

---

## **PROMOSI CAFE UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA ELSA CAFE BERBASIS WEB**

Elida Rawati Sihotang<sup>1)</sup>, Yuniar Andi Astuti<sup>2)</sup>  
<sup>1,2</sup>Politeknik Unggul LP3M, Manajemen Informatika  
e-mail: elydasihotang52@gmail.com<sup>1)</sup>, andiyuniar45@gmail.com<sup>2)</sup>

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pelaku usaha, termasuk di bidang kuliner, untuk memanfaatkan media digital dalam kegiatan promosi dan pemasaran. Elsa Cafe sebagai salah satu usaha kuliner lokal dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan media promosi berbasis web guna meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Elsa Cafe. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah Waterfall, meliputi analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian, serta evaluasi. Fitur utama yang dikembangkan mencakup informasi menu, pemesanan online, program loyalitas pelanggan, testimoni, serta notifikasi promosi. Hasil pengujian sistem menunjukkan bahwa website promosi Elsa Cafe berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari pengguna. Dengan adanya platform promosi berbasis web ini, Elsa Cafe dapat menjalin interaksi yang lebih intens dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat loyalitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media promosi berbasis web merupakan strategi efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sekaligus mendukung transformasi digital usaha kuliner skala kecil dan menengah.

**Kata kunci :** *Promosi, Website, Loyalitas Pelanggan, Usaha Kuliner, Elsa Cafe.*

### **ABSTRACT**

*The growth of information technology has encouraged businesses, including those in the culinary sector, to utilize digital media for promotional and marketing activities. Elsa Cafe, as a local culinary business, faces the challenge of maintaining customer loyalty amid fierce competition. This study aims to design and develop web-based promotional media to increase customer loyalty to Elsa Cafe. The system development method used is Waterfall, which includes needs analysis, system design, implementation, testing, and evaluation. The main features developed include menu information, online ordering, customer loyalty programs, testimonials, and promotional notifications. System testing results show that the Elsa Cafe promotional website runs well and has received positive responses from users. With this web-based promotional platform, Elsa Cafe can establish more intense interactions with customers, increase satisfaction, and strengthen loyalty. This study concludes that web-based promotional media is an effective strategy in building long-term relationships with customers, while also supporting the digital transformation of small and medium-scale culinary businesses*

**Keywords:** *Promotions, Website, Customer Loyalty, Culinary Business, Elsa Cafe.*

## 1. PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat di Indonesia. Pertumbuhan kafe yang signifikan dipengaruhi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan ruang interaksi sosial, terutama bagi generasi muda. Cafe tidak lagi sekadar tempat makan dan minum, melainkan menjadi ruang berkumpul, bekerja, hingga membangun identitas digital melalui media sosial. Hal ini ditunjukkan dalam penelitian Putri (Putri et al., 2020) yang menyebutkan bahwa desain interior dan daya tarik visual sebuah kafe turut berkontribusi terhadap minat pelanggan untuk datang dan membagikan pengalamannya secara daring.

Elsa Cafe, sebagai salah satu pelaku usaha kuliner lokal, menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang kompetitif. Di era digital, promosi konvensional dinilai kurang memadai, sehingga dibutuhkan strategi promosi berbasis teknologi informasi untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas. Salah satu cara yang efektif adalah dengan memanfaatkan media promosi berbasis web yang dapat menampilkan informasi, menu, promo, dan layanan interaktif secara real-time.

Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan efektivitas penggunaan teknologi web dalam promosi usaha kuliner. Sebagai contoh, sistem informasi promosi berbasis web yang dikembangkan untuk De La Sirra Café terbukti mampu meningkatkan efisiensi promosi dan kemudahan akses informasi bagi pelanggan (Wirawan & Nugraha, 2020). Selain itu, pemetaan digital lokasi cafe juga terbukti mempermudah konsumen dalam menemukan tempat usaha, meningkatkan visibilitas, dan mempercepat proses pengambilan keputusan (Rita & Usman, 2022).

Namun, tantangan tidak hanya terletak pada penggunaan teknologi itu sendiri, tetapi juga pada strategi promosi yang tepat sasaran dan mampu menciptakan keterikatan emosional dengan pelanggan. Strategi promosi yang dikembangkan oleh Pascorner Cafe menunjukkan bahwa penggunaan kombinasi promosi daring dan konvensional dapat membentuk loyalitas dan citra positif, terutama jika dikemas dengan pendekatan yang relevan terhadap segmen pasar (Fildzah & Mayangsari, 2020).

## 2. Landasan Teori

### 2.1 Pengertian Cafe/Resto

Cafe adalah sebuah tempat usaha kuliner yang menawarkan suasana santai, dengan fokus pada penyajian minuman seperti kopi, teh, dan makanan ringan. Cafe biasanya menjadi tempat interaksi sosial dan rekreasi yang ditata secara estetis untuk menarik pelanggan dari berbagai segmen usia (Nurul Fildzah & Dwi Mayangsari, 2020).

Resto adalah istilah populer di Indonesia yang merupakan singkatan dari restoran. Secara umum, resto mengacu pada tempat makan yang menyediakan beragam menu makanan dan minuman, mulai dari hidangan lokal hingga internasional, dengan pelayanan yang lebih lengkap dibandingkan warung makan biasa (Nurul Fildzah & Dwi Mayangsari, 2020).

### 2.2 Definisi Promosi

Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan menawarkan nilai kepada konsumen dengan tujuan mendorong minat dan tindakan pembelian (Nurul Fildzah & Dwi Mayangsari, 2020).

### 2.3 Definisi *Entity Relationship Diagram*, *Diagram Konteks*, *Data Flow Diagram*

Diagram konteks berfungsi untuk menggambarkan keseluruhan input ke dalam sistem dan output yang dihasilkannya, termasuk sumber data serta pihak-pihak yang menerima informasi (Abdullah, 2015). Yuniar (Astuti, 2024) menambahkan bahwa diagram ini merepresentasikan seluruh aliran data yang masuk dan keluar sistem. Lebih lanjut, Sekar & Fathoni (Sekar & Muhammad, 2024) menyatakan bahwa diagram konteks berperan dalam menjelaskan keseluruhan aktivitas yang terdapat dalam suatu sistem.

Tingkatan dalam *Data Flow Diagram* (DFD) menunjukkan penambahan detail aliran data dan fungsionalitas sistem. DFD level 0 menggambarkan elemen-elemen perangkat lunak secara keseluruhan sebagai suatu proses beserta input dan output datanya (Astuti, 2024a). Menurut Shalahudin (Rangkuti et al., 2023), DFD merupakan representasi grafis yang menjelaskan aliran informasi serta transformasi data dari masukan menjadi keluaran.

Di sisi lain, *Entity Relationship Diagram* (ERD) merupakan model data yang dikembangkan berdasarkan objek-objek dalam sistem (Sutanta, 2011).

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode prototype, yang merupakan salah satu model dalam rekayasa perangkat lunak yang berorientasi pada pembuatan model awal sistem (prototype) yang kemudian dikembangkan melalui masukan pengguna hingga menjadi sistem final. Alasan pemilihan metode ini adalah karena Elsa Cafe membutuhkan sistem yang dapat langsung diuji dan dievaluasi secara cepat oleh pengguna akhir (pelanggan dan pengelola).

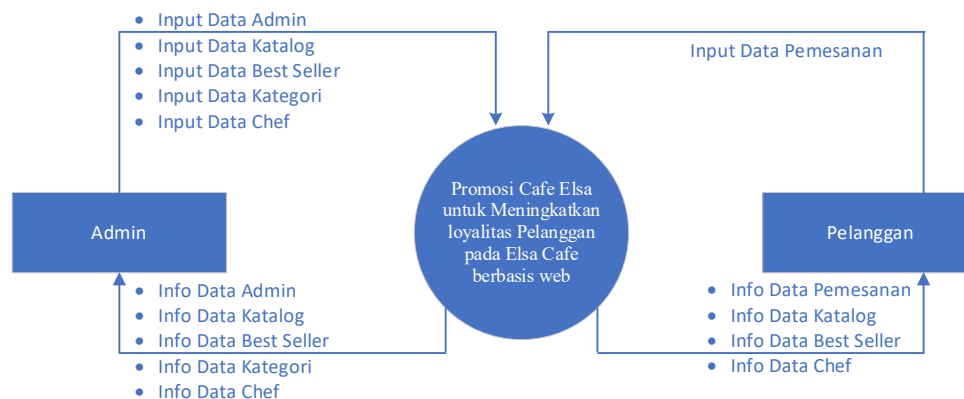
### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melewati proses analisa dan perancangan sistem pada bab sebelumnya maka selanjutnya adalah proses pengkodean sistem. Setelah melewati proses pengkodean maka terbentuk website Promosi Cafe Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Elsa Cafe.

Proses pembangunan website cafe Elsa dibuat berdasarkan hasil Analisa dan Perancangan terhadap sistem yang telah dibahas pada bab sebelumnya, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

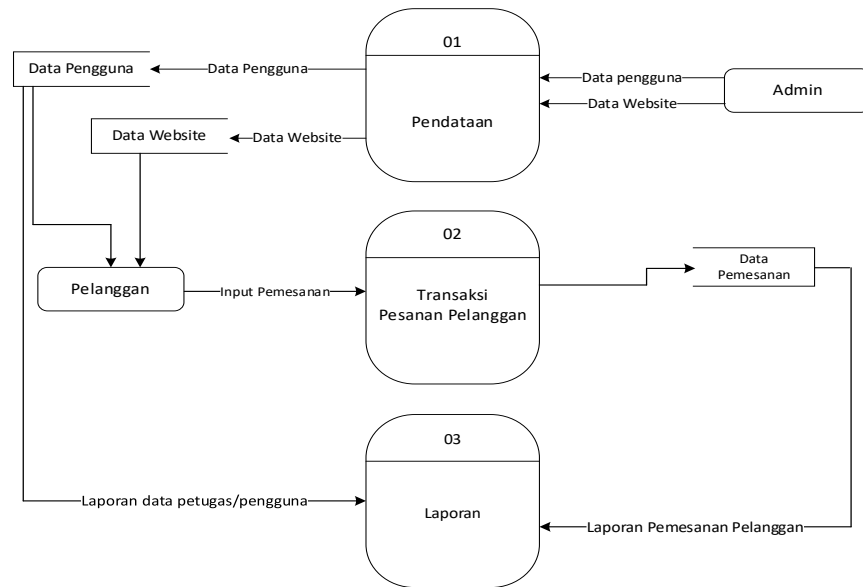
1. Website promosi cafe Elsa menyimpan data-data admin (nama, nickname, password, nomor telepon dan email).
2. Website promosi cafe Elsa memproses dan mengelola data promosi yang dilakukan cafe Elsa pada masing-masing pelanggan.
3. Website promosi cafe Elsa menggunakan Javascript sebagai proses pemasaran ke setiap pelanggan.

Diagram Konteks Perancangan Sistem Informasi Persediaan Stok Barang pada Grosir Ijul Berbasis Web:



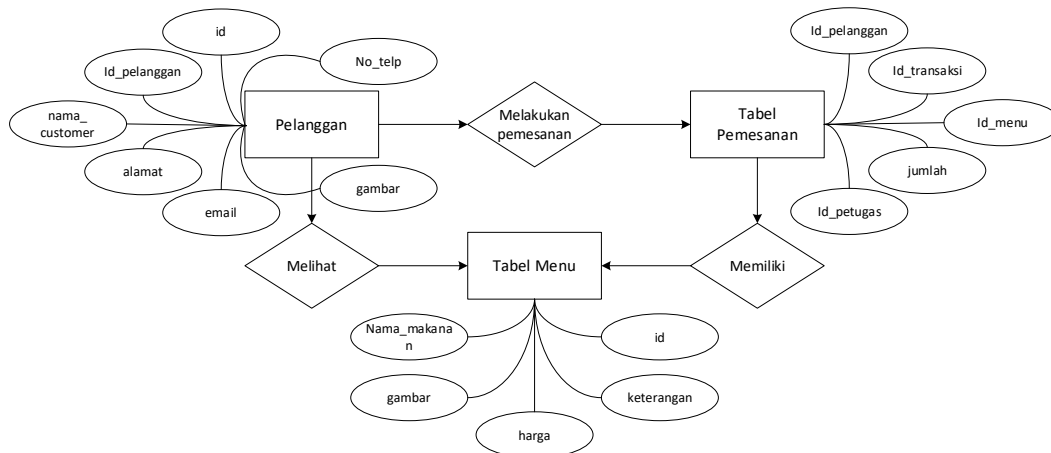
**Gambar 1.** Diagram Konteks Promosi Cafe Elsa Berbasis Web

*Data Flow Diagram (DFD)* Perancangan Promosi Cafe Elsa Berbasis Web dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini:



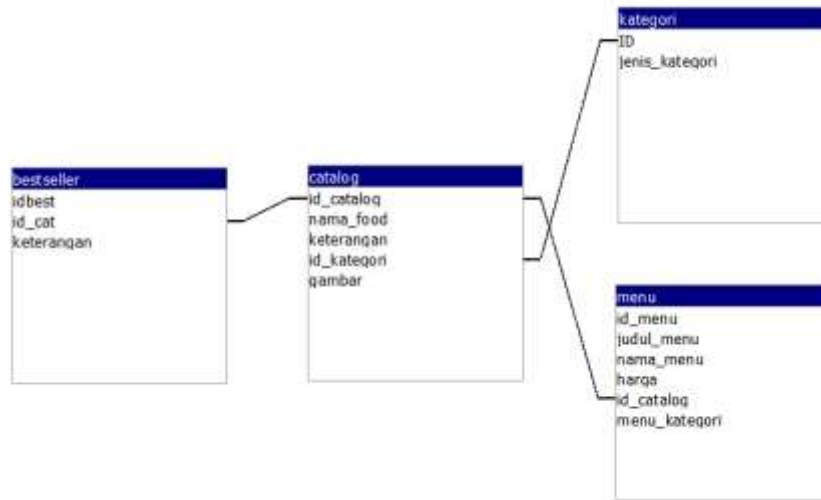
**Gambar 2.** *Data Flow Diagram* Perancangan Promosi Cafe Elsa Berbasis Web

Berikut adalah design *Entity Relationship Diagram* pada Promosi Cafe Elsa Berbasis Web:



**Gambar 3.** *Entity Relationship Diagram* Promosi Cafe Elsa Berbasis Web

*Database* merupakan suatu kumpulan *file-file* yang berguna dalam hal menyimpan data-data untuk proses pengambilan keputusan (Astuti et al., 2022). Berikut adalah rancangan *database* pada Promosi Cafe Elsa Berbasis Web



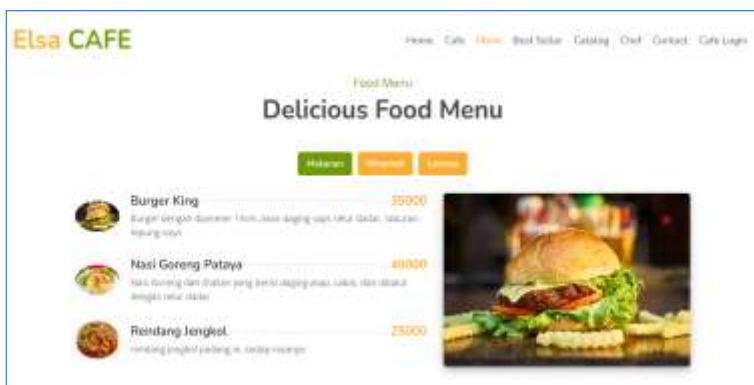
**Gambar 4.** Relasi Tabel pada Promosi Cafe Elsa Berbasis Web

### 4.1 Implementasi

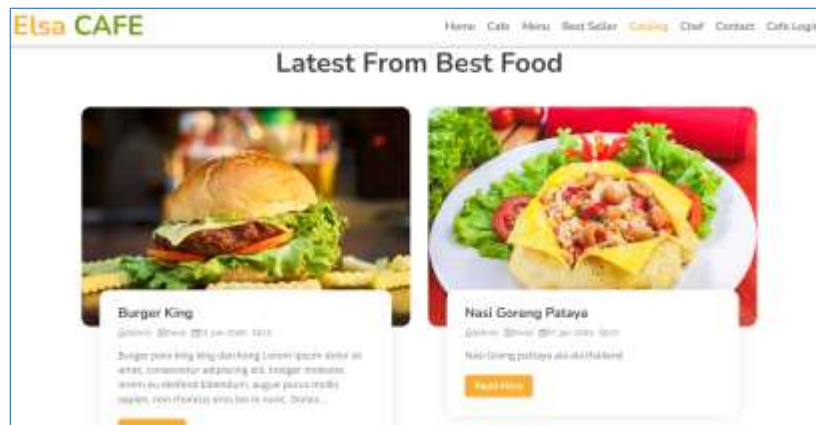
Implementasi adalah menggambarkan bagaimana sebuah sistem berjalan. Tahapan implementasi ini berisikan hasil penginputan program dan penjelasan program yang dibuat untuk mendukung sistem yang dirancang.



**Gambar 5.** Tampilan Halaman Tentang Cafe



**Gambar 6.** Tampilan Halaman Menu Pada Cafe



**Gambar 7.** Tampilan Halaman Best Seller

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dari beberapa bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu penelitian ini membuktikan bahwa pengembangan media promosi berbasis web untuk Elsa Cafe dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Website yang dirancang memuat informasi lengkap tentang produk, fitur pemesanan online, program loyalitas, dan promosi yang menarik. Dengan metode pengembangan prototype, sistem dapat disesuaikan secara fleksibel berdasarkan kebutuhan pengguna. Hasil pengujian menunjukkan bahwa website ini dapat meningkatkan interaksi dan kenyamanan pelanggan dalam mengakses layanan Elsa Cafe, sekaligus memperluas jangkauan pemasaran secara digital

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. (2015). *Web Programing is Easy*. Elek Media Komputindo.
- Astuti, Y. A. (2024). Perancangan Aplikasi Pengolahan Data Pemesanan Pada Rumah Sehat MKK Bersinar. *Warta Dharmawangsa*, 18(4), 1248–1258. <https://doi.org/10.46576/WDW.V18I4.5143>
- Astuti, Y. A., Astuti, Y. A., Sujarwo, S., & Fathoni, M. (2022). Perancangan Aplikasi Database Persediaan Obat. *Query: Journal of Information Systems*, 6(2), 2579–5341. <https://doi.org/10.58836/query.v6i2.14348>
- Nurul Fildzah, A., & Dwi Mayangsari, I. (2020). Analisis Strategi Promosi pada UMKM Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery). *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss2.art1>
- Rangkuti, R. M., Fathoni, ) Muhammad, & Unggul, P. (2023). APLIKASI PERPUSTAKAAN PADA SMA NEGERI 2 TANJUNG MORAWA BERBASIS WEBSITE. *Cemara Education and Science*, 1(4). <https://doi.org/10.62145/CES.V1I4.42>
- Sekar, M. B. T., & Muhammad, F. (2024). Aplikasi Pengenalan Huruf, Angka, Warna, Hewan, Dan Buah Berbasis Android. *Cemara Education and Science*, 2(1). <https://doi.org/10.62145/ces.v2i1.70>
- Sutanta, E. (2011). *Basis Data Dalam Tinjauan Konseptual*. Andi Offset.