



IINNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 1613-1620

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-42468

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Penerapan Strategi Pemasaran Digital di PT. Tiara Yabesindo

Fernadno Andreas^{1✉}, Koerniawan Hidayat²

^{1,2}Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial,

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email: fernandoandreas0@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang dilakukan sebuah perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk yang dijual. Dalam pelaksanaannya membahas mengenai penerapan strategi pemasaran yang dilakukan untuk mencapai target perusahaan dalam sisi penjualan produk. Penerapan strategi ini dilakukan oleh berbagai macam media sosial, dan setiap media sosial memiliki tahapan yang berbeda-beda antar setiap aplikasi dan website. Hasil pembahasan menemukan bahwa kegiatan strategi pemasaran online cukup efektif dalam mencapai target perusahaan.

Kata Kunci: *Penerapan, Strategi Pemasaran, Media Sosial.*

Abstract

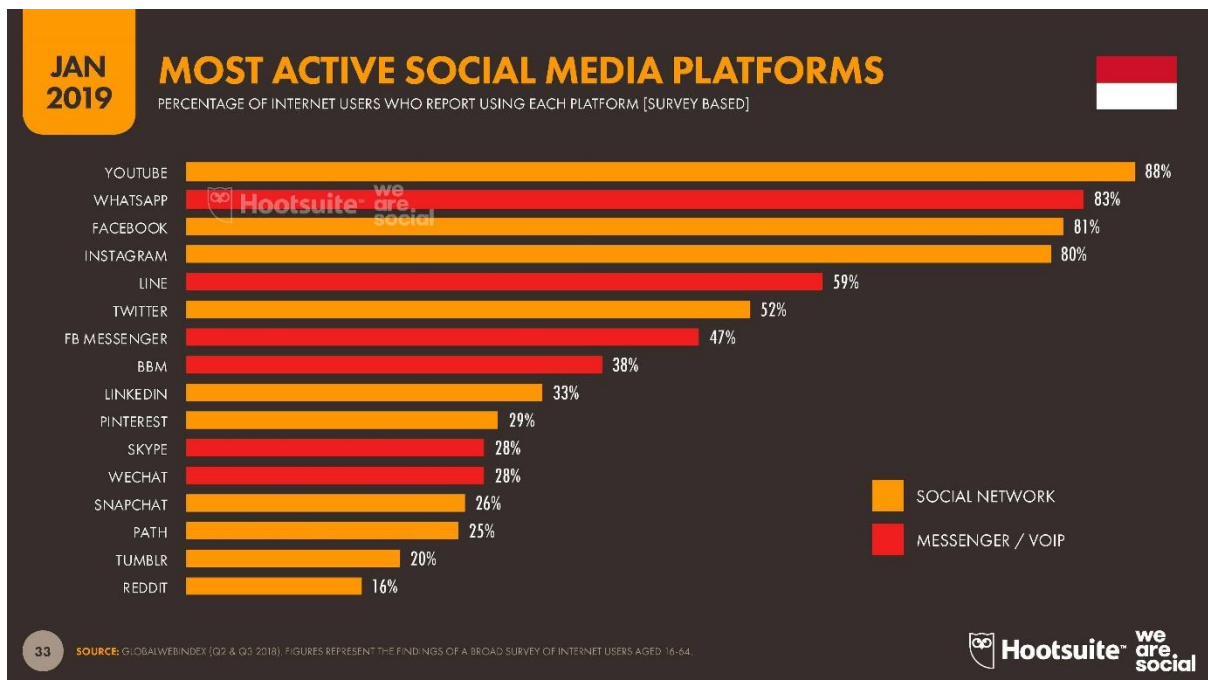
The marketing strategy is one of the ways a company can increase sales of the products it sells. In its implementation, it discusses the implementation of marketing strategies carried out to achieve company targets in terms of product sales. The implementation of this strategy is carried out by various kinds of social media, and each social media has different stages between each application and website. The results of the discussion found that online marketing strategy activities were quite effective in achieving company targets.

Keyword: *Application, Marketing Strategy, Social Media.*

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 sedang berlangsung saat ini dan meminta kepada masyarakat untuk dapat menciptakan usaha perorangan yang kreatif dan juga inovatif. (Dewi, Wibowo, & Nadifah, 2022). Di tengah era globalisasi saat ini, pelaksana usaha harus mampu mengandalkan kreativitas serta pemasaran produk secara online lewat media sosial ataupun *market place* untuk menjangkau konsumen dengan mudah tanpa berinteraksi secara langsung. Pemanfaatan kreativitas juga dapat dilakukan melalui pemikiran yang kreatif untuk menghasilkan strategi pemasaran dan hasil yang baik (Jimad, Roslina, Yuniar Avianti, & Wahono, 2022).

Media Sosial merupakan salah satu sarana komunikasi yang sangat berkembang pada zaman ini. Melalui media sosial masyarakat lebih mudah mengetahui informasi terbaru baik mengenai berita ataupun hal yang masyarakat cari, seperti produk yang pelanggan cari dan biasanya pelanggan akan menggunakan media sosial untuk mencari produk yang pelanggan inginkan. Ketika pelanggan tertarik kepada suatu produk maka ia akan melakukan atau mencari cara agar mereka mendapatkan produk tersebut.



Gambar 1 Jumlah Pengguna Media Sosial

Sumber : (Websindo, 2019)

Data pengguna media sosial terbanyak ada pada Youtube (88%), Whatsapp (83%), Facebook (81%), Instagram (80%). Dengan meningkatnya pengguna internet atau media online maka pertumbuhan dalam sektor perekonomian akan mengalami peningkatan dalam transaksi.

Dalam era revolusi industri ini banyak perusahaan menggunakan media online dalam melakukan kegiatan pemasaran yang berguna untuk meminimalisir pengeluaran untuk pemasaran. Dan dalam melakukan kegiatan pemasaran melalui media online akan lebih efektif dan juga efisien. Media online merupakan pilihan yang tepat bagi perusahaan atau pengusaha yang ingin melakukan kegiatan pemasaran dengan memangkas biaya pemasaran yang nantinya biaya pemasaran akan lebih murah dari kegiatan pemasaran secara offline.

Dalam hal ini para pengusaha membutuhkan strategi pemasaran yang baik untuk menjangkau para pelanggan. Dengan strategi yang baik maka pemasaran akan menjadi lebih efektif. Kegiatan pemasaran harus menjadi sesuatu yang menarik dan unik, dengan begitu maka pelanggan akan tertarik dengan produk yang penulis tawarkan. Banyak perusahaan melakukan kesalahan dalam proses kegiatan pemasaran yakni dengan membuat iklan dengan seadanya tanpa melakukan perencanaan strategi terlebih dahulu yang menyebabkan kurang efektifnya suatu kegiatan pemasaran.

Menurut Lesser Robert Bittle dikutip Buchari Alma (2013) Strategi adalah "suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan"(Jati and Yuliansyah, 2017:129).

Strategi pemasaran membuat keputusan dalam hubungan manusia Biaya Pemasaran, Bauran Pemasaran, Alokasi Pemasaran di Lingkungan yang Diharapkan, dan Kondisi Persaingan Pemasaran Internet adalah tentang pemasaran. Produk atau jasa melalui atau menggunakan media online. Internet merupakan salah satu penemuan terbaru di era globalisasi di bidang teknologi informasi, yang sangat berguna bagi semua orang di seluruh dunia untuk berbagi dan mengkomunikasikan informasi, termasuk berbagi informasi tentang produk atau jasa yang dijual (Jati and Yuliansyah, 2017:129)

Strategi Pemasaran Online adalah bagaimana cara untuk menjadi nomor satu pada pencarian search engine atau mesin pencari seperti google. Jika hanya dengan membuat website tidak akan membuat seorang pelaku bisnis *online* menjadi internet marketer sesungguhnya. Oleh karena itu para marketer perlu melakukan *segmenting, targeting, dan positioning (STP) marketing mix*. Fungsi dengan melakukan segmenting, targeting, positioning atau disebut STP yaitu untuk memastikan target pasar yang akan penulis tawarkan produk yang kita tawarkan

Dengan melakukan segmenting, targeting, positioning (STP) maka kegiatan pemasaran akan lebih terarah sehingga tidak akan salah target ketika melakukan pemasaran. Contoh kegiatan Segmenting dengan melakukan pembatasan umur misalnya yaitu pembatasan umur

yang akan dituju dengan spekulasi mengenai kebutuhan mereka akan produk yang penulis tawarkan. Contoh targeting yaitu seperti menentukan target pasar apakah produk yang penulis tawarkan sesuai dengan kapasitas pelanggan atau tidak, contoh positioning yaitu mengenai peningkatan citra atau imajinasi terhadap produk yang penulis tawarkan.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan pada tulisan ini menggunakan diskusi, dimana memberikan ide yang berguna untuk kegiatan pemasaran yang lebihb efektif di kemudian hari. Menurut pendapat Hamzah, (2008: 200), Belajar praktik adalah belajar keterampilan yang membutuhkan gerakan motorik, pelaksanaan pembelajaran dilakukan di tempat kerja/ lapangan.

Dalam penerapan ini, penulis menggunakan metode praktik kerja pemasaran online (MBKM Magang), dan juga diskusi yang dilakukan di kantor PT. Tiara Yabesindo. Dimana penulis melakukan pemasaran online secara langsung dan apabila pemasaran tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan maka metode diskusi akan dilakukan antar rekan kerja untuk kegiatan pemasaran yang lebih efektif.

Metode praktik. Dari pendapat tersebut dapat ditegaskan bahwa metode praktik adalah metode pembelajaran untuk melatih peserta didik dengan tujuannya untuk meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menerapkan pengetahuan dan juga keterampilan yang sudah dipelajari. (Sudjana , 2005: 157-158).

Metode diskusi Menurut Armai Arief (2002 : 145) diskusi adalah suatu proses yang dimana melibatkan antara dua individu atau lebih, berintegrasi secara verbal dan saling berhadapan saling tukar informasi (*information sharing*), saling mempertahankan pendapat (*self maintenance*) dalam memecahkan sebuah masalah tertentu (*problem solving*). Melalui metode diatas penulis dapat melakukan kegiatan MBKM dengan menggunakan strategi pemasaran yang telah direncanakan oleh sesame rekan kerja penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran penulis melakukan kegiatan pemasaran secara online yaitu dengan melakukan pemasaran melalui aplikasi online shop (olx, lamudi, instagram). Dalam melakukan kegiatannya penulis melalui beberapa langkah-langkah dari setiap aplikasi.

Olx merupakan aplikasi yang biasa digunakan oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan jual dan beli. Dalam aplikasi olx banyak jenis produk yang disediakan oleh setiap

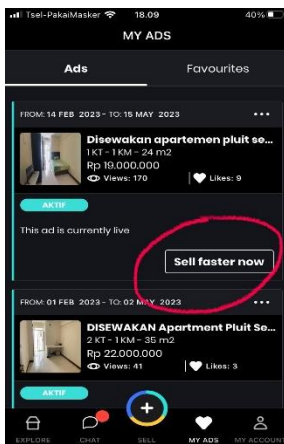
penjual online. Dan dalam melakukan penjualan secara online di olx ada tahapan yang harus dilewati yaitu pertama, melakukan pendaftaran akun di aplikasi olx melalui nomor telepon atau melalui email. Setelah melakukan pendaftaran maka akun telah siap untuk memposting iklan. Kedua tentukan foto produk yang akan dipasarkan melalui aplikasi olx, ketiga pilih menu tambah produk dan masukan foto produk yang telah ditentukan untuk di iklankan dan masukan deskripsi produk seperti jenis produk, detail produk, spesifikasi produk. Keempat ketika sudah melakukan langkah diatas klik pasang iklan maka iklan akan muncul pada website olx sehingga dapat dilihat oleh para pelanggan.

Lamudi merupakan aplikasi jual, beli, dan sewa yang khusus untuk pelanggan mencari tempat tinggal tetap dan juga sementara. Lamudi juga menyediakan berbagai jenis opsi tempat tinggal seperti rumah, apartment, tanah, gedung, dan lain-lain. Dan dalam melakukan pemasangan iklan secara online di aplikasi lamudi ada tahapan yang harus dilewati yaitu pertama, melakukan pendaftaran akun di aplikasi lamudi melalui nomor telepon atau melalui email. Setelah melakukan pendaftaran maka akun telah siap untuk memposting iklan. Kedua tentukan foto produk yang akan dipasarkan melalui aplikasi lamudi, ketiga pilih menu tambah produk dan masukan foto produk yang telah ditentukan untuk di iklankan dan masukan deskripsi produk seperti jenis produk, detail produk, spesifikasi produk. Keempat ketika sudah melakukan langkah diatas klik pasang iklan maka iklan akan muncul pada website atau aplikasi lamudi sehingga dapat dilihat oleh para pelanggan.

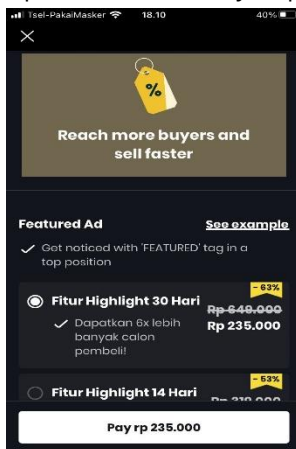
Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling tinggi digunakan untuk mencari informasi ataupun melihat kegiatan sehari-hari. Melalui instagram penulis menambah unggahan pada akun instagram perusahaan. Untuk menambahkan unggahan dengan mengikuti tahapan berikut. Pertama membuat akun instagram dengan mendaftarkan diri dengan menggunakan email terlebih dahulu, kedua tambahkan pertemanan dengan orang-orang untuk mendapatkan pengikut instagram, ketiga untuk membuat unggahan gunakan gambar produk yang menarik sehingga pelanggan tertarik, keempat jika sudah memilih gambar maka tekan tombol tambah pada bagian tengah bawah untuk menambahkan unggahan lalu masukan foto dan juga deskripsi produk, kelima jika unggahan sudah tersebar maka kita bisa mempromosikannya melalui instagram story untuk meningkatkan penonton dan pengikut.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran secara online penulis melakukan promosi iklan dan juga unggahan melalui iklan berbayar. Dengan menggunakan iklan berbayar maka unggahan penulis akan terlihat di halaman utama setiap website dan aplikasi. Untuk

mendaftarkan iklan berbayar dengan aplikasi olx yaitu, pertama pilih iklan olx yang akan di promosikan, kedua klik sell faster now, ketiga lalu pilih paket yang di inginkan dengan berbagai macam penawaran dan durasi promosi iklan, keempat jika sudah memilih langkah terakhir adalah melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu debit atau kredit. Dengan begitu iklan sudah dipromosikan menggunakan iklan berbayar dan iklan tersebut akan menjadi iklan unggulan di aplikasi tersebut.



Gambar 2 Penerapan Iklan Berbayar pada Aplikasi Olx



Gambar 3 Penerapan Iklan Berbayar pada Aplikasi Olx

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Penyusunan strategi pemasaran merupakan langkah yang penting dalam melakukan kegiatan pemasaran
2. Strategi pemasaran sangat berguna bagi kemajuan perusahaan
3. Proses pengiklanan secara online akan lebih efektif bila menggunakan iklan berbayar agar produk yang kita tawarkan akan menjadi produk unggulan di aplikasi ataupun

website tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Jati, W. and Yuliansyah, H. (2017) 'PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE (ONLINE MARKETING STRATEGY) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store)', 1(1), pp. 2598–823.
- Websindo (2019) 'Indonesia Digital 2019 : Media Sosial', *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), pp. S2–S3. Available at: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.
- Piranda, Dea Resti, Dessy Zulfianti Sinaga, and Erga Eka Putri. "Online Marketing Strategy In Facebook Marketplace As A Digital Marketing Tool." *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (JHSSB)* 1.3 (2022): 1-8.
- Dwi Sampita, W. (no date) *STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Sambal Mbok Bariah di Kota Malang)*.
- Angraini, A.A. (2008) 'Manajemen Keyword: Strategi Pemasaran Online Menggunakan Search Engine', *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6(2), pp. 60–69. Available at: <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i2.934>.
- Asse, R.A.A. (2018) 'Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar) Online Marketing Strategy (Case Study Of Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank In Makassar)', *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(2), p. h. 220.
- Setiawati, I. (2017) 'Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm', *Strategi Komunikasi pemasaran*, (20), pp. 1–5.
- Bidari, L.N. (2021) ""STRATEGI PEMASARAN ONLINE ADVERTISING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PROPERTY REAL ESTATE PADA PT. WONO JATI GROUP MOJOKERTO" Oleh', <http://repository.stiedewantara.ac.id/2919/1/LAPORAN%20KKM%20NIMAS%202022%20fix.pdf>, (March), pp. 1–19.'
- Wuisan, Dewi Surya, and Tessa Handra. "Maximizing Online Marketing Strategy with Digital Advertising." *Startupreneur Bisnis Digital (SABDA Journal)* 2.1 (2023): 22-30.