



THE INFLUENCE OF PRODUCT UNIQUENESS AND MARKETING DIGITALIZATION AS A
DRIVING FACTOR FOR THE DEVELOPMENT OF UMKM IN THE CITY OF BENGKULU
(STUDY ON BABA AHMED ARABIAN FOOD BENGKULU)

PENGARUH KEUNIKAN PRODUK DAN DIGITALISASI MARKETING SEBAGAI FAKTOR
PENDORONG PERKEMBANGAN UMKM DI KOTA BENGKULU
(STUDI PADA BABA AHMED ARABIAN FOOD BENGKULU)

Adi Sucipto ^{*1}, Ahmad Soleh ², Anzori Tawakal ³

Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dehasen Bengkulu ^{1, 2, 3}

Babaahmed.arabianfoodbengkulu@gmail.com ^{1*}, ahmadsoleh@unived.ac.id ²,

anzori@unived.ac.id ³

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini tingkat persaingan dunia usaha semakin ketat, dimana setiap perusahaan selalu berusaha untuk meraih konsumen baru dan berusaha meningkatkan pangsa pasar. Untuk membuat daya tarik konsumen perusahaan harus membaca kebutuhan pasar dan memanfaatkan keunikan produk. Bisnis kuliner masakan Arab saat ini sangat menjanjikan dan lebih cepat diterima ditengah masyarakat, itu karena bisnis dibidang kuliner akan selalu mengalami peningkatan. Baba Ahmed menggunakan *digitalisasi marketing* sebagai media promosi. Karena saat ini media sosial internet adalah media yang sangat tepat untuk memasarkan produk jualan. Peneliti ingin meneliti tentang pengaruh keunikan produk terhadap digitalisasi marketing pada Baba Ahmed Arabian Food Bengkulu. Metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif menggunakan kajian, observasi dan kuesioner. Hasil penelitian mengungkapkan Baba Ahmed Arabian food Bengkulu dapat meningkatkan pengunjung yang datang langsung ke restoran, meningkatkan kemampuan editing gambar dan video dan membuat konten yang lebih menarik.

Kata kunci: keunikan produk, digitalisasi marketing, media promosi.

ABSTRACT

In the current era of globalisation, the level of competition in the business world is getting tighter, where every company is always trying to reach new consumers and trying to increase market share. To attract consumers, companies must read market needs and take advantage of product uniqueness. The culinary business of Arabic cuisine is currently very promising and more quickly accepted in the community, it is because the business in the culinary field will always increase. Baba Ahmed uses digitalisation marketing as a promotional medium. Because currently internet social media is a very appropriate medium for marketing selling products. Researchers want to examine the effect of product uniqueness on digitalisation marketing at Baba Ahmed Arabian Food Bengkulu. The research method with a descriptive quantitative approach using studies, observations and questionnaires. The results revealed that Baba Ahmed Arabian food Bengkulu can increase visitors who come directly to the restaurant, improve image and video editing skills and create more interesting content.

Keywords: product uniqueness, digitalised marketing, promotional media.

1. PENDAHULUAN

Bisnis kuliner saat ini sangat menjanjikan dan lebih cepat diterima ditengah masyarakat, itu karena bisnis dibidang kuliner akan selalu mengalami peningkatan. Makanan merupakan kebutuhan dasar yang harus di penuhi manusia, ini menunjukkan setiap hari orang sangat

mebutuhkan makanan. Makanan yang dikonsumsi secara berulang merupakan potensi pasar yang sangat besar sehingga banyak pengusaha saat ini lebih memilih bisnis kuliner. Untuk mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat pengusaha harus memberikan produk yang unik dan berbeda dari produk yang sudah ada di masyarakat saat ini. Dalam dunia kuliner masakan khas ala Timur Tengah sedang menjadi tren pada masyarakat Indonesia. Budaya Arab begitu familiar di Indonesia, itu karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Indonesia adalah negara pertama dengan penyumbang kuota Jemaah haji terbanyak. Selain jemaah haji jemaah umroh Indonesia juga jemaah terbanyak di dunia. Selain pergi ke Mekah dan Madinah masyarakat Indonesia juga suka berlibur ke negara Arab lainnya seperti Cairo, Dubai, Abu Dhabi, Turki, Qatar dan negara Arab lainnya.

Keunikan produk adalah sesuatu yang dapat mengidentifikasi barang atau jasa tertentu dan menimbulkan suatu persepsi seseorang terhadap barang atau jasa tersebut. Ahli lain mengatakan bahwa keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain (Sry, 2022). Seorang pengusaha dapat menciptakan keunggulan unik produk yang diciptakan guna membedakan produknya dengan kompetitor lain. Untuk menarik perhatian konsumen tersebut Baba Ahmed Arabian food membuka bisnis kuliner dengan masakan Khas ala Timur Tengah di kota Bengkulu.

Fenomena tersebut membuat peluang untuk pengusaha membuka usaha bisnis dibidang kuliner Timur Tengah. Kuliner yang paling sering dicari, adalah olahan nasi Arab, kebab, snack atau makanan ringan dari Arab yang biasa di bawa sebagai oleh-oleh sepulang dari haji dan umroh. Dimana olahan nasi Arab merupakan makanan berbahan dasar beras atau nasi dan juga gandum. Nasi adalah makanan pokok masyarakat Indonesia sehingga makanan ini dapat diterima oleh masyarakat Indonesia. Baba Ahmed Arabian Food Bengkulu merupakan rumah makan yang memproduksi dan menyediakan makanan khas ala Timur Tengah. Olahan Nasi Arab dan kebab menjadi produk unggulan di restoran Baba Ahmed. Selain nasi Baba Ahmed Arabian food juga menyediakan makanan ringan seperti kebab original dengan isian ayam dan daging, ada juga pilihan lain kebab special dengan tambahan keju mozzarella didalamnya. Selain makanan di restoran Baba Ahmed Arabian food Bengkulu juga menyediakan minuman khas Arab juga menyiapkan oleh-oleh Haji dan Umroh.

Banyak perusahaan saat ini memilih digital marketing sebagai sarana untuk mempromosikan produk yang dijual. Digital marketing menjadi sebuah sarana pemasaran yang selain lebih hemat dan mudah dijangkau, strategi digital marketing juga menawarkan kemudahan dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas untuk mempromosikan produk atau jasa (Greatnusa, 2023). Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut maka penelitian merasa perlu melakukan penelitian dengan judul: "pengaruh keunikan produk dan digitalisasi marketing sebagai faktor pendorong perkembangan umkm di kota Bengkulu (studi pada baba ahmed arabian food Bengkulu)".

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a. Keunikan Produk

Membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. Menurut Cooper keunikan produk pada dasarnya berasal dari riset untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang melibatkan inovasi serta teknologi yang tinggi. Keunikan dianggap penting karena keunikan membuat produk jadi berbeda dari produk kebanyakan (jurnal, 2015). Keunikan produk juga dapat diartikan sesuatu yang mengidentikkan barang atau jasa tertentu yang dapat menimbulkan suatu persepsi seseorang terhadap barang atau jasa tersebut. Ahli lain mengatakan bahwa keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain (Sry, 2022).

Menurut Salim bahwa keunikan produk mampu memberikan keunggulan bersaing terhadap produk sejenis, dikarenakan sulitnya untuk melakukan perbandingan antara produk satu dengan produk yang lain secara langsung. Produk yang memiliki keunikan akan sulit untuk ditiru oleh pesaing ketika sulitnya memperoleh akses pengetahuan. Produk yang unik mampu menciptakan produk yang spesifik yang menyebabkan perusahaan menduduki posisi tawar yang lebih baik dibandingkan pesaing (Nofrizal dkk, 2021).

b. Digitalisasi Marketing

Pada era digital saat ini teknologi digital sangat berperan penting dalam dunia pemasaran, dengan berkembangnya digital dapat memberikan peluang baru di dunia pemasaran untuk memasarkan produk dan jasa. Sehingga Digital marketing dapat diartikan sebagai bentuk strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk dan jasa secara online. Digital marketing dapat dijadikan sebagai strategi yang sangat efektif dan efisien dalam proses pemasaran dan menarik konsumen untuk mengenal produk dan jasa yang ditawarkan.

Saat ini pelaku usaha harus menerapkan strategi digital marketing untuk menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Sistem pemasaran yang menerapkan digital marketing harus menggunakan strategi pemasaran yang matang agar dapat sesuai dengan target pasar serta memenuhi kebutuhan konsumen. Media online dan media sosial sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat saat ini. Jaringan internet yang semakin lancar juga menjadi pendukung perkembangan sistem digital marketing (Dwi, 2022).

Platform yang sering digunakan dalam digital marketing adalah media sosial atau jejaring sosial. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki karakteristik yang berbeda. Ada yang sifatnya untuk pertemanan seperti Facebook, Path, Instagram, dan Twitter, ada pula yang khusus untuk mencari dan membangun relasi seperti yang ditawarkan LinkedIn. Selain itu tersedia pula media yang lebih pribadi seperti electronic mail (e-mail) dan pesan teks. Search engine seperti Google dan Yahoo pun dapat diberdayakan. Selain itu pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media blog ataupun situs pribadi.

Jejaring sosial sebagai tempat untuk berualan seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Grabfood, Gojek, Maximfood dan lainnya. Data dari We are Social, sebuah agensi digital marketing di Amerika, menuliskan bahwa platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per Januari 2017 adalah Youtube (49%) dan oleh Facebook (48%). Posisi selanjutnya ditempati oleh Instagram (39%), Twitter (38%), Whatsapp (38%), dan Google (36%). Sisanya ditempati secara berurutan oleh FB Messenger, Line, LinkedIn, BBM, Pinterest, dan Wecha (Adya, 2022).

c. Faktor Pendorong Perkembangan Bisnis

Menurut artikel dari (tipsberbisnis, 2022) yang dipublikasi pada 1 April 2022, ada 7 faktor pendukung keberhasilan usaha yaitu diantaranya adalah :

1. Riset Kompetitor

Sebelum memutuskan untuk membuka usaha, pastikan sudah mengenal calon kompetitor. Cari tahu apa kelebihan dan kelemahan kompetitor, sehingga kita tahu apa yang bisa di tawarkan kepada calon pelanggan.

2. Perencanaan yang Baik

Memulai sebuah bisnis harus melakukan perencanaan dengan matang. Sebelum melangkah lebih jauh pastikan seorang pembisnis sudah menyusun rencana, lebih detail, maka lebih baik. Bisa juga dengan menyusun rencana jangka pendek, menengah, dan panjang.

3. Inovasi yang terus dilakukan

Inovasi harus terus dilakukan secara berkala, tanpa berinovasi, produk akan sulit bersaing. Hal ini akan membuka celah bagi pelanggan untuk berpaling kepada kompetitor. Saat ini, inovasi bisa dilakukan dari berbagai pendekatan. Salah satu yang paling populer adalah dengan menambahkan varian baru. Cara lainnya adalah dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pelayanan. Misalnya, Anda bisa menggunakan layanan pesan antar grabfood, maximfood and delivery dan no whatshap admin sebagai delivery.

4. Memanfaatkan peluang dengan baik

Peluang bisnis ada di mana saja, tinggal bagaimana kita melihatnya. Jika kita jeli dan teliti, maka peluang bisa segera ditemukan. Faktor pendukung keberhasilan usaha yang ini juga bisa dicari dengan mempelajari permasalahan di sekitar.

5. Strategi pemasaran yang mumpuni

Pemasaran adalah elemen penting dalam sebuah usaha. Tanpa pemasaran, barang tidak diketahui masyarakat. Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang mumpuni dan dapat menarik perhatian konsumen di zaman yang serba digital seperti sekarang.

6. Berani ambil risiko

Dunia wirausaha sangat dinamis sehingga sulit untuk diprediksi. Oleh karenanya, para pelaku bisnis seharusnya tidak pernah ragu untuk mengambil risiko. Walau begitu, bukan berarti Anda hanya bermodal nekat. Dari setiap risiko yang Anda coba, perhitungkan semua kemungkinannya. Timbanglah mana yang paling kecil potensi kerugiannya. Jika memang menimbulkan dampak negatif, coba rencanakan cara mengatasinya.

7. Perencanaan keuangan yang matang

Keuangan adalah hal sensitif dalam menjalankan usaha. Pastikan perusahaan punya rencana keuangan yang matang, dan membuat laporan keuangan secara terperinci yang memuat seluruh transaksi.

d. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (Kompas.com, 2022).

3. Metode penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, pada penelitian ini teknik pengumpulan data akan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberi responden seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis untuk dijawabnya (populix.co, 2023). Untuk menganalisis data dalam penelitian ini, penulis menerapkan studi kasus dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta, sifat populasi atau objek tertentu. serta diselidiki.

Di penelitian ini penulis berusaha untuk mengetahui pengaruh keunikan produk dan digitalisasi marketing sebagai faktor pendorong perkembangan UMKM pada Baba Ahmed Arabian Food di Kota Bengkulu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Baba Ahmed Arabian Food sebanyak 33 responden. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada kuesioner ini peneliti membuat dua variabel pernyataan, yaitu variabel pertama tentang pernyataan Keunikan Produk dan variabel kedua pernyataan tentang Digital Marketing. Masing-masing variabel berjumlah 8 pernyataan, total pernyataan yang di berikan kepada responden adalah 16 pernyataan.

4. Hasil dan pembahasan

a. Profile Baba Ahmed Arabian food

Baba Ahmed pertama kali berjualan tepat dibulan Ramadhan di hari ke 15 Ramadhan, dimana pada hari pertama Baba Ahmed bisa menjual nasi sebanyak 10 nampan/talam, dan dihari berikutnya bertambah sebanyak 5 sampai 10 nampan dan terus bertambah sampai diakhir bulan Ramadhan. Baba Ahmed awalnya hanya dikelola oleh dua orang, karena permintaan setiap hari terus bertambah maka mulai menambah karyawan untuk bagian dapur dan *delivery*. Produk yang ditawarkan pertama kali hanya satu jenis nasi dan dua pilihan lauk (ayam dan daging kambing) dan paket yang diberikan hanya paket nampan. Setelah beberapa bulan berjualan secara online dari rumah, Baba Ahmed Arabian Food mulai menyewa toko kecil dan menambah jenis nasi dan lauk serta paket yang ditawarkan juga beragam mulai dari paket satuan dan paket nampan.

Gambar 1. Daftar menu cetakan pertama



Gambar 2. Daftar menu cetakan kedua paket satuan



Gambar 3. Daftar menu cetakan kedua minuman dan snack



Gambar 4. Daftar menu cetakan kedua paket nampan



Bisa dilihat dari gambar 1, daftar menu cetakan pertama varian menu yang ada hanya berupa makanan nasi saja. Pada gambar 2, gambar 3, dan gambar 4 adalah daftar menu cetakan kedua. Terlihat sudah ada tambahan-tambahan menu seperti minuman, tambahan nasi omani, dan kebab. Hingga saat ini Baba Ahmed terus berkembang, baik disektor bangunan (interior desain restoran arab) dan beberapa produk baru ditawarkan kepada konsumen Baba Ahmed. Saat ini Baba Ahmed juga menerima pesanan paket Aqiqah, menerima catring dan juga oleh-oleh Haji dan umroh. Paket Aqiqah yang ditawarkan kepada konsumen dengan harga RP 4.000.000 per satu ekor kambing, dengan harga Rp 4.000.000 konsumen mendapatkan sertifikat Aqiqah, dengan pilihan menu lima enis pilihan nasi arab, daging kambing dimasak dengan olahan bumbu ksh ala Timur Tengah. Paket aqiqah yang ditawarkan sangat berfariatif dan hanya ada di Baba Ahmed Rabian Food. Dengan bertambahnya keunikan produk yang disediakan maka volume penjualan ikut meningkat.

b. Keunikan Produk

Baba Ahmed Arabian Food Bengkulu menjual makanan khas ala Timur Tengah. Masakan yang diolah di Baba Ahmed Arabian Food menggunakan bahan baku yang diimpor dari luar negeri dan ada juga bahan baku yang tersedia di dalam negeri. Dari tabel 1 terlihat bahan baku utama berupa beras basmathi yang harus diimpor dari India dan Pakistan, selain beras ada juga beberapa rempah-rempah yang juga diimpor. Bahan-bahan baku yang diimpor dapat dilihat pada tabel 1, dan bahan-bahan baku yang didapatkan didalam negeri dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 1. Bahan baku impor

No	Bahan Baku	Asal Negara	Merk
1	Beras basmathi	India dan Pakistan	Abu Kass, Doonmalai, Alishaan, Botidana, Premium Gold
2	Kapulaga hijau	India dan Pakistan	-
3	Kapulaga hijau bubuk	Egypt	Cairo Food
4	<i>Bay Leaf</i>	India	-
5	Paprika bubuk	Thailand	-
6	<i>Zaitun olive oil</i>	Saudi	Tatco

7	<i>Saffron powder</i>	Saudi	-
8	Bumbu nasi briyani, khabsah, bukhari, kebuli	Saudi	Shan dan Esnad
9	Bumbu samosa	Saudi	Esnad
10	Bumbu kari	Saudi	Esnad
11	Pasta tomat	Saudi	Nada

Tabel 2. bahan baku dalam negeri

No	Bahan Baku	Daerah Asal	Merk
1	Rempah-rempah (cengkeh, kapulaga, biji pala, jinten, adas, ketumbar, kayu manis, bunga lawang)	Padang	-
2	Minyak samin	Palembang	Onta
3	Bumbu kari	Palembang	Mawar
4	Bumbu kebuli	Palembang	-
5	Ayam	Pasar setempat	-
6	Daging kambing	Pasar setempat	-
7	Daging sapi	Pasar setempat	-
8	Karkade kering	Jawa	-
9	Sayuran	Pasar setempat	-

Gambar 5. Beras basmathi setelah dimasak

Nasi Arab atau olahan beras basmathi memiliki bentuk yang unik, yaitu nasinya panjang-panjang, tidak lengket atau menyatu. Cara mengelola nasi ala Timur Tengah berbeda dengan nasi biasa. Beras basmathi dimasak langsung dengan menggunakan rempah-rempah, kaldu ayam atau daging sehingga nasi terasa kaya akan rasa rempah-rempah. Baba Ahmed membuat racikan bumbunya sendiri sehingga rasa nasi di Baba Ahmed mengikuti selera makan orang Indonesia khususnya di Bengkulu. Agar masakan yang disajikan di baba ahmed dapat diterima oleh lidahnya masyarakat Bengkulu yang mayoritas gaya makan seperti masakan padang. Sehingga olahan ayam yang dibuat di Baba Ahmed menggunakan bumbu dapur lalu dioven (dipanggang). Ada beberapa olahan ayam yang disediakan oleh baba ahmed yaitu diantaranya, ayam bakar madu, ayam bakar bumbu dan ayam helwa. Ada beberapa pilihan nasi yang di tawarkan oleh Baba Ahmed Arabian Food kepada penikmat masakan khas ala Timur Tengah diantaranya, yaitu: Nasi mandhi, Nasi kebuli, Nasi briyani, Nasi khabsah, Nasi oman dan Nasi bukhari.

c. Digitalisasi Marketing

Salah satu strategi pemasaran yang mudah dilakukan oleh setiap pengusaha adalah *digitalisasi marketing*. Baba Ahmed Arabian Food berawal dari berjualan dirumah karena kondisi *Covid19* dan *lockdown*, oleh karena itu media sosial berperan penting sebagai media promosi atau iklan. Promosi atau iklan yang pertama kali dibuat adalah dengan menggunakan media sosial internet yaitu *Whatsap*, *facebook* dan *Instagram*. Baba Ahmed menyiapkan layanan *Delivery* konsumen bisa langsung menghubungi admin ke no *Whatsap*. Saat ini Baba Ahmed sudah memiliki restoran yang beralamat Jalan Mangga Raya no 20 (dekat simpang empat taman remaja) Kelurahan Lingkar Timur Kecamatan Singaran Pati Kota Bengkulu. menjalin kerja sama dengan beberapa *merchant* yang ada di Bengkulu yaitu *Grabfood* dan *Maximfood*. Selain datang langsung ke restoran konsumen juga bisa memesan melalui *merchant* Baba Ahmed.

Cara memesan nasi Baba Ahmed Arabian Food, yaitu :

- Melalui *Whatsap* di No “+6282181937579”
- Melalui komen dan message *facebook*, “Baba Ahmed Arabianfood”
- Melalui komen dan DM *Instagram*, “babaahmed_arabianfoodbengkulu”
- Melalui Aplikasi *Grabfood*, ketik “Baba Ahmed Arabian Food – jalan gedang”
- Melalui Aplikasi *Maxim*, dengan titik alamat “restoran arab baba ahmed Jl Mangga Raya”

d. Pengaruh Keunikan Produk Terhadap Digitalisasi Marketing

Ada beberapa cara yang digunakan Baba Ahmed Arabian food untuk menarik minat belanja konsumen yaitu diantaranya adalah

- Nasi dibungkus menggunakan nampan yang menggunakan *aluminiumfoil* untuk menjaga kehangatan hidangan yang dikirim kerumah konsumen.
- Nasi yang digunakan menggunakan beras basmathi dengan grade A (*extra long*).
- Beras basmathi memiliki beberapa unggulan yaitu diantaranya dapat tinggi serat sehingga cocok untuk program diet, kandungan glukosa pada nasi 0% sehingga sangat baik untuk penderita diabetes, baik untuk Kesehatan jantung, meningkatkan Kesehatan otak, dapat mencegah penyakit kanker, meningkatkan stamina dan energi.
- Nasi Arab bisa dihias seperti nasi tumpeng untuk acara-acara spesial, seperti hari ulang tahun, hampers lebaran atau ucapan selamat dan khataman alqur’an.
- Baba ahmed menerima pesanan *catring* acara baik dalam partai kecil dan besar.
- Baba Ahmed juga menyediakan paket *Aqiqah* dengan menggunakan nasi Arab dan kambing dimasak menggunakan rempah-rempah khas ala Timur Tengah.
- Baba Ahmed menyediakan menu kambing guling.

e. Deskripsi Dari Hasil Kuesioner konsumen Baba Ahmed Arabian Food

Dari sebanyak 33 orang *sample responden* konsumen Baba Ahmed Arabian Food Bengkulu yang diberikan kuesioner, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- Responden yang diberikan kuesioner adalah konsumen yang berbelanja menggunakan media sosial (75%) dan langsung berbelanja ke restoran (25%).
- Persentase responden yang berbelanja melalui media sosial adalah: No *Whatshap* Admin (40%), *Facebook* (10%), *Instagram* (10%), *Grabfood* (25%), *Maxim* (15%).

Persentase responden yang melihat iklan melalui update status, reel dan story media sosial yaitu, *Whatshap* (25%), *Facebook* (30%), *Instagram* (25%), *Youtube* (10%), *Tiktok* (10%).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Keunikan Produk memiliki pengaruh positif terhadap Digitalisasi Marketing pada restoran Baba Ahmed Arabian Food Bengkulu. Digitalisasi Marketing tidak hanya sebagai media iklan saja, tetapi juga digunakan sebagai media penjualan. Beberapa Akun media sosial Baba Ahmed yang digunakan sebagai media promosi atau iklan produk yaitu *Whatshap*, *Facebook*, *Instagram*, *tiktok* dan *Youtube*. Akun media sosial Baba Ahmed yang digunakan untuk menerima orderan yaitu, *Whatshap*, *Facebook*, *Instagram*, dan merchant (*Grabfood* dan *maximFood*). Dari tingginya penggunaan media sosial saat ini sangat berpengaruh terhadap digital marketing. Dari hasil kuesioner mengatakan konsumen yang berbelanja melalui media sosial internet lebih tinggi dibandingkan yang datang langsung ke restoran.

Untuk menarik minat pembeli Baba Ahmed menciptakan beberapa keunikan produk diantaranya mengemas barang nasi dengan menggunakan nampan yang dialas alumuniumfoil dan ditutup juga dengan alumuniumfoil, itu agar nasi tetap hangat saat sampai ketangan konsumen, bentuk nasi yang panjang-panjang, tidak lengket, nasi Arab bisa dihias dan diberi tulisan untuk acara-acara seperti ulang tahun, anniversary, hampers, khatam Alqur'an dan acara lainnya.

b. Saran

Ada beberapa saran dari peneliti yang dapat diberikan kepada Baba Ahmed Arabian Food untuk meningkatkan penjualan diantara yaitu:

- Menambah daya tarik pada restoran sehingga bisa menambah konsumen yang datang langsung ke restoran.
- Mampu membuat konten yang lebih bervariasi di akun *youtube*.
- Tingkatkan lagi kemampuan edit foto dan video agar tidak monoton dan konsumen tidak akan melewatkan status yang di update setiap harinya.
- Membuat rancangan menu baru untuk dapat menambah minat belanja konsumen.
- Karyawan harus difasilitasi upgrade ilmu Editing gambar dan video.

6. REFERENSI

- Sry, L. S. (14 Agustus 2022). <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/menciptakan-keunggulan-unik-produk-dan-menceritakannya>
- Greatnusa, (29 maret 2023).. Diakses <https://greatnusa.com/artikel/digital-marketing-adalah/>
- Nofrizal, dkk. (2021). Jurnal bisnis dan kewirausahaan, volume 17 <https://repository.unilak.ac.id/2366/1/20.pdf>
- Dwi, L. P. (17 Agustus 2022) <https://digitalbisa.id/artikel/digital-marketing-strategi-pemasaran-di-era-industri-40-T9FCd>
- Adya, U.S. & Andi, N, S. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19, 170 – 182
- Vocke, P, dkk. (2015). Jurnal berkala ilmiah efisiensi. Diakses file:///C:/Users/ASUS/Downloads/jbie_patrick,+69+-+Vocke+Poli-3.pdf
- Tipsberbisnis. (2022). 7 Faktor Pendukung Keberhasilan Usaha yang Belum Banyak Diketahui. Diakses dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/faktor-pendukung-keberhasilan-usaha/>

populix, (2023), Pengertian Kuesioner, Jenis, Cara Membuat dan Contohnya, diakses dari <https://info.populix.co/articles/kuesioner-adalah/>
Nur, J. S. & Muhammad, I. (2022). Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all>