



Strategi Pengembangan Bisnis Janji Jiwa Yang Efektif Dengan Aplikasi Jiwa+ Untuk Pertumbuhan Perusahaan Di Era Digital

¹Athallah Cindra Nurtalia, ²Yoehana Rizky Amelia, ³Dina Novia Candrawati, ⁴Rusdi Hidayat, ⁵Maharani Ikaningtyas

^{1,2,3,4,5}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294

E-mail: ¹22042010285@student.upnjatim.ac.id, ²22042010290@student.upnjatim.ac.id, ³22042010294@student.upnjatim.ac.id, ⁴rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id, ⁵maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id

Abstrak

Strategi Pengembangan Bisnis Janji Jiwa yang Efektif Dengan Aplikasi Jiwa+ untuk Pertumbuhan Perusahaan di Era Digital untuk menganalisis inovasi yang dilakukan oleh Janji Jiwa dalam pengembangan bisnis pada era digital ini. Pada penelitian ini teori-teori yang digunakan mengacu pada inovasi perusahaan, khususnya mengenai strategi pemasaran yang sesuai dengan era digital saat ini. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif yang mengadopsi perspektif kualitatif dengan mengumpulkan berbagai jenis data yang relevan guna penelitian digabungkan dan juga dengan mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan pelanggan atau konsumen pengguna aplikasi JIWA+. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi penerapan inovasi-inovasi yang dilakukan Janji Jiwa dalam melakukan pengembangan bisnis pada era digital. Terutama dalam melakukan pemasaran digital dan juga penjualan online melalui e-commerce. Janji Jiwa telah berhasil beradaptasi dengan kemajuan era digital saat ini. Penerapan strategi inovasi yang dilakukan oleh Janji Jiwa pada era digital ini dibuktikan dengan adanya Aplikasi JIWA+ yang merupakan sebuah aplikasi khusus yang memang dirancang khusus bagi para konsumen Janji Jiwa, hal ini berdampak baik pada pengembangan bisnisnya. Janji Jiwa dapat selalu memberikan inovasi-inovasi yang baru untuk bisa terus berkembang dan memperluas jangkauan promosi, dan selalu memperhatikan umpan balik dari konsumen untuk dapat terus meningkatkan kualitas perusahaan.

Kata kunci: Era digital, Strategi Inovasi, E-Commerce, Pemasaran, Jiwa+.

Abstract

Effective Janji Jiwa Business Development Strategy with Jiwa+ Application for Company Growth in the Digital Era to analyze innovations made by Janji Jiwa in business development in this digital era. In this research, the theories used refer to company innovation, especially regarding marketing strategies that are in accordance with the current digital era. This research uses a descriptive approach method that adopts a qualitative perspective by collecting various types of data relevant to the research combined and also by collecting data through direct interviews with customers or consumers who use the JIWA + application. The collected data is analyzed to identify the application of innovations made by Janji Jiwa in conducting business development in the digital era. Especially in doing digital marketing and online sales through e-commerce. Janji Jiwa has successfully adapted to the progress of the current digital era. The implementation of the innovation strategy carried out by Janji Jiwa in this digital era is evidenced by the JIWA + Application which is a special application specifically designed for Janji Jiwa consumers, this has a good impact on business development. Janji Jiwa can always provide new innovations to be able to continue to grow and expand the reach of promotion, and always pay attention to feedback from consumers to be able to continue to improve the quality of the company.

Keywords: Digital era, Innovation Strategy, E-Commerce, Marketing, Jiwa+.



PENDAHULUAN

Di era sekarang dan di masa yang akan mendatang ini akan mengalami perubahan yang signifikan karena pesatnya perkembangan teknologi informasi di era revolusi industri 4.0. Era revolusi ini ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi digital, yang akan mengalami perubahan-perubahan besar di era yang akan datang. Perubahan-perubahan besar ini pasti akan berdampak pada berbagai aspek kehidupan, seperti pada pemerintahan, pendidikan, dan terutama pada bidang bisnis. Saat ini masyarakat terutama pada kaum remaja sangat menikmati bidang bisnis terutama pada FNB (*Food And Beverage*). Dengan adanya pengembangan teknologi ini maka bisnis FNB harus mengikuti perkembangan teknologi saat ini, agar usaha yang dijalankan bisa tetap berkembang dan laku di pasaran. Kusuma (2018), teknologi digital telah menjadi bagian dari hidup kaum milenial dan sangat bergantung pada teknologi dan Internet untuk seluruh kegiatan mereka. Mereka juga pandai dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan penghasilan dan memberikan kontribusi positif bagi orang lain dan lingkungan. Dunia digital merubah hidup kita dengan cara yang tidak terbayangkan.

Globalisasi dan modernisasi adalah dua fenomena yang harus dihadapi oleh setiap orang, tanpa memandang generasi. Sehingga mengubah adanya tatanan perubahan model nongkrong dari budaya lokal yang beralih menjadi budaya *modern hangout* dari perilaku konsumtif meminum teh atau kopi (Solikatun dan Argyo, 2015). Realitas dan fenomena saat ini, di mana tempat nongkrong terutama diadakan di kafe, akan berdampak pada industri kafe kopi yang berkembang pesat dan berkembang dengan sangat cepat. Popularitas kafe dan kedai kopi yang semakin meluas mulai menjadi hal yang normal. Banyaknya kafe dan kedai kopi di seluruh negeri adalah buktinya.

Dengan melihat tingginya angka peminat nongkrong di cafe pada masyarakat Indonesia, kini pelaku usaha berbondong-bondong untuk mendirikan usaha cafe, salah satunya yaitu kopi Janji Jiwa. Kopi Janji Jiwa didirikan oleh Billy Kurniawan pada tanggal 15 Mei 2018 di Jakarta. Kopi Janji Jiwa ini pertama kali didirikan di ITC Kuningan, Jakarta. Kopi Janji Jiwa ini cukup dikenal dan digemari oleh kaum pemuda karena Janji Jiwa tidak hanya menjual kopi saja, namun Janji Jiwa juga menjual makanan seperti toast, kentang, dan cemilan yang lain. Konsep yang diterapkan oleh kopi Janji Jiwa ini cukup unik karena dalam kemasan yang disuguhkan selalu dituliskan quotes-quotes yang menarik di mata konsumen, terutama pada kaum remaja. Konsep-konsep yang unik ini yang menjadikan kopi Janji Jiwa ini mendapatkan sorotan oleh para konsumen. Bahkan mendapatkan prestasi penjualan yang tidak terduga. Dikarenakan penjualan kopi Janji Jiwa pada tahun 2017 per bulannya bisa menjual 5 (lima) juta cup (Rafiah, 2020).

Untuk bisa dapat bertahan dan tetap bersaing di era digital saat ini, kualitas produk saja, tidak cukup karena tingkat peminatan konsumen tidak hanya rasa dari produk yang ditawarkan. Untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, kopi Janji Jiwa harus selalu menciptakan strategi pengembangan bisnis yang relevan dengan era digital saat ini. Janji Jiwa memanfaatkan pengembangan digital dengan cara melakukan pemesanan dengan cara online, jadi Janji Jiwa sudah memiliki aplikasi sendiri yang namanya Jiwa+ di dalamnya bisa melakukan pemesanan online. Pemesanan online ini juga mendapatkan respon yang baik oleh konsumen, karena dengan memesan secara online akan banyak mendapatkan diskon, yang dimana dengan adanya diskon ini akan menarik perhatian para konsumen. Aplikasi Jiwa+ ini juga sudah sangat lengkap karena pembayaran bisa dilakukan langsung di Jiwa+. Hal ini sangat menguntungkan terutama bagi kaum remaja yang sekarang cenderung *cashless* atau tidak mempunyai cash. Sekarang ini tidak sedikit Masyarakat yang sudah minim menggunakan cash jadi dengan adanya Jiwa+ ini adalah bentuk dari pengembangan bisnis melalui kemajuan teknologi pada era digital.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti ingin meneliti bagaimana strategi pengembangan bisnis yang dilakukan Janji Jiwa untuk pertumbuhan perusahaan di era digital. Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis inovasi-inovasi terbaru yang dilakukan oleh Janji Jiwa untuk mengembangkan dan mempertahankan popularitas dengan strategi yang relevan di era digital saat ini.

METODE

Pada penelitian ini lebih memfokuskan pada analisis mendalam tentang strategi pemasaran yang dijalankan dan dilakukan oleh Janji Jiwa dalam melakukan pengembangan bisnis. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai metode penelitian. Jenis penelitian pendekatan kualitatif berguna untuk mengungkap kejadian atau fakta, fenomena, kondisi, dan variabel yang terjadi di lapangan selama periode penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menghubungkan realitas empiris dengan teori-teori yang sesuai.

Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan paradigma konstruktivis. Konstruktivisme adalah bidang studi yang memperkenalkan realitas yang tampak berdasarkan konseptual yang lahir dari pikiran.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metodologi dalam riset studi kasus pada penelitian ini menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian, termasuk analisis data dan teknik pengujian, desain penelitian, dan metode penelitian. Dalam mendukung metode yang kami gunakan, maka harus didukung dengan adanya referensi sehingga penjelasan tersebut dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Era digital memiliki potensi yang sangat besar bagi setiap perusahaan, Janji Jiwa tentunya menghadapi sebuah tantangan yang khusus juga dalam memanfaatkan teknologi digital. Tantangan ini juga termasuk kekurangannya masalah keamanan cyber, persaingan online, pengelolaan reputasi, hingga teknologi dan inovasi. Mengatasi tantangan-tantangan ini membutuhkan pendekatan multifaset yang mencakup pertimbangan teknologi, organisasi, dan strategis (Cueto et al., 2022; Endris & Kassegn, 2022; Liu, 2018; Molle, 2021).

1. Keamanan Cyber

Keamanan cyber adalah disiplin ilmu untuk melindungi data, jaringan, dan sistem komputer dari ancaman online. Bisnis saat ini menghadapi berbagai macam ancaman siber, seperti malware, penipuan phishing, dan pembobolan data. Langkah-langkah keamanan dunia maya yang kuat harus diterapkan untuk melindungi data sensitif dan menjaga kepercayaan pelanggan. Hal ini termasuk membuat kata sandi yang aman, meningkatkan perangkat lunak sesering mungkin, dan mengajari anggota staf tentang prosedur yang direkomendasikan untuk keamanan online.

2. Persaingan Online

Kompetisi online adalah persaingan antar perusahaan yang terjadi di lingkungan digital. Dengan munculnya e-commerce dan pemasaran digital, bisnis menghadapi persaingan ketat baik dari perusahaan domestik maupun internasional. Agar tetap kompetitif, perusahaan harus menerapkan metode online yang sukses seperti pengoptimalan mesin pencari (SEO), pemasaran media sosial, dan desain situs web yang ramah pengguna. Memahami dunia online dan menanggapi perubahan perilaku konsumen sangat penting untuk sukses dalam ekonomi digital.

3. Pengelolaan Reputasi

Memantau dan memengaruhi cara pandang klien dan masyarakat umum terhadap suatu perusahaan dikenal sebagai manajemen reputasi. Di era digital, reputasi online sangat penting, karena pembeli sering kali mengandalkan ulasan dan peringkat untuk membuat keputusan pembelian. Perusahaan harus secara aktif mengelola reputasi internet mereka dengan menanggapi komentar pelanggan, menyelesaikan ulasan negatif, dan mempromosikan testimoni yang baik. Bisnis yang mempertahankan reputasi internet yang positif dapat meningkatkan kepercayaan klien dan meningkatkan citra merek mereka.

4. Teknologi dan Inovasi

Bisnis perlu merangkul inovasi dan teknologi agar tetap kompetitif dan memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah. Menggunakan teknologi canggih seperti analisis data besar, AI,

dan pembelajaran mesin dapat membantu perusahaan meningkatkan produktivitas, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan merampingkan operasi. Untuk tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan dan memacu pertumbuhan, inovasi dalam hal barang, layanan, dan model bisnis juga sangat penting. Di era digital, perusahaan dapat memosisikan diri mereka untuk kesuksesan jangka panjang dengan merangkul teknologi dan mengembangkan budaya inovatif.

Strategi inovasi digital merupakan salah satu hal yang penting untuk direncanakan karena sangat krusial dalam dunia bisnis modern yang Dimana era digital telah mengubah permainan jual beli dan cara interaksi dengan para pelanggan, beroperasi, dan bersaing. Dengan adanya teknologi yang terus berkembang tentunya para pelanggan akan mengharapkan sesuatu yang lebih tinggi, ekspektasi penuh dengan inovasi, juga pengalaman yang lebih eksklusif dan sebanding dengan harga yang ditawarkan untuk personal dan bersifat efisien. Adanya strategi ini memungkinkan Perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan yaitu dengan menghadirkan Solusi-solusi juga pelayanan yang jauh lebih cepat, efisien, namun juga dengan pelayanan yang baik dan memuaskan sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelanggan. Kedua, inovasi digital ini juga memungkinkan Perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional karena segalanya dijalankan dengan serba otomatis, penerapan teknologi mesin yang tentunya lebih efektif dari penerapan energi manual, penggunaan analisis sebagai pengambil Keputusan dari pilihan yang harus diambil, juga segala inovasi teknologi yang diterapkan untuk penghematan waktu juga biaya untuk menghemat pengeluaran Perusahaan dalam rangka memaksimalkan keuntungan. Ketiga, pentingnya strategi inovasi adalah membantu Perusahaan agar selalu relevan dalam bersaing di pasar yang bersifat homogen ini namun tetap dapat berinovasi dengan menjaga kualitas, rasa, pelayanan, dapat terus memperluas pangsa pasar, dari sinilah Perusahaan dapat menjaga keunggulan kompetitif mereka dan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik juga erat dengan para pelanggan. Dengan demikian, strategi inovasi digital tidak hanya tentang mengikuti tren terkini guna mengikuti perkembangan zaman namun juga tentang bagaimana untuk menciptakan nilai plus bag sebuah perusaha atau bisnis dalam lingkungan bisnis yang bersifat dinamis sesuai zaman

Aplikasi Jiwa+



Gambar 1. Aplikasi JIWA+ by Kopi Janji Jiwa dalam Appstore iOS



Gambar 2. Testimoni Pelanggan Tentang Aplikasi JIWA+ dalam Appstore iOS
Strategi yang pertama adalah penggunaan Aplikasi Jiwa+ merupakan sebuah aplikasi

husus yang memang dirancang khusus bagi para konsumen Janji Jiwa. Aplikasi yang dirancang khusus ini dapat digunakan sebagai platform untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan membangun kesadaran merek. Aplikasi ini digunakan oleh Janji Jiwa sebagai bagian dari strategi pemasaran digital mereka untuk menawarkan informasi mengenai menu dan produk mereka, mengirimkan penawaran dan diskon eksklusif kepada konsumen, serta memungkinkan pemesanan online dan insentif program loyalitas. Dengan aplikasi inilah Janji Jiwa dan pelanggan akan memiliki sebuah ikatan khusus karena aplikasi hanya dapat diakses untuk satu produk dari Perusahaan yang sama dalam konteks ini yaitu Janji Jiwa. Janji Jiwa juga akhirnya dapat melakukan segala bentuk komunikasi pemasaran dan hak khusus dalam melakukan trik marketing untuk menarik pelanggan agar terus menjadi konsumen tetap atau konsumen setianya

Voucher Khusus Pengguna Aplikasi



Gambar 3. Voucher Eksklusif Aplikasi JIWA+

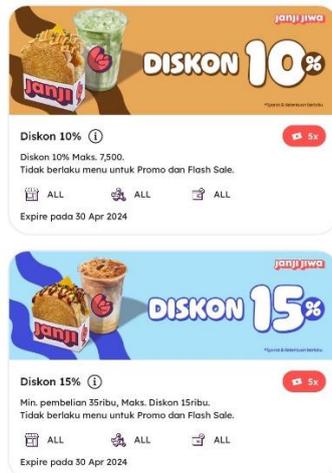
Strategi yang kedua adalah melalui kupon eksklusif untuk pengguna aplikasi dapat menjadi komponen yang berguna dari rencana pemasaran yang meningkatkan penjualan dan loyalitas konsumen. Perusahaan kopi dapat memberikan insentif kepada pengguna aplikasi untuk mencoba produk baru atau melakukan pembelian secara rutin dengan menawarkan voucher diskon atau diskon khusus. Selain itu, hal ini dapat mendukung pertumbuhan pelanggan dan membina hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Delivery Diskon (1)

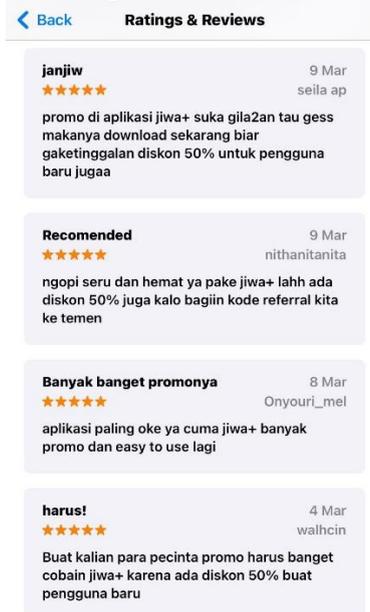


Gambar 4. Voucher Diskon Ongkir 20% dalam Aplikasi JIWA+

Voucher yang tersedia (2)

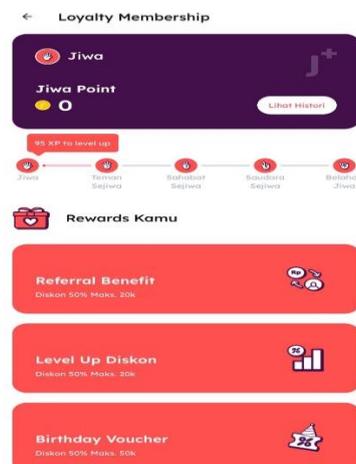


Gambar 5. Voucher Potongan 10% dan 15% dalam Aplikasi JIWA+



Gambar 6. Testimoni Pelanggan Tentang Voucher Khusus Pengguna Aplikasi JIWA+

Membership



Gambar 7. Loyalty Membership dalam Aplikasi JIWA+

Membership dalam strategi bisnis digital sangat penting karena dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat antara bisnis dan pelanggan. Dengan memiliki anggota, bisnis dapat memberikan nilai tambah yang tidak dapat diakses oleh pelanggan biasa, seperti diskon eksklusif, akses awal ke produk baru, atau konten khusus. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas yang kuat. Loyalitas pelanggan yang tinggi dapat membantu meningkatkan retensi pelanggan, mengurangi biaya pemasaran untuk mendapatkan pelanggan baru, dan meningkatkan pendapatan jangka panjang.

Selain itu, keanggotaan dalam strategi bisnis digital juga memberikan bisnis akses yang lebih baik terhadap data pelanggan. Dengan informasi yang lebih mendalam tentang perilaku dan preferensi pelanggan, bisnis dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Mereka dapat membuat kampanye yang lebih tepat sasaran, menyajikan konten yang lebih relevan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Data pelanggan yang diperoleh dari keanggotaan juga dapat membantu bisnis untuk mengidentifikasi tren pasar, mengukur keberhasilan produk atau layanan, dan membuat keputusan bisnis yang lebih baik secara keseluruhan.

E-commerce



Gambar 8. Janji Jiwa dalam *E-commerce* *Shopeefood*

Di era digital, *e-commerce*, atau perdagangan internet, adalah komponen kunci dari taktik pemasaran yang sukses untuk bisnis kopi. Bisnis dapat mengakses audiens yang lebih luas, meningkatkan pendapatan, dan menjual barang mereka secara online melalui *e-commerce*. *E-commerce* juga memungkinkan bisnis untuk memberikan pengalaman pembelian yang lebih sederhana dan nyaman kepada klien dengan menawarkan layanan seperti pembayaran online dan pengiriman langsung ke rumah. Perusahaan kopi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memaksimalkan potensi penjualan di ranah digital dengan memanfaatkan *e-commerce*. Begitu juga dengan Janji Jiwa yang memanfaatkan *E-commerce* seperti *Shopeefood* dan juga *Gofood* dalam memasarkan produknya guna menaikkan kesadaran merek, perluasan pasar, juga mencapai keuntungan yang maksimal sesuai target yang diinginkan.



Gambar 9. Testimoni Pelanggan dalam Penilaian *E-commerce ShopeeFood*

Iklan Sosial Media

Dalam kerangka rencana pemasaran digital yang sukses untuk perusahaan kopi apalagi untuk brand yang sudah memiliki kesadaran produk yang tinggi seperti Janji Jiwa, iklan sangat penting dalam meningkatkan visibilitas merek, peningkatan pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Iklan berfungsi untuk mengekspresikan nilai jual khas merek, seperti kualitas dan keragaman produk kopi, lingkungan kafe, dan dedikasi merek terhadap keberlanjutan atau keterlibatan masyarakat. Melalui upaya periklanan yang ditargetkan di saluran digital seperti media sosial, aplikasi, dan sosial media, Janji Jiwa dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan membangun kehadiran merek online yang kuat. Selain itu, beriklan di era digital memungkinkan Janji Jiwa untuk berinteraksi dengan klien dengan cara yang lebih disesuaikan dan menarik. Dengan menggunakan analisis data dan wawasan konsumen, organisasi dapat mempersonalisasi pesan iklannya untuk demografi atau kategori klien tertentu, memastikan bahwa iklan tersebut relevan dan efektif. Sebagai contoh, Janji Jiwa dapat menggunakan iklan yang disesuaikan untuk menjual campuran kopi musimannya kepada klien yang sebelumnya telah menyatakan minatnya pada produk terkait. Strategi yang disesuaikan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas iklan, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat ikatan merek.



Gambar 10. Publikasi Janji Jiwa melalui Akun Instagram @kopijanjiwiwa
Sumber: *Official Account* Instagram @kopijanjiwiwa

Events / Hari Besar

Hari besar merupakan sebuah perayaan atau hari raya yang biasanya setiap agama memilikinya dengan tujuan religious yang dipercayai oleh masing-masing penganut agamanya. Hari besar biasanya hanya dirayakan satu tahun sekali menyesuaikan dari adat atau hari yang diperingati oleh masing-masing agama. Perayaan hari besar tentunya bersifat sangat eksklusif sehingga dapat dijadikan peluang dalam merancang sebuah strategi bisnis baru dengan inovasi yaitu adaptasi produk dengan kegiatan hari raya dengan pemenuhan kebutuhan yang relevan tentunya. Seperti yang dilakukan oleh Kopi Janji Jiwa berdasarkan hasil riset secara langsung, Kopi Janji Jiwa ini membuat sebuah adaptasi menggunakan peluang dalam hari besar seperti Ramadhan dengan menambahkannya dalam inovasi produk yang terkait dengan bulan suci Ramadhan. Produk inovasi dirancang sesuai tradisi makanan yang sering muncul atau sangat wajar apabila ditemui dengan frekuensi yang berkali lipat dari hari biasa. Dengan meracik varian rasa yang baru dengan bahan yang sangat kental sesuai hari raya yang sedang berjalan. Setiap bulannya event-event ini terus diperbarui agar terhindang dari sifat konsumen yang cepat bosan. Inovasi produk saat hari besar atau hari raya tentunya hanya berjalan selama perayaannya saja atau sesuai periode tertentu yang tidak jauh dari hari perayaannya. Setelah event seperti ini dilaksanakan selama periode yang telah ditentukan, maka dibulan selanjutnya akan hadir Kembali inovasi yang lain dengan mengusung teman sesuai hari besar yang akan datang. Kumpulan tindakan atau aktivitas perusahaan yang dirancang untuk memanfaatkan waktu penting untuk meningkatkan penjualan, memperluas pelanggan, dan menjalin ikatan yang lebih erat dengan pelanggan dikenal sebagai strategi momentum liburan. Dalam industri kopi, pendekatan ini dapat melibatkan berbagai inisiatif, termasuk pengenalan produk baru atau menu bertema liburan, penjualan dan diskon eksklusif, kampanye pemasaran bertema liburan, dan upaya komunitas atau filantropi yang selaras dengan nilai-nilai yang dirayakan pada kesempatan tersebut.

Strategi momentum hari besar sangat penting karena memiliki kemampuan untuk meningkatkan penjualan, loyalitas pelanggan, dan eksposur merek secara signifikan. Perusahaan kopi dapat memperoleh perhatian konsumen yang lebih besar dan pengenalan merek dengan menggunakan acara-acara penting seperti Ramadan. Menjangkau pelanggan baru yang tertarik dengan produk bertema liburan atau promosi khusus juga dapat membantu bisnis meningkatkan pangsa pasar mereka. Sebuah rencana momentum hari besar memiliki keuntungan yang memungkinkan perusahaan, terutama di era digital, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan saluran online seperti media sosial dan situs web. Perusahaan kopi dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dengan memanfaatkan platform internet untuk mendistribusikan informasi dan promosi khusus liburan.



Gambar 11. Flyer Pengumuman Kopi Janji Jiwa Eid Special



SIMPULAN

Perkembangan industri *Food And Beverage* (FNB), khususnya dalam sektor kopi, menimbulkan pertimbangan esensial terhadap adaptasi terhadap kemajuan teknologi informasi di bawah lingkup era revolusi industri 4.0. Pelaku bisnis FNB, termasuk kafe dan kedai kopi, diharuskan untuk mengikuti evolusi teknologi guna memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan serta penerimaan yang luas dari masyarakat. Sebaliknya, kemajuan bisnis kopi Janji Jiwa, yang berhasil menarik perhatian generasi muda melalui pendekatan konseptual yang inovatif dan penerapan teknologi digital, menyuguhkan dinamika yang menarik.

Dalam konteks era digital ini, kemajuan teknologi informasi menempati peran penting dalam membentuk lanskap bisnis FNB. Strategi yang diimplementasikan oleh bisnis kopi Janji Jiwa, yang melibatkan pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi pemesanan daring dengan penawaran diskon bagi konsumen, menegaskan urgensi adaptasi terhadap perubahan teknologi sebagai kunci kesuksesan dalam mempertahankan daya saing bisnis FNB di era digital.

Oleh karena itu, adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi serta penekanan pada peningkatan kualitas layanan menjadi langkah strategis yang krusial bagi pelaku bisnis FNB di era digital ini. Kesuksesan bisnis kopi Janji Jiwa memberikan contoh konkret bahwa integrasi teknologi digital dan perbaikan mutu layanan mampu menjadi pendorong pertumbuhan dan relevansi bisnis. Secara keseluruhan, kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa bisnis FNB, terutama dalam sektor kopi, harus senantiasa beradaptasi dengan kemajuan teknologi, mengaplikasikannya dalam strategi pemasaran, dan fokus pada peningkatan kualitas layanan agar tetap bersaing dan berhasil di era digital saat ini.

SARAN

Untuk tetap menjadi yang terdepan, Janji Jiwa harus terus menciptakan metode-metode yang inovatif dan baru. Tujuannya adalah untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan klien yang selalu berubah dan dinamis di era digital saat ini. Janji Jiwa harus berpikir untuk memperluas fungsi dan keunggulan aplikasinya dan memanfaatkan saluran media sosial dengan lebih baik dengan memposting materi yang menarik dan relevan. Janji Jiwa juga harus memanfaatkan momentum hari raya dengan memberikan pengembangan produk yang sesuai dengan tema jika ingin memenuhi tujuannya untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan, dan mengembangkan merek. Di era digital saat ini, diharapkan Janji Jiwa dapat mempertahankan daya saingnya dengan terus berinovasi dan fleksibel.

DAFTAR PUSTAKA

- Artana, I. G. (2024). Transformasi Digital Marketing Bisnis Cafe melalui Pemanfaatan Strategi Social Media Marketing: Tinjauan Systematic Literature Review. *JURNAL EKSPLORA INFORMATIKA*, 165.
- Budi Harto, A. Y. (2023). *TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DIGITAL : Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital innovations in MSMEs during economic disruptions: experiences and challenges of young entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1), 8.
- Eni Susilowa, S. Y. (2023). *Kewirausahaan Di Era Digital*. Surabaya: Pena Cendekia Pustaka.
- I Gede Edy Artana1, E. T. (2024). Transformasi Digital Marketing Bisnis Cafe melalui Pemanfaatan Strategi Social Media Marketing: Tinjauan Systematic Literature Review. *JURNAL EKSPLORA INFORMATIKA*, 165.
- Karyoto. (2021). *PROSES PENGEMBANGAN USAHA*. Semarang: Karyoto.
- Lokantara, I. G. (2019). *Membangun Ruang Kreatif Di Era Digital Memberdayakan Ide, Kreativitas, Dan Potensi*. Sleman : Deepublish.