



IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA PENGEMBANGAN BRAND AWARENESS PADA PT. GALUH PROTANK LOGISTICS

Desnita Mazaya Choirunisa¹, Siti Ning Farida²

^{1,2}Administrasi Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email: desnitamazaya03@gmail.com

ABSTRAK

Di era digital seperti sekarang, teknologi memiliki peran penting dalam menyebarkan kesadaran merk produk perusahaan. Terutama pada fitur penggunaan pemasaran digital. PT. Galuh Protank Logistics merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyewaan dan pengelolaan *isotank*, namun masih belum memanfaatkan dan menerapkan fitur teknologi secara maksimal yang menjadikan *brand* perusahaan belum dikenal secara lebih luas. Maka dari itu, penyusunan strategi dan penerapan pemasaran digital perlu diberikan kepada PT. Galuh Protank Logistics. Tujuan utama dari kegiatan implementasi ini adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan *brand awareness* perusahaan melalui pemasaran digital dengan mengandalkan *social media marketing*, *website marketing*, dan *e-commerce marketing*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Yang dimana diuraikan dengan menggunakan studi literatur, studi dokumen atau teks, dan observasi alami. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bagaimana strategi digital marketing yang disusun dapat berperan dalam mengembangkan *brand awareness* pada PT. Galuh Protank Logistics,

Kata kunci: Pemasaran digital, kesadaran merk, teknologi.

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN AN EFFORT TO DEVELOP BRAND AWARENESS AT PT. GALUH PROTANK LOGISTICS

ABSTRACT

In today's digital era, technology plays an important role in spreading brand awareness of company products. Especially in the use of digital marketing features. PT Galuh Protank Logistics is a company engaged in the rental and management of isotanks, but still has not utilized and implemented technological features to the fullest which makes the company's brand not yet known more widely. Therefore, the preparation of strategies and implementation of digital marketing needs to be given to PT Galuh Protank Logistics. The main objective of this implementation activity is to increase and develop the company's brand awareness through digital marketing by relying on social media marketing, website marketing, and e-commerce marketing. This research uses a qualitative research method with a case study approach. Which is described using literature studies, document or text studies, and natural observation. The results of the research conducted show how the digital marketing strategy prepared can play a role in developing brand awareness at PT Galuh Protank Logistics.

Keywords: Digital Marketing, Brand Awareness, Technology.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet pada masa kini berkembang sangat pesat. Teknologi pada era digitalisasi seperti sekarang sangat mudah diakses oleh masyarakat dimana saja dan kapan saja. Teknologi internet dapat digunakan oleh masyarakat untuk bersosialisasi, berbelanja secara online, menggali informasi, bahkan dapat digunakan untuk menjual produk dan jasa. Kebebasan akses tersebut menjadikan fitur-fitur yang ada pada teknologi internet pilihan alternatif dalam bertukar informasi. Salah satu fitur yang ada adalah *digital marketing* atau pemasaran digital.

Digital marketing atau yang sering juga disebut pemasaran digital merupakan media yang banyak diminati oleh masyarakat karena dalam kegiatan sehari-hari mampu membantu masyarakat, yaitu aktivitas promosi dalam mempromosikan produk atau jasa melalui jaringan elektronik atau *online* dengan tujuan membuat konsumen atau calon konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan (Cristiani & Djajalaksana, 2022)



Dengan menerapkan *digital marketing* akan mempermudah pelaku bisnis untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan calon konsumen, disamping itu calon konsumen dapat pula mencari serta menerima informasi produk dengan menjelajahi media sosial yang mana lebih efektif dan efisien waktu proses pencarian (Pramadyanto & Irwansyah, 2023). Menurut (Kaur dan Gupta 2019), *digital marketing* memiliki dampak positif terhadap peningkatan *brand awareness*, kepuasan pelanggan, dan niat pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran mereka dengan lebih efektif melalui penggunaan *platform online* untuk berinteraksi dengan konsumen potensial dan membangun reputasi merek.

Saat ini media yang digunakan dalam penerapan *digital marketing* diantaranya bisa melalui sosial media, *website* dan *e-commerce*. Pemasaran digital ini dapat diakses secara meluas sehingga berperan penting dalam perluasan kesadaran merk atau *brand awareness*. Menurut Durianto, dkk (2017:54) kesadaran merk adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Masyarakat lebih cenderung menyukai atau membeli merek yang sudah dikenal karena mereka merasa aman dengan sesuatu yang dikenal. Kebanyakan dari mereka berasumsi bahwa sebuah merek yang sudah dikenal mempunyai kemungkinan bisa diandalkan, kemantapan dalam bisnis, dan kualitas yang bisa dipertanggung jawabkan. Karena itu, penerapan pemasaran digital sangat diperlukan dalam mengembangkan kesadaran sebuah merk.

PT. Galuh Protank Logistics merupakan perusahaan jasa penyewaan transportasi isotank dan trailer sejak tahun 2006. Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Galuh Protank Logistics adalah pemasaran offline dengan menghubungkan relasi antar sesama, lalu *maintaine* konsumen tersebut. Pemasaran yang ditekuni oleh PT. Galuh Protank Logistics diduga masih belum maksimal karena belum memanfaatkan fitur pemasaran digital yang dimana pastinya akan membantu menyebarkan merk perusahaan secara lebih luas.

Brand awareness atau kesadaran merk bagi bisnis merupakan hal yang sangat penting dalam bagian pemasaran, tujuannya agar dapat menarik minat audience untuk mengenal merk secara lebih dalam lagi yang akan berpotensi sebagai calon pembeli atau calon konsumen. Kesadaran merk akan tertanam di benak para calon konsumen. Penggunaan *digital marketing* dapat menjadi solusi bagi PT Galuh Protank Logistics dalam mengembangkan *brand awareness* mereka secara lebih luas. Tidak hanya lingkungan di daerah perusahaan saja, tetapi dapat menjangkau di berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi *digital marketing* yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* mereka dan membedakan diri dari pesaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas mengenai implementasi strategi pemasaran digital dalam mengembangkan *brand awareness* PT. Galuh Protank Logistics. Dengan begitu, perusahaan dapat dikenal lebih luas oleh sekitar dan dapat membantu perusahaan dalam mencapai target.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Yang dimana diuraikan dengan menggunakan studi literatur, studi dokumen atau teks, dan observasi alami. Metode ini dipilih karena peneliti menjelaskan solusi permasalahan secara mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data dan mengamati efektivitas pengimplementasian pemasaran digital dalam upaya mengembangkan *brand awareness* pada PT. Galuh Protank Logistics serta membangun suatu pemahaman para informan secara detail dan dijelaskan melalui kata-kata yang menyeluruh. Fokus dari penelitian ini adalah memaparkan permasalahan yang berhubungan dengan pengalaman individu pada saat menghadapi suatu kejadian. Peneliti sebagai instrument penelitian mendapatkan informasi secara lengkap dan jelas mengenai pemasaran digital dalam implementasi upaya mengembangkan *brand awareness* atau kesadaran merk perusahaan. Penulis terlibat secara aktif dalam implementasi tersebut.

Seluruh pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi partisipasi, dokumentasi, dan studi literatur. Untuk memperoleh validitas data, penulis menggunakan triangulasi data yaitu menggabungkan sumber-sumber data secara teori maupun secara fakta.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama melakukan praktik kerja magang di PT. Galuh Protank Logistics, penulis ditempatkan di departemen *digital marketing* dan memiliki peran penuh dalam membantu pembuatan strategi pemasaran digital dan pengimplementasiannya dalam rangka mengembangkan kesadaran merk atau *brand awareness* pada perusahaan.

Penyusunan dan analisis strategi pemasaran digital yang disusun oleh penulis berupa pemfokusan penyebaran merk melalui pembuatan sosial media Instagram, facebook dan whatsapp serta pembuatan laman *website* dan *e-commerce* perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran digital dilakukan menggunakan *social media marketing*, *website marketing*, dan *e-commerce marketing*. Aktivitas akan difokuskan pada pembuatan konten produk secara rutin dan pengoptimalan SEO (*Search Engine Optimization*). Dengan begitu, PT. Galuh Protank Logistics dapat menjangkau audiens secara lebih general dan lebih besar.

1. *Social Media Marketing*

Social Media Marketing ini merupakan metode pemasaran secara online yang dijalankan dengan mengandalkan media sosial. Media sosial dapat diakses secara bebas oleh masyarakat, hal ini sangat berpotensi bagi perusahaan dalam mengembangkan *brand awareness* nya.

Social media marketing yang digunakan oleh penulis terbagi menjadi 3 jenis. Diantaranya yaitu:

A. Instagram

Penulis menggunakan fitur Instagram dengan fokus pada pembuatan serta pengunggahan konten dan optimasi fitur SEO (*Search Engine Optimization*) melalui hashtag yang ada pada caption content. Pembuatan konten dilakukan secara rutin dengan cara memposting konten promosi secara teratur melalui fitur *snagram* dan *feeds* Instagram. Berikut adalah tahapan dalam pengimplementasian *social media marketing* pada aplikasi Instagram:

a. Pembuatan akun

Penulis mendaftarkan dan membuat akun Instagram bisnis untuk perusahaan. Setelah itu penulis melengkapi informasi perusahaan pada biodata akun.

b. Analisis konten kompetitor

Menganalisis dan membandingkan nilai konten yang ada pada akun kompetitor. Analisis ini ditujukan juga untuk menentukan ciri khas konten dari PT. Galuh Protank Logistics.

c. Penyusunan strategi konten

Strategi disusun berdasarkan ide konten yang diasumsi dapat memikat audiens. Preferensi target audiens sangat diperhatikan. Penyusunan strategi konten melibatkan perencanaan dan pembuatan konten yang relevan, menarik, dan bermanfaat untuk mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan

d. Pembuatan konten

Membuat konten sesuai strategi konten secara rutin. Pengunggahan konten dilakukan melalui fitur *snap* atau *story* Instagram dan *feeds* Instagram. Kedua fitur ini bersifat dapat diakses oleh siapapun. Konten dibuat semenarik mungkin dan menggunakan ciri khas warna logo perusahaan yaitu warna biru tua, sehingga nilai produk juga akan tersimpan di benak audiens.



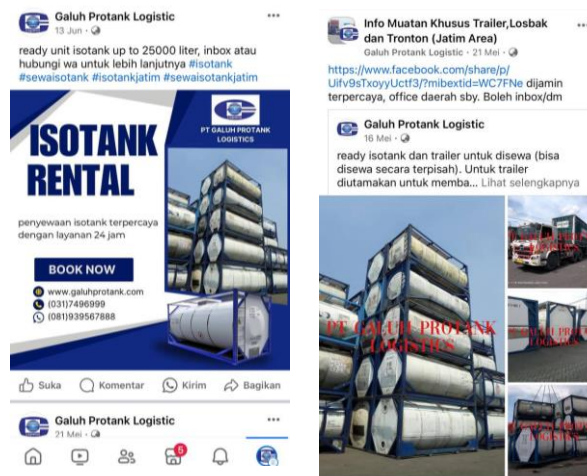
Gambar 1. Konten dan Poster Promosi Pada Akun Instagram PT. Galuh Protank Logistics.

B. Whatsapp

Pada metode ini penulis mengunggah dan menyebarkan poster promosi serta penyebaran akun Instagram PT.Galuh Protank Logistics menggunakan whatsapp pribadi dengan pemanfaatan fitur *story* whatsapp. Pemasaran ini ditujukan kepada orang-orang terdekat yang ada pada kontak telepon.

C. Facebook

Pada metode ini penulis membuat akun facebook bisnis baru untuk PT. Galuh Protank Logistics. Biodata akun disusun secara informatif dan menarik, dengan memasukkan informasi dan tahun berdiri perusahaan. Pada metode ini, penulis fokus menyebarkan kesadaran merk melalui laman profil facebook dan fitur komunitas yang disediakan oleh facebook. Tahapannya yaitu dengan pengunggahan konten produk menggunakan hashtag dan pembagian konten melalui komunitas facebook.

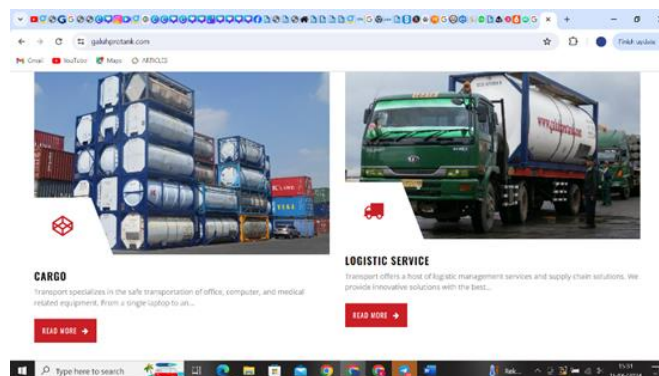


Gambar 2. Pengunggahan konten PT. Galuh Protank Logistics pada laman facebook dan komunitas facebook.

2. Website Marketing

Website marketing adalah proses mempromosikan suatu produk atau layanan dan jasa menggunakan *website*. Proses penyebaran merk perusahaan melalui website ini mengandalkan fitur SEO yang dimana merupakan sebuah pilar kata kunci supaya *website* perusahaan muncul pada halaman pertama google.

Penulis berperan sebagai pemberi kerangka ide *website* perusahaan lalu mengusulkan beberapa ide kerangka website tersebut kepada staff pemasaran. *Website* dibuat dengan mencantumkan produk dan informasi penting mengenai produk PT. Galuh Protank Logistics.

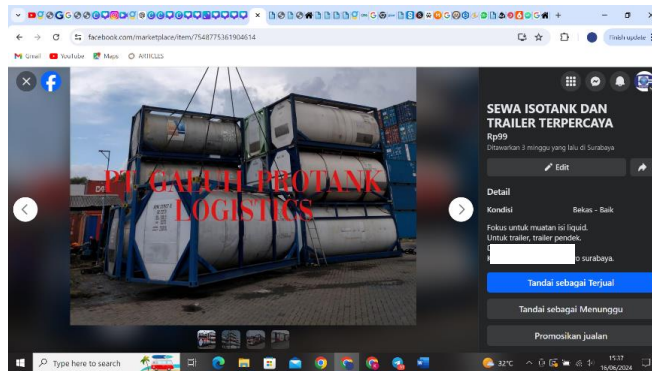


Gambar 3. Laman Website PT. Galuh Protank Logistics.



3. E-Commerce

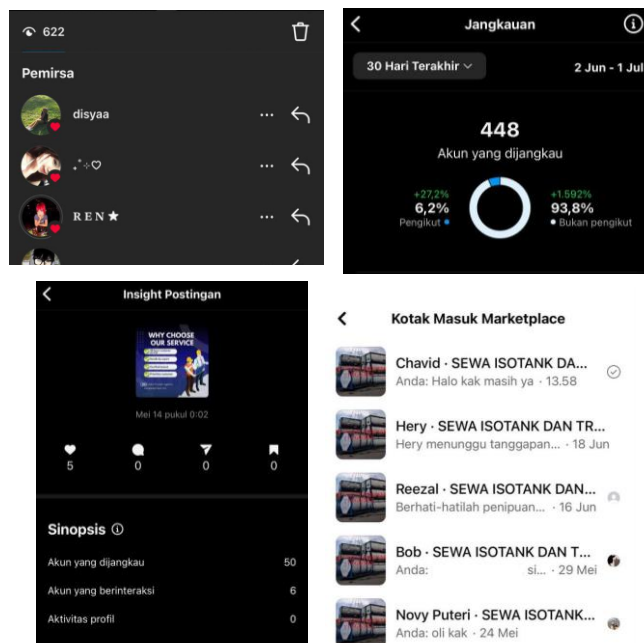
E-commerce yang digunakan oleh perusahaan merupakan *E-Commerce Facebook Marketplace*. Pemilihan aplikasi dilatar belakangi oleh umur dan target pasar yang memungkinkan dapat dilirik oleh masyarakat pada aplikasi tersebut, yang dimana merupakan umur menengah keatas. Penggunaan *E-Commerce* sangat mempengaruhi kesadaran merk akan produk PT. Galuh Protank Logistics karena aksesnya yang tersebar secara meluas, terlebih lagi target pasar pada facebook *marketplace* dibuktikan sesuai. *E-Commerce* merupakan segala bentuk aktifitas transaksi jual beli barang ataupun jasa dengan menggunakan media elektronik. Pengunggahan produk sewa *isotank* pada *E-Commerce Facebook Marketplace* mengandalkan dari kata kunci produk sehingga saat kata kunci dicari, produk jasa sewa PT. Galuh Protank Logistics akan otomatis naik kederetan paling atas.



Gambar 4. Pembuatan Akun Facebook Marketplace PT. Galuh Protank Logistics.

4. Evaluasi

Pada tahapan ini evaluasi dilakukan oleh penulis kepada staff *marketing* PT. Galuh Protank Logistics dengan memantau *insight* masing-masing metode pemasaran digital yang telah diterapkan. *Insight* yang dilihat termasuk seperti jangkauan konten, jumlah like, jumlah interaksi dan jumlah kunjungan halaman akun. Target dari implementasi pemasaran digital dalam rangka penyebaran dan pengembangan kesadaran merk ini adalah dengan keberhasilan menyebarkan merk dengan target yang menjangkau minimal total 500 pengguna.



Gambar 5. Hasil Insight Pemasaran Digital PT. Galuh Protank Logistics



Gambar 5 menjelaskan tentang hasil nyata tujuan yang sudah ditetapkan saat pelaksanaan tercapai. Dimana insight yang tertera telah mencapai lebih dari 500 orang. Selama ini PT. Galuh Protank Logistics tidak menerapkan metode pemasaran digital, sehingga dengan tercapainya tujuan ini diharapkan implementasi strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh penulis dapat menyebarkan, mengembangkan dan meningkatkan *brand awareess* PT. Galuh Protank Logistics kepada masyarakat.

SIMPULAN

Melalui kegiatan pengimplementasian strategi pemasaran digital yang dilakukan pada PT. Galuh Protank Logistics dan dari hasil *insight* yang telah dikumpulkan, mendapat kesimpulan bahwa pemasaran digital yang disusun oleh penulis diyakini dapat membantu dalam menyebarkan dan mengembangkan *brand awareness* PT. Galuh Protank Logistics. Dengan memanfaatkan berbagai platform dan teknik digital, perusahaan dapat mencapai audiens secara luas dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Pengimplementasian strategi pemasaran digital yang berupa pengunggahan konten secara rutin yang menonjolkan ciri khas merek perusahaan pada sosial media, pembuatan laman *website* perusahaan, dan pembuatan akun *E-Commerce*, disimpulkan secara signifikan dapat meningkatkan *brand awareness* produk mereka, menarik perhatian target pasar, dan memperluas pengaruh merek mereka dalam pasar yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Miskiyya, A. F. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Sepatu Kulit Provillo. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 86-94.
- Radistya, D. (2023). PENINGKATAN BRAND AWARENESS PADA MARKETING KEPADA UMKMDI DESA KARANGAN KABUPATEN JOMBANG. *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 368-372.
- Rahma, H. (2023). Penggunaan Digital Marketing terhadap Peningkatan Brand Awareness PT Produk Zilla Akademi Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1821-1828.
- Rahmawati, E. P. (2022). OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PENUNJANG DIGITAL MARKETING PADA PT DISTY TEKNOLOGI INDONESIA. *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 36-40.