi dalam mengaplikasikan ilmu yang telah didapat pada saat kuliah.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Marketing

Pemasaran adalah fungsi suatu organisasi dalam seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai pelanggan dan mengelola hubungan antara penjual dan konsumen yang ada sehingga terbangun sikap saling menguntungkan.⁶

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk mencapai tujuan perusahaan.⁷ Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.⁸

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa, Pemasaran merupakan suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan manusia atau sosial. Dalam arti lain, memenuhi kebutuhan dengan cara yang saling menguntungkan. Dimana perusahaan dapat membuat dan menjual atau menawarkan barang atau jasa untuk memenuhi keinginan yang untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, salah satunya yaitu laba atas penjualan.

⁶ Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium", Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 2000

⁷ William J. Stanton, "Dasar-dasar Pemasaran", Edisi ke-7. Jakarta: Erlangga Jilid ke 1, 2013.

⁸ Ibid. Philip Kotler

2.2 Digital Marketing

Penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.⁹ Penggunaan berbagai sarana media sosial untuk mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital marketing secara online. Pemasaran digital merupakan salah satu media pemasaran yang kini sedang banyak di minati oleh masyarakat, digital marketing mempermudah kegiatan pemasaran, selain mudah digital marketing memiliki jangkauan pasar yang lebih luas.

Digital marketing merupakan cara untuk memasarkan dan mempromosikan produk atau brand tertentu melalui media digital. Dapat dilakukan melalui iklan internet atau media sosial yang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis seperti Facebook, Youtube, Twitter, Instagram dan media sosial lainnya.

Digital marketing merupakan platform yang digunakan oleh para pelaku bisnis untuk dapat mempromosikan dan memperkenalkan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Pada saat ini, digital marketing menjadi sistem pemasaran yang paling banyak digunakan dan diminati bagi para pelaku bisnis. Hal ini karena digital marketing menjadi alat yang efektif bagi para pelaku bisnis dalam menjangkau target pasar. Selain itu, digital marketing dapat memberikan kemudahan, kenyamanan, serbaguna, dan lebih cepat dibanding yang lain bagi konsumen.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa digital marketing merupakan segala kegiatan manusia dalam memasarkan serta mempromosikan barang maupun jasa dengan menggunakan media online dengan jangkauan pasar yang sangat luas, serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

⁹ Chaffey, Dave, Richard mayer, dkk, "Johnston dan Fiona Ellis-Chadwick, 2015, Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice", *Pearson Education Limited*, London, England. 2015

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat

Kegiatan Pelaksanaan Kerja Magang sebagai berikut:

Periode PKL : 26 Juli- 24 Agustus 2022

Jam Kerja PKL : 09.00- 18.00 WIB

Hari Kerja : Senin- Ahad

Tempat : Jl. Perumnas, Mundusaren Seturan, Caturtunggal, Depok,
Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281

Penempatan : Digital Marketing.

3.2 Prosedur Pelaksanaan

Kegiatan magang kerja Perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta dibimbing oleh pembimbing lapangan. Peran pembimbing lapangan dalam kegiatan magang adalah sebagai fasilitator yang memberikan arahan, serta informasi bagi peserta magang pada perusahaan tersebut sesuai dengan penempatan pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta. Prosedur pelaksanaan magang kerja sebagai berikut:

1. Praktik Kerja

Metode Pelaksanaan praktik kerja dilakukan dengan harapan peserta magang mampu mengaplikasikan peran yang sesuai dengan perguruan tinggi pada bidang pendidikan, penelitian serta pengabdian. Dalam bidang pendidikan khususnya bertujuan untuk mempelajari manajemen digital marketing pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.

2. Wawancara dan Observasi

Prosedur wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada pembimbing lapangan yang

ada selaku fasilitator untuk memberikan informasi sesuai dengan topik yang ingin dibahas.

3. Dokumentasi

Prosedur Pelaksanaan dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi informasi yang diperoleh agar lebih lengkap serta keterangan yang diberikan sesuai dengan topik yang dibahas.

3.3 Tahap Pengumpulan Data

1. Tahap persiapan

Tahap ini telah dimulai dengan pencarian referensi ditempat PKL, penulis mencari data-data perusahaan melalui beberapa situs resmi perusahaan seperti website yang tersedia. Kemudian penulis mencoba mengirimkan e-mail kepada perusahaan serta sosial media lainnya yang terkait tentang informasi mengenai PKL.

Penulis mendapat tawaran untuk magang di perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta, serta melengkapi persyaratan yang ada untuk diserahkan kepada pihak perusahaan.

2. Tahap Pelaksanaan

Penulis melaksanakan kegiatan PKL dan ditempatkan sebagai digital marketing sesuai dengan skill yang dimiliki. Pelaksanaan PKL selama 30 hari kerja terhitung mulai dari tanggal 26 Juli 2022 dan berakhir pada 24 Agustus 2022. Penulis memulai jam kerja dari pukul 09.00 sampai dengan 18.00 WIB.

3. Tahap Pelaporan

Sebagai bukti telah melaksanakan kegiatan PKL, penulis diharuskan mengerjakan Laporan sesuai dengan yang telah ditentukan. Laporan ini berisi hasil dari pengamatan dan pengalaman penulis selama melakukan kegiatan PKL di perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.

BAB 4

KONDISI LOKASI MAGANG

4.1 Profil Lokasi Magang

Bakso Klenger merupakan warung bakso yang bergerak dibidang kuliner. Warung bakso ini bermula dari warung nasi ala prasmanan yang didirikan oleh Pak Achmad Taufik dan Ibu Septika di Kupang pada tahun 2011. Warung nasi tersebut tidak bertahan lama, hanya beberapa minggu saja. Pak Taufik kemudian menutup warung makan prasmanannya dan memilih membuka warung bakso seperti keluarganya di Nusa Tenggara Barat (NTB).

Pak Taufik beserta istrinya, Ibu Septika kemudian memutar otak untuk mencari cara agar orang mau mengunjungi warung baksonya. Pak Taufik memutuskan untuk pindah ke Yogyakarta karena Ibu Septika memiliki rumah yang berada di Muntilan, Magelang. Kemudian beliau membuka warung bakso di Yogyakarta.

Pada awal permulaan usaha, Pak Taufik membuat bakso yang berukuran tidak normal. Bakso yang dibuat berukuran 250 gram. Seiring berjalannya waktu, Pak Taufik juga membuat bakso berukuran 500 gram, satu kilogram, dua kilogram, tiga kilogram hingga lima kilogram. Pak Taufik memberi nama bakso tersebut yang dalam istilah jawnya yaitu “klenger”. Nama bakso klenger digunakan karena orang tidak akan habis menikmati bakso besar sendirian. Warung bakso klenger memiliki 2 (dua) cabang. Cabang pertama berada di Jl. Wahid Hasyim No.296 Nologaten, Yogyakarta. Cabang pertama didirikan pada tahun 2011. Cabang kedua berada di Jl. Perumnas, Mundusaren Seturan, Caturtunggal, Depok, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281. Cabang kedua didirikan pada tahun 2017.

Konsep yang digunakan oleh bakso klenger yaitu konsep klasik dipadukan dengan warna-warna colorful. Konsep ini berasal dari Ibu Septika. Beliau juga menawarkan konsep nongkrong maksudnya pembeli tidak hanya makan bakso tetapi bisa nongkrong. Sehingga suasana kebersamaan dan keceriaan saat makan bakso bersama teman, sahabat, maupun keluarga dapat benar-benar dirasakan.

Adapun tujuan pendirian bakso klenger adalah untuk mendapatkan profit serta menciptakan lapangan kerja, khususnya untuk warga sekitar bakso klenger.

4.2 Visi, Misi dan Motto

Bakso Klenger merupakan usaha kuliner yang memiliki visi untuk menjadi Iconic kiblat bakso terbesar dan terlengkap. Selain itu, bakso klenger memiliki misi untuk menyediakan bakso yang berkualitas dan bervariasi, menyediakan konsep wisatawan kuliner, pusat oleh-oleh untuk keluarga, menjadi bakso terbesar dengan berat 1 ton, memberikan kenyamanan dengan suasana menarik serta menjadikan karyawan sebagai bagian dari keluarga yang solid. Motto bakso klenger yaitu Datang sadar, Pulang Klenger.

4.3 Values and Philosophy

Values yang diterapkan oleh pemilik dalam menjalankan usahanya yaitu mengutamakan nilai kekeluargaan, keagamaan, kedisiplinan serta kejujuran dalam bekerja. Hal ini menjadi keunggulan bagi bakso klenger, karena bakso klenger memiliki leadership style cukup baik. Leadership style ini melekat menjadi budaya dan values dari usaha sehingga dapat menjadi alat pengendalian informal yang cukup baik.

Philosophy:

1. Visi Utama

Menjadikan bakso klenger sarana untuk membantu orang lain yang berpendidikan kurang namun memiliki semangat kerja serta menciptakan lapangan pekerjaan.

2. Misi Utama

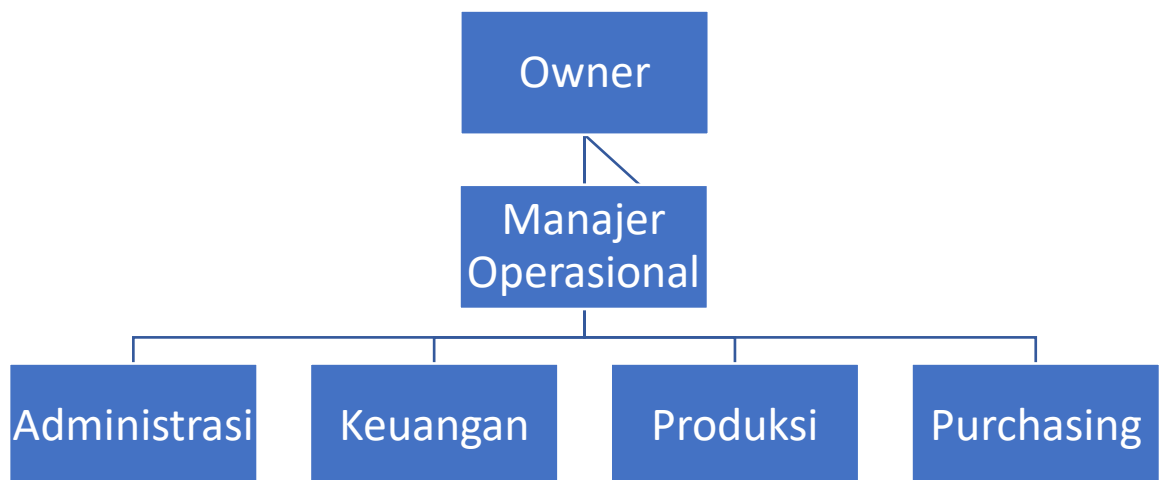
- a. Menyediakan bakso yang berkualitas dan bervariasi
- b. Menyediakan konsep wisatawan kuliner dan pusat oleh-oleh untuk keluarga

- c. Memproduksi bakso terbesar dengan berat 1 ton di Yogyakarta
- d. Memberikan kenyamanan bagi pelanggan dengan memberikan suasana yang menarik serta menjadikan karyawan sebagai bagian dari keluarga yang solid
- e. Membuat masyarakat beranggapan bahwa belum merasa ke Yogyakarta jika belum mampir ke bakso klenger.

3. Nilai-Nilai Dasar

Nilai-nilai yang diterapkan oleh bakso klenger adalah menjunjung kekeluargaan, keagamaan, kedisiplinan, serta kejujuran dalam hal bekerja. Nilai dasar ini berperan penting dalam kemajuan bisnis serta perkembangan bisnis.

4.4 Struktur Organisasi Magang



Jobdesk masing-masing dalam struktur organisasi:

1. Direktur/Pemilik
 - a. memilih, menetapkan dan mengawasi tugas karyawan, kepala bidang divisi serta manajer operasional.
 - b. Mengangkat dan memberhentikan karyawan

- c. Mempunyai wewenang untuk menyelesaikan atau mengambil keputusan dalam perusahaan
 - d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan kekayaan perusahaan
 - e. Menyetujui anggaran perusahaan.
2. Manajer Operasional
- a. Mengontrol, mengawasi dan terjun langsung di bakso klenger
 - b. Membantu direktur dalam memantau hasil dan kualitas produksi agar memenuhi standar sesuai dengan pesanan.
3. Divisi Administrasi
- Bertugas mengatur dan mengontrol bagian administrasi serta gudang.
4. Divisi Keuangan
- Bertugas mengatur cash flow keuangan atau pendanaan.
5. Divisi Produksi
- Bertugas mengolah dan memproduksi Bakso Klenger.
6. Divisi Purchasing/ Pembelian
- Bertugas membeli bahan dan peralatan yang dibutuhkan serta melakukan koordinasi, dan pengendalian tugas-tugas yang menyangkut bidang pembelian.

4.5 Logo Perusahaan

a. Brand



Owner memilih nama Bakso Klenger. Nama ini diambil dari istilah jawa yaitu “Klenger”. Nama ini mulanya didapat secara tidak sengaja. Nama ini didapat ketika ada orang yang sedang menikmati bakso hingga tidak sanggup menghabiskan bakso karena ukuran bakso yang besar serta daging sapi yang benar-benar padat.

b. Logo

Logo bakso klenger dipilih dengan nuansa colorful sesuai dengan konsep anak muda masa kini yang menyukai warna colorful sehingga dapat menarik perhatian.

c. Motto

Datang Sadar, Pulang Klenger.



BAB 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil dan Pembahasan Kegiatan

- Implementasi digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.





Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui implementasi digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta. Penerapan digital marketing memberikan pengaruh yang besar terhadap pemasaran bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan digital marketing dapat mempengaruhi volume penjualan produk, mempromosikan produk melalui sosial media untuk mengurangi pengeluaran yang cukup besar, serta dapat menjalin interaksi dengan konsumen, dan mempermudah konsumen dalam bertransaksi melalui media sosial.

Uraian Magang	Bukti
<ul style="list-style-type: none">- Membuat Design Poster 17 Agustus 2022	
<ul style="list-style-type: none">- Menentukan event untuk 17 Agustus dan membuat design feed lg 17 Agustus 2022	
<ul style="list-style-type: none">- Menentukan Promo Panas (Paket Nasi) Bakso Klenger- Membuat Design untuk Katalog Promo Panas	
<ul style="list-style-type: none">- Membuat Design Banner Bakso Klenger	

<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design PAKADES (Paket Klenger Delivery Service) - Membuat Design untuk Story Wa, Ig (malam) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig (Siang-Malam) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Dubbing Vidio untuk pemasaran Bakso Klenger - Membuat Design Welcome Agustus - Membuat Design Promo di bulan Agustus - Membuat Design QNA untuk story Wa, Ig 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Vidio Bakso Klenger - Membuat Design Story Wa, Ig (Pagi) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design pengenalan Bakso - Membuat Design Story Wa, Ig (Pagi-Malam) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig (pagi) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig (malam) 	

<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Happy Weekend Story Wa, Ig Bakso Klenger Ratu Sari 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Dinner Story Wa, Ig Bakso Klenger 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Vidio Inovasi Produk 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design untuk Peringatan Hari Pramuka - Membuat Design Story Wa, Ig (pagi) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger (Lunch) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig (Pagi-Siang) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Promo MABAR (Mahasiswa/i Baru) - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger (Pagi-Siang-Malam) 	

	
WFH	-
WFH	-
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Paket Promo Merdeka Sampai Klenger untuk tanggal 17-19 Agustus 2022 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger (Pagi-Siang) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig (testimoni) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger 	
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisor Dosen Pembimbing Ke Bakso Klenger Ratu Sari - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger 	

<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Flyer Bakso Klenger - Membuat Design Poster Promo Tahfidz 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Design Story Wa, Ig Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta 	
<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Story Wa, Ig Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta 	

Implementasi digital marketing pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta yaitu seperti mempromosikan produk yang ada melalui SW (status Whatsapp), SG (status Instragram), Tiktok, Feed Ig, Katalog.

Hasil menunjukkan bahwa perusahaan memasarkan produknya secara digital marketing dibandingkan dengan memasarkan produk secara tradisional. Hal ini dikarenakan pemasaran melalui platform digital marketing meningkatkan penjualan dibandingkan dengan penjualan produk secara langsung. Hal ini juga mengikuti tren yang ada sehingga dapat meningkatkan penjualan yang maksimal. Dengan menerapkan sistem digital marketing, perusahaan dapat dengan mudah memperkenalkan produk serta dapat dengan mudah memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang ditawarkan, dengan demikian dengan digital marketing dapat meningkatkan pemasaran yang meluas perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta kepada masyarakat.

- Strategi pada konsep digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.

Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan perusahaan dalam menerapkan konsep digital marketing. Strategi digital marketing yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing terdiri dari:¹⁰

- a. Ketersediaan informasi produk dan panduan produk
- b. Ketersediaan gambar-gambar seperti foto dan video
- c. Ketersediaan video yang mampu memvisualisasikan produk
- d. Ketersediaan lampiran dokumen terkait informasi
- e. Ketersediaan komunikasi daring dengan pengusaha
- f. Ketersediaan alat transaksi dan berbagai media pembayaran
- g. Ketersediaan bantuan dan layanan konsumen
- h. Ketersediaan dukungan opini daring
- i. Ketersediaan tampilan testimonial
- j. Ketersediaan penawaran khusus
- k. Ketersediaan penawaran khusus
- l. Ketersediaan sajian informasi terbaru melalui pesan daring
- m. Kemudahan dalam pencarian produk
- n. Kemampuan menciptakan kesadaran produk
- o. Kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru
- p. Kemampuan penguatan citra merek yang diterima konsumen

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa perusahaan memasarkan produknya dengan memanfaatkan konsep digital marketing. Pemanfaatannya berupa memposting produk di sosial media seperti feed instagram, facebook, youtube.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang mengungkapkan bahwa digital marketing adalah salah satu strategi yang efektif untuk menarik konsumen. Hal ini dikarenakan manfaat yang diperoleh tidak hanya sebatas tempat untuk mempromosikan produk serta kelengkapan informasi yang diperoleh, tetapi juga

¹⁰ Juli, Sulaksono dan Nizar Zakaria, "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri", *Generation Journal*, 4(1) 41-47, diakses dari <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/gj/article/view/13906> pukul 14:45 WIB, 2020.

memungkinkan untuk penyebaran informasi yang lebih interaktif, menciptakan awareness terhadap perusahaan dan produk, serta memperoleh informasi sebagai acuan untuk melakukan riset pasar.¹¹

Selain memasarkan dan memperkenalkan produk melalui sosial media, perusahaan juga merumuskan promo untuk menarik konsumen. Promo yang diadakan selama kegiatan magang di Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta yaitu, Promo 17 Agustus, Paket Panas (paket nasi), Promo Hafidz bagi yang hafidz Qur`an, Pakades (paket Klenger Delivery), dan promo Mabar (mahasiswa/i baru). Untuk lebih menarik konsumen dalam menawarkan promo yaitu free es teh.

Untuk perluasan perusahaan dalam mempromosikan serta memasarkan produk, perusahaan bekerjasama dengan Grabfood, Shopee Food, GoFood untuk memudahkan konsumen dalam memesan produk yang diinginkan secara online. Hal ini dapat memicu serta memberikan ketertarikan konsumen terhadap perusahaan, karena menerapkan sistem yang dapat memudahkan konsumen dalam membeli produk.

¹¹ Fitri, Rachmawati, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlwan Ekonomi Surabaya", Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/26290/> pukul 14:47 WIB, 2018.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan magang yang dilakukan penulis pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta, penulis telah mencapai tujuan yang telah dirumuskan yaitu penulis telah melakukan berbagai kegiatan yang sesuai dengan skill yang dimiliki, serta sesuai dengan arahan pembimbing lapangan. Selain itu, dalam pelaksanaan kegiatan penulis mempelajari penerapan manajemen yang ada pada perusahaan, serta penulis mendapat pengalaman bagaimana suasana dunia kerja yang sesungguhnya serta wawasan, yang mana dapat di manfaatkan dalam dunia kerja nantinya.

6.2 Saran

Semoga terlaksananya kegiatan magang ini memberikan manfaat bagi penulis dan juga bagi perusahaan. Dan dapat dijadikan sebagai evaluasi internal dan eksternal industri dan penulis. Dari penyusunan laporan magang ini, diharapkan dapat menjadi pengembangan akademika dan juga pengembangan perusahaan dalam memasarkan produknya. Program manager secara rasional mendapatkan pengalaman lebih dari program magang secara konduktif dan fungsional secara universal.

DAFTAR PUSTAKA

- Bang, Andreas dan Joy Hell, "Digital Marketing Strategy: Social Media and its Contribution to Competitiveness." *Tesis, Linnaeus University*. Diakses dari <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:824959/FULLTEXT01.pdf> pukul 11:45 WIB.
- Chaffey, Dave, Richard mayer, dkk, "Johnston dan Fiona Ellis-Chadwick, 2015, Internet Marketing: Strategy, Implementation And Practice", *Pearson Education Limited*, London, England. 2015
- J. Stanton, William , "Dasar-dasar Pemasaran", Edisi ke-7. Jakarta: Erlangga Jilid ke 1, 2013.
- Jannatin, Rahmatul, Naimah, M. Wahyu Wardhana, dkk, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM", *Jurnal Impact: Implementation and Action* 2(2) 1-12, 2020, Diakses dari <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/impact/article/view/844/745> pukul 11:36 WIB.
- Juli, Sulaksono dan Nizar Zakaria, "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri", *Generation Journal*, 4(1) 41-47, diakses dari <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/gj/article/view/13906> pukul 14:45 WIB, 2020.
- Kaur, Gurmeet, "The Importance of Digital Marketing in The Tourism Industry", *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(6), 2017, diakses dari https://www.granthaalayahpublication.org/journals/index.php/granthaalayah/article/view/IJRG17_A06_387/1877 pukul 11:21 WIB
- Kotler, Philip, "Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium", Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 2000
- Rachmawati, Fitri, "Penerapan Digial Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlwan Ekonomi Surabaya", Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/26290/> pukul 14:47 WIB, 2018.
- Ratna Gumilang, Rita, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri", *Jurnal Ilmiah manajemen*, Vol 10 No 1 Maret 2019 (E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN : 2086-4620), diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/325650-implementasi-digital-marketing-terhadap-5ba8d9df.pdf> pukul 11:10 WIB
- Salma Az-zahra, Nafisa, "Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta", *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 2021, diakses dari <http://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/NCOINS/index> pukul 11:06 WIB.

LAMPIRAN



Lampiran 1. Supervisi dosen pembimbing ke perusahaan



Lampiran 2. Penyerahan Vendel dari Kampus ke Perusahaan



Lampiran 3. Foto Bersama di depan replika Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta



Lampiran 4. Tempat usaha Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta



Lampiran 5. Replika Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta