

**STRATEGI MARKETING PRODUK MAKANAN/CEMILAN KERIPIK
MELALUI DUNIA MAYA INSTAGRAM
E-BISNIS (R)**

DOSEN PEMBIMBING : Supangat,M Kom,ITIL ,COBIT.



Di susun oleh :

Thomas julianto (1211900077)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan artikel ini dengan sebaik mungkin. saya berharap artikel yang saya buat ini dapat menambah pengetahuan pembaca atau untuk pengalaman pembaca tentang penggunaan Instagram sebagai bisnis dan mengetahui baik buruk nya penggunaan Instagram.

Saya tau bahwa artikel yang saya buat ini masih jauh kurang sempurna, hal itu dikarenakan keterbatasan kemampuan saya dan pengetahuan saya sehingga yang saya cantumkan ke artikel saya adalah sepengetahuan saya, dan saya memohon maaf jika apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan. oleh karena itu saya sangat mengharapkan untuk para pembaca memberikan kritik maupun saran.

Akhir kata, saya memohon maaf apabila penulisan artikel ini terdapat banyak kesalahan.

Surabaya, 24 oktober 2021

ABSTRAK

Penelitian ini focus pada analisis penggunaan Instagram untuk berbisnis keripik atau mempromosikan. penelitian pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dengan tipe deskriptif. pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi ke pemilik Instagram bisnis keripik, hasil penelitian ini menemukan bahwa banyak pengusaha-pengusaha mengendrose pemilik akun Instagram yang followers nya banyak seperti (selebgram, artis, teman dekat) kekuatan mempromosikan lewat Instagram berasal dari setiap pertemanan akun dengan tujuan meningkatkan banyak orang yang melihat sehingga tertarik. sehingga bisa disebut sebagai strategi marketing di dunia maya yang contoh nya seperti Instagram.

Kata kunci : Instagram, strategi marketing, keripik

DAFTAR ISI

COVER HALAMAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	1
PENDAHULUAN.....	2
a.latar belakang.....	2
b.perumusan masalah.....	3
c.tujuan dan manfaat.....	3
d.metode penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 media social.....	4
2.2 strategi marketing.....	4
2.3 komunikasi pemasaran.....	5
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	6
KESIMPULAN DAN SARAN.....	7
3.1 bukti plagiasi.....	7
DAFTAR PUSTAKA.....	8

PENDAHULUAN

a. Latar belakang

Didasari dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan didorong dengan kebutuhan manusia yang semakin meningkat dengan keterbatasan ruang dan waktu maka terbentuklah sebuah media yang dapat mempermudah masyarakat untuk menjalin komunikasi dan berinteraksi, yaitu media Internet yang sering disebut dengan dunia maya. Dunia virtual ini atau dunia maya merupakan dunia kedua setelah dunia nyata. Untuk melakukan segala rutinitas dan aktifitas yang tidak memungkinkan kita berada di dua tempat sekaligus.

Dunia maya merupakan salah satu fasilitas yang digunakan untuk berbagai kegiatan atau aktifitas seperti berbisnis di salah satu aplikasi dunia maya yaitu Instagram di sana kita bisa mempromosikan usaha kita sehingga bisa disebut juga dengan strategi marketing yang tidak perlu mengeluarkan biaya cukup dengan memperbanyak pertemanan.

Karena dunia maya semakin berkembang pesat sehingga tidak adanya batasan komunikasi yang disebabkan tidak adanya pertemuan secara langsung namun kini telah ditemukan kembali sebuah teknologi atau fasilitas yang dapat menunjang hal tersebut misalnya Webcam, sehingga terjadi interaksi langsung antara individu yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu maka disusunlah makalah ini demi menunjang permasalahan yang dihadapi akibat dampak perkembangan Dunia Maya yang semakin pesat.

Perkembangan pengguna internet di Indonesia sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Statistica tahun 2019, menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 sebesar 107.2 juta dan pada tahun 2020 di prediksi akan mengalami peningkatan sebesar 12.2 juta sehingga menjadi 119.4 juta. Sehingga sangat cocok untuk dimanfaatkan sebagai bisnis yang sangat menguntungkan karena tidak perlu adanya toko/tempat dan tidak ada batasan waktu sehingga bisa kapan saja, banyak sekali keuntungan yang bisa kita rasakan jika dunia maya di pergunakan dengan sebaik mungkin.

b.perumusan masalah

- 1.apa manfaat dari strategi marketing dalam media social Instagram ?
2. Banyak para pengguna Dunia maya / Internet tidak memahami cara penggunaan fasilitas Internet dengan baik ?

c.tujuan dan manfaat

tujuan untuk mengetahui penggunaan dunia maya yang baik dan benar sehingga tercipta nya sebuah bisnis yang menguntungkan

manfaat dapat mengetahui bagaimana strategi marketing di Instagram yang baik dan benar

d.metode penelitian

penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus penelitian studi kasus adalah penelitian yang menempatkan obyek yang diteliti.studi kasus adalah suatu metode penelitian ilmu-ilmu social.dalam penelitian ini ada beberapa hal yang harus dapat diperhatikan,yang berkaitan dengan studi kasus,seperti mengumpulkan bukti-bukti dari sumber : wawancara dan dokumentasi.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 komunikasi pemasaran

(Mohan Sawhney) Prinsip eBusiness memperlihatkan bagaimana teknologi elektronik dan digital berfungsi medium tercapainya proses dan sistem bisnis (pertukaran barang dan jasa) yang jauh lebih baik di dibandingkan dengan cara-cara konvensional, terutama dilihat dari manfaat yang dirasakan stakeholders

Istilah komunikasi berasal dari kata latin

Communis yang berarti yaitu bersama. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta

mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyandarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi

pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak-

pihak lembaga (produsen, distributor, dan pembeli) yang terlibat dalam pemasaran secara langsung. Dengan demikian, walaupun semua pihaknyaterlibat dalam pihak dalam proses komunikasi pemasaran melakukan cara yang sama yang berawal dari mulai : mendengarkan, bereaksi dan berbicara sampai terciptany a hubungan yang saling memuaskan. Untuk menciptakan suatu proses komunikasi yang baik

2.2 media social

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti

blog, facebook, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

2.3 strategi marketing

Strategi marketing adalah sebuah perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjangkau orang menjadi pelanggan atau klien. Isi strategi marketing adalah sebuah informasi produk yang akan ditawarkan dengan semenarik mungkin sehingga orang lain melihat dan tertarik membeli produk yang kita tawarkan. Manfaat memiliki strategi marketing adalah supaya produk yang kita jual dapat citra yang bagus dan memperluas pemasaran.

Strategi marketing dapat dilakukan secara online atau konvensional keduanya memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing contoh yang saya pakai adalah strategi marketing menggunakan online dengan media social seperti Instagram dengan kelebihan tidak perlu adanya waktu dan tempat/toko dan tidak perlu membayar.

PEMBAHASAN

Dalam hal ini biasanya pedagang kripik melakukan jualan nya secara konvensional yang selalu mempunyai toko atau gerobak dorong.dengan adanya pandemic covid seperti saat ini semua masyarakat di anjurkan oleh pemerintah untuk membatasi aktivitas dan selalu mematuhi protokol kesehatan.efek dari pandemic ini hampir semua orang jarang keluar rumah sehingga banyak yg di rumah saja dengan seperti itu muncul lah sebuah ide untuk berjualan online,seperti halnya berjualan kripik secara online untuk pemesanan.

Tentunya berjualan online memerlukan media contoh nya seperti Instagram untuk memasarkan usaha nya,keripik bergerak dalam bidang makanan yang tentu nya di sukai oleh masyarakat untuk cemilan dengan berbagai kalangan dan beragam usia.apa lgi dengan adanya pandemic masyarakat di rumah saja memudahkan untuk membeli produk kripik ini.

Memasarkan produk makanan atau cemilan lewat Instagram atau berbagai jenis media dunia maya lain nya berdampak positif dan tentu nya lebih mudah sehingga penghasilan menjadi lebih cepat naik dan memiliki pelanggan dari berbagai kalangan maupun daerah.di karenakan memasarkan produk di online sangat lah cepat untuk masyarakat bisa menjangkau media dunia maya karena bisa diakses 24 jam per harinya.ketika adanya media dunia maya semua menjadi lebih mudah dan efisien ketika dibutuhkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

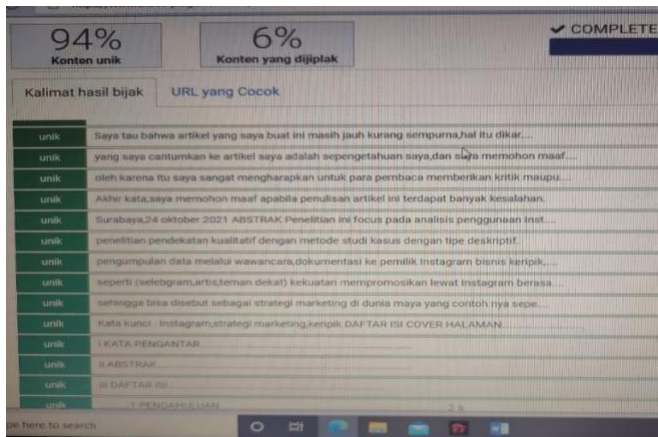
KESIMPULAN

Dari artikel ini dapat di ketahui bahwa memasarkan produk atau berjualan produk barang atau jasa dapat di lakukan secara online lewat dunia maya yang tentu nya lebih mudah praktis dan efisien.yang biasa nya dunia maya hanya di gunakan untuk mengabadikan moment diri sendiri bisa juga di gunakan untuk berbisnis yang tentu nya menghasilkan,penjualan juga harus memerlukan strategi marketing salah satu nya adalah dunia maya yang sangat mudah untuk mengenalkan produk ke masyarakat secara luas.tentu nya semua mengikuti sebuah trend yang sekarang lagi trend adalah Instagram,dari sini teknologi berperan aktif sehingga penjualan tak perlu secara tatap muka,dan transaksi pun juga tak perlu tatap muka.

SARAN

Mengingat begitu pesatnya perkembangan dunia maya yang tidak mengenal batas menuntut juga pemerintah untuk berpartisipasi tindak penyalahgunaan media social atau dunia maya,terutama dengan masuk nya pasar bebas demi keamanan dan kenyamanan pengguna media social atau dunia maya di Indonesia.

BUKTI PLAGIAT



DAFTAR PUSTAKA

Analisis bagaimana cara berjualan di Instagram dan memasarkannya (Umiyati et al 2021)

(Manajemen.,2019)E-bisnis.,Dharma,W.B.,Ni).strategi marketing produk makanan/cemilan keripik melalui dunia maya Instagram. 16(1) <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>

M. R. Handika, A. F. Maradona, and G. S. Dharma, "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram," J. Manaj. dan Bisnis Undiknas, vol. 15, no. 2, pp. 192–203, 2019, [Online]. Available: <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>.

e-bisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan dunia maya dengan judul memanfaatkan dunia maya seperti Instagram untuk menjual keripik, [E-Bisnis](#) S Supangat - 2020

Pengembangan Softskill SDM Pada Era Revolusi Industri 4.0 Page 1 DR. Nanis Susanti,MM Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT Pengembangan Softskill SDM Pada Era Revolusi Industri 4.0 Page 2 Revolusi Industri Revolusi industri pertama dengan ditemukannya lalu digunakannya mesin uap dalam proses produksi barang Revolusi industri kedua ditandai dengan pengembangan energi dan peralatan listrik oleh ilmuwan dan menerapkannya dalam industry. <http://repository.untag-sby.ac.id/6044/>

Hasil upload repository untag

