

Analisis Usaha BunTiek Sebagai Strategi Pemasaran Makanan Diet Sehat dengan Menggunakan *Google Trends*

Nurlina

Politeknik LP3I Jakarta

Email: no3rlina@gmail.com

Abstrak– digital marketing merupakan cara pemasaran digital menggunakan SEO atau social media pada umumnya. Namun dalam menerapkan hal ini diperlukan strategi untuk dapat bersaing dengan produk lain yang ada dipasar digital. Google trends merupakan bentuk dari strategi penjualan secara online untuk meningkatkan penjualan makanan sehat. 3 kata kunci yang penulis terapkan yaitu makanan sehat, makanan diet dan makanan sehat untuk diet. Sample yang kami ambil dari bulan mai-juli 2023 didalam google trends. Hasilnya adalah pencarian makanan diet dan makanan sehat untuk diet mencapai 90% didalam pencarian google trends

Kata Kunci: penerapan, digital marketing, makanan diet, makanan sehat

Abstract - *digital marketing is a way of digital marketing using SEO or social media in general. However, implementing this requires a strategy to be able to compete with other products in the digital market. Google trends is a form of online sales strategy to increase sales of healthy food. The 3 keywords that the author applies are healthy food, diet food and healthy food for diet. The sample we took from May-July 2023 in Google Trends. The result is that the search for diet foods and healthy foods for diets reaches 90% in Google trends searches*

Keywords: *application, digital marketing, diet food, healthy food*

1. PENDAHULUAN

Peningkatan teknologi didalam dunia digital membuat semua sektor mengalami perubahan yang sangat signifikan. Khususnya sektor penjualan, akibat covid pandemic 2019 lalu sektor perdagangan meningkat dari sisi metode penjualan. Masyarakat dahulu menjual harus memiliki toko atau menyewa toko yang cukup mahal. Namun setelah pandemic lalu toko online mulai di perkenalkan.

Dan trend toko online semakin meningkat dengan munculnya berbagai *marketplace* (Sunarti et al., 2019) seperti bukalapak, shoppe, Tokopedia, Jd.id dan lainnya. Hal ini semakin memudahkan masyarakat untuk mencari produk-produk yang di minatnya. Dengan adanya pengembangan ini maka meningkat juga Masyarakat untuk menjual produknya secara online, sehingga persaingan semakin ketat. Bagi mereka yang awam dengan teknologi atau cara menjual produk dengan online maka akan cepat menghilang dari pasar online.

Diperlukan analisis pasar atau strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan secara online. strategi pemasaran adalah proses yang niscaya dan harus terus-menerus diperbarui metode dan strateginya sesuai dengan tuntutan sosial yang ada. Tanpa penyesuaian diri dengan lingkungan-lingkungan baru yang tepat dan efektif, maka akan terdisrupsi oleh perusahaan-perusahaan yang lain, terutama yang kegiatan produksinya sejenis.(Wicaksana & Rachman, 2018)

Penelitian hesti dkk mereka menggunakan strategi pemasaran menggunakan promo-promo menarik didalam sebuah flyer pada brand ayam geprek benu (Tyasari & Patrikha, 2023). Penelitian Hakim dkk (Hakim & Rahayu, 2022) dalam menerapkan digital marketing terhadap penjualan hasil *home industry* dengan meningkatkan volume penjualan, periklanan dan kualitas produk didalam social media dan *search Engine Optimization* mampu meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini penulis menganalisa bagaimana peran *Google trends* (Riyanto, 2014) untuk seberapa besar tingkat Masyarakat mencari produk dari makanan diet sehat. Dalam hal ini kami mencoba melakukan observasi kata kunci yang paling sering dicari dalam strategi pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

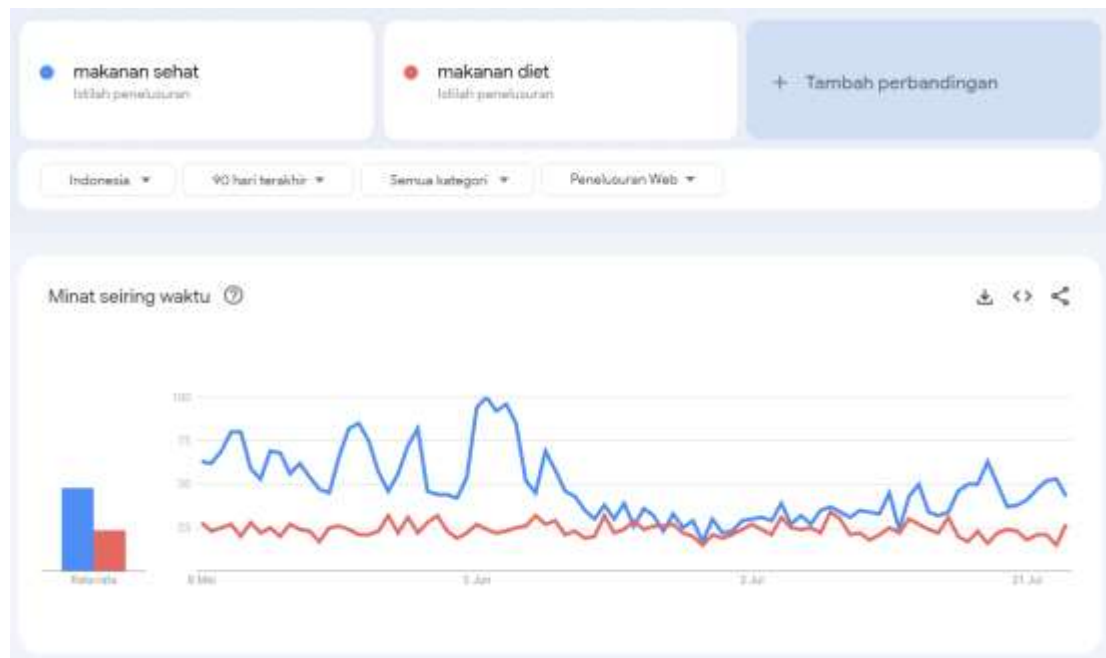
Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mana penelitian yang menggunakan teknik penelitian observasi wawancara serta menggunakan teknik sampling Purposive Sampling yang mana menekankan pada pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga jawaban yang di dapat akan sesuai yang di harapkan peneliti. Hal ini selaras dengan tiga pendapat ahli salah satunya Menurut Arikunto (2006) Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Dan menurut Sugiyono (Arfan & Ali Hasan, 2022) Purposive Sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Adapun sample dalam penelitian ini adalah usaha dengan makanan sehat dari bun Tiek dengan pencarian trend 90 hari dari bulan Mei hingga Juli 2023. Hal ini diambil untuk meneliti bagaimana cara untuk meningkatkan penjualan menggunakan *google trends*.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa

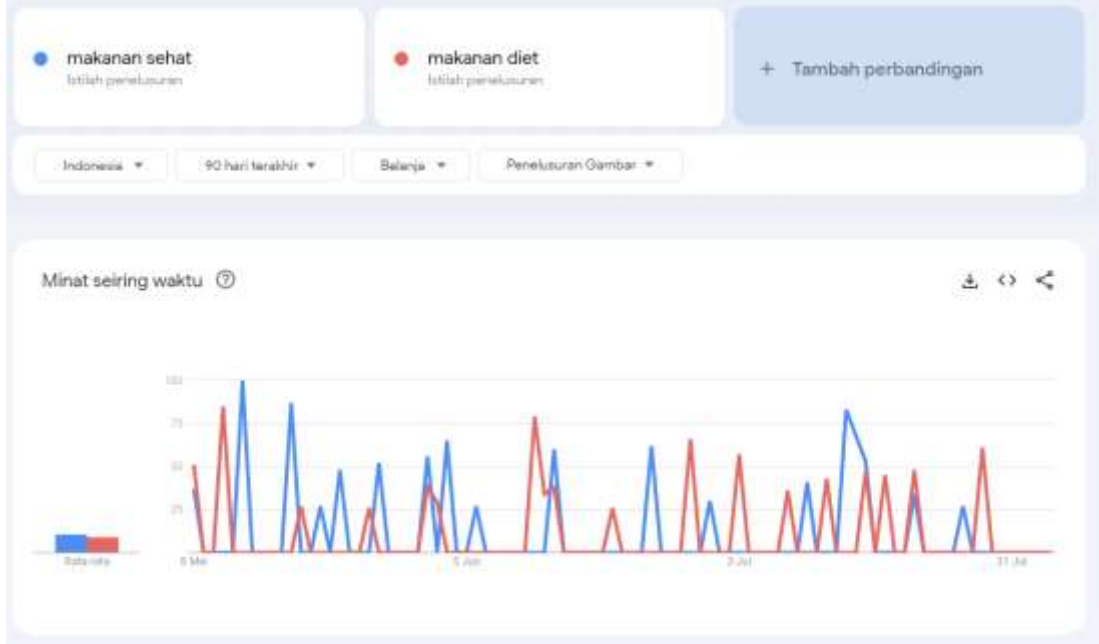
Dalam penelitian ini penulis menganalisa dan membandingkan *trend* kata kunci makanan sehat dan diet untuk semua kategori dengan penelusuran web, penelusuran gambar, google shopping, berita, youtube yang banyak orang cari dari kata kunci yang kami siapkan. Berikut gambar 1 adalah penelusuran web dengan 2 kata kunci makanan sehat dan diet.



Gambar 1. Penelusuran web kata kunci makanan sehat dan diet

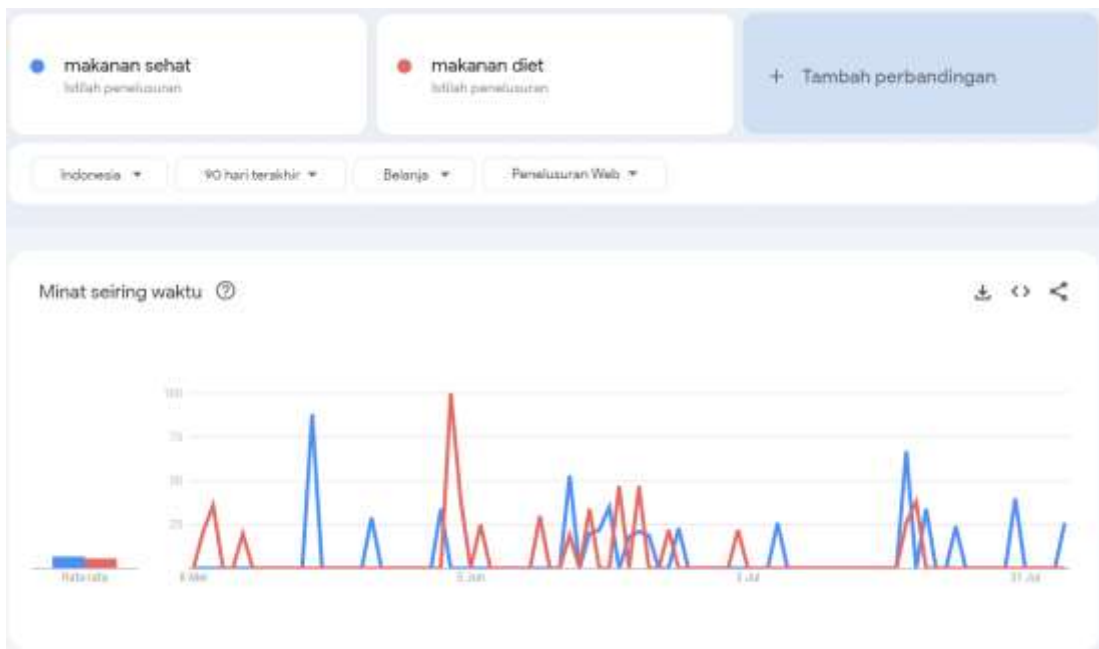
Terlihat pada gambar 1. Makanan sehat lebih banyak orang cari dibandingkan dengan makanan diet untuk semua kategori.

Kemudian gambar 2. Merupakan penelusuran *trend* dengan kata kunci yang sama namun dengan penelusuran gambar, jelas terlihat meski tidak terlalu jauh makanan sehat menjadi pencarian terbanyak.



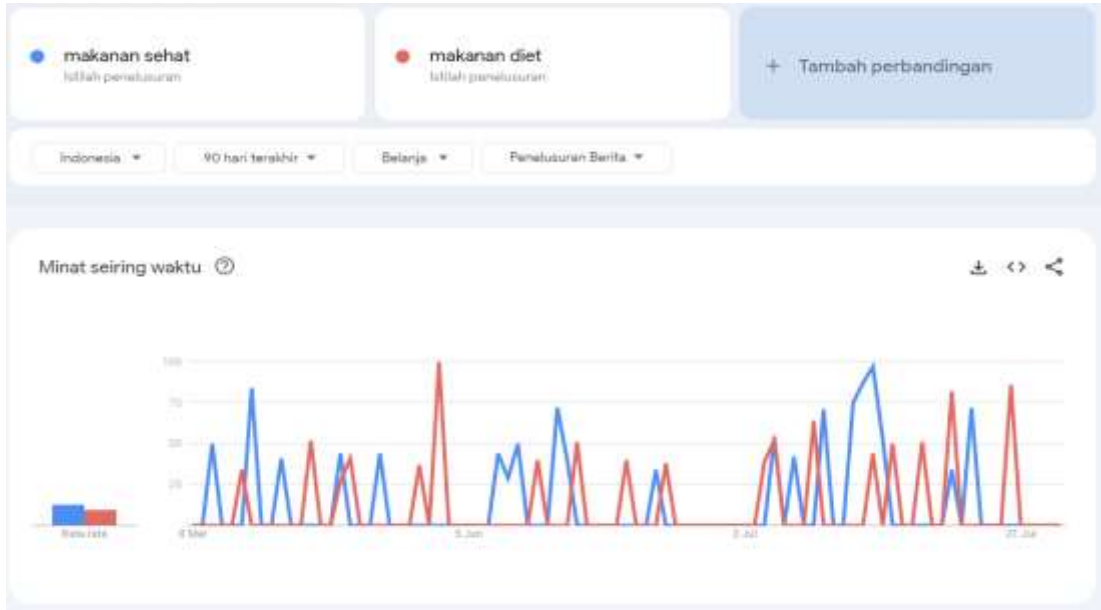
Gambar 2. Penelusuran gambar makanan sehat dan makanan diet

Gambar 3 menunjukan *trend* dalam penelusuran web bahwa makanan diet jarang sekali dicari, hal ini terlihat dari grafik yang semakin landai.



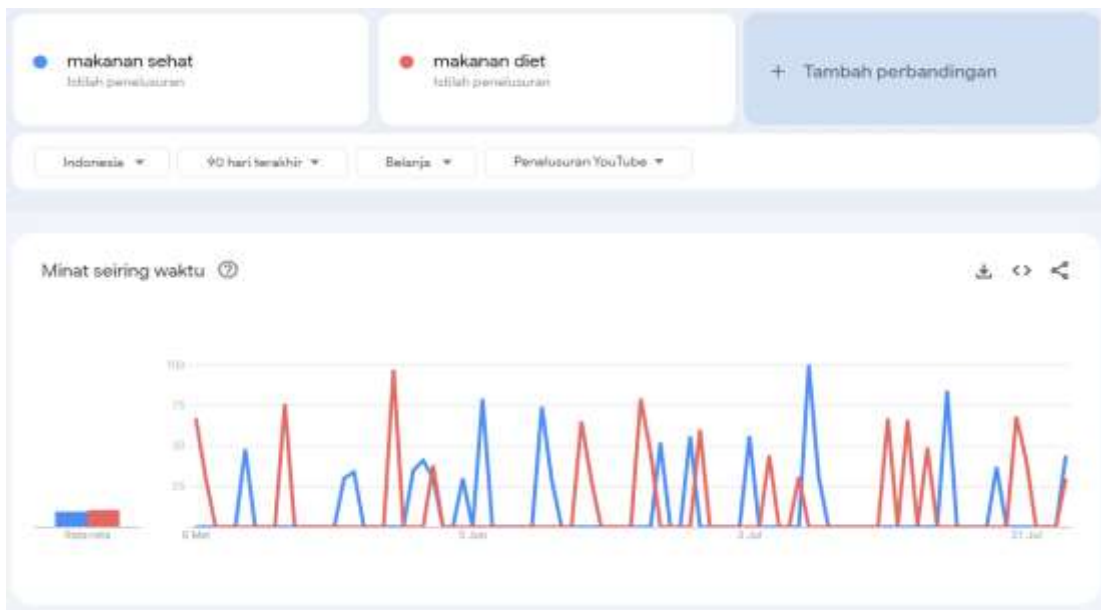
Gambar 3. Penelusuran web makanan sehat dan makanan diet

Gambar 4 menunjukkan *trend* dalam penelusuran berita bahwa makanan diet dan sehat menempati posisi yang saling mendahului disetiap watunya.



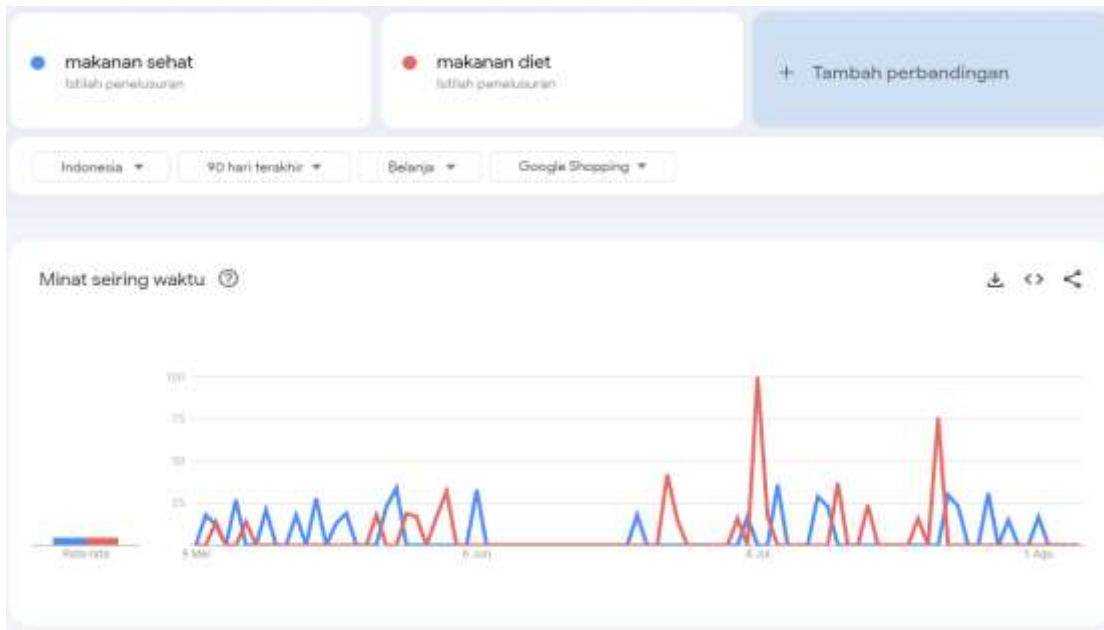
Gambar 4. Penelusuran berita makanan sehat dan makanan diet

Gambar 5. menunjukkan *trend* dalam penelusuran youtube bahwa makanan diet dan sehat menempati posisi yang mirip dengan gambar 4 yaitu sama-sama banyak dicari.



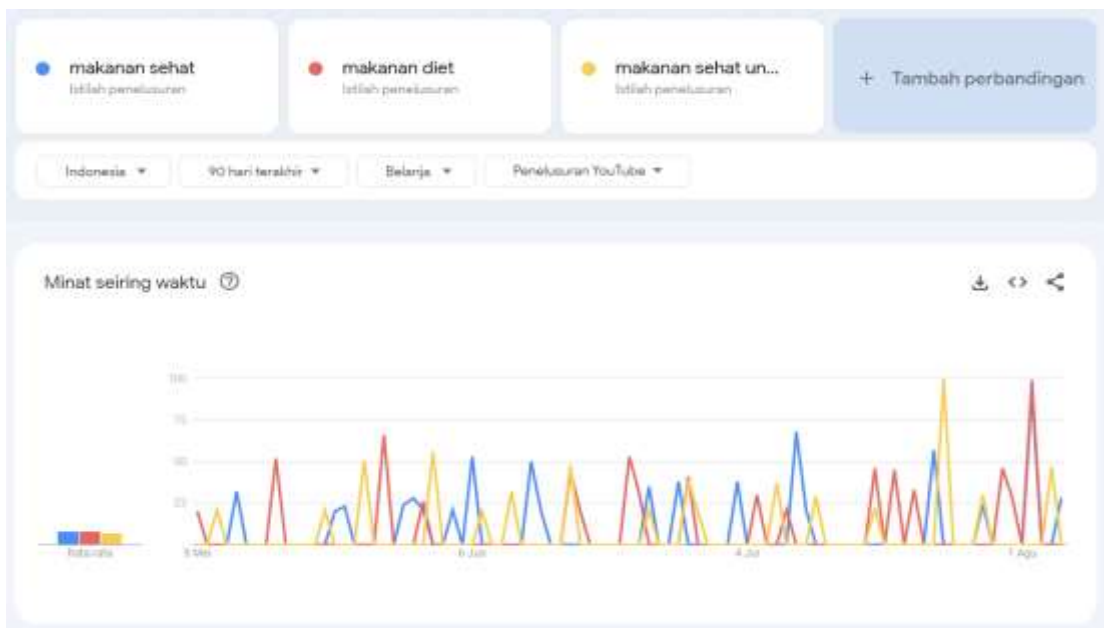
Gambar 5. Penelusuran youtube makanan sehat dan makanan diet

Gambar 6. menunjukkan dalam penelusuran google shopping bahwa makanan diet lebih banyak dicari dibandingkan dengan makanan sehat.



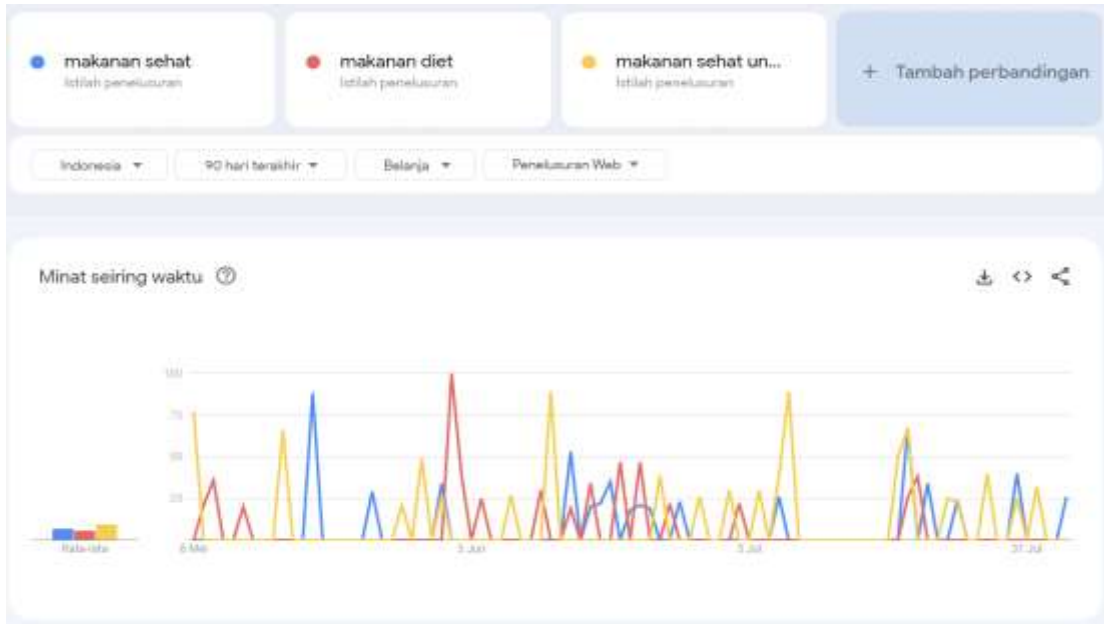
Gambar 6. Penelusuran google shopping makanan sehat dan makanan diet

Penulis juga mencoba menggabungkan kata kunci menjadi makanan sehat untuk diet, sehingga terdapat 3 kata kunci dalam pencarian *google trends*. Gambar 7 merupakan penelusuran dengan youtube dengan 3 kata kunci.



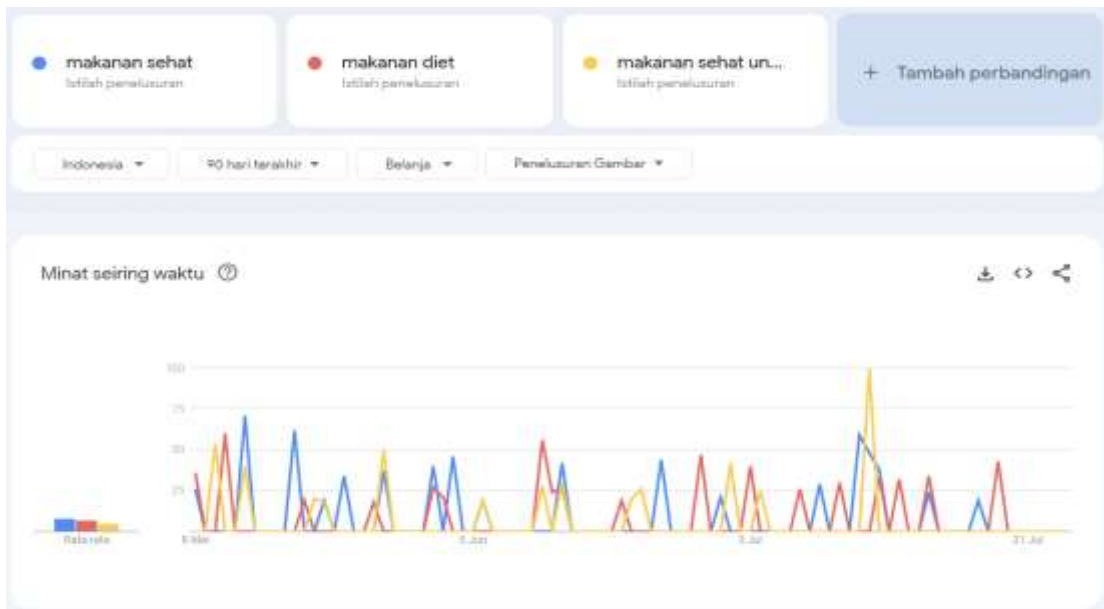
Gambar 7. Penelusuran youtube makanan sehat, makanan diet, dan makanan untuk diet

Dapat dilihat pada gambar 7 pada grafik di akhir kata kunci dengan makanan sehat untuk diet dan makanan diet menjadi *trend* pada pencarian youtube. Hal ini tidak sama dengan trend pencarian pada penelusuran web pada gambar 8.



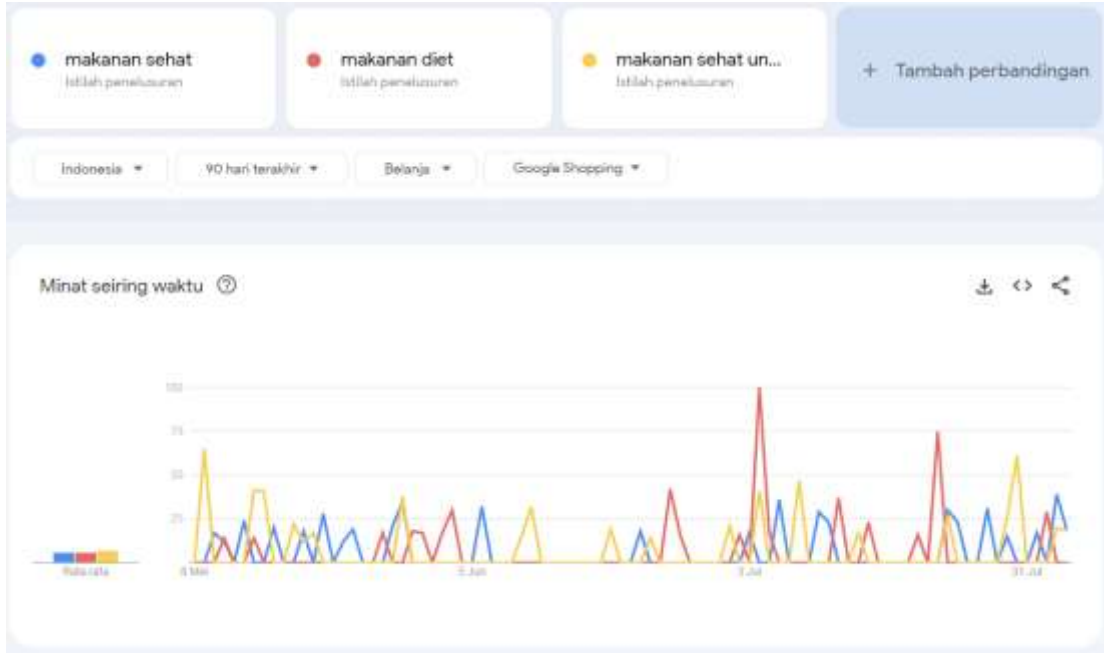
Gambar 8. Penelusuran web makanan sehat, makanan diet, dan makanan sehat untuk diet

Pada gambar 9 trend dengan makanan sehat dengan diet pernah mencapai pencarian tertinggi pada pertengahan juli 2023.



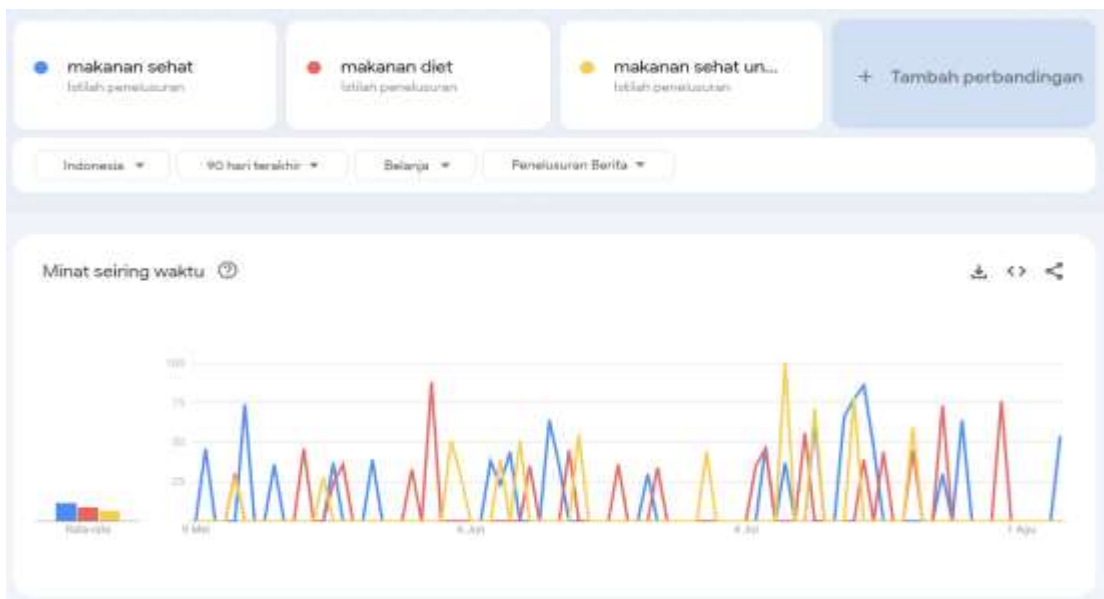
Gambar 9. Penelusuran gambar makanan sehat, makanan diet, dan makanan sehat untuk diet

Pada gambar 10 trend dengan makanan diet pernah mencapai pencarian tertinggi pada awal juli 2023.



Gambar 10. Penelusuran google shopping makanan sehat, makanan diet, dan makanan sehat untuk diet

Pada gambar 11 trend dengan makanan sehat untuk diet pernah mencapai pencarian tertinggi pada pertengahan juli 2023.



Gambar 11. Penelusuran berita makanan sehat, makanan diet, dan makanan sehat untuk diet

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelusuran trend dengan kata kunci makanan sehat, makanan diet dan makanan sehat untuk diet. Mekan penulis merekap pencarian tertinggi dari setiap bulannya. *Table 1* untuk trend dengan pencarian makanan sehat dan makanan diet.

Table 1. makanan sehat dan makanan diet.

| | Mei | | Juni | | Juli | |
|-----------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | Makanan Sehat | Makanan Diet | Makanan Sehat | Makanan Diet | Makanan Sehat | Makanan Diet |
| Google Shopping | v | | | v | | v |
| Youtube | | v | v | | v | |
| Berita | | v | v | | v | |
| Web | v | | | v | v | |
| Gambar | v | | | v | v | |

Berdasarkan *Table 1* dapat kita lihat pencarian pada kata “makanan sehat” lebih sering dicari pada bulan juli dibandingkan bulan lainnya hamper 90% dari kategori pencarian mencari “makanan sehat”. Pada *Table 2.* menunjukkan ahwa “makanan sehat untuk diet” lebih banyak dicari pada bulan juli 2023.

Table 2. makanan sehat, makanan diet, dan makanan sehat untuk diet

| | Mei | | | Juni | | | Juli | | |
|-----------------|---------------|--------------|--------------------------|---------------|--------------|--------------------------|---------------|--------------|--------------------------|
| | Makanan Sehat | Makanan Diet | Makanan sehat untuk diet | Makanan Sehat | Makanan Diet | Makanan sehat untuk diet | Makanan Sehat | Makanan Diet | Makanan sehat untuk diet |
| Google Shopping | | | v | | v | | | v | |
| Youtube | | v | | v | | | | | v |
| Berita | v | | | | v | | | | v |
| Web | | v | | | | v | | | v |
| Gambar | v | | | | v | | | | v |

Sebesar 90% pencarian terbesar menunjukkan makanan sehat untuk diet sangat dicari untuk setiap kategori penelusuran baik youtube, berita, web atau gambar.

4. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan maka makanan diet dan makanan sehat untuk diet merupakan kata kunci yang paling dicari pada google trends di bulan juli 2023. Hal ini dapat menjadikan acuan untuk meningkatkan strategi marketing didalam penjualan makanan sehat BunTiek.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212–224.
- Hakim, M., & Rahayu, S. R. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Digital Marketing, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(3), 689–696. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i3.1250>
- Riyanto, A. D. (2014). Pemanfaatan Google Trends Dalam Penentuan. *Issn: 1979-2328, 2014(semnasIF)*, 52–59.
- Sunarti, S., Rachmawati, S., & Handayanna, F. (2019). Peningkatan Pendapatan Ukm Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi Web Marketplace E-Commerce. *Jurnal Terapan Abdimas*, 4(2), 166. <https://doi.org/10.25273/jta.v4i2.4840>
- Tyasari, H. S., & Patrikha, F. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 9–17. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p9-17>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BATIK PADA PT. DANAR HADI SURAKARTA. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>