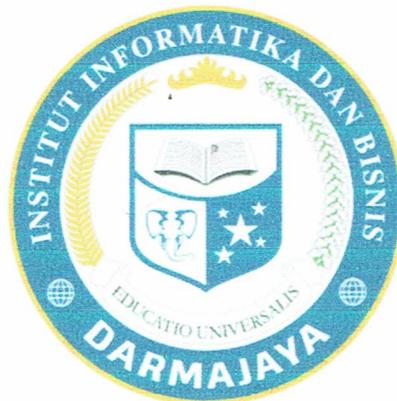


LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK
OPTIMALISASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING DI ERA
GLOBALISASI GUNA MENINGKATKAN PEMASARAN PENJUALAN
PERUMAHAN SUBSIDI PADA PT. ANUGRAH INDAH BERSAMA
LAMPUNG

ACC.
[Signature]
Zuriana.
30/9 '21.



Disusun Oleh :

Ayu Oktaviani (1812110151)

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK (KP)

**OPTIMALISASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING DI ERA
GLOBALISASI GUNA MENINGKATKAN PEMASARAN PENJUALAN
PERUMAHAN SUBSIDI PADA PT. ANUGRAH INDAH BERSAMA
LAMPUNG**

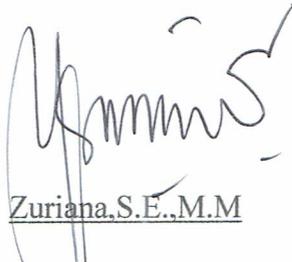
Oleh :

Ayu Oktaviani (1812110151)

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Ménetahui,

Dosen Pembimbing


Zuriana, S.E., M.M
Nik.00380502

Pembimbing Lapangan



Rasiman

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., MM.
NIK.11310809

RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : AYU OKTAVIANI
Npm : 1812110151
Tempat/Tanggal Lahir : BANDAR LAMPUNG, 01-10-1999
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Status : BELUM MENIKAH
Agama : ISLAM
Kewarganegaraan : INDONESIA
Alamat : JL.RADEN GUNAWAN II SUKAMAJU LK.II
RT/RW 002/000, RAJABASA PEMUKA
No.HP : 0898-0869-335
E-email : ayuoktaviani605@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan

- | | |
|--|-------------------|
| 1. SDN 2 LABUHAN RATU | 2006-2012 |
| 2. SMPN 28 BANDAR LAMPUNG | 2012-2015 |
| 3. SMAN 1 NATAR | 2015-2018 |
| 4. Menjalani Strata-1 Di IIB Darmajaya | 2018 s/d sekarang |

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan diatas adalah benar.

Bandar Lampung, 22 September 2021

Yang Menyatakan

AYU OKTAVIANI

Npm. 1812110151

RINGKASAN

Kerja Praktek (KP) merupakan sarana mengaktualisasi diri terhadap keahlian atau keterampilan baik softskill atau hardskill yang sudah diperoleh selama perkuliahan,diterapkan disuatu perusahaan atau instansi selama perkuliahan ,diterapkan di suatu instansi atau perusahaan selama satu bulan.

Pada laporan KP ini,disajikan beberapa kegiatan pelaksanaan kerja, temuan kendala atau masalah dan usulan solusi terhadap kendala atau masalah yang dihadapi di perusahaan PT.Anugrah Indah Bersama Lampung .

Berdasarkan pelaksanaan Kerja Praktek di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung, dapat disimpulkan bahwa penulis mendapatkan gambaran nyata tentang penerapan ilmu atau teori yang selama ini di peroleh pada perkuliahan, mendapatkan pengalaman baru dalam beradaptasi di dunia kerja dengan cara berkomunikasi dengan baik dan penerapan beberapa program selama Era New Normal.

PRAKATA

Dengan selalu memohon ridho dan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktek ini. Kegiatan Kerja Praktek ini merupakan salah satu mata kuliah yang wajib ditempuh oleh seluruh mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Laporan Kegiatan Kerja Praktek ini disusun sebagai hasil dari Kegiatan Kerja Praktek yang telah di laksanakan 1 bulan pada periode 16 Agustus 2021 – 16 September 2021 di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung.

Dengan di selesaikan Laporan Kerja Praktek ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan bantuan serta masukan-masukan kepada praktikan. Terutama kepada orang tua yang telah memberi nasehat, dukungan dan doa kepada praktikan. Selain itu Praktikan mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. (Can) Ir.Firmansyah Y.Alfian,MBA.,MSc, selaku Rektor Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
2. RZ.Abdul Aziz,ST.,MT.,Ph.D , selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik,Riset & ICT
3. Dr. Faurani I Santi Singagerda, S.E., M.Si , selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Darmajaya
4. Ibu Zuriana,S.E.,M.M , selaku Dosen Pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada penulis serta telah meluangkan waktunya untuk audiensi
5. Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., M.M , selaku Ketua Program Studi Manajemen
6. Bpk. Rasiman selaku Direktur Utama PT. Anugrah Indah Bersama Lampung yang telah memperbolehkan praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Praktik di perusahaan ini.
7. Orang tua dan saudara yang telah memberikan dukungan , baik secara moral dan materi.

8. Seluruh karyawan PT. Anugrah Indah Bersama Lampung yang tidak dapat praktikan sebut satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam penulisan kerja praktek ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Praktikan menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Kerja Praktik ini sangat jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan, baik dalam pembahasan materi maupun dalam penyajiannya.

Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca yang merupakan masukan yang sangat berarti bagi penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Semoga penulisan laporan kerja praktek ini bermanfaat bagi semua pihak dan perkembangan Jurusan Manajemen serta dapat dijadikan bahan pertimbangan informasi bagi pihak yang bersangkutan

Bandar Lampung, 22 September 2021

Penulis,

AYU OKTAVIANI

Npm.1812110151

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii

Bab I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP	3
1.3 Manfaat dan Tujuan	4
1.3.1 Manfaat	4
1.3.2 Tujuan	4
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	4
1.4.1 Waktu Pelaksanaan	4
1.4.2 Tempat Pelaksanaan	5
1.5 Sistematika Penulisan	7

Bab II. Gambaran Umum Perusahaan

1.1 Sejarah Perusahaan.....	9
1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	9
1.2.1 Visi Perusahaan	9
1.2.2 Misi Perusahaan.....	10
1.3 Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan.....	10
1.4 Lokasi Perusahaan.....	11
1.5 Struktur Organisasi	12

Bab III. Permasalahan Perusahaan

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan...	14
3.1.1 Temuan Masalah	14
3.1.2 Perumusan Masalah	15
3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah	16
3.2 Landasan Teori	17
3.2.1 Pengertian Digital Marketing	17
3.3 Metode Yang Digunakan	21
3.4 Rancangan Program Yang Akan di Buat	24

Bab IV. Hasil & Pembahasan

4.1 Hasil.....	29
4.2 Pembahasan	30

Bab V. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	32
5.2 Saran.....	32

DAFTAR PUSTAKA	33
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	34
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kantor PT.Anugrah Indah Bersama Lampung.....	6
Gambar 1.2 Lokasi dari IIB Darmajaya ke PT.Aibla.....	6
Gambar 1.3 Surat Izin Usaha.....	11
Gambar 1.4 Surat Keterangan Domisili Perusahaan.....	11
Gambar 1.5 Jarak dan Waktu Tempuh dari IIB Darmajaya ke PT.Aibla.....	11
Gambar 1.6 Screen Shoot Blog PT.Aibla.....	25
Gambar 1.7 Screen Shoot Pemasaran Melalui Facebook/Marketplace.....	26
Gambar 1.8 Screen Shoot Penjualan Perumahan Melalui Instagram.....	27
Gambar 1.9 Screen Shoot akun Tiktok PT.Aibla.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan KP	4
Tabel 1.2 Jadwal KP di Bulan Agustus.....	5
Tabel 1.3 Jadwal KP di Bulan September.....	5

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era serba modern ini, manusia dapat memanfaatkan berbagai teknologi sebagai kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan jaman, semakin bertambah mudahnya manusia dalam memanfaatkan gadget sebagai hasil usaha dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi yang semakin canggih diikuti dengan adanya perkembangan pemikiran manusia dari jaman ke jaman, dengan dibuktikan adanya penemuan barang hasil ciptaan ilmuwan terdahulu yang dikembangkan oleh manusia di era jaman sekarang. Dari adanya penemuan ini, manusia memiliki pengaruh besar di bidang teknologi khususnya di bidang perekonomian.

Di dalam pengembangan teknologi ini, pemasaran tentu tidak hanya berpacu terhadap kegiatan di luar lapangan, namun kegiatan pemasaran juga dapat dilakukan secara online. Seperti adanya Digital Marketing sebagai salah satu usaha pemasaran / mempromosikan suatu produk dengan menggunakan aplikasi berbasis digital/ berbasis online. Produk yang dijual melalui aplikasi online ini tentu membuat daya tarik pembeli terutama anak muda yang saat ini gemar belanja menggunakan aplikasi online dibandingkan dengan belanja secara langsung. Pemasaran menggunakan gadget tersebut bisa melalui sebuah aplikasi berbasis online seperti Facebook, Instagram, whatsapp dan lain-lain.

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 tersatukan 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.

Dengan adanya perkembangan teknologi, strategi marketing pun ditingkatkan menjadi strategi marketing online. Strategi marketing online didukung oleh internet dan media baru. Adapun delapan contoh tipe pemasaran yaitu iklan berbayar, pemasaran transaksional, pemasaran media sosial, pemasaran interaktif, pemasaran konten, SEO, telemarketing, dan e-mail marketing (Annisa, 2020). Melihat salah satu contoh pemasaran online yaitu pemasaran media sosial, strategi marketing yang dapat dilakukan di dalam media sosial sendiri adalah membangun kredibilitas, menarik potential customer, membangun relasi di media sosial, membagikan konten untuk marketing, membuat konten yang bernilai, menggunakan gambar yang baik dan menarik, crowdsource untuk konten menarik dan otentik, berpartisipasi dalam kelompok dan komunitas, berinteraksi dengan followers, serta fokus pada beberapa platform sosial media yang potensial (Pramudyatama, 2020). Langkah strategi marketing yang bisa dilakukan untuk bisnis tetap berjalan menyesuaikan saat pandemi adalah memeriksa kondisi finansial, mengevaluasi rencana bisnis, menyusun kembali budget, membuat timeline, meriset konsumen, menganalisis produk dan kompetitor, fokus pada penjualan online, dan merangkai rencana untuk menghadapi krisis selanjutnya (Lalamove, 2020).

Strategi penjualan online dapat ditingkatkan dalam media dan platform penjualan online. Media adalah perantara yang dipakai komunikator untuk menyebarkan ide, agar ide tersebut sampai pada penerimanya (komunikasikan) (Hamijaya, 2019). Media sendiri memiliki dua jenis yaitu media lama dan media baru. Media lama adalah media seperti televisi, majalah, radio, koran, dan lain-lain. Sedangkan media baru adalah media yang memanfaatkan internet seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook (Nurudin, 2020). Walau media baru sudah ada sebelum pandemi, perusahaan yang sebelumnya kurang fokus atau bahkan belum beralih pada digital marketing harus menjadi semakin intens dalam penjualan di platform digital (Lalamove, 2020).

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP

Agar pembahasan kerja praktik dapat secara maksimal dan dibahas sesuai dengan objek dan permasalahan yang ada maka dibuat beberapa ruang lingkup/batasan kerja praktek, adapun batasan kerja praktek yang akan di bahas dalam laporan kerja praktek ini adalah :

1. Lokasi kerja praktek yang dilaksanakan di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung
2. Waktu Kerja Praktek yang dilaksanakan pada 16 Agustus 2021 sampai 16 September 2021
3. Penelitian ini menerapkan digital marketing pada produk properti masa era new normal di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

- a. Bagi perusahaan untuk mengoptimalkan penggunaan digital marketing dan meningkatkan penjualan di era globalisasi.
- b. Bagi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya untuk menginformasikan tentang pengoptimalisasian penggunaan digital marketing di era globalisasi sebagai acuan dalam dunia pembelajaran
- c. Bagi Mahasiswa menumbuhkan rasa interaksi sosial yang lebih terhadap pelanggan di dunia kerja.

1.3.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian tersebut :

- a. Untuk mengoptimalkan penggunaan digital marketing dalam meningkatkan penjualan di era globalisasi.
- b. Untuk meningkatkan penjualan perumahan subsidi .

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek Dilaksanakan :

Pada pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan kami pada Semester Genap ini berlangsung selama 1 bulan, dari tanggal 16 Agustus 2021 sampai tanggal 16 September 2021. Dimana hari kerja di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan KP

No	Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
1	Senin – Sabtu	08.30 – 16.00	12.00 – 13.00

Tabel 1.2 Jadwal KP di
Bulan Agustus

Agustus 2021						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Tabel 1.3 Jadwal KP di Bulan September

September 2021						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

 : Hari Libur Nasional

 : Hari Kerja

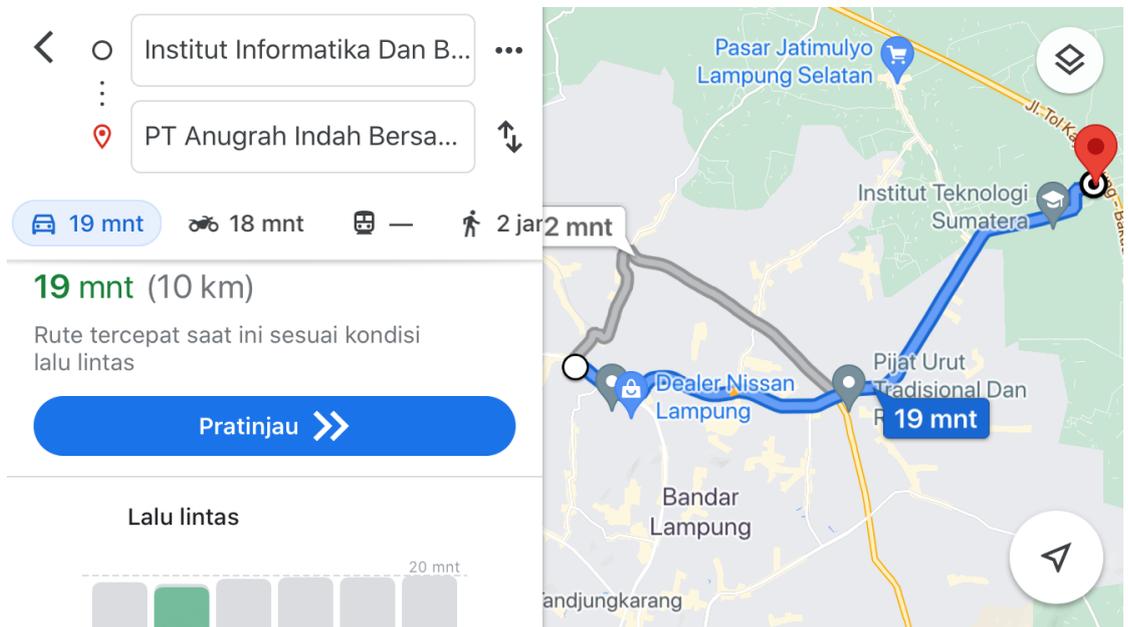
1.4.2 Tempat Pelaksanaan

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung atau biasa disingkat PT. Aibla merupakan salah satu perusahaan property yang terpercaya dibidang pengembangan perumahan yang beralamat di Jalan Lapas Narkotika GG. Idup, Way huwi, Lampung Selatan .

Jarak waktu tempuh dari Kampus IIB Darmajaya ke Kantor PT. Anugrah Indah Bersama Lampung adalah 19 menit. Berikut lokasi PT. Anugrah Indah Bersama Lampung menurut Google Maps yang ditampilkan pada gambar 1.2



Gambar 1.1 Kantor PT. Anugrah Indah Bersama Lampung



Gambar 1.2 lokasi dari IIB Darmajaya ke PT. Anugrah Indah Bersama Lampung

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara ringkas permasalahan dalam penulisan Laporan Kerja Praktek ini, dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yang bertujuan untuk mempermudah pembaca menelusuri dan memahami isi Laporan Kerja Praktek antara lain sebagai berikut :

a. Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar, ruang lingkup kerja Program KP, manfaat, tujuan, waktu dan tempat pelaksanaan serta sistematika penulisan.

b. Bab II Gambaran Umum Perusahaan

Menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan lokasi dan struktur organisasi di tempat Kerja Praktek dilaksanakan

c. Bab III Permasalahan Perusahaan

Bab ini menjelaskan permasalahan yang dihadapi perusahaan dalam di era globalisasi, dari temuan masalah, perumusan masalah, kerangka pemecahan masalah, landasan teori yang berhubungan dengan masalah hingga dengan metode yang digunakan dan rancangan program yang akan dibuat dalam masalah yang dihadapi.

d. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini menjelaskan hasil dari metode dan program yang dijalankan membahas implementasi dari program-program tersebut.

e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berkaitan dengan analisa dan optimalisasi system berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

f. Daftar pustaka

Menyantumkan sumber data landasan teori.

g. Lampiran

Melampirkan foto dan data yang terkait Laporan Kerja Praktek.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung atau biasa disingkat PT.AIBLA merupakan salah satu perusahaan property yang terpercaya dibidang pengembangan perumahan, pembangunan (kontraktor) serta konsultan yang memberikan kepuasan kepada anda untuk berinvestasi . Perusahaan ini berdiri sejak tanggal 11 Maret 2019 yang dipimpin oleh Bapak Rasiman, yang beralamat di Jl. Lapas Narkotika GG. Idup, Way Hui, Lampung Selatan.

Perusahaan ini memberi layanan dari mulai lokasi rumah yang strategis, desain yang inovatif dan kreatif serta konsumen di berikan kemudahan dalam membayar dengan uang muka dan angsuran yang mudah . Perusahaan ini berkomitmen untuk membangun rumah hunian yang nyaman dan menyenangkan bagi penghuninya. Dan juga memberikan pelayanan yang baik serta membuat hunian yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri.

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung berkedudukan di Kabupaten Lampung Selatan , telah diterima dan di catat di dalam Sistem Administrasi Badan Hukum.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 VISI

Mewujudkan perumahan sebagai hunian yang aman, nyaman, asri, harmoni sesuai kebutuhan masyarakat.

2.2.2 MISI

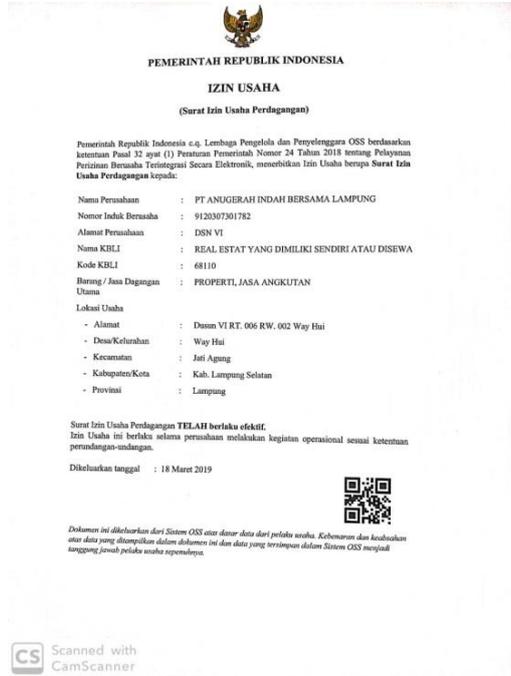
1. Memberi solusi property bagi masyarakat.
2. Mengutamakan komitmen servis dan kejujuran dalam berbisnis.
3. Membangun sumber daya manusia yang berkompeten dan berintegritas.
4. Mendukung program pemerintah dalam rangka ketersediaan perumahan bagi masyarakat

2.3 Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan

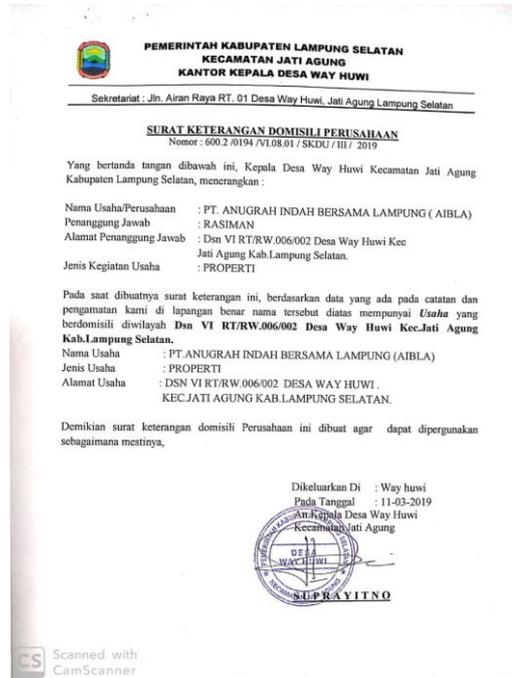
PT. Anugrah Indah Bersama Lampung merupakan usaha yang bergerak di bidang perdagangan / Property. Perusahaan ini telah berhasil menjual 3 lokasi perumahan subsidi. Yang pertama Perumahan Jati Indah Permai dengan jumlah 28 unit yang terletak di Dusun Va Desa Jati Sari, Kec. Jati Agung, Kab.Lampung Selatan. Yang kedua, Perumahan Jati Indah Permai 2 dengan jumlah 50 unit terdiri dari perumahan dan kavlingan.

Dan yang ketiga yaitu Perumahan Jati Indah Permai 3 dengan jumlah 46 unit + Fasum yang terletak di Desa Banjar Agung,Kec.Jati Agung,Kab.Lampung Selatan.

Berikut saya lampirkan Surat Izin Usaha PT. Anugrah Indah Bersama Lampung :



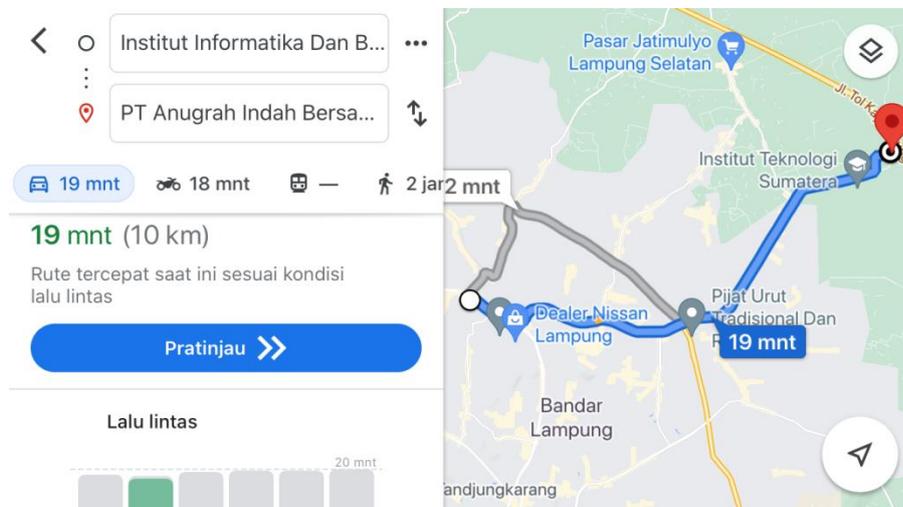
Gambar 1.3 Surat Izin Usaha Domisili Perusahaan



Gambar 1.4 Surat Keterangan Domisili Perusahaan

2.4 Lokasi Perusahaan

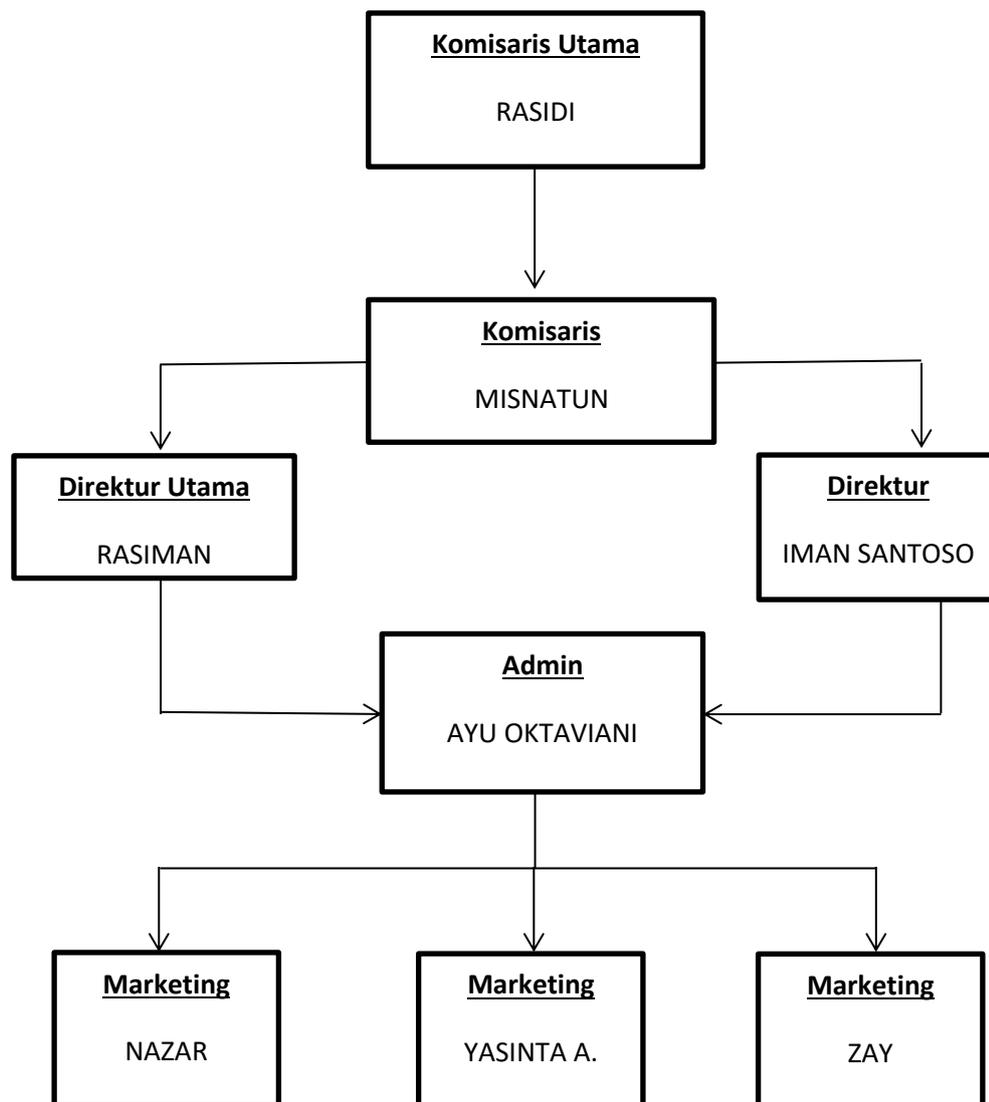
Berlokasi di Jalan Lapas Narkotika GG. Idup, Way huwi, Lampung Selatan



Gambar 1.5 Jarak dan Waktu tempuh dari IIB Darmajaya menuju
PT.AIBLA

2.5 Struktur Organisasi

Berikut susunan struktur organisasi di PT. Anugrah Indah
Bersama Lampung :



Uraian Tanggung Jawab Setiap Bagian/Unit :

1. Komisaris Utama

- a. Melakukan pengawasan terhadap pengurus perusahaan yang dilakukan oleh direksi.
- b. Menyetujui rencana perusahaan yang akan di ajukan oleh pemimpin perusahaan.
- c. Memberi masukan-masukan yang berguna bagi perusahaan.

2. Direktur

- a. Memimpin perusahaan dengan merupakan kebijakan-kebijakan perusahaan.
- b. Memilih, menunjuk dan mengevaluasi kinerja dari manajer dan karyawan.
- c. Memastikan ketersediaan sumber daya.

3. Admin

- a. Membuat agenda kantor
- b. Entry data perusahaan
- c. Melakukan arsip data

4. Marketing

- a. Bertugas memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b. Melayani konsumen.
- c. Merencanakan produk

BAB III

Permasalahan Perusahaan

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

Masalah yang dihadapi perusahaan saat ini adalah bagaimana caranya untuk mengoptimalkan penggunaan digital marketing di era globalisasi untuk meningkatkan pemasaran penjualan perumahan subsidi .

3.1.1 Temuan Masalah

Penerapan pemasaran digital yang efektif dalam bisnis properti terletak pada penyusunan formasi kanal dan alat digital marketing, bukan sekaligus menjalankan semuanya. Dalam menerapkan prinsip-prinsip digital marketing, kita penentu dan pengatur formasinya. Kita lihat kanal digital marketing mana yang sedang mengalami performa bagus, itu yang dimainkan. Tidak semua kanal pemasaran digital dalam mempromosikan suatu properti harus dimainkan. Jika semuanya dimainkan, itu justru tidak efektif. Dalam menentukan formasi kanal digital marketing yang akan dimainkan, pelaku usaha harus memulainya dari pembentukan konten digital marketing. Setelah konten menciptakan umpan, pelaku usaha perlu mempertimbangkan akan disebar ke kanal digital marketing mana umpan tersebut, apakah Youtube, Facebook, atau lainnya. Selepas itu, ditetapkan apakah konten itu disebar melalui situs atau kanal sosial media seperti Whatsapp. Terakhir, pelaku usaha juga perlu mempertimbangkan jenis digital marketing yang akan ditempatkan sebagai garda depan, apakah melakukannya secara organik atau mengedepankan promosi melalui iklan digital. Kedua tipe ini memiliki keunggulan dan kelemahannya

masing-masing. Kalau secara organik, langkah ini berjalan pelan namun pasti dalam promosi serta menjaring prospek. Apabila menggunakan iklan, promosi akan berjalan cepat dan dalam waktu singkat menjaring prospek bisnis, tetapi jenis promosi ini perlu dukungan anggaran yang memadai.

3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah yang akan di kaji adalah caranya untuk mengoptimisasikan penggunaan digital marketing di era globalisasi untuk meningkatkan pemasaran penjualan perumahan subsidi di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung.

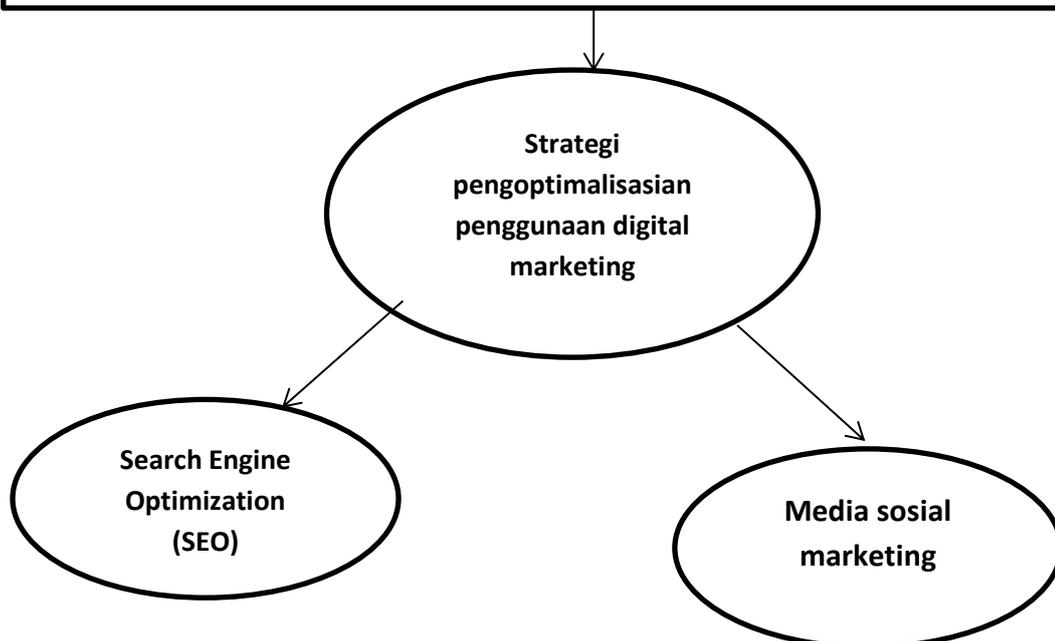
3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

LATAR BELAKANG

1. Perkembangan teknologi yang semakin canggih.
2. Mempromosikan suatu produk dengan menggunakan aplikasi berbasis digital/ berbasis online.
3. Era baru digital marketing telah masuk ke dalam praktik kehidupan masyarakat modern.
4. Dengan adanya perkembangan teknologi, strategi marketing pun ditingkatkan menjadi strategi marketing online. Strategi marketing online didukung oleh internet dan media baru
5. Strategi penjualan online dapat ditingkatkan dalam media dan platform penjualan online.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana cara mengoptimalkan penggunaan digital marketing di era globalisasi untuk meningkatkan pemasaran penjualan perumahan subsidi di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung?
2. Bagaimana strategi / cara mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih untuk mempromosikan suatu produk menggunakan aplikasi berbasis digital/berbasis online ?



3.2 Landasan Teori

3.2.1 Pengertian Digital Marketing

Menurut (Gary, Wong, Philip Kotler, & John Saunders, 2008) Pemasaran adalah mengelola hubungan pelanggan dengan menguntungkan. Tujuan ganda dari pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dan tumbuh dengan memberikan kepuasan. *E-Marketing* atau *Digital Marketing* menurut (Chaffey & Mayer, 2009) adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti *web*, *e-mail* dan media nirkabel, tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan. Saat ini semuanya menjadi elektronik. *marketer* menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan usaha. E-marketing menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan proses nilai kepada pelanggan yang menggunakan sistem teknologi informasi, dan untuk mengelola dan memelihara hubungan dengan pelanggan untuk mendapatkan manfaat bagi organisasi atau perusahaan dengan para stakeholder (J.a.F.R.Strauss, 2009). E-marketing menggunakan metode teknologi informasi ke dalam prinsip-prinsip pemasaran tradisional.

Dalam jurnal (Hidayat & Tobing, 2012) di katakan bahwa pemasaran dengan *digital marketing* mempunyai kaitan yang sangat kuat. jika seseorang mulai mengeksplorasi bisnis pemasaran melalui internet ia akan segera menemukannya bahwa daripada mencari beberapa pelanggan, dia sekarang akan memiliki kemampuan untuk mencapai jutaan pelanggan dari pendekatan global

dan kelompok yang lebih spesifik dan juga dari pelanggan yang lebih dekat dengannya juga, daya tarik juga lebih luas daripada bisnisnya yang di miliki sebelumnya. Dia bisa menggunakan media sosial sebagai pasar, dan juga memiliki pasar yang ditargetkan.

3.2.2 Digital Marketing di Era Globalisasi

Promosi adalah usaha untuk memberikan info atau menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan menarik minat calon konsumen untuk membeli atau menggunakannya. Dengan adanya promosi, produsen maupun distributor mengharapkan adanya peningkatan penjualan dan perputaran barang. Promosi merupakan salah satu cara intensif jangka pendek untuk melakukan interaksi dengan pelanggan (Philip Kotler et.al, 2013). Salah satu promosi yang dapat kita gunakan adalah Digital marketing.

Digital Marketing didefinisikan sebagai sebuah alat yang membentuk hubungan, sebuah medium untuk mempertemukan dan memfasilitasi interaksi dari para penjual dan pembeli (Berthon, Pitt, & Watson) (1996). Digital Marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasarpasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.

Penggunaan informasi digital memberikan manfaat bagi masyarakat, efisiensi, kenyamanan, informasi yang lebih relevan, harga bersaing, dan pengurangan biaya (Bayo-Morlones & Lera-Lopez, 2007). Digital Marketing tentunya sangat bermanfaat bagi sebuah perusahaan, perbedaan ini dapat kita lihat

dari penggunaan yang efektif dari Digital Marketing, para pelanggan pun dapat merespon kepada perusahaan secara langsung (Mangold & Faulds, 2009). Digital Marketing sangat mudah untuk dipahami, hal ini menyebabkan banyak sekali pengguna dan pengembangan Digital Marketing juga sangat pesat. Digital Marketing juga sangat mudah beradaptasi dengan keinginan user (Varbanova,2013).

Digital Marketing turut menggabungkan faktor psikologis, humanis, antropologi, dan teknologi yang akan menjadi media baru dengan kapasitas besar, interaktif, dan multimedia. Sebuah perusahaan dinyatakan berhasil menerapkan Digital Marketing adalah ketika perusahaan tersebut memiliki feedback yang baik dari para user. Dengan begitu, pesan-pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada user pun dapat diterima dengan baik melalui media digital, yang bertujuan untuk memberikan info dan mempromosikan produk maupun jasa dari perusahaan tersebut.

Eun Young Kim (2002) menetapkan empat dimensi Digital Marketing. Empat dimensi Digital Marketing adalah variabel independen yang membantu keberhasilan usaha sebagai variabel dependen. Empat dimensi tersebut yang dikenal sebagai berikut:

- a) Interactive
- b) Incentive Programs
- c) Site design
- d) Cost

1. Interactive

Interaksi adalah keadaan dimana terdapat 2 manusia melakukan kontak baik verbal maupun non-verbal. Interaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal ini menyebabkan tingginya tingkat interaksi antar satu manusia dengan manusia lain. Digital Marketing yang baik adalah ketika hal tersebut dapat memberikan info dan dapat diterima oleh konsumen dengan baik dan jelas.

2. Incentive Programs

Program-program yang menarik tentu menjadi keunggulan dalam setiap promosi yang dilakukan. Disini Digital Marketing diharapkan memiliki program yang dapat memotivasi dan memberikan dorongan kepada para konsumen untuk meningkatkan minat membeli mereka. Program-program ini juga diharapkan agar dapat memberikan nilai yang lebih kepada perusahaan.

3. Site Design

Tampilan menarik merupakan senjata dalam menghadapi persaingan, dalam dunia internet, tampilan situs yang eye-catching akan memberikan nilai positif kepada para konsumen dan dapat meningkatkan banyaknya pelanggan. Design yang unik dan menarik juga dapat digunakan sebagai identitas sebagai perusahaan dimana mereka memberikan value yang menghargai para konsumen dengan mendesain situs mereka dengan cakap.

4. Cost

Promosi tentunya memakan biaya yang tidak sedikit dimana seringkali menjadi beban sebuah perusahaan, Digital Marketing merupakan salah satu teknik promosi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi. Digital Marketing dapat menekan cost yang dikeluarkan secara drastis. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan yang berbondong-bondong belajar dan menggunakan Digital Marketing.

Pada dasarnya, digital marketing atau pemasaran digital adalah upaya pemasaran atau promosi yang dilakukan melalui perangkat elektronik atau internet. Untuk melakukan jenis pemasaran ini, sebuah bisnis dapat menggunakan mesin pencari (Google), media sosial, email, atau situs web untuk menjangkau pelanggannya.

3.3 Metode Yang Digunakan

Pada dasarnya, digital marketing atau pemasaran digital adalah upaya pemasaran atau promosi yang dilakukan melalui perangkat elektronik atau internet. Untuk melakukan jenis pemasaran ini, sebuah bisnis dapat menggunakan mesin pencari (Google), media sosial, email, atau situs web untuk menjangkau pelanggannya.

1. Search Engine Optimization (SEO)

Optimasi SEO adalah strategi untuk meningkatkan visibilitas website di halaman mesin pencari Google. Saat ini sebagian besar konsumen akan menggunakan Google untuk mencari informasi, layanan, atau pun produk. Dengan melakukan strategi SEO maka website Anda bisa mendapatkan peringkat

yang tinggi di Google sehingga membuka peluang besar untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan.

Beberapa strategi SEO yang bisa Anda lakukan pada website Anda adalah seperti link building, penggunaan keyword relevan, memastikan web sudah mobile friendly, dan masih banyak lagi.

2. Media sosial marketing

Penggunaan media sosial mengalami peningkatan selama masa pandemi karena orang-orang melakukan social distancing untuk mencegah penularan virus. Melihat tren penggunaan media sosial di masa pandemi ini, pemilik bisnis dan marketing seharusnya dapat menjadikannya sebagai peluang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan baru. Salah satu platform media sosial yang sedang populer dan digunakan banyak orang untuk pemasaran digital adalah adalah TikTok. Selain itu, beberapa platform media sosial lain yang bisa digunakan adalah Facebook, Instagram, dan Youtube. Selama masa pandemi ini, orang-orang tertarik dengan konten yang menghibur, jadi sediakan konten pemasaran dengan tampilan yang menarik dan kreatif mungkin agar konsumen tertarik menggunakan produk Anda. Selain itu, manfaatkan juga media sosial untuk berinteraksi dengan follower sehingga bisnis Anda bisa tetap terhubung dengan pelanggan. Strategi digital marketing ini juga dapat Anda kombinasikan dengan strategi influencer marketing untuk menghasilkan lebih banyak penjualan.

Keunggulan Digital Marketing tidak seperti iklan di koran, selebaran brosur dan sebagainya, strategi pemasaran menggunakan media digital khususnya online dapat diukur secara tepat bahkan real-time. Dengan menggunakan media

digital, Anda dapat mengetahui berapa lama iklan video produk Anda ditonton, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan, dan tentunya Anda bisa mengevaluasi mana iklan yang baik dan tidak. Abilitas pemasaran digital akan tracking ini tentu sangat membantu para pebisnis dalam menghitung ROI (return of investment) dari budget marketing perusahaan. Selain faktor kemudahan evaluasi, luas jangkauan geografis juga jadi salah satu keunggulan digital marketing. Dengan memanfaatkan media digital, Anda dapat menyebarkan konten/brand produk Anda ke seluruh dunia hanya dengan beberapa kali klik. Dengan alasan ini pula, metode offline marketing lawas bahkan sudah ditinggalkan sama sekali oleh perusahaan tertentu.

- Website
- Postingan blog
- Akun media sosial
- Identitas brand (logo, company profile)
- Jejak online (review/feedback dari pelanggan dll.)

Jika kita sudah memiliki beberapa aset di atas, yang perlu kita lakukan adalah mengoptimalkan aset-aset tersebut untuk membangun brand yang kita miliki. Semisal untuk website dan blog bisnis, tulislah secara berkala artikel yang akan menarik calon pelanggan Anda. Atau melalui sosial media seperti instagram, maka buatlah foto dan video pendek yang menarik dan share-able.

Cara memulai Digital Marketing :

Jika kita berbicara digital marketing, sebagaimana sudah diulas pada tulisan di atas, spektrum ini sangatlah luas. Oleh karenanya, penting bagi seorang digital

marketer untuk tahu teknik dan resource yang dibutuhkan sebuah perusahaan agar pemasaran digital dapat berjalan dengan baik. Salah satu elemen penting dalam digital marketing adalah aset, kenali apa aset digital yang Anda miliki, dan mulailah untuk fokus dalam beberapa aset saja sebagaimana telah disinggung pada tulisan cara memulai bisnis di media sosial.

3.4 Rancangan Program Yang Akan Dibuat

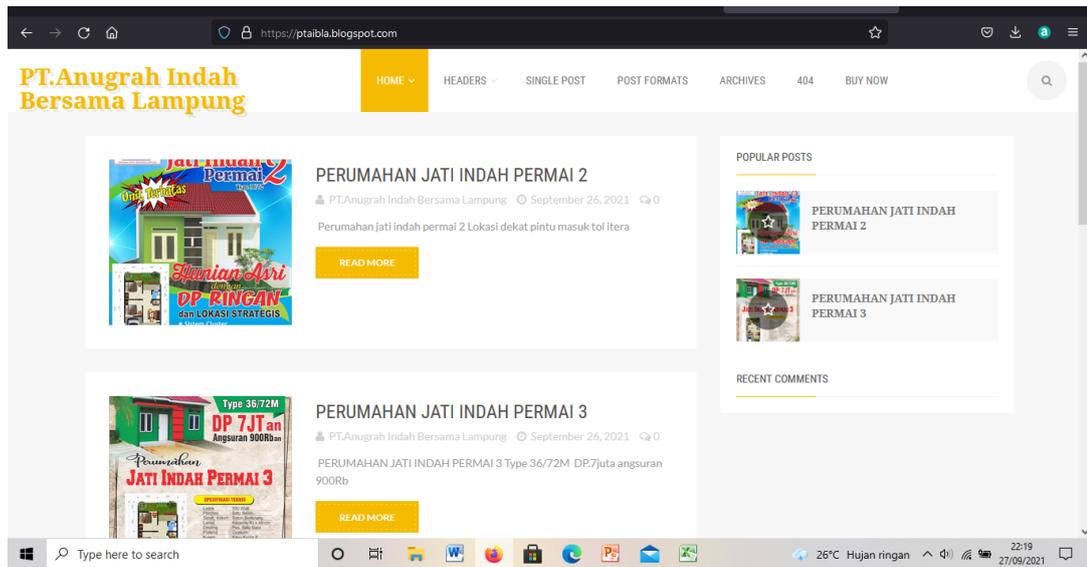
Dari semua uraian diatas , maka saya berinisiatif ingin menyewa perusahaan pemasaran digital yang menawarkan layanan pemasaran digital seperti SEO, manajemen media sosial, dan desain web. Seperti kebanyakan hal di dunia bisnis, jika Anda tidak memiliki strategi digital marketing, mungkin sulit untuk menentukan apakah Anda menghabiskan waktu (dan uang) untuk jenis kegiatan pemasaran yang tepat. Dan juga misalnya membuat platform seperti instagram,facebook,marketplace,dll.

Berikut saya lampirkan beberapa media social yang sudah saya buat sebagai media digital untuk mengoptimalkan penjualan perumahan subsidi di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung :

1.Blogger

Blog adalah website berupa media online yang berisi konten dalam bentuk artikel, video, dan foto yang dikelola oleh seorang blogger atau beberapa penulis sekaligus. Topik yang ditampilkan pada blog biasanya fokus pada satu bidang tertentu. Misalnya lifestyle, finance, kesehatan, teknologi, kuliner, dan sebagainya. Disini saya fokus pada bidang Property.

Berikut saya lampirkan screen shoot dari blog PT.Aibla :

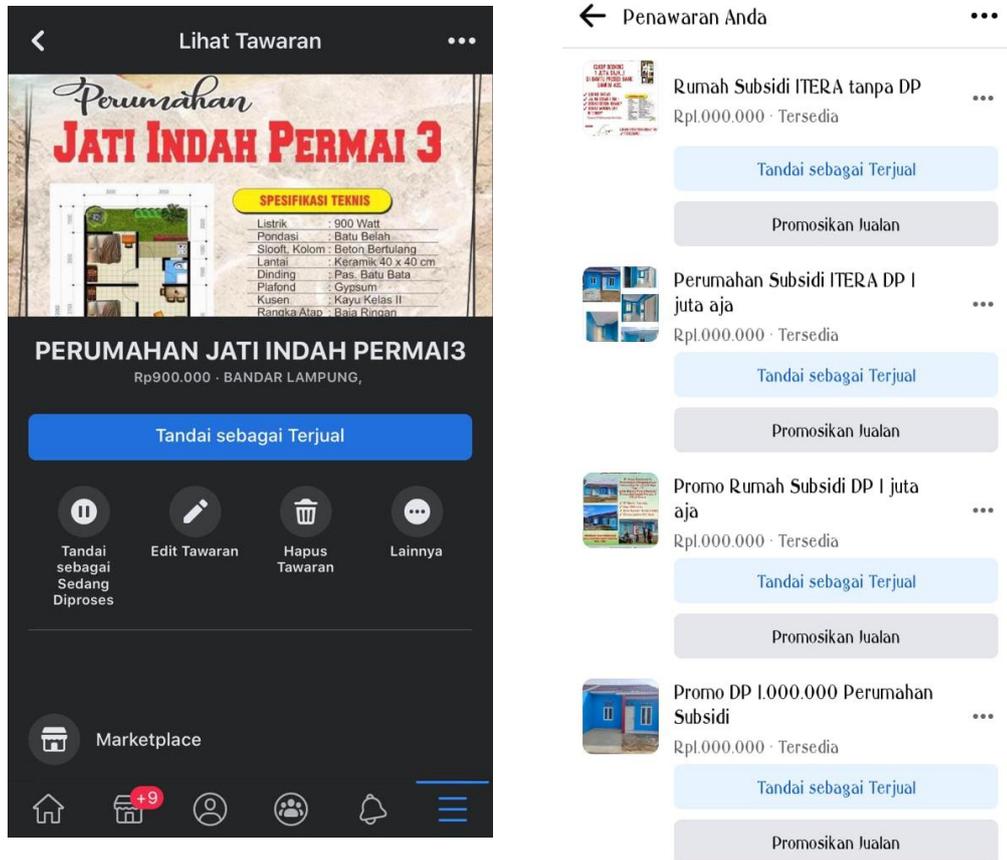


Gambar 1.6 Screen Shoot Blog PT. Anugrah Indah Bersama Lampung

2. Facebook / Marketplace

Facebook marketplace adalah sebuah fitur di Facebook untuk promosi atau berjualan secara lokal. Artinya, ketika Anda posting jualan di Facebook marketplace, hanya akan ditampilkan orang – orang disekitar (satu kota). Marketplace di Facebook ini, cara kerjanya hampir sama seperti situs online shop OXL. Yaitu tempat yang hanya untuk promosi saja, tidak ada sistem rekber seperti Bukalapak, Shopee atau Tokopedia.

Berikut saya lampirkan screen shoot pemasaran PT.Aibla melalui marketplace di facebook :

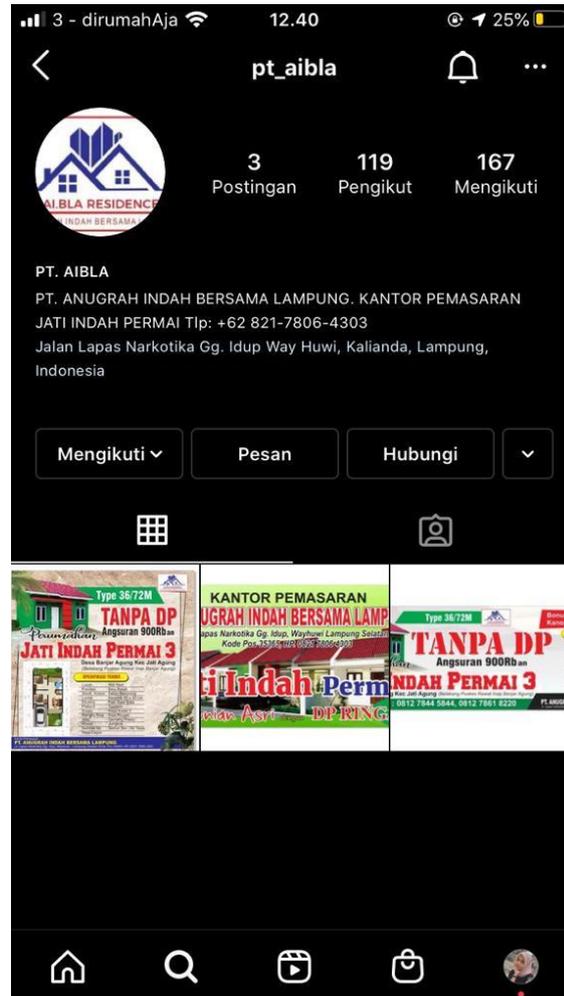


Gambar 1.7 Screen Shoot Pemasaran Perum.Jati Indah Permai 3 melalui Marketplace Facebook

3.Instagram

Instagram (disingkat IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring 26ocial, termasuk milik Instagram sendiri.

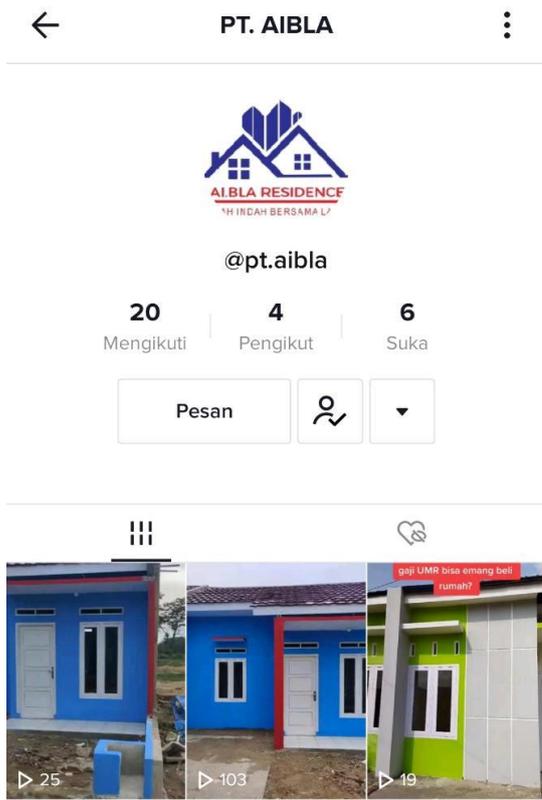
Berikut saya lampirkan screen shoot instagram PT.Aibla :



Gambar 1.8 Screen Shoot Pemasaran Perumahan Jati Indah Permai 3 di Instagram

4.TIK-TOK

TikTok dikembangkan oleh Beijing ByteDance Technology dan berasal dari Tiongkok. Dia bisa diunduh melalui Play Store untuk pengguna android dan App Store untuk pengguna iOS. Anda juga bisa membukanya melalui PC. Dengan tiktok kita bisa mempromosikan produk dagangan kita. Karna saat ini banyak kaum muda mudi baik anak-anak,dewasa,remaja,dan orang tua yang bermain aplikasi tiktok. Dengan begitu akan banyak orang yang melihat produk kita.



Gambar 1.9 Screen shoot akun tiktok PT.Aiba

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Digital marketing sejatinya sudah ada di PT.Anugrah Indah Bersama Lampung, tetapi belum sempurna dalam penggunaannya. Di era globalisasi ini promosi menggunakan digital marketing memegang peran yang sangat berguna dan menguntungkan.

Dan dengan menerapkan empat dimensi Digital Marketing membantu keberhasilan usaha sebagai variabel dependen.

Empat dimensi tersebut yang dikenal sebagai berikut:

a) Interactive

Dengan adanya interaksi baik verbal maupun non-verbal dengan konsumen mampu meningkatkan informasi yang baik dapat diterima oleh konsumen dengan baik dan jelas. Sehingga konsumen dapat memahami tentang produk yang ditawarkan.

b) Incentive Programs

Dengan menerapkan program yang menarik membuat penjualan lebih meningkat. Seperti mengadakan promo DP, Free tralis, Free Kanopi,dll.

c) Site design

Design yang unik dan menarik juga dapat digunakan sebagai identitas sebagai perusahaan dimana mereka memberikan value yang menghargai para

konsumen dengan mendesain situs mereka dengan cakup. Seperti mendesain brosur, iklan di marketplace, blogger,dll.

d) Cost

Promosi tentunya memakan biaya yang tidak sedikit dimana seringkali menjadi beban sebuah perusahaan, Tetapi dengan mengeluarkan biaya untuk promosi tidak ada ruginya, karna dapat membantu penjualan juga.

Ada beberapa hasil kerja yang didapatkan di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung setelah mengoptimalisasikan penggunaan digital marketing dalam proses penjualan perumahan subsidi , yaitu :

- a. Dengan adanya iklan di Sosial Media terbantu dalam pencapaian target perusahaan. Banyak konsumen yang melihat iklan dan langsung mengecek lokasi perumahan.
- b. Mendapatkan konsumen lebih banyak
- c. Dapat memahami kebiasaan baru konsumen.

4.2 Pembahasan

Tidak dapat dipungkiri bahwa penyebab utama kemajuan di era globalisasi ini dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan dalam teknologi informasi. Kehadirannya telah memberikan dampak yang sangat besar untuk kehidupan manusia di jaman sekarang ini. Jaman dahulu, dalam menyampaikan informasi membutuhkan waktu berhari-hari, saat ini semua informasi dapat dikirim hanya dengan hitungan detik. Keadaan tersebut membuktikan bahwa teknologi dapat merubah sesuatu yang belum tentu dapat dilakukan menjadi sebuah kenyataan. Kebutuhan akan teknologi, baik itu teknologi informasi maupun komunikasi

sangat tinggi. Semua individu sangat membutuhkan teknologi untuk mempercepat perkembangan baik untuk individu itu sendiri maupun kelompok. Tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi.

Era Globalisasi merupakan dimana pada era ini penggunaan teknologi menjadi mudah dan penggunaan teknologi sendiri menjadi daya tarik suatu kemajuan negara. Negara akan dikatakan maju jika negara tersebut dapat memiliki tingkat penggunaan teknologi tinggi atau high technology.

Kemajuan teknologi sendiri merupakan suatu yang tidak bisa dipungkiri untuk kehidupan manusia. Karena pada perkembangan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan akan sains society atau ilmu pengetahuan. Teknologi memberikan banyak manfaat kepada manusia dengan memudahkan urusan-urusan dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi juga juga dapat mengakibatkan suatu dampak buruk bagi penggunanya yang salah menggunakan teknologi tersebut..

Program yang telah di terapkan dan di optimalkan oleh PT. Anugrah Indah Bersama Lampung di era globalisasi saat ini sangat baik. Dengan mengoptimalkan penggunaan digital marketing di PT.Anugrah Indah Bersama Lampung memberikan keuntungan bagi perusahaan sebagai berikut :

- a. Tidak ada kerugian dan penurunan penjualan perumahan
- b. Penjualan tetap terjaga stabil
- c. Hubungan perusahaan dengan pelanggan semakin dekat
- d. Banyak pelanggan baru

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari semua uraian yang sudah saya buat, maka saya menarik kesimpulan bahwa cara mengoptimalkan penggunaan digital marketing di era globalisasi untuk meningkatkan pemasaran penjualan perumahan subsidi di PT. Anugrah Indah Bersama Lampung yaitu dengan cara promosi di berbagai media sosial. Bukan hanya menyebar brosur di tempat-tempat umum.

Karna di era globalisasi saat ini banyak kaum milenial yang bermain sosial media. Seperti Facebook, Instagram, Blog, Tiktok, Youtube, dll. Maka dari itu menurut saya strategi / cara mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih untuk mempromosikan suatu produk menggunakan aplikasi berbasis digital/berbasis online yaitu dengan cara membuat Blogger, Facebook / Marketplace, Instagram, Tiktok.

5.2 Saran

1. **Untuk Perusahaan** , agar dapat mengoptimalkan penjualan dengan menggunakan digital marketing di era globalisasi.
2. **Untuk IIB Darmajaya**, diharapkan untuk tetap terus dilaksanakan KP untuk mahasiswa sehingga mahasiswa mendapatkan ilmu baik secara teori maupun praktek
3. **Untuk mahasiswa yang akan melakukan KP selanjutnya**, diharapkan dapat melakukan kerja praktik di tempat yang perlu untuk dikembangkan lebih baik lagi dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

ChaffeyDave , & MayerRichard. (2009). Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Prentice Hall/Financial Times.

J.a.F.R.Strauss. (2009). *E-Marketing, 5th ED*. Pearson International.

HidayatKrisnawatiNila, & TobingRudy. (2012). *ENHANCING NETIZEN AS A DIGITAL MARKETING ACTIVITY TOWARD STRATEGIC BRANDING: A CASE STUDY OF "XYZ" BRAND*. MARKETING MANAGEMENT, 59-61.

<https://www.dosenpendidikan.co.id/digital-marketing-adalah/>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



LAMPIRAN 1. Foto Bersama Konsumen Penyerahan Uang Booking Perumahan Jati Indah Permai 3



Lampiran 2. Foto Bersama Konsumen Sedang Melakukan Akad Kredit di BTN.



Lampiran 3. Medampingi Konsumen Cek Lokasi Perumahan



Lampiran 4. Menghitung Uang Pencairan Akad Kredit Rumah



Lampiran 5. Proses Pemasangan KWH Listrik



Lampiran 6. Meeting mengenai program rumah subsidi



Lampiran 7. Proses Tanda Tangan Ajb Perumahan Jati Indah Permai 3



Lampiran 8. Proses Tanda Tangan Ajb Pembelian Perumahan Jati Indah Permai 3