

## **BAB IV PEMBAHASAN**

### **4.1 Landasan Teori**

Menurut Kotler dan Lane (2007) dalam (Lukmandaru & Istoto, 2016), Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan produk maupun jasa.

Dalam melakukan sebuah kegiatan pemasaran terdapat suatu penentuan yakni meliputi tujuan, strategi, serta taktik. Tujuannya adalah untuk menghilangkan ketidakpastian masa yang akan datang bila ada perubahan yang diakibatkan oleh situasi dan kondisi perusahaan maupun luar perusahaan seperti faktor lingkungan. Menganalisa situasi pasar kaidahnya penting agar dapat menentukan strategi yang tepat dengan mengetahui ancaman, peluang utama serta persaingan dari sebuah produk maupun jasa yang ditawarkan.

Digital marketing menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional.

Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh *marketing* tradisional. Dapat juga dikatakan “*interactive marketing*”, “*one-to-one marketing*” dan “*e-marketing*” erat kaitannya dengan “*digitalmarketing*”

Sedangkan menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2008:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords ataupun jejaring sosial. Penerapan teknologi digital dapat melalui berbagai inovasiterbaru seperti feed dan podcast yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

## **4.2 Analisa**

### **4.2.1 Project Pembuatan Konten Sosial Media**

Tim Sales Force harus memiliki pengetahuan dan wawasan mendalam mengenai instansidan Program Studi Sistem Informasi. Perekrutan secara mendadak menjadi salah satu permasalahan dalam kinerja tim Sales Force. Hal ini membuat tim pelayanan Sales Force masih terkesan tidak teratur atau kurang siap. Oleh sebab itu perekrutan tim Sales Force harus melalui proses pembekalan, pelatihan dan simulasi agar setiap anggota tim memiliki pemahaman dan wawasan yang sama sehingga dapat meminimalisir kebingungan disaat melakukan pelayanan juga memiliki sikap sempurna yang memenuhi standar seorang digital marketing. Pelatihan ini dapat dilakukan secara *virtual* dalam jaringan maupun secara tatap muka.

### **4.2.2 Project Pemasaran Konvensional**

Promosi marketing perlu kreatif namun juga tetap simple, dimana tersedia berbagai informasi dimana informasi tersebut terfokuskan, seperti informasi mengenai fasilitas kampus, Program Studi, tenaga pendidik, akreditasi, kegiatan mahasiswa ditampilkan dalam secara khusus. Dan penawaran terbaru harus muncul terpampang secara jelas, pada saat calon mahasiswa melihat flyer marketing Program Studi Sistem Informasi.

### **4.2.3 Project WhatsApp Blast dan Follow Up**

Pengelolaan database calon mahasiswa sangat penting untuk meningkatkan efektifitas pemasaran digital. Database harus selalu dipantau, nomor whatsapp yang valid dan tidak valid perlu di pisahkan agar tim Sales Force dapat fokus melakukan *wa blast* pada nomor yang aktif saja. Hal ini dikarenakan proses whatsapp *blasting* memerlukan waktu yang lumayan lama, sehingga jika tim PMB tidak mengelompokkan nomor-nomor tersebut akan membuang waktu dan tidak efektif. Respon positif dari whatsapp *blasting* harus di data dengan baik dan eksekusi dengan segera dilakukan *follow-up*.

Namun tidak semua orang mengetahui website maupun media sosial Program Sistem Sistem Informasi IIB Darmajaya maka saat ini metode yang cukup efektif untuk menjangkau calon mahasiswa adalah dengan pesan siaran whatsapp dan Pembuatan konten media sosial TikTok. Dengan melakukan pemasaran lebih baik jika kontennya bervariasi dan tidak hanya mengenai promo, karena hal tersebut dapat membuat calon pelanggan merasa bosan maupun kesal dan berdampak pada calon pelanggan yang akhirnya memblokir dan mengabaikannya. Informasi promo dapat diselingi dengan *broadcast* informasi menarik seputar fasilitas kampus, program studi, tim pengajar, kegiatan di kampus dll yang dibuat semenarik mungkin agar calon pelanggan tidak merasa bosan.

Tim Sales Force pun juga membuat konten live podcast via TikTok, namun hal ini perlu di tinjau kembali agar dapat menjangkau banyak *audience*. Materi podcast perlu menarik, berbicara mengenai fenomena terkini dan digemari calon mahasiswa, seperti berbicara mengenai tips menjadi mahasiswa berprestasi, softskill dan hardskill yang dibutuhkan saat ini, dan lainnya seputar perkuliahan.