

# Jurnal TANPA TEMPLATE

*by Turnitin by Anya*

---

**Submission date:** 14-Jul-2023 09:29AM (UTC+0530)

**Submission ID:** 2130825669

**File name:** Jurnal\_TANPA\_TEMPLATE.docx (347.34K)

**Word count:** 1184

**Character count:** 7814

# PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI PROMOSI PRODUK DAN RE-BRANDING WARUNG SOTO LAMONGAN DI MALAYSIA

## Abstract

*Digital marketing is the use of digital tools and platforms, such as social media, websites, online advertising, and email marketing, to promote products or services to target audiences. The purpose of this community service is to carry out Re-Branding from before the Warung Soto Lamongan Logo which was just ordinary to extraordinary and beautiful. In order to help companies to stay relevant in keeping up with the times. Researchers got information about the stall through the extension method. This method, shows logo re-branding and digital marketing. It can be concluded that social community service activities can benefit the business of Warung Soto Lamongan in Malaysia.*

## PENDAHULUAN

Pasar bisnis saat ini semakin didominasi oleh pengaruh teknologi digital. Perkembangan internet, media sosial, dan perangkat seluler telah mengubah cara konsumen mencari informasi, berinteraksi, dan berbelanja. Dalam konteks ini, strategi pemasaran (Premi Wahyu, et al. 2020) tradisional tidak lagi cukup efektif untuk mempromosikan produk dan mencapai target audiens dengan tepat. Oleh karena itu, perusahaan harus mengadopsi strategi pemasaran yang berfokus pada digital marketing.

Digital marketing adalah penggunaan alat dan platform digital, seperti media sosial, situs web, iklan online, dan email marketing, untuk mempromosikan produk atau jasa kepada audiens target. Dalam konteks bisnis makanan dan minuman, penggunaan digital marketing (Teresia, et al. 2023) telah terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan memperluas jangkauan pasar. Warung Soto Lamongan "WASOLA", sebuah warung makan yang terkenal dengan hidangan soto khas Lamongan, menyadari pentingnya digital marketing dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kuliner (Faizah et al. 2022). Sebagai langkah untuk meningkatkan penjualan dan citra merek mereka, Warung Soto Lamongan memutuskan untuk memanfaatkan digital marketing sebagai strategi promosi produk dan re-branding.

Di Malaysia, Warung Soto Lamongan memiliki peluang yang besar untuk menarik perhatian masyarakat yang gemar kuliner. Namun, untuk mencapai kesuksesan dalam memasarkan produk mereka, Warung Soto Lamongan perlu mengadopsi pendekatan yang inovatif dan relevan dengan tren pemasaran saat ini. Digital marketing memberikan solusi yang tepat bagi warung tersebut untuk memperkenalkan hidangan soto Lamongan mereka kepada khalayak yang lebih luas. Pembisnis dapat menggunakan kekuatan media sosial (Eko Nur Syahputro, 2023) untuk mempromosikan produknya kepada khalayak sehingga mereka mengenali dan tertarik untuk membeli. Negara Malaysia memiliki banyak khas makanan kuliner (Murdijati Gardjito, et al. 2017) yang dapat disajikan oleh masyarakatnya, tetapi saat ini soto adalah makanan yang cukup mudah untuk dikonsumsi setiap hari. Dengan Warung Soto Lamongan "Wasola" yang telah diproduksi selama lebih dari dua tahun, umkm tersebut perlu didukung oleh kegiatan pengabdian kepada masyarakat, agar potensinya semakin meningkat di masa depan dan perlu dibuatkan sosial media untuk pemanfaatan ekonomi digital. Pengembangan ekonomi khususnya terkait dengan penggunaan digital marketing dan re-branding logo pada warung soto Lamongan "Wasola" untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarganya, dapat memberikan peluang kepada warung soto Malaysia untuk mengembangkan digital marketing melalui media sosial dan re-branding logonya (Prakoso, et al. 2022).

Diharapkan bahwa kegiatan ini akan mempengaruhi kinerja umkm warung soto Lamongan dengan dukungan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap pengembangan bisnis warung soto lamongan. Karena warung soto lamongan belum mengenal tentang digital marketing yang dapat menyebarkan produknya yaitu soto sehingga mereka hanya memiliki logo yang menampilkan makanan soto di dalam mangkuk. Karena pentingnya penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan soto Malaysia, dalam pengabdian kepada masyarakat ini akan melakukan re-branding logo untuk warung soto Lamongan “*Wasola*” dan mendampingi penggunaan digital marketing melalui media sosial.

#### METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di rumah pemilik usaha warung soto Lamongan “*Wasola*”. Peneliti dan pemilik usaha akan berkomunikasi melalui chat whatsapp dan zoom, karena terhalang oleh jarak. Diawali dengan pembukaan, acara inti, dan penutupan. Peneliti dan pemilik usaha warung soto Lamongan memulai diskusi dengan sedikit perkenalan. Sebagian dari kegiatan, peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui informasi tentang warung soto Lamongan, mengidentifikasi kekurangan dalam promosi penjualan yang lebih luas dan mengajukan beberapa pertanyaan tentang bisnis warung soto Lamongan pada akhir kegiatan, peneliti memberikan saran untuk re-branding warung soto Malaysia.

Tujuan kegiatan tercapai melalui penerapan metode pengetahuan dan keterampilan kepada pemilik usaha warung soto Lamongan. Peneliti mendapat informasi tentang warung tersebut melalui metode penyuluhan. Metode ini, menunjukkan re-branding logo dan marketing digital. Metode terakhir yaitu konsultasi dan diskusi, peneliti mendiskusikan tentang penggunaan digital marketing untuk mempromosikan produk melalui penggunaan digital marketing dan re-branding logo yang akan dibuat oleh peneliti untuk warung soto Lamongan untuk meningkatkan penjualan produk.

#### HASIL DAN PERBAHASAN

Kegiatan ini yang dilaksanakan oleh pemilik bisnis warung soto lamongan yang ada di Malaysia. Dari hasil penelitian ini berhasil merancang dan menerapkan rebranding logo yang baru untuk “*WASOLA*” yang sebelumnya kurang elegan dan implementasi dalam logo lama tersebut akhirnya terciptalah logo baru yang dihasilkan dapat mencapai tujuan perusahaan dalam memperbarui citra merek mereka. Rebranding logo ini telah diterima dengan baik oleh konsumen dan meningkatkan kesadaran merek perusahaan.

4  
Tabel 1. Solusi Permasalahan

No.	Permasalahan	Solusi Permasalahan	Keterangan
1.	Kurangnya maksimal dalam penggunaan akun Instagram pada komunikasi pemasaran yang akan di promosikan	Memberikan arahan tentang pengoperasian yang benar dalam Instagram, sehingga dapat menjadi solutif bagi pemilik akun <i>Warung Soto Lamongan</i> .	Menjadikan akun Instagram yang lama menjadi lebih tertata dalam memainkan insight makanan.
2.	Kurangnya pemahaman dalam pembuatan desain logo dan banner sebagai sarana promosi	Membuatkan desain logo dan banner dengan menjadikan lebih menarik	Memberikan dampak pada pemilik usaha <i>Warung Soto Lamongan</i> menjadi lebih memahami bahwa desain logo dan banner dapat mempengaruhi dalam promosi produk melalui media sosial

Dalam sebuah analisis menunjukkan bahwa rebranding logo secara signifikan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap perusahaan dan respons positif dari kelompok sampel menunjukkan, bahwa logo baru berhasil menciptakan daya tarik yang lebih kuat. Dalam Logo baru dan Re-branding baru menunjukkan peningkatan kesadaran merek dan preferensi konsumen setelah implementasi logo baru dan juga menunjukkan peningkatan kesadaran merek dan preferensi konsumen setelah implementasi logo baru. Perubahan dalam rebranding logo meliputi pembaruan desain, warna, dan elemen visual lainnya. Logo baru menggambarkan nilai-nilai perusahaan yang lebih modern dan relevan dengan target pasar. Rebranding logo juga mencerminkan perkembangan perusahaan dan visi jangka panjang mereka.

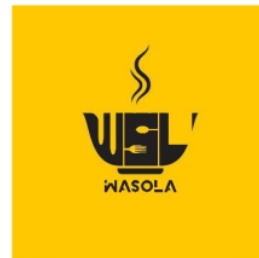
Dampak Rebranding logo berhasil menciptakan perubahan positif dalam persepsi merek dan citra perusahaan. Logo baru meningkatkan identitas merek, diferensiasi dari pesaing, dan daya tarik bagi konsumen. Implementasi rebranding logo juga berdampak positif pada loyalitas pelanggan dan pangsa pasar perusahaan. Pembahasan Hasil penelitian menunjukkan bahwa rebranding logo merupakan langkah strategis yang efektif untuk memperbaiki citra merek. Rebranding logo mempengaruhi persepsi konsumen dan membantu perusahaan untuk tetap relevan dalam lingkungan yang berubah.



(a)



(b)



(c)



(d)

**Gambar 2.** Hasil Re-Branding Akun Instagram (a) dan (b), Re-Branding Logo (c), Banner (d)

SIMPULAN

Dalam rangka meningkatkan keberhasilan digital marketing dan pembaharuan Logo “*Warung Soto Lamongan*” pentingnya untuk merencanakan dan melaksanakan strategi yang matang agar dapat memantau tren dan perkembangan pasar. Dengan pendekatan yang tepat, me-Rebranding logo adalah langkah awal dari pembaharuan WASOLA tersebut. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul Penggunaan Digital Marketing Sebagai Promosi Produk dan Re-Branding Warung Soto Lamongan di Malaysia telah memberikan hasil yang baik dan signifikan. Warung Soto Wasola telah memiliki logo baru dengan feeds Instagram yang menarik untuk promosi produknya, serta banner sebagai media pemasaran. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat sosial dapat menguntungkan bisnis Warung Soto Lamongan di Malaysia.

# Jurnal TANPA TEMPLATE

---

## ORIGINALITY REPORT

---

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://jurnal.unprimdn.ac.id">jurnal.unprimdn.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://www.framtid.se">www.framtid.se</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://doaj.org">doaj.org</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://garuda.ristekbrin.go.id">garuda.ristekbrin.go.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://jurnaldianmas.org">jurnaldianmas.org</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	1%

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off