

**PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN  
PADA ERA DIGITAL**

**E – BISNIS KELAS R**

**Supangat, S.Kom., M.Kom., COBIT**



**Oleh**

**Alan Dian Puja Lestari**

**1211800003**

**PROGRAM STUDI EKONOMI DAN BISNIS**

**FAKULTAS MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## LATAR BELAKANG

Pada era digital saat ini yang kian hari semakin berkembang, menuntut penggunaanya agar lebih cerdas dalam memanfaatkan teknologi yang ada. Semua orang dituntut untuk berbenah diri dalam menghadapi kemajuan teknologi informasi dan industri. Misalnya seperti, cara berjualan yang dulu masih door to door, bertatap muka antara penjual dan pembeli atau dengan sales marketing dan dapat juga disebut pemasaran konvensional, sekarang cara-cara tersebut dapat dibuang sudah jarang dijumpai. Namun sejak munculnya E-commerce, berbelanja menjadi lebih mudah dan praktis.

Pada era digital ini para pelaku bisnis dituntut lebih kreatif serta memanfaatkan peluang yang ada. Tidak hanya pelaku bisnis, akan tetapi masyarakat pun juga ikut berubah sesuai kebutuhannya. Sekarang kebutuhan kita akan dengan cepat kita dapatkan tanpa keluar rumah karena adanya telepon genggam yang memiliki aplikasi berbelanja didalamnya, bahkan dapat juga belanja melalui sosial media.

## TINJAUAN PUSTAKA

Digital Marketing atau teknik pemasaran secara digital dapat diartikan sebagai upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital dimana anda dapat berhubungan dengan calon konsumen secara online (Gide, 1967). Kemudahan pengaksesan media sosial menjadi salah satu factor yang paling mempengaruhi berbagai kalangan di kehidupan ini (Nur Rahayu Pameilla, 2020).

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) *“Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to to achieves marketing objectives”*. Artinya Digital Marketing merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran.

K-Means Clustering merupakan salah satu teknik data mining menggunakan strategi unsupervised learning. Strategi ini memiliki kemampuan untuk menemukan dan mengelompokkan data secara otomatis berdasarkan karakteristik tertentu yang

tersembunyi di dalam data [4]. Meskipun memiliki potensi yang sangat besar, namun penggunaan K-Means sebagai salah satu fitur POS yang berfungsi memberikan rekomendasi pembelian produk di masa yang akan datang masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada implementasi fitur analisis data menggunakan K-Means yang akan memberikan rekomendasi pengambilan keputusan pembelian produk bagi pemilik usaha. (Supangat & Amna, 2019).

## **PEMBAHASAN**

Masyarakat digital saat ini hampir semuanya memiliki akun sosial media. di Indonesia sendiri ada lebih dari 150 juta orang yang menggunakan sosial media dari total 268 juta penduduk. Setidaknya mereka menghabiskan waktu kurang lebih 200 menit setiap harinya mengakses sosial media untuk tujuan apapun. Inilah yang menjadi salah satu alasan terbaik mengapa para pelaku usaha harus mencoba memasarkan melalui sosial media, karena konsumen menghabiskan sebagian besar waktunya di sosial media. Karena banyaknya aktivitas tersebut maka hal ini menghadirkan peluang besar untuk menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja serta mampu memperkenalkan produk, brand dan jasa. Jika belum menggunakan sosial media marketing, besar kemungkinan kehilangan peluang untuk terhubung dengan konsumen.

Sosial media marketing atau pemasaran melalui sosial media adalah memasarkan produk atau jasa di berbagai platform. Sosial media menghadirkan peluang besar bagi para pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja. Pemasaran melalui sosial media adalah cara yang sangat efektif untuk mengenalkan produk serta meningkatkan penjualan.

Sosial media memungkinkan untuk lebih banyak berinteraksi dan memasarkan merek dari sisi yang berbeda. Sosial Media merupakan opsi yang menawarkan cara menyenangkan dan mudah untuk berinteraksi dengan para konsumen. Di sosial media kita dapat membuat koneksi yang sesuai dengan kepribadian mereka dari pada hanya mengirimkan pesan pemasaran langsung. Para pelaku usaha dapat mendiskusikan kekhawatiran akan produk mereka di Twitter, melakukan tanya jawab di Instagram Stories dan lain sebagainya.

Word of mouth adalah salah satu media pemasaran yang paling ampuh untuk bisnis apapun. Tidak hanya gratis, tetapi juga membantu membangun kepercayaan dengan sangat efektif.

Dalam banyak hal, sosial media telah menjadi media yang sangat luas untuk melakukan pemasaran dari mulut ke mulut. Konsumen biasanya lebih percaya dan memutuskan untuk membeli sesuatu setelah mendengar ulasan dari orang terdekat atau influencer favoritnya. Di sosial media konsumen dapat dengan mudah meninggalkan ulasan dan merekomendasikan produk dan layanan kepada teman serta keluarga. Pemasaran melalui sosial media cenderung menuntut untuk menginvestasikan waktu dalam membuat dan menerbitkan konten serta melakukan interaksi dengan calon konsumen dibandingkan dengan uang. Investasi waktu ini pun tetap menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap bisnis.

Sosial media dapat membantu para pelaku usaha dalam hal targeting dan re-targeting, yang dimaksud adalah memungkinkan untuk menyesuaikan konten promosi dengan target konsumen, menayangkan konten, dan kemudian menargetkan ulang pada bagian yang tidak terkonversi agar menjadi konsumen. Seperti Facebook yang memungkinkan dapat menargetkan pengguna berdasarkan lokasi, riwayat pembelian, pencarian, halaman yang diikuti, dan bahkan tingkat pendidikan. Dengan kemampuan penargetan yang canggih, sosial media dapat membantu menargetkan konsumen ideal.

Di bidang pemasaran, sosial media marketing menjadi andalan untuk melakukan promosi dengan biaya yang efisien namun dengan hasil yang maksimal. Data statistik menyatakan bahwa 70% pelaku usaha memperoleh konsumen baru melalui sosial media. Dengan berinteraksi dengan konsumen secara berkala, merupakan upaya yang efektif untuk membuat mereka membeli produk dan menjadikannya pelanggan. Sosial media berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan.

## **KESIMPULAN**

Di era modern, sosial media sangat lah penting bagi para pelaku bisnis. Kemudahan dalam mengakses sosial media menjadi faktor yang mempengaruhi berbagai kalangan dalam era sekarang. Pemasaran digital juga murah dan efektif. Menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report digital marketing jauh lebih murah dan efektif Biaya anggaran yang yang dihemat dapat sampai 40%.

Banyak keuntungan dalam sosial media marketing yang mempengaruhi peningkatan penjualan, kecepatan penyebaran, mudah berinteraksi dengan konsumen, meningkatkan visibilitas merek, word of mouth terluas, targeting, penghematan biaya pemasaran, jangkauan lebih luas, serta memudahkan evaluasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Gide, A. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 45, 5–24.

Nur Rahayu Pameilla. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Serba Instan Dan Praktis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Dunia Digital*.

Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, 8(2), 97–102. <https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157>

Gide, A. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 45, 5–24.

Nur Rahayu Pameilla. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Serba Instan Dan Praktis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Dunia Digital*.

Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, 8(2), 97–102. <https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157>

Gide, A. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 45, 5–24.

Nur Rahayu Pameilla. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Serba Instan Dan Praktis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Dunia Digital*.

Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, 8(2), 97–102. <https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157>

<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>

## BUKTI PLAGIASI

The screenshot shows a web browser window with the URL [check-plagiarism.com](http://check-plagiarism.com). The page displays the results of a plagiarism check. At the top, there are two boxes: one for '91% Unique Content' and another for '9% Plagiarized content'. A progress bar indicates 'COMPLETED 100%'. Below these, there are two tabs: 'Sentence wise results' and 'Matched URLs'. The 'Sentence wise results' tab is active, showing a list of sentences with a 'unique' label in a green box to the left of each sentence. The sentences are:

- LATAR BELAKANG Pada era digital saat ini yang kian hari semakin berkembang, menuntu...
- Semua orang dituntut untuk berbenah diri dalam menghadapi kemajuan teknologi inform...
- Misalnya seperti, cara berjualan yang dulu masih door to door, bertatap muka antar...
- atau dengan sales marketing dan dapat juga disebut pemasaran konvensional , sekaran...
- jarang dijumpai.
- Namun sejak munculnya E-commerce, berbelanja menjadi lebih mudah dan praktis.
- Pada era digital ini para pelaku bisnis dituntut lebih kreatif serta memanfaatkan p....
- Tidak hanya pelaku bisnis, akan tetapi masyarakat pun juga ikut berubah sesuai kebu...
- Sekarang kebutuhan kita akan dengan cepat kita dapatkan tanpa keluar rumah karena adanya
- telepon genggam yang memiliki aplikasi berbelanja didalamnya, bahkan dapat juga bel....
- TINJAUAN PUSTAKA Digital marketing suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah br....
- menggunakan media digital atau internet, yang dimana memiliki tujuan agar dapat men....
- Penerapan digital marketing adalah hal yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan ....

On the right side of the page, there is a 'Generate Plagiarism Report' button and a SEMRUSH advertisement with the text 'What is your marketing personality? Start Quiz?'. Below the advertisement, there is a 'Keywords Words Density' section with three buttons: '1- word', '2- words', and '3- words'. The browser's taskbar at the bottom shows the file 'UTS PUJA.docx' and the system clock indicating '12:28 AM 10/28/2021'.