



Journal of Human And Education
Volume 5, No. 1, Tahun 2025, pp 112-118
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Strategi Peningkatan Penjualan pada Cafe KopiYor melalui Pemasaran Digital

Yandi Suprpto¹, Delvian Yosuky²

Universitas Internasional Batam

Email: 2141175.delvian@uib.edu

Abstrak

Strategi pemasaran digital menjadi kunci dalam meningkatkan penjualan dan kesadaran merek Cafe KopiYor di tengah persaingan industri kuliner yang ketat. Proyek ini bertujuan untuk mengembangkan kehadiran digital melalui pengelolaan media sosial, kampanye iklan berbayar, dan email marketing. Implementasi strategi digital yang dirancang berhasil meningkatkan engagement pelanggan, memperluas basis pelanggan, serta menciptakan interaksi yang lebih personal. Kampanye iklan berbayar menunjukkan efektivitas yang baik, meskipun masih terdapat peluang untuk optimasi biaya per klik. Email marketing juga memberikan kontribusi signifikan pada peningkatan penjualan berulang. Namun, tantangan dalam mempertahankan konten menarik dan efisiensi biaya iklan tetap ada. Secara keseluruhan, strategi ini memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan Cafe KopiYor di era digital.

Kata Kunci: *Pemasaran Digital, Media Sosial, Iklan Berbayar, Email Marketing, Cafe KopiYor.*

Abstract

Digital marketing strategies are pivotal in boosting sales and brand awareness for Cafe KopiYor amidst the competitive culinary industry. This project aims to enhance digital presence through social media management, paid advertising campaigns, and email marketing. The implementation of these digital strategies successfully increased customer engagement, expanded the customer base, and fostered more personal interactions. Paid advertising campaigns demonstrated good effectiveness, though opportunities remain for cost-per-click optimization. Email marketing significantly contributed to repeat sales growth. However, challenges in maintaining appealing content and ad cost efficiency persist. Overall, these strategies positively impacted Cafe KopiYor's growth in the digital era.

Keywords: *Digital Marketing, Social Media, Paid Advertising, Email Marketing, Cafe KopiYor.*

PENDAHULUAN

Kopi Yor Batam, yang berdiri sejak tanggal 8 September 2021, berlokasi di Ruko Eden Park Blok D No. 15 Batam Centre, Taman Baloi, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432, merupakan salah satu usaha yang menonjol dalam industri kuliner minuman di Batam. Dalam beberapa tahun terakhir, cafe telah menjadi salah satu pilihan utama bagi banyak orang, terutama remaja, sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul, dan menikmati berbagai macam minuman, termasuk kopi. Kopi Yor memiliki karyawan sejumlah 6 orang Dimana 3 orang shift pagi dan 3 orang lagi shift malam, jam operasional Kopi Yor pada hari Senin – Jumat jam 09.00 – 22.00 kalau hari Sabtu dan Minggu jam 09.00 – 23.00.

Dengan semakin banyaknya orang yang membuka usaha cafe, Kopi Yor Batam berhasil menemukan niche uniknya di pasar. Mereka menghususkan diri dalam minuman kopi, dengan fokus pada cita rasa lokal. Salah satu menu andalan mereka adalah kombinasi kopi dengan kelapa kopyor, yang memberikan sentuhan khas dan menarik bagi para pengunjung. Keunikan ini tidak hanya menambah daya tarik, tetapi juga memperkenalkan pelanggan pada cita rasa yang mungkin belum mereka coba sebelumnya. Menu yang ditawarkan di Kopi Yor Batam sangat beragam, mencakup pilihan menarik seperti Regalo Bob, Es Kopi Awa, Cokban, dan Kopi Buco. Harga untuk setiap menu berkisar antara Rp. 10.000 hingga Rp. 30.000, menjadikannya terjangkau bagi berbagai kalangan. Di antara semua pilihan yang ada, Es Kopi Awa dan Es Kopi Sus telah menjadi favorit di kalangan pelanggan, yang menunjukkan bahwa inovasi dalam menu sangat penting untuk menarik minat pengunjung.

Cafe Kopi Yor menghadapi tantangan dalam meningkatkannya di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat. Meskipun memiliki menu unik yang menarik,

kesadaran pelanggan terhadap keberadaan dan penawaran cafe masih rendah. Selain itu, ketergantungan pada metode pemasaran tradisional telah membatasi jangkauan pasar dan efektivitas promosi. Tanpa strategi pemasaran digital yang tepat, Cafe Kopi Yor berisiko kehilangan peluang untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Selain itu, Cafe Kopi Yor belum memanfaatkan potensi email marketing secara optimal untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan mendorong penjualan berulang. Terinspirasi oleh keberhasilan Costa Coffee dari Inggris dalam menggunakan email marketing, Cafe Kopi Yor perlu mengintegrasikan strategi ini ke dalam rencana pemasaran digitalnya untuk meningkatkan engagement pelanggan dan mendorong penjualan.

Ruang lingkup proyek ini meliputi serangkaian kegiatan pemasaran digital yang terintegrasi untuk Cafe KopiYor, mencakup pembuatan dan pengelolaan akun media sosial di platform Instagram, Facebook, dan TikTok, disertai dengan pengembangan konten menarik yang menyoroti produk, promosi. Implementasi strategi iklan berbayar di media sosial akan dilakukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan tertarget, dengan penyesuaian iklan berdasarkan demografi seperti usia dan lokasi. Selain itu, proyek akan mengimplementasikan strategi email marketing menggunakan Mailchimp yang terinspirasi dari keberhasilan Costa Coffee, meliputi pembangunan dan segmentasi database pelanggan, perancangan template email yang menarik dan sesuai dengan brand KopiYor, pengembangan kampanye email termasuk welcome series, promosi reguler, dan kampanye khusus untuk hari-hari besar, serta pengintegrasian email marketing dengan program loyalitas pelanggan.

Dalam rangka mengembangkan dan memperkuat posisi Cafe KopiYor di era digital yang semakin kompetitif, kegiatan ini memiliki tujuan komprehensif untuk meningkatkan kesadaran pelanggan melalui implementasi strategi pemasaran digital yang efektif dan terukur. Melalui pengelolaan media sosial yang profesional di berbagai platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta pengembangan konten yang menarik dan relevan, diharapkan dapat membangun dan mengoptimalkan presence digital cafe secara signifikan. Fokus utama kegiatan ini adalah meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan platform digital dan kampanye promosi yang terarah, dengan mempertimbangkan karakteristik dan preferensi target pasar yang spesifik. Pengembangan sistem email marketing yang efektif menjadi salah satu prioritas untuk meningkatkan engagement pelanggan, mengingat pentingnya membangun komunikasi personal dan berkelanjutan dengan pelanggan. Lebih jauh lagi, kegiatan ini bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang yang kokoh dengan pelanggan melalui program loyalitas yang dirancang secara cermat dan komunikasi digital yang personal, sehingga dapat menciptakan komunitas pelanggan yang loyal. Seluruh aktivitas pemasaran digital akan dioptimalkan untuk mencapai ROI yang maksimal melalui implementasi strategi yang terukur, terarah, dan berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan ini akan memberikan berbagai manfaat strategis bagi perkembangan Cafe KopiYor di era digital. Pertama, peningkatan brand awareness akan dicapai melalui kehadiran yang konsisten dan profesional di berbagai platform media sosial, yang akan membantu membangun identitas brand yang kuat dan mudah dikenali di pasar digital. Hal ini akan berdampak langsung pada pertumbuhan penjualan melalui pemanfaatan channel digital yang optimal, didukung oleh kampanye promosi yang efektif dan terukur. Implementasi strategi digital yang tepat sasaran akan menghasilkan efisiensi biaya pemasaran yang signifikan melalui targeting yang lebih presisi, memungkinkan alokasi budget yang lebih efektif untuk mencapai hasil maksimal. Pembentukan database pelanggan yang terorganisir dan terstruktur akan menjadi aset berharga untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih terarah di masa depan, memungkinkan personalisasi layanan dan komunikasi yang lebih efektif. Sistem komunikasi dua arah yang terbangun akan menciptakan engagement yang lebih dalam dengan pelanggan, memungkinkan Cafe KopiYor untuk merespon feedback dan preferensi pelanggan dengan lebih cepat dan tepat. Program rewards dan komunikasi personal yang diimplementasikan akan meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan, menciptakan basis pelanggan yang stabil dan menguntungkan dalam jangka panjang. Yang tidak kalah pentingnya, kegiatan ini akan menghasilkan data dan insight pelanggan yang sangat berharga, yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan produk, penyempurnaan layanan, dan inovasi bisnis di masa mendatang. Keseluruhan manfaat ini akan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan penguatan posisi Cafe KopiYor di industri F&B yang semakin kompetitif.

Dengan kombinasi tujuan yang jelas dan manfaat yang komprehensif ini, kegiatan pemasaran digital yang direncanakan diharapkan dapat menjadi katalis pertumbuhan yang signifikan bagi Cafe KopiYor, membantu transformasi bisnisnya menjadi lebih digital, dan menciptakan fondasi yang kuat untuk perkembangan jangka panjang. Menurut Bluleadz Marketing (2020), perusahaan dapat menggunakan desain yang kreatif dan unik selama informasi yang disampaikan tetap jelas dan mudah dipahami. Sementara itu, Adieb (2022) menyatakan bahwa Company Profile merupakan ringkasan umum yang berisi informasi terkait perusahaan, produk, layanan, serta berbagai

aktivitasnya.

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyusun hasil kegiatan "Strategi Peningkatan Penjualan pada Cafe Kopi Yor melalui Pemasaran Digital," data dikumpulkan melalui wawancara dengan mitra kerja praktik serta observasi langsung di lokasi Cafe Kopi Yor. Informasi yang diperlukan mencakup identitas dan gambaran umum mengenai Cafe Kopi Yor, diperoleh dari wawancara dengan pihak mitra, serta data terkait produk, visi, misi, dan struktur organisasi Cafe Kopi Yor yang diperoleh melalui observasi langsung di lapangan. Pendekatan ini memastikan bahwa strategi pemasaran yang diusulkan relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik bisnis Cafe Kopi Yor, sehingga mampu meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, dan penjualan secara efektif.

Proses Perancangan Luaran

Proses perancangan luaran untuk "Strategi Peningkatan Penjualan pada Cafe Kopi Yor melalui Pemasaran Digital" diawali dengan analisis awal melalui wawancara dan observasi langsung untuk memahami karakteristik bisnis dan kebutuhan pemasaran Cafe Kopi Yor. Data yang diperoleh menjadi dasar perencanaan strategi, mencakup media sosial, konten pemasaran, email marketing, dan kampanye iklan berbayar. Setelah perencanaan, tahap produksi konten dilakukan dengan menciptakan materi visual dan teks yang menarik. Selanjutnya, kampanye digital diluncurkan dan dipantau untuk memastikan efektivitas. Akhirnya, hasil kampanye dievaluasi dan disusun dalam laporan yang mencakup rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang.

Tahapan Pelaksanaan

Tahap Persiapan

1. Melakukan analisis pasar yang mendalam untuk memahami preferensi pelanggan dan tren industri.
2. Melakukan analisis pesaing untuk mengetahui posisi Cafe Kopi Yor di pasar.
3. Menetapkan tujuan spesifik, seperti meningkatkan kesadaran merek dan penjualan.
4. Mengembangkan rencana aksi, mencakup strategi konten dan penggunaan media sosial.
5. Menyusun anggaran dan menentukan sumber daya yang diperlukan.
6. Mempersiapkan infrastruktur untuk email marketing, termasuk pemilihan dan setup Mailchimp.

Tahap Pelaksanaan

1. Membuat konten yang menarik, termasuk foto, video, dan postingan yang menonjolkan produk, promosi, dan cerita unik di balik Cafe Kopi Yor.
2. Mengelola akun di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dengan aktif berinteraksi dengan pengikut untuk meningkatkan engagement.
3. Meluncurkan kampanye iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan penargetan yang tepat berdasarkan demografi dan minat.
4. Mengimplementasikan strategi email marketing:
 - o Membangun dan segmentasi database pelanggan
 - o Merancang dan mengirim kampanye email welcome series
 - o Mengembangkan dan mengirim newsletter reguler dengan konten yang relevan
 - o Meluncurkan kampanye promosi khusus melalui email
 - o Mengintegrasikan email marketing dengan program loyalitas pelanggan

Tahap Penilaian

1. Memonitor kinerja kampanye menggunakan alat analitik untuk memantau metrik seperti jumlah tayangan, klik, interaksi, dan konversi penjualan di media sosial.
2. Menganalisis metrik email marketing seperti open rate, click-through rate, dan conversion rate.
3. Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan melalui survei atau interaksi langsung untuk mengevaluasi kepuasan dan efektivitas strategi yang diterapkan.
4. Membandingkan hasil yang dicapai dengan tujuan yang ditetapkan untuk menilai keberhasilan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

Tahap Pelaporan

1. Menyusun semua hasil analisis dan umpan balik dalam laporan yang menyertakan rekomendasi untuk perbaikan di masa depan.
2. Mempresentasikan hasil kepada pemilik dan manajemen Cafe Kopi Yor, membahas pencapaian, tantangan yang dihadapi, dan langkah-langkah selanjutnya yang direkomendasikan.

Dengan metodologi ini, Cafe Kopi Yor dapat menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif, termasuk email marketing, mengevaluasi hasilnya, dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih baik.

Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran

Gambarkan jadwal pelaksanaan yang selaras dengan bab 3.3 dan membuat anggaran

kegiatan. Anggaran diisi dengan perkiraan biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan program pengabdian kepada masyarakat yang dikeluarkan oleh pelaksana. Total biaya yang dianggarkan minimal Rp 5.000.000.

Anggaran Pelaksanaan Kegiatan xxx							
No	Rancangan Aktivitas	Jenis Anggaran	Volume	Unit	Satuan	Jumlah	
1	Observasi dan wawancara	Biaya Konsumsi	10	kali	Rp 50,000	Rp 500,000	
		Biaya Transportasi	10	kali	Rp 50,000	Rp 500,000	
		Biaya Koneksi Internet	1	Kali	Rp 300,000	Rp 300,000	
2	Perancangan luaran	Biaya Penyusunan modul	1	buah	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	
		Biaya Perancangan sistem	1	buah	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	
3	Pendampingan Implementasi Luaran	Biaya Transportasi	10	Kali	Rp 50,000	Rp 500,000	
		Biaya Koneksi Internet	1	Kali	Rp 200,000	Rp 200,000	
4	Pembuatan laporan	Biaya Habis (ATK)	1	Buah	Rp 500,000	Rp 500,000	
		Biaya lain-lain	1	Buah	Rp 500,000	Rp 500,000	
TOTAL ANGGARAN						Rp 5,000,000	

HASIL

Perancangan Luaran Kegiatan

Luaran dari proyek ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan Cafe Kopiyyor dalam meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital. Rancangan luaran ini mencakup elemen-elemen yang berfokus pada penguatan citra digital dan jangkauan pasar Cafe Kopiyyor melalui platform online. Mahasiswa dalam proyek ini berkontribusi dalam pembuatan berbagai alat pemasaran digital, seperti pengelolaan akun media sosial dan penyusunan konten visual serta teks yang relevan untuk media sosial. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok digunakan untuk mengoptimalkan daya tarik cafe di kalangan target pasar yang lebih luas. Selain itu, disiapkan pula strategi iklan berbayar yang terfokus untuk meningkatkan kesadaran merek, serta kampanye email marketing yang dirancang dengan pendekatan personal untuk mempererat hubungan pelanggan dan meningkatkan penjualan berulang.

Keseluruhan aktivitas dirancang agar sesuai dengan tujuan strategis pemasaran digital Cafe Kopiyyor, yang meliputi peningkatan brand awareness, perluasan basis pelanggan, dan peningkatan engagement melalui konten yang menarik dan interaksi media sosial yang aktif.

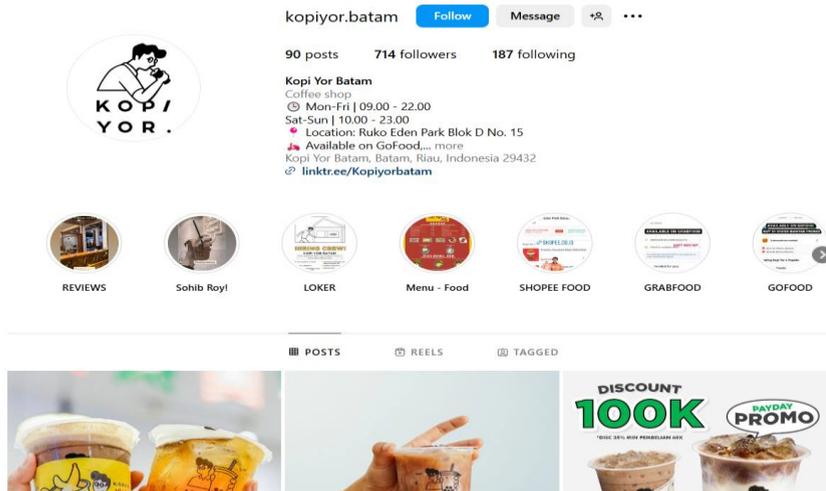
Proses Implementasi Luaran

Proses implementasi luaran dalam proyek ini mengintegrasikan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial, termasuk Instagram, TikTok, dan Facebook, serta iklan berbayar yang dijalankan melalui Facebook Manager. Setiap tahap implementasi dirancang untuk meningkatkan brand awareness, menarik audiens baru, serta mendorong penjualan melalui pendekatan digital yang relevan dan efektif.

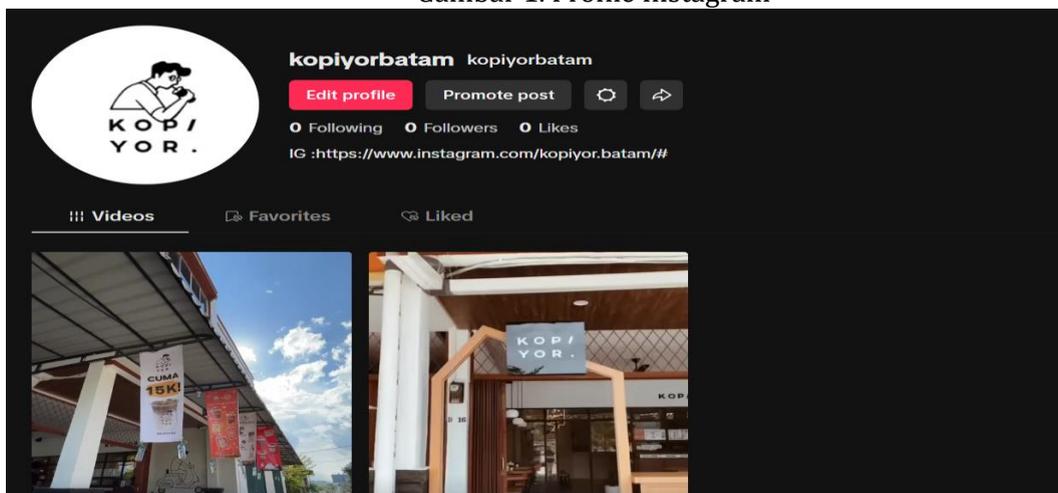
Pembuatan dan Pengelolaan Akun Media Sosial

Implementasi diawali dengan pembuatan akun-akun media sosial Cafe Kopiyyor yang mencakup Instagram, TikTok, dan Facebook, yang kemudian dikelola secara aktif. Setiap akun ditata agar mencerminkan identitas brand yang konsisten, menarik, dan relevan dengan target audiens. Mahasiswa proyek bekerja sama dengan mitra cafe untuk memastikan bahwa profil, bio, dan elemen visual pada setiap platform mewakili gaya dan nilai-nilai Cafe Kopiyyor secara efektif. Penggunaan feed dan cerita di Instagram, serta video singkat di TikTok, dioptimalkan untuk menarik perhatian audiens, terutama kalangan muda yang aktif di media sosial.

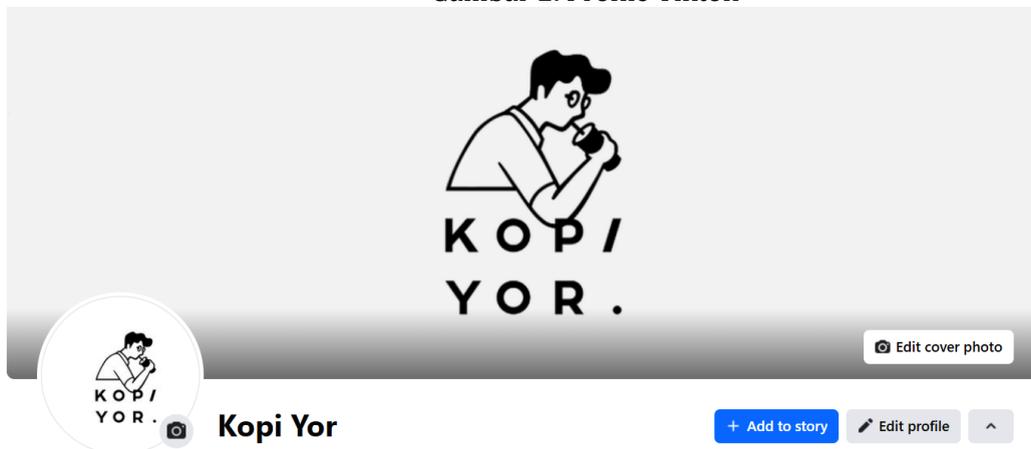
Berikut adalah beberapa platform media sosial yang akan menjadi fokus utama kami. Kami telah membuat akun baru di Facebook dan TikTok, sedangkan Instagram akun nya sudah tersedia dan akan saya kembangkan lebih bagus lagi kedepannya .berharap peningkatan traffic dari platform ini akan berdampak positif terhadap penjualan.



Gambar 1. Profile Instagram



Gambar 2. Profile Tiktok



Gambar 3. Profile Facebook

Pengembangan Konten yang Menarik dan Berkelanjutan

Dalam tahapan ini, konten yang akan dipublikasikan disusun secara strategis dengan fokus pada visual yang menarik, teks informatif, serta pendekatan cerita yang unik. Untuk Instagram dan Facebook, mahasiswa membuat konten berupa foto produk, testimoni pelanggan, dan promosi khusus yang disesuaikan dengan preferensi target pasar. Di TikTok, konten lebih difokuskan pada video singkat yang menggambarkan pengalaman pelanggan, cara penyajian minuman, serta tren dan tantangan yang relevan dengan gaya hidup target audiens. Konten ini diatur dalam kalender publikasi mingguan agar tetap konsisten dan selalu fresh di mata audiens.

4. Penggunaan Iklan Berbayar melalui Facebook Manager

Agar pesan pemasaran Cafe KopiYor dapat menjangkau audiens yang lebih luas, iklan berbayar dijalankan melalui Facebook Manager yang terintegrasi dengan platform Instagram dan Facebook. Iklan ini dirancang dengan penargetan khusus, termasuk usia, lokasi, minat, dan perilaku

online, yang sesuai dengan profil pelanggan potensial. Dengan Facebook Manager, mahasiswa dapat memantau performa iklan secara real-time, menyesuaikan anggaran, serta mengoptimalkan jangkauan dan efektivitas iklan. Iklan yang ditayangkan meliputi promosi produk unggulan, penawaran spesial, serta konten visual yang mengundang rasa penasaran.

	Results	Reach	Frequency	Cost per result	Budget	Amount spent	Impressions	CPM (cost per 1,000 impressions)	Link clicks	CPC (cost per link click)
P...	761 Link Clicks	18,979	1.43	Rp873 Per link click	Rp664,286 Lifetime	Rp664,286	27,075	Rp24,535	761	
P...	1,032 Link Clicks	22,287	1.42	Rp763 Per link click	Rp787,745 Lifetime	Rp787,513	31,741	Rp24,811	1,032	
P...	1,332 Link Clicks	40,756	1.16	Rp468 Per link click	Rp688,401 Lifetime	Rp623,796	47,408	Rp13,158	1,332	

Gambar 4. Facebook ads manager campaign

Gambar di atas adalah performa iklan yang sudah dijalankan dan dari data diatas mahasiswa bisa memantau performa konten yang telah di buat dan dari kampanye iklan tersebut di harapkan dapat menambahkan traffic penjualan

Penggunaan Mailchimp untuk Pemasaran Email

Inspirasi mailchimp dari Coffee Costa yang berasal dari London, United Kingdom maka dengan ini Sebagai bagian dari strategi pemasaran digital, mahasiswa juga memanfaatkan Mailchimp untuk mengelola kampanye email. Dengan Mailchimp, mahasiswa dapat mengumpulkan alamat email pelanggan melalui formulir pendaftaran yang terintegrasi dengan website dan media sosial. Kampanye email yang dirancang secara kreatif mencakup pengumuman produk baru, promosi khusus, dan konten menarik lainnya yang akan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Analisis performa email, seperti tingkat pembukaan dan klik, akan digunakan untuk mengoptimalkan konten dan strategi pengiriman di masa mendatang.

Rasakan Keajaiban Setiap Seruput di Cafe KopiYor!

Kepti Cha Perpaduan Sempurna antara Kopi dan Matcha
Kepti Cha adalah minuman dari Cafe KopiYor yang menggabungkan kopi berkualitas tinggi dengan matcha premium. Setiap cangkir menawarkan rasa yang kaya dan seimbang, memberikan dorongan energi alami serta manfaat kesehatan. Nikmati sensasi unik dari Kopi Cha dan temukan cita rasa baru yang menyenangkan di setiap tegukan!

Koleksi Kopi Istimewa: Temukan Favorit Anda di Cafe KopiYor!
Di Cafe KopiYor, kami menyajikan berbagai macam jenis kopi yang siap memanjakan selera Anda. Dari kopi klasik yang kaya rasa hingga varian unik yang menggugah selera, setiap cangkir menawarkan pengalaman rasa yang berbeda. Nikmati momen spesial saat Anda melahuri koleksi kopi kami, dan temukan favorit Anda di tengah berbagai pilihan yang menggoda!

Location
Ruko Eden Park Blok D No. 15 Batam Centre, Taman Balai, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432

Customer Review

"The atmosphere is comfortable, the drinks are delicious, there are electric sockets for sudden low battery situations!"
- Google customer review

"Interesting place, the staff are so welcoming and nice, it's a beautiful place with peace environment I really recommend Kopi Yor for coffee day!"
- Google customer review

Gambar 5. Mailchimp

Pada kesempatan ini, mahasiswa merancang sebuah Mailchimp sebagai upaya meningkatkan traffic, terinspirasi dari Coffee Costa asal London. Mailchimp ini berfungsi sebagai landing page untuk memperkenalkan KopiYor dan produk-produk unggulan yang sedang populer kepada para pelanggan.

Pemantauan dan Evaluasi Hasil Kampanye

Selama implementasi, kinerja kampanye digital dipantau secara berkala untuk memastikan bahwa target yang ditetapkan tercapai. Dengan menggunakan analitik dari masing-masing platform serta Facebook Manager, mahasiswa mengevaluasi metrik penting seperti jumlah tayangan, klik, interaksi, dan konversi. Hasil dari analisis ini menjadi acuan dalam menentukan strategi selanjutnya, termasuk penyesuaian konten, penargetan ulang audiens, dan pengelolaan anggaran iklan. Evaluasi ini dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa setiap elemen dari strategi pemasaran digital berjalan optimal.

Dengan tahapan implementasi yang terstruktur dan terukur, strategi pemasaran digital ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan brand awareness, engagement, dan penjualan Cafe KopiYor di tengah persaingan pasar yang semakin ketat

Amount spent	Impressions	CPM (cost per 1,000 impressions)	Link clicks	CPC (cost per link click)	CTR (link click-through rate)	Clicks (all)	CTR (all)	CPC (all)
Rp664,286	27,075	Rp24,535	761	Rp873	2.81%	774	2.86%	Rp858
Rp787,513	31,741	Rp24,811	1,032	Rp763	3.25%	1,033	3.25%	Rp762
Rp623,796	47,408	Rp13,158	1,332	Rp468	2.81%	1,326	2.80%	Rp470

Gambar 6. Performa kampanye iklan facebook ads manager

Hasil iklan Café Kopi Yor menunjukkan performa yang cukup baik. Iklan ketiga memberikan hasil terbaik dengan jumlah klik terbanyak (1,332) dan biaya per klik yang paling rendah (Rp468), meskipun rasio kliknya (CTR) hanya 2.81%. Sementara itu, iklan kedua memiliki rasio klik tertinggi (3.25%), yang berarti lebih banyak orang tertarik untuk mengklik iklan tersebut. Secara keseluruhan, iklan-iklan ini cukup efektif dalam menarik perhatian, tetapi biaya iklan masih bisa dioptimalkan agar lebih efisien.

SIMPULAN

kegiatan yang dilaksanakan untuk Cafe KopiYor menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang diimplementasikan berhasil memberikan dampak positif pada peningkatan kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, serta penjualan. Pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok berhasil meningkatkan daya tarik visual Cafe KopiYor di kalangan audiens, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Dengan menghadirkan konten menarik yang secara konsisten dipublikasikan, Cafe KopiYor berhasil menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan engagement pelanggan. Selain itu, penerapan iklan berbayar melalui Facebook Manager menunjukkan hasil yang cukup baik, di mana iklan-iklan yang dijalankan berhasil menarik jumlah klik yang signifikan meskipun masih ada potensi untuk meningkatkan efisiensi biaya per klik (CPC). Kampanye email marketing melalui Mailchimp juga berperan penting dalam meningkatkan interaksi dan penjualan berulang, terutama dengan pendekatan personalisasi yang diterapkan pada konten email dan segmentasi pelanggan.

Namun, beberapa tantangan tetap ada. Biaya iklan pada platform digital masih memerlukan optimasi lebih lanjut untuk memastikan biaya yang dikeluarkan memberikan hasil yang maksimal. Selain itu, konten yang menarik dan relevan perlu terus diperbarui agar pelanggan tidak kehilangan minat dan agar engagement tetap terjaga. Program loyalitas dan komunikasi yang lebih intensif dengan pelanggan juga masih perlu dikembangkan untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Internasional Batam, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), atas dukungan fasilitas dan sumber daya yang telah diberikan. Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada mitra kerja praktik, Cafe KopiYor, atas kerja sama dan dukungannya selama proses implementasi strategi pemasaran digital. Kami sangat menghargai bimbingan dan arahan dari Dr. Yandi Suprpto, SE., MM., selaku pembimbing kegiatan, yang telah membantu kami menyelesaikan program ini dengan baik. Apresiasi yang tulus juga kami sampaikan kepada tim pelaksana dan rekan-rekan mahasiswa atas kerja sama dan dedikasi mereka selama kegiatan berlangsung. Tak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada para pelanggan Cafe KopiYor yang telah memberikan masukan dan partisipasi dalam mendukung penelitian serta pengembangan strategi ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak dan menjadi dasar untuk kolaborasi lebih lanjut di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, M. (2022). *Company Profile: Definisi, Manfaat, dan Apa Saja yang Harus Ada. Glints*. <https://glints.com/id/lowongan/company-profile-adalah/>
- Bluleadz Marketing. (2020). *what-to-include-in-your-company-profile @ www.bluleadz.com*. <https://www.bluleadz.com/blog/what-to-include-in-your-company-profile>