

**STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI
MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM PENGENALAN
APLIKASI E-COMMERCE BANTUBELI PRODUKSI
PT. REKAYASA APLIKASI DIGITAL**



RAFI NAUFAL AMMARIYANDHI

NIM: 1805311101

**LAPORAN TUGAS AKHIR
HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN
Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Diploma III Politeknik
PROGRAM STUDI DIII ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2021**



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Rafi Naufal Ammariyandhi
NIM : 1805311101
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Facebook Dalam Pengenalan Aplikasi E-Commerce Bantubeli Produksi PT. Rekayasa Aplikasi Digital

Depok, September 2021

Pembimbing I

Dr. M. Ikhsan., M.Si

NIP. 196309131988031002

Pembimbing II

Hafnizah Amir, S.Sos., M.Si

NIP. 196002261989032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Dra. Lis Mariam., M.Si

NIP. 196501311989032001

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rafi Naufal Ammariyandhi
NIM : 1805311101
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Facebook

Bantubeli : Dalam Pengenalan Aplikasi E-Commerce
Produksi PT. Rekayasa Aplikasi Digital

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 13 September 2021
Waktu : 08.15 – 09.15

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. M. Ikhsan., M.Si (*Ikhsan*)
NIP : 196309131988031002
Penguji I : Riskon Ginting, S.E., M.Si (*Riskon*)
NIP : 196310161990031009
Penguji II : Ni Made Widhi S, SE., M.M (*Ni Made*)
NIP : 196405071992012001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Laporan tugas akhir ini berjudul “**Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Facebook Dalam Pengenalan Aplikasi E-Commerce Bantubeli Produksi PT. Rekayasa Aplikasi Digital**” disusun untuk melengkapi persyaratan kelulusan Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Periode 2021 – 2025.
3. Titik Purwinarti, S.Sos., M. Pd selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2017 – 2021.
4. Taufik Akbar, S.E., M.S.M selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis.
5. Dr. Narulita Syarweni, S.E., M.E selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Periode 2017 – 2021.
6. Dr. M. Ikhsan, M.Si selaku dosen pembimbing materi tugas akhir yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulisan tugas akhir.
7. Hafnizah Amir, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing teknis tugas akhir yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulisan tugas akhir.
8. Seluruh dosen Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Teristimewa kepada keluarga yang tiada hentinya memberikan doa, semangat, dukungan moril dan finansial untuk penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan laporan tugas akhir.
10. Sahabat dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis sangat mengharapkan saran atau kritik yang sifatnya membangun dan bermanfaat untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga Laporan Tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 10 September 2021

Rafi Naufal Ammariyandhi
Penulis

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penulisan	3
1.4. Manfaat Penulisan	3
1.5. Metode Pengumpulan Data	4
1.6. Metode Analisis Data	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Strategi Pemasaran	6
2.3 Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	8
2.4 Strategi Pemasaran Digital	9
2.5 Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial (<i>Social Media Marketing</i>) ...	10
2.6 Pemasaran Melalui Facebook.....	12
BAB III	14
3.1 Profil Perusahaan.....	14
3.2 Lokasi Perusahaan	15
3.3 Visi dan Misi Perusahaan	15
3.3.1 Visi.....	15
3.3.2 Misi	15
3.4 Tugas Bagian Marketing Media Sosial	16
3.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	17

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV	18
4.1. Bentuk marketing digital yang digunakan PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan aplikasi e-commerce Bantubeli melalui media sosial facebook	20
4.1.1. Unggahan (<i>Feeds</i>)	20
4.1.2. Menggunakan Fitur <i>Live Chat</i>	25
4.1.3. Mengadakan Kontes (<i>Challenge</i>).....	25
4.1.4. Menggunakan jasa <i>influencer</i> untuk membantu pemasaran	26
4.1.5. Menggunakan <i>Facebook Ads</i> untuk membantu kegiatan promosi .	26
4.1.6. Penawaran Menarik.....	27
4.2. Kendala yang dialami selama proses pemasaran digital <i>e-commerce</i> Bantubeli melalui media sosial facebook	30
4.3. Keterbatasan penggunaan strategi digital marketing dalam memasarkan aplikasi e-commerce Bantubeli melalui media sosial facebook.....	31
BAB V.....	34
5.1. Kesimpulan	34
5.2. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Perusahaan	14
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Rekayasa Aplikasi Digital (Rapdig).....	17
Gambar 4.1 Perkenalan Aplikasi	21
Gambar 4.2 Peringatan Hari-hari Besar	22
Gambar 4.3 Tips dan Trik 1	22
Gambar 4.4 Tips dan Trik 2	22
Gambar 4.5 Resep Makanan dan Minuman 1	23
Gambar 4.6 Resep Makanan dan Minuman 2	23
Gambar 4.7 Pemilihan Masakan Berdasarkan Angka	24
Gambar 4.8 <i>Facebook Live Chat</i>	25
Gambar 4.9 <i>Facebook Ads</i>	26



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbandingan Teori & Praktek Pemasaran Digital Bantubeli..... 27





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Wawancara	33
Lampiran 2 Rencana Konten Media Sosial.....	34





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berbagai cara dipakai oleh perusahaan dalam memasarkan produknya, salah satunya adalah dengan menggunakan pemasaran digital (*digital marketing*). Pemasaran digital semakin banyak digunakan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang ditandai dengan semakin meluasnya penggunaan internet di masyarakat. Pemasaran secara digital saat ini dijadikan pilihan utama bagi berbagai perusahaan. Pemasaran digital atau *digital marketing* merupakan salah satu strategi dalam marketing yang menggunakan media digital untuk membantu kegiatan pemasaran secara efektif kepada semua orang. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen sebanyak-banyaknya secara cepat.

PT. Rekayasa Aplikasi Digital adalah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi (TI) dan pembuatan web (*web programing*). Perusahaan tersebut saat ini sedang membuat proyek pembuatan aplikasi belanja *online* bernama Bantubeli. Untuk membantu perusahaan dalam memasarkan proyek yang telah dibuat, perusahaan ini mempunyai bidang marketing untuk membantu mempromosikan produknya kepada masyarakat.

Bantubeli ini merupakan sebuah *e-commerce* yang digunakan untuk penjualan produk berupa makanan, diantaranya makanan siap saji, *frozen food*, dan berbagai macam olahan daging seperti bebek dan ayam. Aplikasi *e-commerce* Bantubeli memiliki berbagai keunggulan dibanding aplikasi yang sejenis. Diantara keunggulannya adalah ketersediaan barang langsung dari toko *frozen food* terdekat, pesanan langsung diantar sampai ke tempat tujuan tanpa



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

harus mengunjungi toko, dan kemudahan berbelanja dengan sistem pembayaran digital nontunai yang bisa di lakukan secara *online*. Oleh karena itu, aplikasi *e-commerce* Bantubeli sangat bermanfaat bagi rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan pangan.

Namun sejak saat dimulainya peluncuran aplikasi *e-commerce* Bantubeli pada 7 April 2021 hingga saat ini, aplikasi Bantubeli masih belum banyak digunakan masyarakat. Hal ini disebabkan karena masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* buatannya, diantaranya adalah kurang efektifnya strategi pemasaran digital yang digunakan untuk menjangkau pasar agar lebih tertarik, serta kurang intensifnya pemasaran digital melalui *platform* media sosial. Saat ini PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* buatannya menggunakan beberapa media sosial, diantaranya facebook, instagram, youtube, twitter, dan tiktok. Namun pada tugas akhir ini penulis hanya akan membahas strategi pemasaran digital melalui media sosial facebook yang digunakan PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan produknya yang berupa aplikasi *e-commerce* Bantubeli, yang penulis tuangkan dalam laporan tugas akhir ini.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Bentuk-bentuk *digital marketing* apakah yang diterapkan oleh PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* Bantubeli melalui media sosial facebook?
- b. Kendala-kendala apakah yang dialami oleh PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* Bantubeli melalui media sosial facebook?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. Keterbatasan-keterbatasan apakah yang ada dalam penggunaan strategi digital marketing dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* Bantubeli melalui media sosial facebook yang diterapkan PT. Rekayasa Aplikasi Digital?

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk:

- a. Mengetahui bentuk-bentuk *digital marketing* yang diterapkan oleh PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* Bantubeli melalui media sosial facebook.
- b. Mengetahui kendala-kendala yang dialami oleh PT. Rekayasa Aplikasi Digital dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* Bantubeli melalui media sosial facebook.
- c. Mengetahui keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penggunaan strategi digital marketing dalam memasarkan aplikasi *e-commerce* Bantubeli melalui media sosial facebook yang diterapkan PT. Rekayasa Aplikasi Digital.

1.4. Manfaat Penulisan

- a. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah wawasan dalam bidang *Marketing* terutama yang berkaitan dengan proses pemasaran yang dilakukan secara digital khususnya melalui media sosial facebook.

- b. Bagi Perusahaan

PT. Rekayasa Aplikasi Digital dapat menggunakannya sebagai evaluasi untuk mengembangkan sistem pemasaran dimasa yang akan datang.

- c. Bagi Ilmu Pengetahuan

Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta, khususnya Jurusan Administrasi Niaga Program Studi Administrasi Bisnis, atau yang sedang melakukan penelitian



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dibidang *marketing*, dapat menjadikannya sebagai bahan referensi untuk pembuatan tugas akhir bertema *Marketing*.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penulisan tugas akhir ini adalah:

a. Metode Observasi

Penelitian dilakukan dengan pengalaman terjun langsung ke lapangan dan mencari informasi yang diperlukan.

b. Metode Wawancara

Pengumpulan data dan informasi didapatkan dengan melakukan sejumlah wawancara kepada narasumber dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait bidang *marketing*. (Dapat dilihat pada Lampiran 1)

c. Dokumentasi

Pengumpulan data dan informasi didapatkan berdasarkan dokumen yang bisa dijadikan sebagai bahan penelitian.

d. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dan informasi didapatkan dengan melakukan studi terhadap buku, artikel, atau jurnal yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian.

1.6. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif. Penulis menggunakan metode deskriptif dengan tujuan untuk menyajikan data dengan cara mendeskripsikan, menganalisis serta menginterpretasikan data mengenai prosedur pemasaran digital yang dilakukan PT. Rekayasa Aplikasi Digital.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.7. Sistematika Penulisan

Penulis membuat sistematika penulisan agar memudahkan pembaca untuk mencari informasi dengan menggunakan penjelasan di setiap bab sebagai berikut :

a. Bab I : Pendahuluan

Pendahuluan berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

b. Bab II : Landasan Teori

Berisi tentang teori yang menjadi pendukung dalam memecahkan masalah terkait pemasaran digital.

c. Bab III : Gambaran umum perusahaan

Berisi gambaran tentang perusahaan seperti visi misi, profil, lokasi, struktur organisasi, serta informasi lainnya di dalam perusahaan tersebut.

d. Bab IV : Pembahasan

Berisi pembahasan secara detail tentang prosedur pemasaran digital pada aplikasi buatan PT. Rekayasa Aplikasi Digital.

e. Bab V : Penutup

Berisi kesimpulan dari pembahasan di bab sebelumnya serta saran untuk prosedur pemasaran digital sebagai pertimbangan untuk kemajuan perusahaan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Dalam Pengenalan Aplikasi *E-Commerce* Produksi PT. Rekayasa Aplikasi Digital, khususnya pemasaran di media sosial Facebook. Beberapa hal diantaranya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk strategi pemasaran digital melalui media sosial Facebook dilakukan dengan membuat konten. Konten yang dibuat seperti :
 - a. Unggahan (*Feeds*)
 - b. Menggunakan fitur *Live Chat*
 - c. Mengadakan Kontes (*Challenge*)
 - d. Menggunakan jasa *influencer*
 - e. Menggunakan *Facebook Ads*
 - f. Penawaran Menarik
2. Terjadinya beberapa kendala yang menyebabkan kurang efektifnya proses pemasaran digital. Diantaranya adalah sebagai berikut.
 - a. Desain yang Kurang Menarik di beberapa Iklan Poster, Video, dan konten lainnya.
 - b. Waktu pembuatan desain poster, video, dan beberapa konten lainnya.
 - c. Masih ada beberapa yang konten yang belum sepenuhnya diunggah
 - d. Belum menemukan *influencer* yang sesuai
 - e. Penawaran yang masih kurang dimanfaatkan
3. Strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh Bantubeli melalui aplikasi Facebook diketahui dapat menarik minat masyarakat, namun masih dirasa masih cukup kurang untuk menarik masyarakat dalam jumlah banyak karena

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

masih ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Perlu adanya inovasi dalam melakukan pemasaran digital, sehingga dapat menjadi suatu keunikan dalam memasarkan produk
- b. Jangkauan pemasaran terhadap masyarakat masih belum luas, dan yang mengetahui hanya korelasi dengan karyawan.
- c. Kurangnya pemanfaatan fitur yang ada di Facebook secara maksimal seperti *live chat*, dan juga *ads*.
- d. Desain pada iklan masih belum cukup menarik untuk membuat masyarakat berminat.
- e. Pemasaran yang dilakukan masih belum bisa bersaing dengan para kompetitor
- f. SDM yang tidak mencukupi untuk melakukan pemasaran secara digital
- g. Keterbatasan SDM pemasaran dalam melakukan pemasaran secara digital di media sosial.
- h. Belum berkomitmen dalam melakukan kegiatan pemasaran.

5.2. Saran

Setelah menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) serta melakukan kajian dan pembahasan, penulis ingin memberi saran diantaranya sebagai berikut :

1. PT. Rekayasa Aplikasi Digital (Rapdig) disarankan mempersiapkan diri dalam segala kegiatan pemasaran, baik secara digital maupun langsung. Penambahan SDM yang berkualitas serta perencanaan yang matang dapat membuat kegiatan pemasaran digital menjadi lebih efektif.
2. Untuk bagian pemasaran, disarankan agar lebih memahami, dan memanfaatkan berbagai macam fitur di media sosial yang telah digunakan. Khususnya memanfaatkan fitur media sosial facebook secara maksimal. Pemasaran pula harus diperluas agar masyarakat lebih mudah dijangkau.
3. Rencana konten yang sudah dibuat disarankan agar lebih diperluas dan perlu diperkuat lagi agar kedepannya pemasaran digital menjadi efektif.
4. Untuk bagian desain, disarankan untuk menambah karyawan yang lebih mahir dalam mendesain agar ide gambar untuk iklan lebih bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, R. A. (2020). *DIGITAL MARKETING CONTENT*. Amikom Solo.
- Fandy Tjiptono, P. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Juliana, A. D. (2020). *MARKETING STRATEGY IN DIGITAL ERA*. Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Meyliana. (2011). *ANALISA STRATEGI E-MARKETING DAN IMPLEMENTASINYA PADA RENTAL COMPANY*, 51.
- NUR SABILA SA., S. M. (2019). *Pengantar Belajar Digital Marketing*. Semarang: STEKOM.
- Philip Kotler, H. K. (2017). *Marketing 4.0 - Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN 1

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Media Sosial apa saja yang dipakai untuk melakukan kegiatan pemasaran secara digital ?
2. Apa saja konten yang dibuat dalam memasarkan aplikasi Bantubeli melalui media sosial Facebook ?
3. Apa saja kendala yang dialami selama Kegiatan Pemasaran secara digital ?
4. Apa saja kekurangan pada teknik pemasaran digital yang digunakan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2

Rencana Konten pada Media Sosial

Day	Content
1	Perkenalan Aplikasi
2	penambahan produk serta dekripsi
3	penambahan video atau gambar yang dapat menarik konsumen
4	penjelasan terkait pembayaran & pengiriman
5	harga grosir dan juga biaya pengiriman
6	Memberikan penawaran berupa potongan harga, total belanja dan juga mengadakan cashback dengan metode pembayaran dari pihak yang telah bekerjasama
7	menyisipkan iklan-iklan yang dapat menarik konsumen
8	mengadakan kontes atau challenge tentang kreasi hadiah uang tunai
9	Mengunggah video resep membuat masakan dengan produk
10	postingan berisi pengalaman para konsumen saat menggunakan aplikasi
11	membuka sesi QnA terkait produk atau toko melalui sesi live streaming
12	Memberikan penawaran berupa potongan harga, total belanja dan juga mengadakan cashback dengan metode pembayaran dari pihak yang telah bekerjasama
13	Pengumuman penghitungan waktu kompetisi berlangsung
14	Motivasi di kala pandemi
15	Posting kreatifitas membuat makanan dari produk
16	tips hidup sehat dan hemat
17	Mengunggah video resep membuat masakan dengan produk
18	Menyisipkan iklan-iklan humor dan menghibur
19	Memberikan penawaran berupa potongan harga, total belanja dan juga mengadakan cashback dengan metode pembayaran dari pihak yang telah bekerjasama
20	Memberikan rekomendasi makanan yang pas untuk dimakan saat bulan puasa
21	Fakta menarik tentang produk
22	Pengumuman pemenang kontes kreasi membuat makanan dari produk terkait
23	Cara menyimpan produk yang baik dan benar
24	Mengunggah video resep membuat masakan dengan produk
25	Ucapan Selamat menunaikan Ibadah Puasa
26	tips Mengenal produk yang fresh atau sudah lama
27	Posting kreatifitas membuat makanan dari produk
28	tips bekal keluarga dengan produk
29	Menyisipkan iklan-iklan humor dan menghibur
30	foto cara membedakan penyimpanan (contoh: barang yang disimpan di suhu ruang dan tinggi)
31	Memberikan rekomendasi makanan yang pas untuk dimakan saat bulan puasa