

PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PROMOSI KIMI SUSHI

Sakinah Sudin¹, Dinda Maharani O.Kamarullah², Sitna Aisa Kamaludin³,
Nuhdaniar Gunawan⁴, Deviriyani R. Laher⁵

sakinahsudin80@yahoo.co.id¹, dindamaharanikamaarullah@gmail.com²,
sitnakamaluddin@gmail.com³, nuhdaniargunawan@gmail.com⁴, dyani7553@gmail.com⁵

Universitas Muhammadiyah Maluku Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam meningkatkan promosi Kimi Sushi, sebuah restoran yang mengusung tema makanan khas Jepang. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi platform digital yang efektif, strategi promosi yang dapat diterapkan, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasi teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, website resmi, platform delivery online, SEO, dan email marketing merupakan platform yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan. Selain itu, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis untuk memaksimalkan promosi digital Kimi Sushi, termasuk penggunaan konten visual yang menarik, kolaborasi dengan influencer, dan analisis data untuk personalisasi promosi.

Kata Kunci: Teknologi Digital, Promosi, Kimi Sushi, Media Sosial, Strategi Pemasaran Digital.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang didukung oleh perkembangan teknologi digital, promosi bisnis menjadi lebih dinamis dan efektif. Industri makanan dan minuman, termasuk restoran seperti Kimi Sushi, merasakan dampak positif dari teknologi digital. Kimi Sushi, yang menawarkan pengalaman kuliner autentik khas Jepang, menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat. Teknologi digital memberikan peluang untuk menjawab tantangan tersebut melalui berbagai platform online seperti media sosial, website, aplikasi, dan marketplace makanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis peran teknologi digital dalam meningkatkan promosi Kimi Sushi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Promosi Kimi Sushi

Teknologi digital telah memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan Kimi Sushi. Media sosial seperti Instagram dan TikTok digunakan untuk memamerkan produk melalui konten visual yang menarik, sementara website resmi dan platform delivery online mempermudah pelanggan untuk mengakses informasi dan melakukan pemesanan.

Platform Digital yang Efektif

Platform digital yang paling efektif untuk Kimi Sushi meliputi:

1. Media Sosial: Instagram dan TikTok digunakan untuk konten visual dan interaksi langsung dengan pelanggan.
2. Website Resmi: Menyediakan informasi lengkap dan memungkinkan pemesanan online.
3. Platform Delivery Online: GrabFood dan GoFood digunakan untuk memperluas jangkauan pasar.

4. SEO: Meningkatkan visibilitas website pada mesin pencari.
5. Email Marketing: Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Strategi Promosi Berbasis Teknologi Digital

Strategi yang dapat diterapkan Kimi Sushi meliputi:

1. Konten Visual yang Menarik: Menggunakan foto dan video makanan yang menggugah selera.
2. Kolaborasi dengan Influencer: Meningkatkan kesadaran merek melalui influencer di media sosial.
3. Analisis Data: Menggunakan data pelanggan untuk personalisasi promosi.
4. Kampanye Berbayar: Menggunakan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih spesifik.

Tantangan dan Solusi

Tantangan utama yang dihadapi Kimi Sushi meliputi kompetisi yang tinggi dan keterbatasan sumber daya. Solusi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan kolaborasi dengan influencer, mengoptimalkan anggaran promosi, dan terus memantau tren teknologi terbaru.

KESIMPULAN

Teknologi digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan promosi Kimi Sushi. Media sosial, website resmi, platform delivery online, SEO, dan email marketing merupakan platform yang paling efektif untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan. Strategi promosi yang tepat, seperti penggunaan konten visual yang menarik dan kolaborasi dengan influencer, dapat membantu Kimi Sushi tetap kompetitif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
(Buku ini membahas strategi pemasaran secara umum, termasuk penggunaan teknologi digital dalam promosi bisnis.)
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (7th ed.). Pearson.
(Buku ini fokus pada strategi dan implementasi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, SEO, dan email marketing.)
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
(Buku ini membahas bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk menjangkau generasi digital, termasuk strategi promosi melalui platform online.)
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
(Buku ini membahas penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran, termasuk studi kasus dari berbagai industri, termasuk kuliner.)
- Strauss, J., & Frost, R. (2016). *E-Marketing* (7th ed.). Routledge.
(Buku ini membahas pemasaran digital secara komprehensif, termasuk penggunaan website, media sosial, dan analisis data.)
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
(Artikel ini membahas tantangan dan peluang media sosial dalam konteks bisnis, termasuk industri kuliner.)
- Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. Diakses dari <https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends>
(Laporan ini memberikan gambaran terkini tentang tren digital global, termasuk penggunaan media sosial dan platform online untuk promosi bisnis.)

- Statista. (2023). Online Food Delivery - Worldwide. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1170631/online-food-delivery-market-size-worldwide/> (Data ini memberikan insight tentang pertumbuhan pasar pengantaran makanan online secara global, yang relevan dengan penggunaan platform delivery online oleh Kimi Sushi.)
- Nielsen. (2022). The Impact of Digital Marketing on Consumer Behavior. Diakses dari <https://www.nielsen.com/insights/2022/digital-marketing-impact/> (Laporan ini membahas bagaimana pemasaran digital memengaruhi perilaku konsumen, termasuk dalam industri kuliner.)
- Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. *Management Decision*, 50(2), 253-272. (Artikel ini membahas pentingnya keterlibatan pelanggan melalui media sosial dan bagaimana hal itu dapat meningkatkan hubungan bisnis-pelanggan.)
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The future of retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1-6. (Artikel ini membahas tren masa depan dalam ritel, termasuk penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.)
- Kumar, V., & Rajan, B. (2019). Digital marketing: A framework, review, and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 36(1), 22-45. (Artikel ini memberikan kerangka kerja dan agenda penelitian terkait pemasaran digital, termasuk strategi promosi berbasis teknologi.)
- Li, F., & Larimo, J. (2021). Social media marketing strategy: Definition, conceptualization, taxonomy, and research agenda. *Journal of Business Research*, 124, 389-401. (Artikel ini membahas strategi pemasaran media sosial, termasuk bagaimana bisnis dapat memanfaatkannya untuk meningkatkan promosi.)
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486. (Artikel ini membahas bagaimana aktivitas pemasaran media sosial dapat meningkatkan ekuitas pelanggan, termasuk dalam konteks bisnis kuliner.)
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing* (6th ed.). Routledge. (Buku ini membahas keunggulan pemasaran digital, termasuk perencanaan dan pengoptimalan strategi promosi online.)