

Penerapan *Digital Marketing* pada *GoPool Billiard & Cafe*

Michelle Michelle^{1*}, Listia Nurjanah²

¹⁻²Universitas Internasional Batam, Indonesia

Korespondensi penulis: 2141142.michelle@uib.edu¹, listia@uib.ac.id²

Abstract. *This study focuses on the implementation of digital marketing strategies at GoPool Billiard & Café to enhance business appeal and leverage digital platforms, particularly social media, as the primary means of promotion. In an era of rapid digital growth, social media has become an effective tool for reaching a wider audience of potential customers and building strong relationships with them. The methods used in this research include interviews and documentation to obtain in-depth information and record the process of implementing digital marketing strategies. The results of the study indicate that utilizing social media platforms like Instagram and TikTok can increase customer interaction, expand audience reach, and strengthen the brand identity of GoPool Billiard & Café. This strategy has proven effective in attracting new customers while retaining the loyalty of existing ones through creative, informative, and consistent content.*

Keywords: *Digital marketing, social media, Instagram, TikTok, customer interaction, brand identity, GoPool Billiard & Café*

Abstrak. Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi digital marketing di GoPool Billiard & Café untuk meningkatkan daya tarik bisnis dan memanfaatkan platform digital, terutama media sosial, sebagai sarana utama promosi. Di era digital yang semakin berkembang, media sosial menjadi alat yang efektif untuk menjangkau pelanggan potensial yang lebih luas dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh informasi secara mendalam serta merekam proses penerapan strategi digital marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memperluas jangkauan audiens, serta memperkuat identitas merek GoPool Billiard & Café. Strategi ini terbukti mampu menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan lama melalui konten yang kreatif, informatif, dan konsisten.

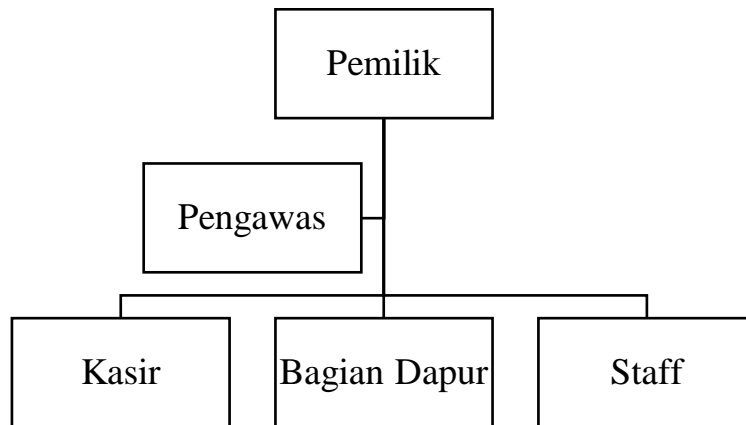
Kata Kunci: Digital marketing, media sosial, Instagram, TikTok, interaksi pelanggan, identitas merek, GoPool Billiard & Café.

1. PENDAHULUAN

Billiard merupakan suatu bagian dari cabang olahraga yang termasuk dalam kategori olahraga konsentrasi, karena membutuhkan ketahanan dan pemahaman fisik agar bisa mencapai prestasi lebih tinggi dan stabil. Billiard di Kota Batam memiliki latar belakang yang cukup menarik, seiring dengan perkembangan kota sebagai salah satu pusat perdagangan dan pariwisata di Indonesia. Sejak Batam ditetapkan sebagai kawasan perdagangan bebas, banyak investasi yang masuk, termasuk dalam sektor hiburan dan olahraga.

Billiard di Batam kini dapat ditemukan dalam berbagai bentuk, mulai dari tempat yang sederhana hingga yang memiliki fasilitas mewah. Banyak tempat yang dilengkapi dengan meja billiard berkualitas tinggi, aksesoris permainan yang baik, serta layanan tambahan seperti makanan dan minuman. Hal ini membuat pengalaman bermain menjadi lebih menyenangkan.

Gopool Billiard & Café yang didirikan oleh Bapak Sugianto dengan memiliki 8 karyawan. Dengan berdirinya billiard ini, adanya potensi wisata yang kuat karena merupakan suatu bentuk hiburan yang digemari masyarakat. Billiard ini berlokasi di Jl. Tiban Utara No 2 blok D, Kota Batam, Kepulauan Riau 29431, dengan jam operasional pada hari Senin-Minggu jam 12.00 pm – 03.00 am. Selain tempat billiard Gopool juga ada café yang menjual berbagai macam makanan dan minuman. Tempat ini berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang terbaik untuk pengunjungnya.



Gambar 1 Bagan Struktur Gopool Billiard & Café

Sumber : Data diolah (2024)

2. METODE

Teknik pengumpulan data ini adalah dengan cara melakukan wawancara dan observasi dengan pemilik Gopool Billiard & Cafe. Observasi dilakukan dengan cara mengamati cara interaksi pelanggan dan juga karyawan, sedangkan wawancara dilakukan dengan cara meminta informasi dengan pemilik Gopool Billiard & Cafe mengenai promosi yang akan dijalankan di media sosial.

Tahap pelaksanaan laporan ini di mulai pada September 2024 sampai Desember 2024. Tahapan ini terdiri dari tiga tahapan yaitu :

- **Tahap Persiapan**

Pada tahap ini, survei dilakukan di GoPool Billiard and Cafe untuk memahami kegiatan operasional sehari-hari yang dijalankan oleh pemilik dan karyawan. Selanjutnya, akan diidentifikasi peluang dan potensi yang dapat mengembangkan tempat ini, dengan mempelajari cara berinovasi serta mengumpulkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengenalan GoPool di kalangan masyarakat Batam.

- **Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini, dilakukan analisis *Digital Marketing* pada Gopool Billiard & Cafe agar dapat dikembangkan dan dikenal luas oleh masyarakat. Pertama mulai mengamati kegiatan usaha dengan pemilik Gopool Billiard & Cafe mengenai kendala yang dihadapi, kemudian penulis memberi solusi untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi. Selanjutnya adalah merancang strategi promosi yang akan di iklankan di media sosial Instagram. Kemudian membuat akun tiktok untuk Gopool Billiard & Café. Setelah itu penulis melakukan survei pasar dengan cara mencari tahu informasi apa yang dibutuhkan pelanggan saat ini. Selanjutnya melakukan monitoring terhadap rancangan yang telah dibuat apakah berjalan dengan baik, maka dari itu pemilik usaha akan merasa terbantu.

- **Tahap Penilaian dan Pelaporan**

Pada tahap ini akan dilakukan arahan mengenai *Digital Marketing* yang dirancang untuk Gopool Billiard & Cafe. Kemudian juga akan dilakukan penyusunan laporan dan finalisasi laporan dengan bantuan dari pihak Gopool Billiard & Cafe dan dosen pembimbing. Selanjutnya, pada tahap akhir akan dilakukan pengumpulan laporan tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis melakukan penelitian selama tiga bulan, dimulai dari September 2024 sampai Desember 2024. Selama penelitian, penulis menemukan beberapa kendala. Bahwa Gopool Billiard & Cafe memiliki keberadaan di media sosial seperti Instagram. Selain itu, pemilik tidak aktif di media sosial, sehingga kurang dikenal secara digital oleh masyarakat. Berdasarkan analisis tersebut, penulis memutuskan untuk mengatasi masalah tersebut dengan membuat konten di Instagram agar bisa membantu memperkenalkan Gopool Billiard & café di kalangan masyarakat sekitar. Kemudian, penulis menyarankan pemilik Gopool Billiard & Café untuk menerapkan metode-metode promosi, antara lain :

1. Mempromosi iklan di Instagram

Mempromosikan iklan di Instagram melalui *story ads* untuk Gopool Billiard & Café adalah cara efektif untuk meningkatkan jangkauan dan menarik perhatian audiens secara langsung. Instagram Story Ads memungkinkan Gopool Billiard & Café untuk menampilkan konten iklan dalam bentuk gambar atau video singkat yang muncul di antara story pengguna lain. Keuntungan utama dari promosi ini adalah kemampuannya untuk tampil secara penuh di layar, menciptakan pengalaman visual yang lebih imersif dan menarik perhatian pengguna. Iklan di *Instagram Stories* sangat berguna untuk meningkatkan visibilitas, mengarahkan lalu lintas ke halaman tertentu, dan menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif

terjangkau, menjadikannya pilihan tepat untuk promosi Gopool Billiard & Café.

2. Membuat akun Tiktok pada Gopool Billiard & Café

Membuat akun TikTok untuk Gopool Billiard & Café adalah langkah strategis untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens yang lebih muda dan aktif di platform media sosial. TikTok menawarkan format video pendek yang kreatif dan menarik, yang memungkinkan Gopool Billiard & Café untuk menampilkan berbagai aspek dari usaha mereka, seperti suasana tempat, permainan biliar, acara spesial, atau menu makanan dan minuman secara lebih dinamis dan interaktif.

Dengan akun TikTok, Gopool Billiard & Café dapat membuat konten yang menghibur, seperti tantangan biliar, video behind-the-scenes, tutorial permainan biliar, atau bahkan berbagi testimoni pelanggan yang puas. Penggunaan musik, efek visual, dan tren yang sedang viral di TikTok juga dapat membantu menarik perhatian lebih banyak pengguna dan membuat konten menjadi lebih viral.

Selain itu, TikTok memungkinkan untuk melakukan promosi secara langsung kepada audiens dengan fitur-fitur seperti hashtag challenge, live streaming, dan kolaborasi dengan influencer, yang dapat meningkatkan visibilitas usaha. Akun TikTok yang dikelola dengan baik dapat membantu Gopool Billiard & Café membangun komunitas online, meningkatkan kesadaran merek, serta menarik lebih banyak pelanggan yang ingin mengunjungi tempat tersebut.

3. Mengunggah foto dan video di Instagram

Penggunaan Instagram oleh Gopool Billiard & Cafe dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan visibilitas dan pemasaran dengan biaya yang efisien. Melalui platform Instagram, Gopool Billiard & Cafe dapat dengan mudah berbagi informasi produk, penawaran khusus, dan konten menarik lainnya, serta meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan. Mengunggah foto dan video di Instagram memungkinkan Gopool Billiard & Cafe untuk menampilkan suasana tempat, fasilitas, dan kegiatan yang ada di dalamnya, yang dapat menarik perhatian pengikut. Konten visual seperti ini lebih mudah menarik minat audiens dan dapat memperluas jangkauan pasar, sekaligus membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Pada kegiatan ini, terdapat 3 proses tahapan implementasi luaran yaitu:

1) Mempromosi iklan di Instagram

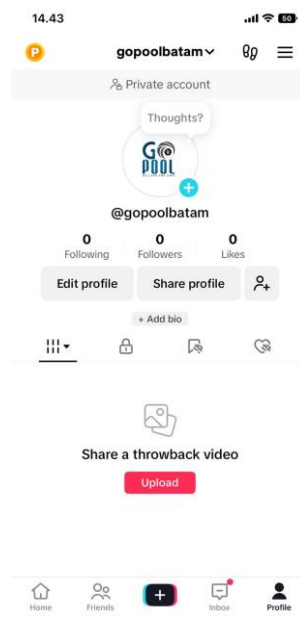
Pada tahap ini, Gopool Billiard & Café melakukan promosi melalui *ads* di media sosial Instagram dimana sebagian besar masyarakat kota Batam sudah mengetahui keberadaan Gopool Billiard & Café melalui sosial media tersebut.



Gambar 2 Iklan *ads* di sosial media Instagram

2) Membuat akun Tiktok pada Gopool Billiard & Café

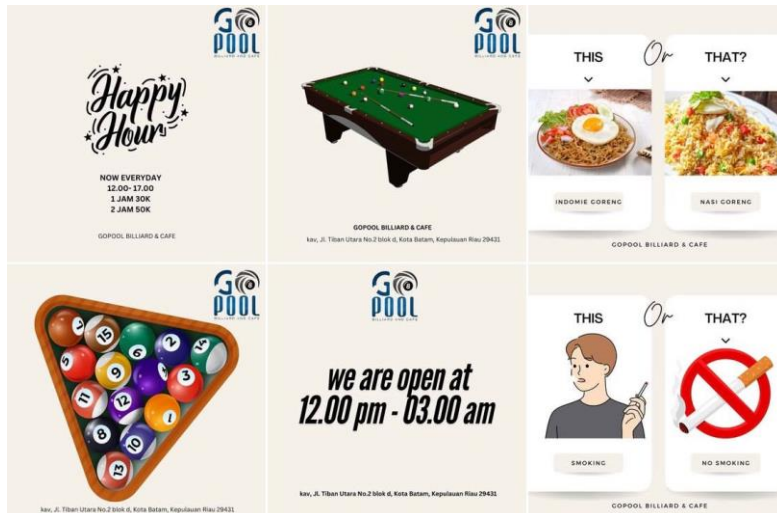
Pada tahap ini, penulis membantu pemilik untuk membuat sebuah akun Tiktok. Dimana melalui pembuatan akun ini, pemilik dapat melakukan promosi secara daring melalui pembuatan konten video yang akan di post secara langsung oleh pemilik. Konten yang diciptakan dapat memuat lokasi GoPool, fasilitas-fasilitas yang disediakan, service yang dapat diberikan, dan lainnya.



Gambar 3 Akun Tiktok Gopool Billiard & Café

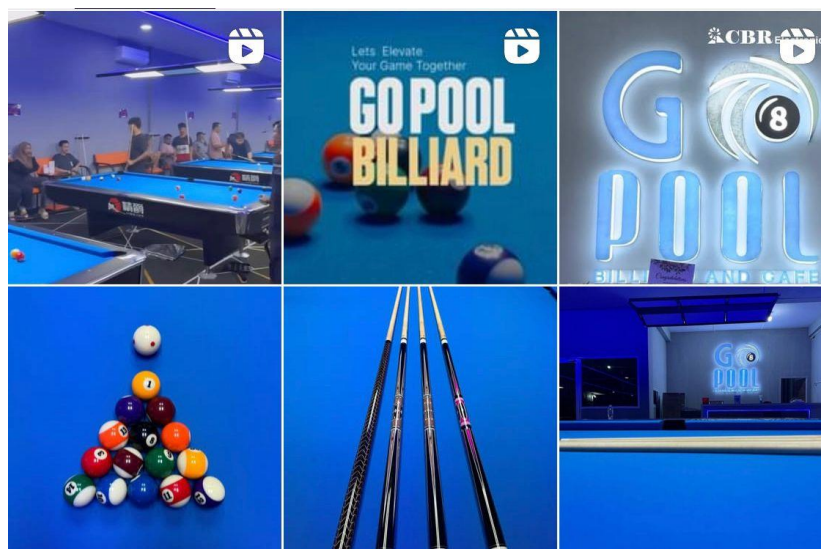
3) Mengunggah foto dan video di Instagram

Pada tahap ini, penulis membantu pemilik membuat konten informatif tentang Gopool Billiard & Café. Seperti jam operasional toko dan pemilik juga memberi promosi berupa *happy hour*. Selain itu juga membuat video dengan memperlihatkan isi dalam billiard tersebut. Konten tersebut diposting dalam *feeds* pada akun sosial media Instagram Gopool Billiard & Café.



Gambar 4 Konten foto *Feeds* Instagram Gopool Billiard & Café

Penulis juga membuatkan Video untuk diposting di Instagram tersebut. Untuk mempromosikan tempat itu sebagai lokasi untuk nongkrong dan bersantai sambil bermain billiard, dengan tujuan mengundang pemain lain untuk meningkatkan permainan mereka di Gopool Billiard & Café.

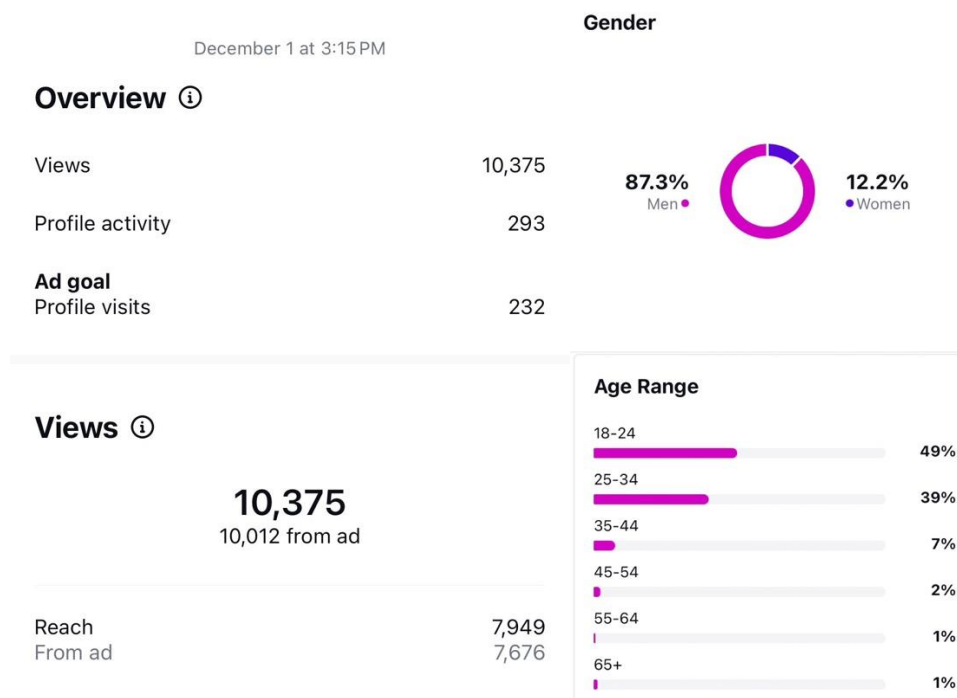


Gambar 5 Konten Video *Feeds* Instagram Gopool Billiard & Café

Diskusi

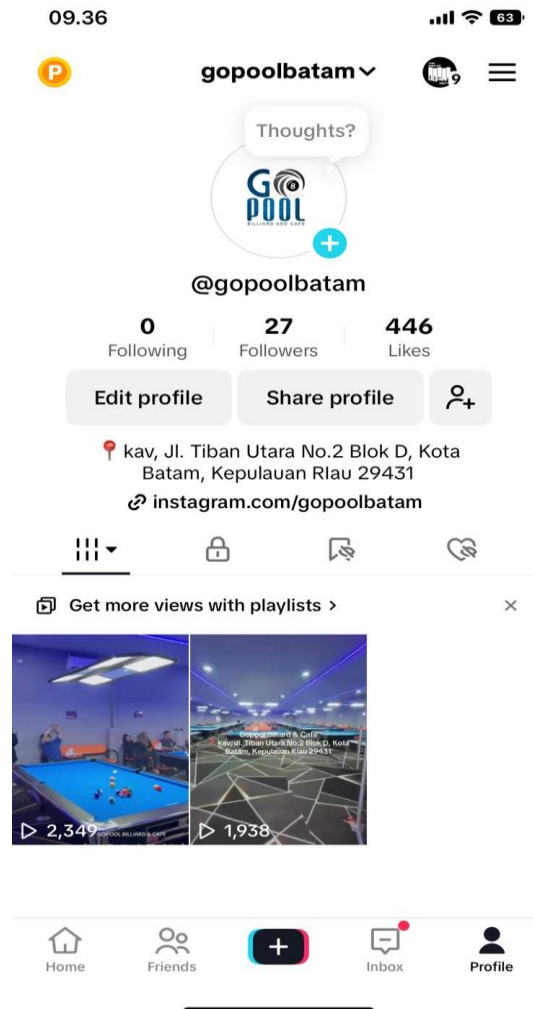
Berikut adalah hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan implementasi.

1. Promosi di Instagram *ads* mempermudah Gopool Billiard & Café dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan melalui media sosial tersebut. Konten promosi berkualitas yang menampilkan informasi mengenai Gopool Billiard & Café berhasil menarik minat calon pelanggan baru. Saat ini, akun Instagram Gopool telah mendapatkan 10,375 *viewers* dari promosi tersebut. Menunjukkan bahwa keberadaan Gopool Billiard & Café telah dikenal di dunia digital dan dikenal oleh masyarakat sekitar.



Gambar 6 *insight* Akun Instagram Gopool Billiard & Café

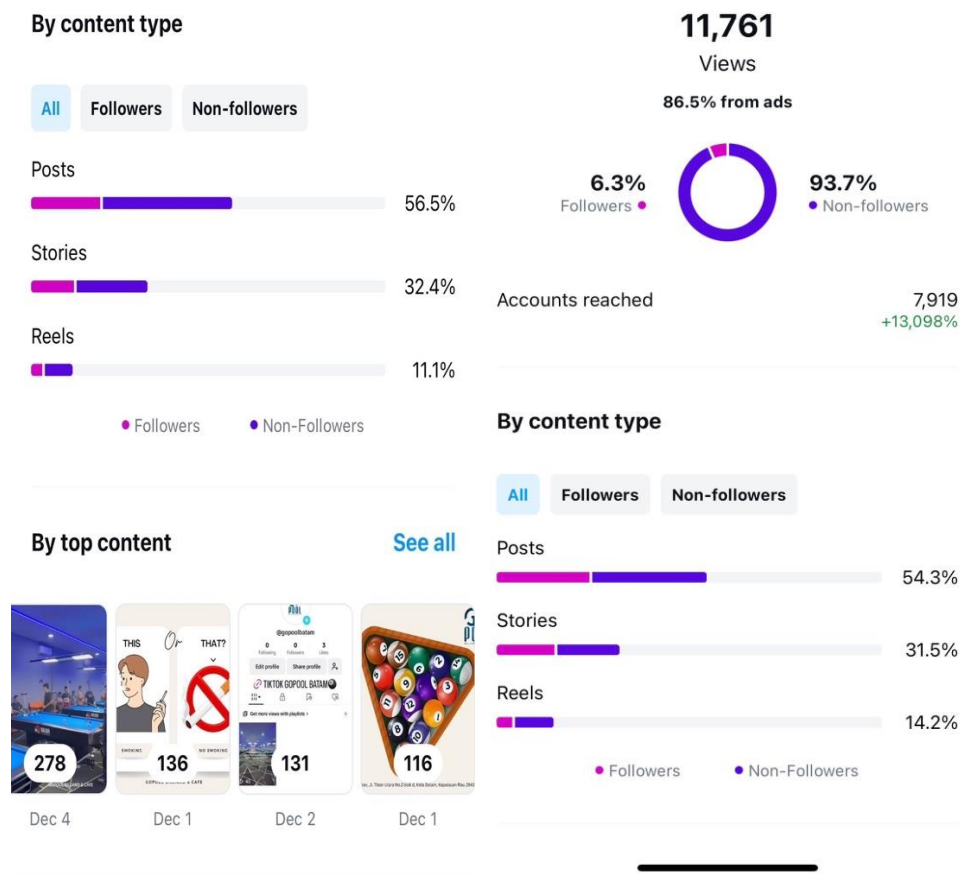
2. Membuat akun Tiktok pada Gopool Billiard & Café dengan menyajikan konten kreatif telah memberikan perubahan yang signifikan bagi Gopool Billiard & Café, terutama dalam memperkuat identitas merek dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Konten-konten kreatif yang diunggah, seperti momen seru di meja billiard, berhasil menarik perhatian calon pelanggan. Informasi penting seperti lokasi, jadwal operasional, dan promosi juga ditampilkan secara menarik, memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi dan tertarik untuk berkunjung, peningkatan interaksi ini terlihat dari jumlah *likes*, *viewers*, dan pengikut di akun Tiktok Gopool Billiard & Café yang terus bertambah.



Gambar 7 Akun Tiktok Gopool Billiard & Café

3. Mengunggah foto dan video di *feeds* Instagram Gopool Billiard & Café telah memberikan dampak signifikan, khususnya dalam meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Konten yang diunggah, seperti tampilan tempat, fasilitas, dan berbagai aktivitas menarik, menambah daya tarik Gopool Billiard & Café. Selain itu, konten berkualitas berhasil meningkatkan keterlibatan pelanggan sekaligus membangun hubungan yang lebih erat. Hal tersebut tercermin dari meningkatnya jumlah *viewers* dan *likes*, serta menambah *followers* di Instagram. Data ini menunjukkan performa akun Instagram *GoPool Billiard & Cafe*, dengan total 11.761 views, di mana 86,5% berasal dari iklan. Dari total tersebut, 6,3% merupakan pengikut (*followers*), sementara 93,7% berasal dari pengguna yang belum mengikuti akun (*non-followers*). Akun ini berhasil menjangkau 7.919 akun, dengan peningkatan sebesar 13.098%. Berdasarkan jenis konten, *posts* memberikan kontribusi terbesar dengan 54,3%, diikuti oleh *stories* sebesar 31,5%, dan *reels* sebesar 14,2%. Data ini menunjukkan bahwa kombinasi

konten yang menarik dan promosi iklan berhasil memperluas jangkauan *GoPool Billiard & Cafe*, baik kepada pengikut lama maupun calon pelanggan baru.



Gambar 8 Jumlah *likes* dan *viewers* Gopool Billiard & Café

4. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi yang telah diterapkan pada Gopool Billiard & Café sebagaimana dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa,

- Penulis berhasil memperkenalkan GoPool Billiard & Café kepada masyarakat sekitar melalui digital yaitu mempromosikan *ads* di media sosial Instagram untuk usaha tersebut. Keberhasilannya terlihat dari jumlah *viewers* di akun Instagram yang mencapai 10.375 *viewers*.
- Penulis berhasil menciptakan *brand awareness* Gopool Billiard & Café melalui pembuatan akun media sosial Tiktok usaha tersebut. Pembuatan akun Tiktok untuk GoPool Billiard & Café berhasil memperkuat identitas merek dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui konten kreatif dan informatif. Hal ini tercermin dari peningkatan *likes*, *viewers*, dan pengikut yang signifikan.

- Penulis berhasil mengunggah konten Instagram Gopool Billiard & Café. Berhasil meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan. Dengan total 11.761 views, 86,5% dari iklan, dan menjangkau 7.919 pengguna, konten menarik seperti *posts*, *stories*, dan *reels* efektif menarik perhatian pelanggan baru serta memperkuat hubungan dengan pengikut lama. Strategi ini terbukti meningkatkan likes, views, dan followers secara signifikan.

DAFTAR REFERENSI

- Baharsyah, A. R., & Nugrohoseno, D. (n.d.). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.
- Chatwani, N. (2019). Agility revisited. In *Organisational Agility* (pp. 1–21). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-17249-7_1
- Dan, K., Penulis, S., Rauf, A., Orba, S., Tri, M., Ardiansyah, E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Gloriman, V., Genesis, M., Depari, S., Rahajeng, E., Dwi, M., Sri, A., Riorini, V., ... Sudarmanto, E. (2021). *Digital Marketing: Hak Cipta Buku Kemenkum dan HAM Nomor: 000259901*. Retrieved from <http://insaniapublishing.com>
- Dania, T. R. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences*, 9(58), No. 1.
- Femi Oktaviani, & Diki Rustandi. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness.
- Gigih, M. (n.d.). Effect of promotion and price on purchasing decisions: Newspaper Suara Merdeka.
- Gregorius Rio Alfrian, & E. P. (2020). Strategi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik COVID-19 di Indonesia.
- Kotler, P. (2005). *Prinsip-prinsip pemasaran jasa*. Malang: Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Indeks.
- Nirwana. (2004). *Prinsip-prinsip pemasaran jasa*.
- Sharfina Nabilah, M. N., & Komang Suparyana, P. (2021). Dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM (Studi kasus UMKM Zea Food di Kota Mataram). *I*(12), 2655.