

jurnal @gungsurya revisi turnitin

by Myeong Suck

Submission date: 06-Sep-2022 09:03PM (UTC+0900)

Submission ID: 1771149213

File name: jurnal_gungsurya_revisi_turnitin.pdf (88.58K)

Word count: 1796

Character count: 11299

SOSIALISASI FITUR PROMO REKOMENDASI DAN AD MANAGER DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MITRA GRABMERCHANT

I Gusti Surya Adi Wiandika^{1*}, Ni Luh Putu Sariyani², Ketut Tanti Kustina³

^{1,2,3}Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional

email: gungsurya69@gmail.com

Abstract: *Online Food Delivery Service is very helpful for entrepreneurs in the culinary field, because they can provide delivery services even though the restaurant does not have a special workforce in charge of delivering food. The phenomenon found from the observations is the lack of awareness of business owners who use the GrabMerchant application in using the Recommendation Promo Feature and Ad Manager to improve their sales performance. The author conducts PKL (Field Work Practice) at PT. Magada Tirta Amerta is a company engaged in the field of Human Resource Consulting. From the problems above, education was given about these features and suggested one of the recommended promo features, namely Express Discounts 9.9 and Ad Manager.*

Keywords: *Promotions; Recommendation; Sale*

Abstrak: Online Food Delivery Service sangatlah membantu pengusaha di bidang kuliner, karena mereka dapat menyediakan layanan delivery walaupun restoran tersebut tidak memiliki tenaga kerja yang khusus bertugas untuk mengantar makanan. Fenomena yang ditemukan dari hasil pengamatan yaitu kurangnya tingkat kesadaran pemilik usaha yang menggunakan aplikasi GrabMerchant dalam pemanfaatan Fitur Promo Rekomendasi dan Ad Manager untuk meningkatkan performa penjualan mereka. Penulis melakukan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di PT. Magada Tirta Amerta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Human Resource Consulting. Dari permasalahan di atas, maka diberikan edukasi mengenai fitur tersebut dan menyarankan salah satu fitur promo rekomendasi yaitu Diskon Kilat 9.9 dan Ad Manager.

Kata kunci: Promo; Rekomendasi; Penjualan

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak pada berbagai pemangku kepentingan, termasuk para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner. Sekitar 1400 restoran tutup akibat pandemi Covid-19, menurut Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (CNN, 2021). Kemudian muncul Kebijakan PPKM Darurat Pemerintah. Ini

menetapkan bahwa restoran tidak mengizinkan makan di tempat. Akibatnya, restoran hanya akan menawarkan layanan bawa pulang atau pesan antar. Bahkan jika sebuah restoran tidak memiliki staf khusus yang bertanggung jawab untuk pengiriman makanan, layanan pengiriman makanan online dapat menawarkan layanan pengiriman, menjadikannya sangat berguna bagi

pengusaha di sektor kuliner¹. GrabFood merupakan salah satu Online Food Delivery Service (OFDS) atau Layanan Pesan Antar Makanan Online di Indonesia¹. Layanan ini telah bekerja sama dengan banyak mitra di Indonesia. Jumlah mitra GrabFood meningkat 153% (Kumparan, 2021). Hal ini dikarenakan Grab menawarkan sejumlah promo menarik yang menawarkan nominal diskon yang cukup tinggi.

Promosi adalah salah satu elemen utama dari kampanye pemasaran dan terdiri dari kumpulan alat insentif, biasanya dirancang untuk mendorong pembelian jangka pendek atau volume tinggi (Kotler & Keller, 2016). Promosi adalah kegiatan pemasaran dan periklanan yang dapat mendorong terhadap pembelian konsumen dan juga efektivitas di pengecer. Kegiatan tersebut meliputi demonstrasi, pertunjukan, pameran, dan yang lain. Kegiatan tersebut biasanya dilakukan bersamaan dengan kegiatan-kegiatan promosi dan biasanya juga relatif lebih mudah dari personal selling dan periklanan. Tujuan dari promosi adalah penjual dapat menggunakan metode promosi konsumen sebagai cara meningkatkan volume penjualan dalam jangka yang pendek ataupun membangunkan suatu pasar jangka pada aplikasi GrabMerchant, terdapat Promo Rekomendasi² dan Promo Buat Sendiri. Promo Rekomendasi adalah cara termudah untuk mendaftarkan restoran ke promo GrabFood untuk meningkatkan penjualan. Promosi ini sudah diatur sedemikian rupa sehingga para pelaku usaha dapat mengatur promosi sendiri.

Selain itu, permintaan Anda untuk bergabung akan ditinjau oleh

Grab dan setelah disetujui, promosi akan dimulai sesuai dengan jadwal promosi yang Anda tetapkan. Berbeda dengan Promo Buat Sendiri, pada fitur ini terdapat pilihan promosi:

1. Diskon persenan: Diskon dengan persenan yang dipotong dari harga asli produk
2. Diskon dengan angka tetap: Promosi dengan menetapkan harga langsung dari produk
3. Diskon ongkir: Memangkas ongkos kirim pada minimal harga tertentu
4. Hidangan Gratis: Ketika pelanggan sudah mencapai batas minimum pesanan⁷

Periklanan merupakan salah satu kendaraan dalam bauran promosi, yang terdiri dari lima kendaraan (Kotler, 2000). Selain periklanan, ada promosi, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Namun yang paling umum adalah iklan, terutama untuk barang-barang konsumsi. Meskipun tidak secara langsung mengumpulkan uang, periklanan adalah sarana pemasaran yang efektif yang dapat membantu menghubungkan bisnis dan konsumen ke dalam persaingan.

Salah satu fitur yang ada di Grab Merchant yaitu Ad Manager. Ad Manager adalah fitur di GrabMerchant yang bisa membuat mitra usaha untuk menambah visibilitas dan pengunjung ke restoran dengan membuat iklan-iklan menarik. Ada dua jenis iklan yang dapat dibuat, yaitu Iklan Banner dan Iklan Pencarian. Perbedaan iklan ini yaitu Iklan Banner akan ditampilkan pada halaman utama aplikasi GrabFood, sedangkan Iklan Pencarian ditampilkan di kolom pencarian GrabFood.

Fenomena yang ditemukan dari hasil pengamatan yaitu kurangnya

tingkat kesadaran pemilik usaha yang menggunakan aplikasi GrabMerchant dalam pemanfaatan Fitur Promo Rekomendasi dan Ad Manager untuk meningkatkan performa penjualan mereka. Hal ini dikarenakan kurangnya minat pengguna untuk mempelajari lebih lanjut dalam penggunaan fitur ini. Maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Efektivitas Fitur Promo Rekomendasi dan Ad Manager dalam Meningkatkan Penjualan Mitra GrabMerchant”**.

METODE

Penulis melakukan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di PT. Magada Tirta Amerta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Human Resource Consulting. Salah satu clien dari PT. Magada Tirta Amerta perusahaan multinational online transpotation yaitu Grab. Saat ini penulis menduduki jabatan sebagai Canvasser untuk membantu memasarkan fitur Promo Rekomendasi dan Ad Manager kepada mitra GrabMerchant.

Selama melakukan kunjungan ke outlet Mitra Grab Merchant, ditemukan beberapa kendala seperti, minimnya pengetahuan owner tentang fitur Grab Merchant, minimnya edukasi tentang campaign Grab Merchant, dan banyaknya owner yang tidak mengerti mengenai Ad Manager di aplikasi Grab Merchant. Hal ini menyebabkan, banyak Mitra Grab Merchant yang mengeluh dan merasa dirugikan akibat kurangnya pengetahuan mengenai aplikasi Grab Merchant.

Salah satu contoh Mitra Grab Merchant yang sempat mengalami

kendala yaitu outlet “Martabak Trio – Pedungan”. Pada saat melakukan kunjungan, owner sempat mengeluh karena tidak paham mengenai fitur rekomendasi dan fitur promo buat sendiri yang ada di aplikasi Grab Merchant. Tidak hanya itu, owner juga mengalami kendala seperti, sepi nya pesanan yang masuk dan kurang paham bagaimana cara agar tampilan outlet bisa berada di halaman depan pada aplikasi Grab Food.

PEMBAHASAN

Pemasaran adalah salah satu departemen bisnis utama dan bagaimana produk diperkenalkan dan didistribusikan kepada konsumen adalah salah satu tugas departemen pemasaran (Hariyaanti 2018). Dalam pemasaran, contohnya termasuk promosi dan periklanan. Promosi merupakan salah satu alat terpenting dalam pemasaran dan sering disebut sebagai proses yang berkelanjutan (Nasution 2014). Kegiatan promosi seharusnya tidak hanya memperkenalkan produk kepada konsumen, tetapi harus terus berupaya mempengaruhi konsumen untuk membeli produk dengan kepuasan.

Dunia periklanan tidak hanya mengurus pengelolaan industri dan pemasaran media. Periklanan sangat relevan dengan dunia kewirausahaan, pemasaran produk, dan hubungan masyarakat. Periklanan membutuhkan periklanan yang efektif dengan tingkat daya tanggap yang tinggi, cara menjual periklanan modern, dan cara menangkap pangsa pasar yang direncanakan sebelumnya. Pemasaran promosi merupakan bagian dari promosi penjualan secara umum (Tasrudin 2015). Keuntungan beriklan pada

3 produk adalah menyampaikan pesan yang ingin disampaikan produsen kepada konsumen. Daya tarik iklan sangat penting bagi iklan untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Selain beriklan, Afiliasi Merchant Grab harus terlibat dalam pemasaran online menggunakan teknik search engine optimization (SEO) atau pendekatan mesin pencari untuk mendapatkan jumlah pengunjung yang banyak. Search Engine Optimization adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis dan bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke suatu situs oleh mesin pencari dengan menggunakan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari (Atan-to & Nuridyansyah 2017). SEO itu penting karena dengan SEO Mitra Grab Merchant muncul di halaman utama mesin pencari pencarian, yang membuat pengunjung Anda lebih mungkin melihat halaman Mitra Grab Merchant Anda. Jika pengunjung berhasil dipandu oleh SEO dan menemukan situs web yang sesuai dengan kebutuhan mereka, mereka akan melihat situs web tersebut, menikmatinya, merasa nyaman dengannya, dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Setelah mengunjungi beberapa mitra Grab Merchant, banyak owner yang tertarik untuk mengikuti dan menerapkan fitur promo rekomendasi dan ad manager. Mengapa demikian? Dikarenakan konsumen akan merasa puas jika mendapatkan promo yang banyak. Pentingnya kepuasan pelanggan telah banyak disadari perusahaan dengan menerapkan strategi dalam rangka membuat pelanggan merasa senang (Eldon & S, 2021). Kepuasan konsumen akan berdampak positif bagi perusahaan, perusahaan akan

berhasil menarik banyak pelanggan, dan kepuasan pelanggan yang tercapai akan menjamin loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Kepuasan membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, meletakkan dasar yang baik untuk pembelian berulang, atau membangun loyalitas konsumen (Nurkariani, N. L. 2022). Selain itu, kepuasan pelanggan juga merupakan ukuran bagi suatu perusahaan untuk menunjukkan apa yang perlu diubah, dipertahankan atau ditingkatkan di masa yang akan datang karena pelanggan merasa puas atau dirugikan. Jika ada pelanggan yang tidak puas atau dirugikan, mereka bisa berpindah ke pelanggan lain yang merupakan ancaman bagi bisnis Anda (Tannady, H., Suyoto, Y.T., Purwanto, E., & Anugrah, A.I. 2022).

Jika pelanggan sudah puas, tentunya mereka akan melakukan pembelian kembali. Maka dari itu, mitra Grab Merchant harus menjaga loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan itu sendiri dapat didefinisikan sebagai perasaan seseorang seperti bahagia atau kecewa yang terjadi ketika seseorang itu sendiri merasa puas terhadap realitas yang di dapatkan dengan ekspektasi sebelumnya (Iskandar 2015). Selain itu, menurut Tjiptono (2012) loyalitas pelanggan ialah kesetiaan pembeli kepada suatu barang ataupun jasa, yang di buktikan dengan adanya pembelian ulang secara terus menerus. Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk menarik pelanggan baru. Pelanggan yang puas, di sisi lain, memberikan pembelian berulang yang berkelanjutan, memperluas lini produk yang dikonsumsi, menyebarkan kabar baik (word-of-mouth yang positif), mengurangi elastisitas harga, dan

mengurangi pengeluaran untuk iklan untuk menarik pelanggan baru. Mitra Merchant (Febrianto, F., & Arini, E. 2022).

Setelah mendengar beberapa informasi dari beberapa mitra Grab Merchant, banyak owner yang merasa diuntungkan setelah menggunakan fitur rekomendasi promo dan ad manager, terlihat dari meningkatnya omset penjualan dan orderan dari beberapa merchant. Tetapi, ada beberapa mitra Grab Merchant yang juga merasa dirugikan karena adanya pemotongan komisi lebih dari pihak Grab Food jika menggunakan fitur rekomendasi promo dan ad manager. Tetapi, secara keseluruhan fitur rekomendasi promo dan ad manager efektif dalam meningkatkan penjualan mitra Grab Merchant.

Dari permasalahan di atas, dapat dinyatakan bahwa terdapat beberapa mitra Grab Merchant yang belum mengetahui mengenai fitur promo rekomendasi dan ad manager yang mengakibatkan fitur tersebut kurang efektif dalam meningkatkan penjualan. Salah satu mitra Grab Mer-

chant yang mengalami yaitu Martabak Trio – Pedungan. Owner belum mengetahui mengenai fitur rekomendasi promo dan ad manager dari Grab Merchant. Maka dari itu, diberikan edukasi mengenai fitur tersebut dan menyarankan salah satu fitur promo rekomendasi yaitu Diskon Kilat 9.9 dan Ad Manager di Martabak Trio – Pedungan.

SIMPULAN

11

Tujuan dari Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini adalah untuk melakukan sosialisasi terkait fitur rekomendasi dalam meningkatkan penjualan mitra GrabMerchant. Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penulis telah mampu mencapai tujuan tersebut dengan memberikan edukasi kepada mitra GrabMerchant terkait fitur promo rekomendasi.

DAFTAR PUSTAKA

jurnal @gungsurya revisi turnitin

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.ojs.unr.ac.id Internet Source	3%
2	www.grab.com Internet Source	2%
3	text-id.123dok.com Internet Source	1%
4	123dok.com Internet Source	1%
5	pdfcoffee.com Internet Source	1%
6	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	1%
7	moam.info Internet Source	1%
8	www.researchgate.net Internet Source	1%
9	repsformen.blogspot.com Internet Source	1%

10	www.seoexpert.co.id Internet Source	1 %
11	id.scribd.com Internet Source	<1 %
12	core.ac.uk Internet Source	<1 %
13	info_loker-depnaker.blogspot.com Internet Source	<1 %
14	www.kompas.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

jurnal @gungsurya revisi turnitin

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5
