

Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Burgo Di Palembang

Tata Sutabri¹, Nailah Ramadhani Laboy², Putri Asyifah Vahlevi³, Muhammad Rizki⁴

¹⁻⁴Fakultas Sains Teknologi Universitas Bindarma Palembang

Email: tata.sutabri@gmail.com¹, nailahr101@gmail.com², putriassyifavahlevi@gmail.com³, therizk.iii@gmail.com⁴

Jl. Jenderal Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111

Korespondensi penulis: tata.sutabri@gmail.com

Abstract: *Burgo is a kind of vegetable rice cake commonly eaten for breakfast by the people of Palembang. Burgo is made from a mixture of rice flour and starch shaped like a pancake and then cut into pieces like rice cakes then doused with fish sauce. This food recipe has been around for a long time and has been passed down from generation to generation. Even now this burgo food has been traded in stalls or eating places that serve it. This research aims to increase burgo sales in Palembang by using digital marketing strategies and how they can manage the digital. The method used is a literature study by collecting data from scientific journals and articles related to digital marketing strategies and burgo sales in Palembang. The results showed that with the presence of Burgo cakes in the market and the ease of buying them, Burgo can be a product that is highly appreciated and favored by the younger generation and other circles of society, in addition to being a snack food product that can compete with other snacks. Promotional strategies with creative visual communication messages by creating posters accompanied by illustrations and graphics so that people can always remember the existence of this traditional cuisine in the future to create a modern impression. The use of modern style with a traditional touch aims to attract people, especially the younger generation, to be interested in buying traditional food products typical of Palembang, especially burgo and other traditional Palembang dishes. this may be popular among young people. And the purpose of this promotion is that people, especially the younger generation, know the existence of this burgo food and want to make it a daily snack through promotional campaigns, target audiences, design styles that the target audience likes and very easily reach the target.*

Keywords: *Digital marketing, Burgo, Palembang*

Abstrak: Burgo adalah sejenis lontong sayur yang biasa disantap untuk sarapan oleh masyarakat Palembang. Burgo terbuat dari campuran tepung beras dan kanji dibentuk seperti kue dadar lalu dipotong-potong seperti lontong kemudian disiram dengan kuah ikan. Resep makanan ini telah ada dari dahulu dan diwariskan secara turun temurun. Bahkan sekarang makanan burgo ini sudah diperjualbelikan di warung atau tempat makan yang menyajikannya. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan burgo di Palembang dengan menggunakan strategi digital marketing dan bagaimana cara mereka bisa mengelola dalam digital tersebut. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan mengumpulkan data dari jurnal ilmiah dan artikel terkait strategi digital marketing dan penjualan burgo di Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dengan hadirnya kue Burgo di pasaran dan kemudahan dalam membelinya, Burgo dapat menjadi produk yang sangat diapresiasi dan digemari oleh generasi muda dan kalangan masyarakat lainnya, selain menjadi produk pangan ringan yang mampu bersaing dengan jajanan lainnya. Strategi promosi dengan pesan komunikasi visual yang kreatif dengan membuat poster disertai ilustrasi dan grafis agar masyarakat dapat selalu mengingat keberadaan masakan tradisional ini di kemudian hari untuk menciptakan kesan modern. Penggunaan gaya modern dengan sentuhan tradisional bertujuan untuk menarik minat masyarakat khususnya generasi muda agar tertarik membeli produk makanan tradisional khas Palembang ini, khususnya burgo dan masakan tradisional Palembang lainnya. ini mungkin akan populer di kalangan anak muda. Serta Tujuan promosi yang dilakukan ini adalah agar masyarakat khususnya generasi muda mengetahui keberadaan makanan burgo ini dan ingin menjadikannya sebagai jajanan sehari-hari melalui kampanye promosi, target audiens, gaya desain yang disukai target audiens serta dengan sangat mudah menjangkau target.

Kata kunci: Digital marketing, Burgo, Palembang

PENDAHULUAN

Kota Palembang terkenal dengan kulinernya yang sangat digemari masyarakat. Salah satu masakan yang berasal dari kota Palembang sendiri yaitu adalah burgo. Burgo sendiri di Palembang merupakan sajian dengan kuah yang kaya rasa dan lezat sehingga disukai banyak orang. Untuk Makanan ini sendiri diolah dengan menggunakan tepung terigu sebagai bahan dasarnya, yang kemudian diolah dengan cara ditumbuk, digulung, lalu dipotong-potong.. Biasanya burgo ini disajikan dengan kuah berbahan dasar ikan sehingga membuat sajian ini semakin nikmat dan lezat. Hidangan ini sering dijual di banyak warung, rumah makan bahkan dijual di rumah makan sekitar Palembang. Harganya yang terjangkau sehingga tidak heran jika makanan olahan ini banyak diminati oleh anak-anak hingga orang dewasa. Sajian burgo khas Palembang ini menjadi menu sehari-hari yang sangat digemari banyak keluarga karena Rasanya yang begitu menarik mampu membuat pengunjungnya ketagihan mencicipi hidangan ini. Dan hidangan ini juga bisa disantap dengan nasi uduk panas. Burgo khas Palembang ini enak kalau masih panas. Hidangan ini sangat digandrungi dan diminta oleh banyak masyarakat. Tingginya permintaan yang membludak di masyarakat membuat peluang usaha burgo khas Palembang sangat menggiurkan jika dimanfaatkan. Keuntungan yang diperoleh dari kegiatan kuliner melalui penyediaan menu masakan burgo khas Palembang ini memang tidak sedikit sehingga patut untuk diperhitungkan sehingga Menyiapkan masakan ini sendiri sangatlah mudah dan sederhana sekali. Selain itu bahan baku yang digunakan untuk membuat burgo khas Palembang juga mudah didapat di pasaran dengan harga yang terjangkau.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan mengumpulkan data dari jurnal ilmiah dan artikel terkait Burgo makanan khas Palembang. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dan disajikan dalam bentuk artikel ilmiah.

PEMBAHASAN

UMKM Palembang dapat terlibat dengan strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan burgo yang ada di Palembang dengan cara memulainya dengan membuat poster disertai ilustrasi dan grafis. Masyarakat juga dapat memulai membuka pembayaran menggunakan aplikasi seperti QRIS agar memudahkan konsumen. Lalu masyarakat tentunya bisa juga mendaftarkan usaha burgo mereka ke aplikasi online seperti gojek, grab, shopee, ataupun instagram.

Banyaknya yang harus diketahui oleh masyarakat sebelum memulai digital marketing adalah sebagai berikut :

1. Memasarkan produk mereka lewat online
2. Membuat poster
3. Mengiklankan produk mereka
4. Resiko digital marketing

KESIMPULAN

Dengan hadirnya Burgo di pasaran dan kemudahan dalam membelinya, Burgo dapat menjadi produk yang sangat diapresiasi dan digemari oleh generasi muda dan kalangan masyarakat lainnya, selain menjadi produk pangan ringan yang mampu bersaing dengan jajanan lainnya. Strategi promosi dengan pesan komunikasi visual yang kreatif dengan membuat poster disertai ilustrasi dan grafis agar masyarakat dapat selalu mengingat keberadaan masakan tradisional ini di kemudian hari untuk menciptakan kesan modern. Penggunaan gaya modern dengan sentuhan tradisional bertujuan untuk menarik minat masyarakat khususnya generasi muda agar tertarik membeli produk makanan tradisional khas Palembang ini, khususnya burgo dan masakan tradisional Palembang lainnya. ini mungkin akan populer di kalangan anak muda. Serta Tujuan promosi yang dilakukan ini adalah agar masyarakat khususnya generasi muda mengetahui keberadaan makanan burgo ini dan ingin menjadikannya sebagai jajanan sehari-hari melalui kampanye promosi, target audiens, gaya desain yang disukai target audiens serta dengan sangat mudah menjangkau target.

REFERENSI

- Kevinanda Aldo, Rifanni Dita Regina, Misnawati Desi. 2022. *Makna filosofi kuliner burgo khas Palembang*. Fakultas ilmu komunikasi universitas Bina darma.6(2),16247-16253.
- Chandra Immanuel Martinus. 2023. *Modifikasi hidangan khas Palembang: Burgo, nasi minyak, dan kue srikaya dari segi fusion food dan segi plating*. Universitas Pradita.
- Sutabri, Tata dan Darmawan Napitulu. 2019. *Sistem Informasi Bisnis*. Andi Offset.
- Sutabri, Tata. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Andi.
- Sutabri, T. (2006). Peran Pendidikan Tinggi dalam Memotivasi Sarjana Menjadi Wirausahaan. *Ata. sutabri@ inti. ac. id*. Sutabri, T. (2006). Peran Pendidikan Tinggi dalam Memotivasi Sarjana Menjadi Wirausahaan. *Ata. sutabri@ inti. ac. id*.
- Sibuea, Sondang, et al. Pelatihan Pengembangan Kreatifitas Membuat Peluang Usaha di Bidang Multimedia pada SMA Santika Jakarta Timur. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*, 2022, 4.2: 68-75.