

Artikel Ilmiah

Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi



Oleh:

Alifah Dinda Putri S. (1151700200)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena terkait dan rahmat-Nya sehingga penyusun bisa menyelesaikan makalah yang berjudul “Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi” ini.

Dalam penyusunan makalah ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan penulis. Namun sebagai manusia biasa, penyusun tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan baik dari segi teknik penulisan maupun tata bahasa. Tetapi walaupun demikian, penyusun berusaha sebisa mungkin menyelesaikan makalah meskipun tersusun sangat sederhana.

Penyusun menyadari tanpa kerja sama antara penyusun serta beberapa kerabat yang memberi berbagai masukan yang bermanfaat bagi penyusun demi tersusunnya makalah ini. Untuk itu penyusun mengucapkan terima kasih kepada pihak yang tersebut diatas yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran demi kelancaran penyusunan makalah ini.

Demikian semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi penyusun dan para pembaca pada umumnya. Penyusun mengharapkan saran serta kritik dari berbagai pihak yang bersifat membangun.

Surabaya, 15 Januari 2021

Penulis

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat saat ini berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global. Dampak yang paling nyata adalah selain dikenal juga dapat meningkatkan volume penjualan dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang sangat besar memberikan pengaruh. Dengan menggunakan digital marketing dalam hal ini adalah sosial media yang sangat mempunyai pengaruh besar terhadap pengguna di masyarakat. Mengingat teknologi saat ini mudah berkembang sangat pesat. Termasuk pengguna di sosial media. Mengingat pandemi yang sedang berlangsung hingga sekarang, kegiatan bisnis online mulai meningkat adanya untuk pemulihan ekonomi yang sebelumnya mengalami penurunan secara drastis. Digital marketing perlahan-lahan mulai meningkat pesat karena banyaknya kegiatan berbisnis online yang tengah dilakukan pengguna di sosial media.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
Kata Pengantar	1
Abstrak.....	2
Daftar Isi.....	3
Pendahuluan.....	4
Latar Belakang Masalah.....	5
Perumusan Masalah.....	6
Tujuan dan Manfaat.....	7
Metode Penelitian.....	8
Tinjauan Pustaka.....	9
Hasil dan Pembahasan.....	10
Kesimpulan.....	11

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggamannya smartphone.

Latar Belakang Masalah

Di masa pandemi mobilitas terbatas masyarakat setempat tetap mematuhi protokol yang ada. Dan kebutuhan tetap berjalan menjadikan daya beli masyarakat terbatas. Kemudahan di era digital sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan dengan meminimalisir mobilitas. Kecenderungan metode pembelian masyarakat di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan mengarah ke digital, berbandng lurus dengan semakin banyanya pelayanan dgital yang mendukung akan hal tersebut bahkan sebelum pandemi. Digital marketing menjadi efektif, berhubungan pula dengan daya pakai masyarakat akan internet yang tinggi, hal ini mendorong perkembangan yang pesat pada dunia digital marketing. Hal ini menjadi sangat efektif untuk memaksimalkan digital marketing, karena di mas pandemi dimana mobilitas dibatasi, maka akan terfokus pada digital. Digital marketing memiliki keuntungan pasti diantaranya, biaya marketing yang terjangkau, dapat di publikasikan dengan luas dalam waktu singkat, traffic yang tinggi di masa pandemi, lalu proses lebih cepat dibanding dengan marketing konvensional, dapat menarik banyak konsumen dalam satu waktu, lebih mudah dalam riset untu pengembangan bisnis dan lain-lain.

Perumusan Masalah

1. Apakah Digital Marketing efektif di masa pandemi?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan bagaimana mengimplementasikan digital marketing apakah dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan untuk mengetahui efektifitas Digital Marketing di masa pandemi.

Manfaat

Secara umum manfaat dari penelitian adalah untuk mengetahui apakah digital marketing dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dari hasil kegiatan bisnis online tersebut. Dan dapat mempermudah proses digital Marketing di masa pandemi.

Metode Penelitian

Metodologi dari penelitian ini dibagi dalam desain penelitian dan subyek penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data. Metode Pengumpulan Data Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh berdasarkan wawancara terstruktur dan wawancara mendalam kepada bisnis online rumahan. Data yang diperoleh meliputi data karakteristik umum, data penggunaan sosial media dalam bisnis online, termasuk tujuan, manfaat dan hambatan yang dihadapi. Data dilengkapi dengan hasil observasi peneliti terhadap pengguna bisnis online.

Analisis Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis kualitatif serta ditampilkan dalam bentuk table.

Tinjauan Pustaka

Turban et al. (2004), Katawetawaraks dan Wang (2011) menjelaskan bahwa belanja online adalah kegiatan pembelian produk (baik barang ataupun jasa) melalui media internet. Kegiatan belanja online meliputi kegiatan Business to Business (B2B) maupun Business to Consumers (B2C). Sementara pada penelitian kegiatan belanja online dikaitkan dengan B2C karena kegiatan pembelian yang dimaksudkan adalah kegiatan pembelian yang digunakan oleh konsumen sendiri, tidak dijual kembali. Kegiatan belanja online di sini adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu, sehingga belanja online di sini adalah sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu secara online.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pembahasan dari penelitian ini adalah merupakan dari pengguna bisnis online yang ada di media sosial

Tabel 1. Manfaat Penggunaan Sosial Media Dari Beberapa yang Memiliki Bisnis Online

No	Manfaat	Jumlah	%
1	Sarana kontak langsung dengan pemesan	10	98%
2	Sarana untuk mempromosikan	25	83,33%
3	Mendata keinginan konsumen	25	83,33%
4	Menyampaikan respon ke konsumen	20	66,67%
5	Forum diskusi	20	100%
6	Memantau perkembangan pelanggan	30	67,70%
7	Survei pelanggan	25	80,30%
8	Mendata kebutuhan pelanggan	25	80,00%
9	Menampilkan foto produk hasil industri	30	100%

Kesimpulan

Marketing di era digital sudah efektif sebelum pandemi, dengan adanya pandemi semakin terbentuk pola pikir bahwa digital marketing mempermudah segalanya, sehingga digital marketing akan terus berkembang dan menjadi sentris untuk marketing itu sendiri.

Bukti Plagiarism

The screenshot shows a plagiarism checker interface with the following elements:

- Header:** "Results" in large blue font.
- Donut Chart:** A circular chart showing 9% in red (Plagiat) and 91% in green (Unik).
- Legend:** 9% Plagiat (red line), 91% Unik (green line).
- Buttons:** "Buat itu unik" (Make it unique), "Mulai Pencarian Baru" (Start New Search), and "Reverse Image Search".
- Text:** "Untuk memeriksa plagiarisme di foto klik di sini" (To check plagiarism in photos click here).
- Similarity Report:** A section titled "Similarity 25%" showing a snippet of plagiarized text from a document about learning methods.

Plagiarized Text Snippet:

...batas masyarakat setempat tetap
Dan kebutuhan tetap berjalan
...skat terbatas. Kemudahan di era digital
...erlukan kebutuhan danaan

Similarity 25%
Pengertian Metode Pembelajaran: Fungsi, Tujuan dan Jenis Metode...
metode pembelajaran juga diartikan sebagai suatu strategi atau taktik dalam melaks
anakan kegiatan belajar dan mengajar di kelas yang diaplikasikan oleh tenaga pengaj
ar sehingga tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan baik