

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
PT QOALCA INOVASI SISTEMATIKA INDONESIA**



DHIMAS ACHMAD WIDAGDO
1905311039

LAPORAN TUGAS AKHIR
HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN
Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Diploma III Politeknik Negeri Jakarta

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

2022



© Hak Cipta milik 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 menggunakan 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 PERSETUJUAN

Nama : Dhimas Achmad Widagdo
NIM : 1905311039
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial
Instagram Pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia

Depok, 3 Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Akbar, S.E., M.S.M
NIP. 198409132018031001

Restu Jati Saputro, S.Si., M. Sc
NIP. 1908801142019031005

Mengetahui

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis 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 menggunakan 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 : Dhimas Achmad Widagdo
NIM : 1905311039
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial
Instagram Pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia

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

Hari : Rabu
Tanggal : 3 Agustus 2022
Waktu : 13.00 – 14.00

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Taufik Akbar, S.E., M.S.M
NIP : 198409132018031001 (Taufik Akbar)
Penguji I : Risya Zahrotul Firdaus, S.I.Kom., M.Si
NIP : 198609082020122006 (Risya Zahrotul Firdaus)
Penguji II : Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP : 197404032001121002 (Riza Hadikusuma)



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 kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Laporan tugas akhir ini berjudul “Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia” disusun untuk melengkapi persyaratan kelulusan Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. SC. Zaenal Nur Arifin Dip. Ing HTL, M.T. sebagai Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si sebagai Ketua Jurusan Administrasi Niaga Periode 2021 – 2025.
3. Taufik Akbar, S.E., M.S.M sebagai Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis serta selaku dosen pembimbing 1 tugas akhir yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulisan tugas akhir.
4. Restu Jati Saputro, S.Si., M. Sc sebagai dosen pembimbing 2 tugas akhir yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulisan tugas akhir.
5. Seluruh dosen Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh karyawan PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan praktik kerja lapangan (PKL) dan memberi dukungan dalam penyusunan dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Alm Lestari Widodo selaku ayah, Nunik Rubini selaku Ibu, kedua kakak dan adik yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terhadap penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tepat waktu.

8. Seluruh teman-teman kelas AB-6A dan Administrasi Bisnis 2019 yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama masa kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis merasa bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan baik dari segi penyajian maupun materi. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan bermanfaat untuk kesempurnaan laporan tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini dan penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Depok, 1 September 2022

Dhimas Achmad Widagdo

Penulis



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penulisan	2
1.4 Manfaat Penulisan	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	3
1.6 Metode Analisis Data	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Strategi Pemasaran	7
2.3 Pengertian Pemasaran Digital	8
2.4 Strategi Pemasaran Digital	9
2.5 Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial.....	11
2.6 Pemasaran Melalui Instagram	13
BAB III	14
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	14
3.1 Profile PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia	14



© Hak Cipta milik 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2	Lokasi Perusahaan	15
3.3	Visi & Misi.....	15
3.4	Tugas Setiap Departemen PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia.....	15
3.5	Tugas Bagian <i>Digital Marketing</i>	16
3.6	Struktur Organisasi.....	17
BAB IV		18
PEMBAHASAN		18
4.1	Bentuk Strategi Pemasaran Digital yang Digunakan PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia Dalam Memasarkan Produk Qoalca Melalui Media Sosial Instagram	19
4.1.1	Unggahan (<i>Feeds</i>).....	19
4.1.2	<i>Instastory</i>	23
4.1.3	<i>Instagram Ads</i>	24
4.2	Kendala atau Hambatan yang Dialami PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia dalam Penggunaan Strategi Pemasaran Digital yang Diterapkan Melalui Media Sosial Instagram	29
BAB V.....		31
KESIMPULAN & SARAN		31
5.1	Kesimpulan.....	31
5.2	Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA		33
LAMPIRAN 1.....		34
LAMPIRAN 2.....		35



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo PT Qualca Inovasi Sistematika Indonesia	14
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi.....	17
Gambar 4. 1 Konten Informatif.....	20
Gambar 4. 2 Konten Informatif.....	21
Gambar 4. 3 Konten <i>Selling</i>	21
Gambar 4. 4 Konten <i>Tips & Trick</i>	22
Gambar 4. 5 Instastory	23
Gambar 4. 6 Instagram <i>Ads</i>	24





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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Gambar 4. 1 Perbandingan Antara Teori teknik pemasaran digital dengan Praktik teknik pemasaran digital melalui media sosial instagram Oleh yang dilakukan PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia.....30





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 Pertanyaan Wawancara	34
Lampiran 2 <i>Content Plan</i> untuk Media Sosial	35





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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan teknologi ini banyak dimanfaatkan oleh berbagai kegiatan bisnis untuk menjalankan usahanya. Hal tersebut dapat dilihat dari bermacam-macam cara pemasaran yang dilakukan baik oleh perusahaan swasta maupun perusahaan negeri dalam menjual produk. Salah satu cara pemasaran yang dilakukan di era digital seperti saat ini adalah dengan menggunakan pemasaran digital (*digital marketing*).

Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini diminati oleh banyak perusahaan untuk memasarkan produk yang mereka jual. Penggunaan pemasaran digital (*digital marketing*) menjadikan proses interaksi dan transaksi dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun bahkan secara mendunia. Hal ini didukung dengan jaringan internet yang sudah tersebar secara luas di masyarakat dan meningkatnya pengguna media sosial dari tahun ke tahun yang membuat peluang berkembangnya pasar akan semakin terbuka.

PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Manufaktur Laboratorium yang memproduksi dan menjual *furniture* laboratorium seperti lemari asam, *laminar air flow*, *storage cabinet*, meja pengujian lab dan meja timbangan serta kebutuhan peralatan preparasi lokal serta mesin sederhana. Dalam membantu memasarkan dan menjual produk, perusahaan ini memiliki departemen *sales & marketing* yang bertugas baik dalam memasarkan, mempromosikan, dan menjual langsung produk ke konsumen.

Namun, *brand* dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas sehingga penjualan yang dihasilkan juga belum



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tinggi. Hal ini disebabkan oleh terdapatnya beberapa kendala yang dimiliki PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia dalam memasarkan dan mempromosikan produk buaatannya, beberapa hal tersebut adalah kurang efektifnya strategi pemasaran digital yang digunakan dalam menjangkau pasar, tidak melakukan pemasaran melalui media sosial secara intensif, dan tidak mengoptimalkan penggunaan *website* sebagai media pemasaran.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui secara mendalam tentang strategi pemasaran digital pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk membuat laporan tugas akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana bentuk strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT Qoalca Inovasi Sistematika?
- b. Apa saja hambatan yang dialami PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia dalam penggunaan strategi pemasaran digital yang diterapkan?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan dalam penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan bagaimana bentuk strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT Qoalca Inovasi Sistematika
- b. Untuk menjelaskan Apa saja hambatan yang dialami PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia dalam penggunaan strategi pemasaran digital yang diterapkan



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4 Manfaat Penulisan

Dalam pelaksanaan praktik kerja lapangan ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat. Bagi penulis, dapat menambah wawasan mengenai pemasaran digital dan terlibat langsung dalam pengaplikasian teori mata kuliah *marketing* selama di perkuliahan khususnya mengenai Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia. Bagi perusahaan, dapat menjadi bahan evaluasi dan dapat dijadikan saran dalam proses menentukan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia. Bagi dunia ilmu pengetahuan, dapat menjadi sumber informasi serta memperluas pengetahuan kepada semua pihak yang tertarik mengenai strategi pemasaran digital bagi yang membutuhkan dan dapat menjadi bahan acuan jika ada yang ingin membahas mengenai proses strategi pemasaran digital untuk suatu perusahaan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian tugas akhir ini, untuk memperoleh data dan informasi yang membutuhkan menggunakan teknik pengumpulan data:

a. Observasi

Pada tahap ini penulis melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.

b. Dokumentasi

Pada tahap ini penulis melakukan penelitian dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Digital PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia.

c. Wawancara

Pada tahap ini penulis melakukan penelitian dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada Manajer *Sales & Marketing* PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia yang berhubungan dengan strategi



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

pemasaran digital untuk *branding* dan penjualan pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia.

d. Studi Kepustakaan

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

1.6 Metode Analisis Data

Metode Analisis Data yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah diskriptif kualitatif yaitu dengan menjelaskan dan menguraikan data-data yang diperoleh dari perusahaan tentang Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia yang kemudian dianalisis dan disusun menjadi laporan tugas akhir.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta sistematika penulisan tugas akhir.

Bab II: Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi pendukung dalam memecahkan masalah di PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia. terkait dengan topik yang dibahas yaitu pemasaran 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bab III: Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisi tentang hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan, antara lain sejarah perusahaan, kegiatan usaha, lokasi perusahaan, visi & misi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

Bab IV: Pembahasan

Bab ini berisi bentuk-bentuk strategi pemasaran digital yang digunakan dan hambatan dalam menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial instagram pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia.

Bab V: Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari Strategi Pemasaran Digital melalui media sosial instagram pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia dan saran-saran dalam rangka penyempurnaan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia.

**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

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan penulis antara landasan teori pada Bab II dan hasil pembahasan pada Bab IV mengenai Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Pada PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia dalam meningkatkan pemasaran serta penjualan khususnya melalui media sosial Instagram, Penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia sudah berjalan dengan baik sesuai dengan teori yang ada pada bab II. Bentuk strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram dilakukan dengan membuat konten. Terdapat 3 jenis konten yang dibuat yaitu konten unggahan (*feeds*), *Instastory*, *Instagram Ads*. Ketiga jenis konten tersebut memiliki bentuk dan fungsi yang berbeda-beda. konten unggahan (*feeds*) merupakan konten yang berbentuk gambar ataupun video serta diupload pada halaman utama, fungsi konten unggahan adalah untuk memberikan informasi, edukasi, ataupun memperingati hari hari besar. konten *Instastory* adalah konten berbentuk video singkat, teks dan foto ataupun gambar. Fungsi konten *Instastory* adalah meningkatkan *brand awareness*, memperbesar peluang terjadinya konversi penjualan, menambah jumlah *follower* aktif, bahkan bisa mendatangkan banyak pelanggan ke *online store* atau *website* bisnis. Sedangkan *Instagram ads* adalah *platform* iklan yang dikelola oleh Instagram, berguna untuk mengiklankan produk melalui *feed* Instagram atau *Instagram stories*.
- b. Pada penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram ditemukan beberapa kendala yang membuat strategi pemasaran tersebut menjadi tidak efektif. Kendala kendala tersebut adalah Konten *feeds* dan *instastory* tidak



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memiliki *copywriting*, fasilitas dan media yang kurang optimal dalam mengerjakan sebuah konten pemasaran digital, kurangnya modal yang digunakan pada instagram *ads*, terdapat beberapa konten yang tidak ter-*upload*.

5.2 Saran

Setelah menjalani masa Praktek Kerja Lapangan di bidang *Marketing* pada perusahaan PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia, penulis ingin memberikan saran sebagai berikut:

- a. PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia disarankan melatih atau menambah personel sumber daya manusia untuk bagian pengelola konten media sosial. Hal ini diharapkan agar hasil konten ataupun *copywriting* yang dihasilkan untuk sebuah konten dapat lebih menarik serta terlihat profesional.
- b. Dalam setiap pelaksanaan strategi pemasaran digital yang telah direncanakan, alangkah baiknya PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia menggunakan dan memberikan fasilitas perangkat lunak yang memadai untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal serta efektif.
- c. PT Qoalca Inovasi Sistematika Indonesia disarankan untuk memberikan fasilitas baik dari media aplikasi yang lebih mendukung ataupun modal *ads* yang sesuai standar target agar strategi yang telah dibuat dapat dilaksanakan dengan maksimal.
- d. Untuk divisi *Sales Marketing*, dalam pelaksanaan strategi pemasaran digital disarankan untuk menguasai segala fitur media soisal serta mematuhi SOP yang berlaku di perusahaan. Perusahaan juga perlu tegas terhadap kinerja karyawan dan membuat konsekuensi bagi karyawan yang tidak mematuhi SOP yang berlaku.



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 PUSTAKA

Chakti. 2019. *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.

Juliana. 2020. *Marketing Strategy In Digital Era*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.

Komala. 2021. *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: Umsida Press.

Salsabila. 2019. *Pengantar Belajar Digital Marketing*. Semarang: Stekom.

Rauf. 2021. *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Group Publikasi Yayasan Insan Shodikin Gunung Jati.

Rumondang. 2020. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.

Salmiah. 2020. *Online Marketing*. Yayasan Kita Menulis.

SastroAtmodjo. 2021. *Manajemen Pemasaran (Marketing)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Sayyid. 2020. *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.

Sulianta. 2015. *Keajaiban Social Media*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN 1

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 produk Qoalca melalui media sosial Instagram?
3. Fitur media social Instagram apa saja yang telah dimanfaatkan oleh PT Qoalca Inovasi Sistematika Indoensia dalam memasarkan produk?
4. Apa saja kendala yang dialami selama Kegiatan Pemasaran secara digital?



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN 2

Lampiran 2 Content Plan untuk Media Sosial

Done	Reference	02-02-2022 (Sesuaikan Dengan Jam Traffic Akun) DAILY
	<p>Note Caption: DISCOUNT CUCI GUDANG FEBRUARI!!! Halo Qoalca Fellow! Minggu bawa kabar baik nih untuk awal februari kamu yang lebih menyenangkan! Yaitu DISCOUNT CUCI GUDANG!!! Dapatkan penawaran menarik dari produk-produk Qoalca dengan potongan harga special di cuci gudang sale! Informasi lebih lanjut hubungi: 0812-8444-4043 Atau kunjungi kami di www.qoalca.co.id #labfurniture #laboratory #laboratorium #cuci gudang #promo #biosafetycabinet #laminarairflow</p>	<p>Content Pillar Category: Lab/Produk</p> <p>Content Design Result: https://drive.google.com/drive/folders/1_p0G9Bhw742nDHFvSrg500Hw_3NOA6pSuprsham4</p>
<p>Content Pillar Category: Edukatif/Informatif & Produk</p> <p>Content Design Result: https://drive.google.com/drive/folders/1h8u294kXWwCvqE1N200uUw_gwPm0z0uap4sharing</p>	<p>Note Caption: Apakah Laminar Air Flow dan Biosafety Cabinet itu sama? Jawabannya adalah tidak. Jika dilihat secara fungsinya, biosafety memang mirip sama dengan laminar air flow. Perbedaannya hanya terletak pada sistem aliran udaranya. Follow @qoalca atau kunjungi www.qoalca.co.id untuk informasi yang lainnya #qoalca #laboratorium #laboratory #furniture #manufacturing #manufaktur #healthy #hygiene #lab #biosafetylab #laminarairflow #biosafetycabinet</p>	<p>Notes Design: Judul : Apakah Laminar Air Flow & Biosafety Cabinets Itu Sama? Design : background putih, slide 1 berupa judul dan gambar yang seorang yang bersikap sedang bingung, slide 2 video materi yang diberikan judul dan sumber</p>
<p>Content Pillar Category: Hari Besar</p> <p>Content Design Result: https://drive.google.com/drive/folders/1h8u294kXWwCvqE1N200uUw_gwPm0z0uap4sharing</p>	<p>Note Caption: Selamat Bulan Suci Ramadhan 1443 H Manusia tak pernah luput dari salah dan khilaf, karena manusia bukan makhluk sempurna. Di bulan yang suci ini, marilah bermuafakat. Agar tak ada dendam dan dengki. Marhaban ya Ramadhan. Selamat menunaikan ibadah puasa. #labfurniture #laboratory #laboratorium #qoalca #ramadhan #ramadhan1443H #puasa #1443H</p>	<p>Notes Design: Judul : Ramadhan Design : Design berwarna biru, berisi yang identik dengan bulan suci ramadhan, berisi quotes ramadhan</p>

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