

# **SOCIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING**



**Nama : Fenansius Thomas Sarkol**

**Nbi : 1211800066**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Prodi Manajemen**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**2021**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan rahmat yang telah Ia berikan sehingga saya Fenansius Thomas Sarkol dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana.

Semoga makalah ini dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca dalam hal pengelolaan strategi digital marketing khususnya menggunakan website dan sosial media .

Harapan saya semoga makalah ini dapat membantu, menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca, sehingga saya dapat memperbaiki bentuk maupun isi makalah ini agar kedepannya dapat lebih baik. Makalah ini saya akui masih banyak kekurangan karena pengalaman yang saya miliki sangat kurang. Oleh karena itu saya harapkan kepada para pembaca untuk memberikan masukan-masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan makalah ini.

Akhir kata saya berharap semoga makalah ilmiah tentang sosial media sebagai strategi digital marketing ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca

Surabaya, 28 juni 2021

Fenansius Thomas Sarkol

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era baru digital marketing telah masuk ke dalam praktik kehidupan masyarakat modern. Pasar-pasar baru dan produsen-produsen baru telah tercipta dengan menggunakan internet. Pemanfaatan internet membuat jaringan masyarakat dunia dalam apa yang disebut satu kampung global. Dengan pengguna yang makin luas dan global meliputi berbagai bangsa di seluruh dunia, setiap masyarakat telah menjadi obyek pasar bagi para produsen sekaligus menjadi pelaku pasar itu sendiri. Dalam pemasaran, misalnya, banyak pelaku usaha di kota Surabaya yang menggunakan sosial media sebagai strategi pemasaran cara ini memang sangat efektif dan dapat dengan mudah dipahami oleh pelanggan. Mereka juga sadar bahwa peluang dan tantangan di bidang usaha telah mengalami perubahan fundamental sehingga harus disiapkan tanggapan yang tepat dan akurat sehingga perlunya mengetahui cara pengelolaan dengan baik agar dapat dengan mudah di pahami oleh pelanggan demi kenyamanan bersama.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Apakah sosial media sebagai strategi digital marketing berpengaruh terhadap peningkatan pembelian?

### **1.3 Tujuan**

Untuk mengetahui apakah strategi marketing dengan menggunakan sosial media berpengaruh terhadap peningkatan penjualan

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Digital Marketing**

Saat ini teknologi informasi telah memasuki pasar utama dan dikembangkan sebagai new wave technology. Menurut Kotler, new wave technology adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan interaktivitas antar individu dan kelompok. Digital marketing adalah praktik pemasaran yang menerapkan saluran “distribusi digital” untuk menjangkau konsumen dengan cara yang efektif, personal dan cost effective (Satyo, 2009). Kegiatan pemasaran dilakukan secara intensif menggunakan media komputer, baik melalui penawaran produk, pembayaran dan pengirimannya. [1]

#### **2.2 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan suatu wujud rencana sebuah perusahaan dalam bidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Ruang lingkup strategi pemasaran cukup luas di antaranya adalah strategi menghadapi persaingan, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Menurut Tull dan Kahle, strategi pemasaran sebagai alat mendasar yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan daya saing (competitiveness) yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki. Jadi, strategi pemasaran merupakan proses dinamis dan inovatif perencanaan perusahaan dalam memasarkan dan memperkenalkan produk maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk mencapai tujuan tertentu dengan semua resiko yang ada. Baik melalui cara-cara tradisional maupun modern seperti digital marketing.[2]

### **2.3 website**

Seiring dengan perkembangan teknologi internet, makin berkembang pula teknologi website. Jika pada awalnya cukup dengan halaman statis, maka pada saat ini suatu website menjadi lebih kaya fitur dengan tampilan yang dinamis dan estetik. Tentunya dengan semakin baiknya teknologi web site, turut berkembang pula konsep tentang pemenuhan kepuasan user terhadap suatu website. Hal ini tidak terlepas dari konsep pengukuran kualitas perangkat lunak yang berkembang terlebih dahulu. Pengukuran kualitas perangkat lunak mempunyai dua sisi, yaitu sudut pandang proses pengembangan perangkat lunak dan hasil produk yang dihasilkan. Berdasarkan hal ini, maka kebergunaan website dapat didefinisikan sebagai berikut : kebergunaan website adalah kemudahan dalam hal penggunaan situs web. Untuk tujuan yang lebih luas dari kegunaan adalah dapat menyajikan suatu informasi pilihan dengan cara yang mudah, tepat dan ringkas, dan jelas serta dapat berkurangnya keambiguan dalam hal penempatan hal / item yang penting dalam situs untuk bidang yang sesuai. Adapun elemen penting lain dari fungsi suatu web adalah dapat bekerjanya suatu konten pada web untuk berbagai perangkat dan browser.[3]

### **2.4 Peningkatan penjualan**

Dalam konteks mode pemasaran digital, industri ritel tradisional kebanyakan menghadapi dampak yang besar. Dampak ini dirasakan belum pernah terjadi sebelumnya akibat keunggulan kompetitif pemasaran tradisional menghilang. Hal ini seringkali disebabkan oleh masih sedikitnya pemahaman dan literasi terkait strategi marketing yang diterapkan .[4] Pada era digital marketing 4.0 yang keseluruhannya menggunakan internet, membuat peluang usaha semakin berkembang dan cepat yang harus ditangkap oleh para pengusaha . Para pengusaha pada saat ini harus mengikuti arus perubahan, perubahan atau pergeseran keinginan pasar secara tidak langsung akan mengubah sebuah model bisnis pada masa ini. Perusahaan atau bisnis yang tidak mengikuti perubahan akan tertinggal dan ditinggalkan oleh konsumen mereka, karena keinginan dan perilaku konsumen pun ikut berubah pada era ini. Pemanfaatan digital marketing sangat populer saat ini pemanfaatan media digital sangat membantu dalam memasarkan sebuah produk atau jasa dengan cepat, luas dan murah.[5]

## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pemasaran melalui Media Online Pemasaran menurut Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Saat ini pemasaran tidak hanya dilakukan dengan cara memasang iklan di media massa ataupun di media cetak. Sesuai dengan perkembangan teknologi yaitu teknologi internet, para pengusaha juga memanfaatkan teknologi baru tersebut sebagai media pemasaran baru yang biasa disebut dengan pemasaran internet/online dengan media sosial.

Pemasaran media online pada dasarnya adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media Internet (media sosial). Awalnya menggunakan halaman berformat HTML yang bisa diakses oleh pengguna Internet. Itu adalah awal dari website yang kemudian menjadi „rumah kedua“ bagi perusahaan-perusahaan yang sudah eksis untuk menampilkan jati dirinya. Pada perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan media website, namun juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di sesuai dengan ketentuan Internet.

Sudah lama kita telah merasakan perubahan yang paling dinamis dan revolusioner dalam dunia marketing yaitu periklanan dan promosi. Perubahan-perubahan tersebut didorong oleh perkembangan yang terjadi dalam hal teknologi yang telah mengarahkan dunia pemasaran kepada pertumbuhan komunikasi melalui media interaktif khususnya internet. Internet telah merubah cara perusahaan dalam mendesain dan mengimplementasikan keseluruhan strategi bisnis dan pemasaran mereka.

Strategi Pemasaran Media Online Strategi komunikasi pemasaran media online adalah melakukan aktivitas pemasaran dengan menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh internet terutama media sosial dengan tujuan meningkatkan hasil penjualan dan menjalin komunikasi yang lebih baik kepada pelanggan. Pemasaran dengan internet pada dasarnya memiliki konsep yang sama, walaupun menggunakan sarana yang berbeda-beda. Oleh sebab itu aktivitas pemasaran dilakukan tetap berpedoman pada market, produk, website, trafik dan kredibilitas Untuk mendapatkan hasil yang optimal dari kegiatan pemasaran online, tentu saja dibutuhkan berbagai strategi. Dengan demikian adanya sosial media termasuk strategi marketing yang sangat membantu peningkatan penjualan. Hasil dari pembahasan di atas mengemukakan bahwa strategi pemasaran menggunakan media sosial sangat membantu dalam peningkatan penjualan.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Di zaman yang sudah sangat maju ini pemasaran tidak hanya dilakukan dengan memasang iklan di televisi, radio maupun media cetak, pemasaran juga dilakukan dengan menggunakan new media (internet) seiring dengan semakin canggihnya teknologi. Pemasaran online adalah pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif, yang menghubungkan pembeli dan penjual secara langsung melalui media elektronik dengan cara melalui website, blog atau media sosial seperti facebook, twitter, instagram. Selain itu dampak positif dan negatif pemasaran media online harus di perhatikan agar pemasaran online yang telah disusun berjalan dengan lancar dan berhasil dan dapat meningkatkan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Sapti and S. Haryanti, “**済無**No Title No Title,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2017.
- [2] R. Ratna Gumilang, “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri,” *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019, doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25.
- [3] S. Supangat, “Penggunaan Webqual Untuk Penentuan Tingkat Kebergunaan Pada Website (Studi Kasus Pada Teknik Sipil Untag Surabaya),” *Konvergensi*, vol. 11, no. 01, pp. 49–60, 2016, doi: 10.30996/konv.v12i2.1315.
- [4] P. Sukmasetya, T. Haryanto, F. A. Sadewi, R. B. G. Maulida, H. S. Aliudin, and B. Sugiarto, “Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry,” *Community Empower.*, vol. 5, no. 2, pp. 28–35, 2020, doi: 10.31603/ce.v5i2.3514.
- [5] N. Mukaida, S. Sasaki, and T. Baba, “Id: 33,” *Cytokine*, vol. 76, no. 1, p. 70, 2015, doi: 10.1016/j.cyto.2015.08.063.



By clicking "Accept" or continuing to use our site, you agree to our Privacy Policy for Website [Accept](#) [Privacy Policy](#)

### HASIL

100% Selesai: 100% Dicontang

18% Plagiat 82% Unik



Kalimat Hasil Bijak



Tampilan Dokumen



Sumber yang Cocok

Menjiplak	Era baru digital marketing telah masuk ke dalam praktik kehidupan masyarakat modern.	Membandingkan
Unik	Pasar-pasar baru dan produsen-produsen baru telah tercipta dengan menggunakan internet.Pemanfaata...	
Unik	Dengan pengguna yang makin luas dan global meliputi berbagai bangsa di seluruh dunia, setiap masyar...	
Unik	Dalam pemasaran, misalnya, banyak pelaku usaha di kota Surabaya yang menggunakan sosial media se...	
Unik	Mereka juga sadar bahwa peluang dan tantangan di bidang usaha telah mengalami perubahan fundame...	
Unik	agar dapat dengan mudah di pahami oleh pelanggan demi kenyamanan bersama.	
Menjiplak	Saat ini tdkhnologi informasi telah mamacuki pasar utama dan dikambankan. cahanai ne...	Membandingkan

grammaly

### Instant Grammar Checker

Try Now