

## **ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA**

**Putri Fauziah Sri Indrapura<sup>1\*</sup>, Uus Mohammad Darul Fadli<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Buana Perjuangan Karawang

*Corresponding Author: [mn20.putrifauziah.sriindrapura@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn20.putrifauziah.sriindrapura@mhs.ubpkarawang.ac.id)*<sup>1</sup>

### **Article History**

**Received : 23-07-2023**

**Revised : 31-07-2023**

**Accepted : 04-08-2023**

### **ABSTRAK**

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada khalayak target. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mencapai tujuan bisnis seperti meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek, dan meningkatkan penjualan melalui penggunaan berbagai platform digital. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peningkatan efektivitas kampanye pemasaran online dengan fokus pada peningkatan penjualan atau pendapatan di Cipta Grafika Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini ditujukan untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti, serta menggambarkan secara detail dan jelas tentang karakteristik, konsep, dan kualitas dari subjek penelitian di Cipta Graika.

### **ABSTRACT**

*Digital marketing is a marketing strategy that uses digital media and internet technology to promote products, services, or brands to target audiences. The main objective of digital marketing is to achieve business goals such as increasing brand awareness, generating leads, and increasing sales through the use of various digital platforms. The purpose of this study is to determine the increase in the effectiveness of online marketing campaigns with a focus on increasing sales or revenue in Cipta Grafika Karawang. This study uses a qualitative research approach. This descriptive research is aimed at understanding in depth the phenomenon studied, as well as describing in detail and clearly about the characteristics, concepts, and qualities of the research subjects at Cipta Graika.*

**Kata Kunci: Cipta Grafika; Digital Marketing; Teknologi Internet**

**Keywords: Cipta Grafika; Digital Marketing; Internet Technology**

## **PENDAHULUAN**

Digital *marketing*, sebagai strategi pemasaran yang mengintegrasikan berbagai platform digital, alat, dan teknik analitik untuk menjangkau, terlibat, dan mempengaruhi *audiens* target dengan cara yang efektif, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, memperluas jangkauan pasar, membangun hubungan pelanggan yang kuat, meningkatkan konversi dan penjualan, serta mencapai hasil yang optimal dalam lingkungan bisnis digital yang terus berkembang. Tujuan utama dari digital *marketing* adalah untuk meningkatkan kehadiran dan

kesadaran merek di dunia digital. Melalui strategi yang tepat, *digital marketing* dapat membantu bisnis mencapai *audiens* yang lebih luas dan membuat merek mereka dikenal oleh calon konsumen. Salah satu fokus utama adalah meningkatkan lalu lintas pengunjung ke *website* atau platform *online* bisnis. Dengan menggunakan teknik seperti optimisasi mesin pencari (SEO), iklan *online*, dan media sosial, *digital marketing* bertujuan untuk mengarahkan lebih banyak pengunjung ke *website* atau platform bisnis. Selain itu, *digital marketing* juga berupaya untuk mengubah pengunjung menjadi pelanggan yang sebenarnya dengan strategi konversi yang efektif. Hal ini dapat dicapai melalui pemasaran email, pemasaran afiliasi, dan pendekatan lainnya. Selain itu, *digital marketing* juga fokus pada pembangunan hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui interaksi langsung dan personal melalui media sosial, email, atau saluran komunikasi digital lainnya. Analisis dan pengukuran hasil juga menjadi tujuan *digital marketing* yang penting, karena melalui data yang terkumpul, bisnis dapat mengoptimalkan strategi dan mengambil keputusan yang lebih cerdas. Selain itu, *digital marketing* bertujuan untuk menjangkau target *audiens* dengan lebih tepat melalui segmentasi yang baik. Dengan mencapai kelompok yang paling tertarik pada produk atau layanan, *digital marketing* dapat meningkatkan tingkat interaksi, keterlibatan, dan menciptakan hubungan yang berarti dengan pelanggan.

Percetakan Cipta Grafika menyediakan layanan *digital printing* dengan proses cetak yang menggunakan teknologi digital untuk mencetak dokumen atau materi pemasaran. Dalam percetakan *digital printing*, tujuan utamanya adalah menyediakan solusi cetak yang cepat, efisien, dan berkualitas tinggi kepada pelanggan. Dengan menggunakan teknologi digital yang canggih, percetakan ini dapat mencetak dokumen dengan kecepatan yang tinggi, memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan cetakan dalam waktu singkat. Selain itu, percetakan *digital printing* juga menawarkan fleksibilitas dalam personalisasi, memungkinkan pelanggan untuk mencetak materi dengan elemen personalisasi yang meningkatkan keterlibatan pelanggan. Percetakan *digital printing* juga fokus pada meningkatkan kualitas cetakan, dengan reproduksi warna yang akurat dan hasil cetakan yang tajam dan jelas. Selain itu, percetakan ini memberikan opsi cetak dalam jumlah yang fleksibel, baik itu cetakan dalam jumlah kecil atau cetakan satu per satu, sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Percetakan *digital printing* juga dapat diintegrasikan dengan strategi *digital marketing*, mencetak materi promosi yang terhubung dengan upaya pemasaran *online*. Dengan tujuan-tujuan ini, percetakan *digital printing* menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran, membantu bisnis dalam komunikasi dan promosi produk atau layanan.

Cipta Grafika adalah perusahaan jasa percetakan, Perusahaan ini spesialis dalam *digital printing* dan juga menyediakan layanan desain grafis yang mencakup berbagai aspek, seperti desain logo, desain brosur, desain kemasan produk, desain poster, dan banyak lagi, Cipta Grafika juga menawarkan layanan desain web, desain ilustrasi, dan animasi grafis. Tujuan utama Cipta Grafika Karawang adalah membantu klien untuk menciptakan materi promosi yang menarik dan profesional sehingga dapat meningkatkan citra merek dan daya tarik pelanggan, Selain itu, Cipta Grafika juga menyediakan layanan percetakan untuk produk-

produk desain, Hal ini memungkinkan klien untuk mencetak dan mendistribusikan materi promosi mereka dengan lebih mudah.

Persaingan antara perusahaan percetakan digital bisa sangat ketat. Banyak perusahaan yang beralih ke percetakan digital karena kemudahan akses dan biaya yang lebih rendah. Persaingan ini membuat sulit bagi perusahaan percetakan untuk menonjol dan menarik perhatian pelanggan potensial, Dunia digital terus berkembang dengan cepat, dan tren serta kebutuhan pasar dapat berubah dengan cepat. Perusahaan percetakan harus selalu memantau tren pemasaran terbaru, perubahan preferensi pelanggan, dan mengadaptasi strategi mereka sesuai dengan perubahan tersebut. Tidak mengikuti tren dan mengabaikan perubahan pasar dapat mengakibatkan perusahaan tertinggal dan kehilangan peluang bisnis, dengan digital *marketing* membantu perusahaan percetakan memperkuat kehadiran merek di dunia digital. Dengan konten yang menarik, konsisten, dan relevan, perusahaan dapat membangun kesadaran merek yang lebih kuat dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Strategi digital *marketing* juga memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan platform *online* lainnya, memperkuat ikatan merek dan membangun loyalitas.

Dari latar belakang di atas tersebut, mendorong peneliti mengambil judul sebagai berikut “Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika”.

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 pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, 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)

Nadya (2016), digital *marketing* adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk *marketing* digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet *marketing* (e-*marketing*).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, Digital *marketing* adalah elemen penting dalam strategi pemasaran perusahaan di era digital ini. Melalui penggunaan platform digital dan teknologi, perusahaan dapat mencapai target *audiens* yang

lebih luas, membangun kesadaran merek yang kuat, meningkatkan konversi dan penjualan, serta mengukur hasil kampanye dengan lebih baik.

(Dalam Sabilia, 2019, hlm. 29) Digital *marketing* adalah sistem pemasaran yang memberikan kenyamanan, kemudahan, serba guna, dan lebih cepat dari *marketing* konvensional yang tidak hanya memudahkan pemasar atau pebisnis saja akan tetapi juga mempermudah konsumen sehingga dapat membantu pemasar untuk menjangkau target pasar mereka. Dengan demikian selain mempermudah proses *marketing* dari pemasar, digital *marketing* juga amatlah berguna bagi konsumen itu sendiri dan lebih menghasilkan keadaan *win-win solutions*.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, Penelitian ini ditujukan untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti, serta menggambarkan secara detail dan jelas tentang karakteristik, konsep, dan kualitas dari subjek penelitian.

Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan persepsi dari subjek penelitian mengenai strategi digital *marketing* di perusahaan CIPTA GRAFIKA

Penelitian ini membahas bagaimana perusahaan menggunakan strategi digital dalam memasarkan jasa mereka salah satu cabang dari percetakan cipta grafika ada di Jl. Tuparev No.1, Nagasari, Kec. Karawang Bar. Kabupaten Karawang Jawa Barat · ~63,6 km.

Usaha percetakan ini bergerak pada bidang jasa sudah berdiri sekitar 28 tahun lamanya, waktu pelaksanaan penelitian ini di mulai dari tanggal 12 april 2023.

Subjek penelitian ini dari berbagai aspek dan dimensi Penelitian ini dapat memfokuskan pada bagaimana penggunaan media sosial dalam strategi digital *marketing* dapat mempengaruhi pengalaman dan persepsi konsumen, serta memperkuat brand awareness dan engagement.

Berikut adalah penjelasan tentang strategi digital *marketing* menurut para ahli:

- a. Kotler dan Keller (2016): Menurut mereka, strategi digital *marketing* adalah rangkaian kegiatan pemasaran yang menggunakan platform digital dan teknologi informasi untuk mempromosikan produk atau layanan, serta mencapai tujuan bisnis.
- b. Ryan dan Jones (2016): Menurut mereka, strategi digital *marketing* meliputi penggunaan teknologi digital dan media sosial dalam rangka meningkatkan keterlibatan, membangun hubungan, dan mempromosikan merek atau produk kepada target pasar yang tepat.
- c. Chaffey dan Smith (2017): Menurut mereka, strategi digital *marketing* meliputi perencanaan, implementasi, dan pengukuran efektivitas dari berbagai kegiatan pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk mencapai tujuan bisnis.
- d. Mihailidis dan Kiosseoglou (2018): Menurut mereka, strategi digital *marketing* melibatkan penggunaan teknologi digital dan media sosial untuk membangun hubungan, membangun merek, dan mempromosikan produk atau layanan kepada target pasar yang tepat.
- e. Heinze dan Huertas (2021): Menurut mereka, strategi digital *marketing* melibatkan perencanaan, pengembangan, dan implementasi kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk mencapai tujuan bisnis seperti meningkatkan penjualan dan awareness merek.

Pandangan para ahli ini mengenai strategi digital *marketing* menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dan media sosial sangat penting dalam mencapai tujuan bisnis dan mempromosikan produk atau layanan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif deskriptif dalam konteks strategi digital *marketing* mencakup beberapa metode seperti:

- a. Wawancara: Metode wawancara dapat dilakukan secara tatap muka atau melalui telepon, email, atau aplikasi video *conference*. Wawancara dapat dilakukan kepada para ahli, pelaku industri, atau konsumen sebagai sumber data.
- b. Observasi: Metode observasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung dalam mengamati perilaku konsumen pada media sosial, website, atau platform digital lainnya.
- c. Studi kasus: Metode studi kasus dapat digunakan untuk menggali informasi tentang pengalaman atau kesuksesan perusahaan dalam menerapkan strategi digital *marketing* tertentu.
- d. Fokus grup: Metode fokus grup dapat dilakukan untuk mengumpulkan data dari sekelompok konsumen dengan karakteristik dan preferensi yang serupa dalam menjelaskan pengalaman mereka terkait dengan strategi digital *marketing* tertentu.
- e. Dokumen: Dokumen atau arsip perusahaan, seperti laporan keuangan, laporan pemasaran, atau catatan rapat dapat digunakan sebagai sumber data untuk memperkuat temuan dari metode pengumpulan data lainnya.

Dalam melakukan teknik pengumpulan data, peneliti perlu memperhatikan etika penelitian dan konsistensi dalam pengumpulan dan analisis data untuk memastikan hasil penelitian yang akurat dan terpercaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Profil Perusahaan



Gambar 1. Logo Perusahaan

Cipta Grafika adalah perusahaan jasa percetakan, Perusahaan ini spesialis dalam digital printing dan juga menyediakan layanan desain grafis yang mencakup berbagai aspek, seperti desain logo, desain brosur, desain kemasan produk, desain poster, dan banyak lagi, Cipta Grafika juga menawarkan layanan desain web, desain ilustrasi, dan animasi grafis. Tujuan utama Cipta Grafika Karawang adalah membantu klien untuk menciptakan materi promosi yang menarik dan profesional sehingga dapat meningkatkan citra merek dan daya tarik pelanggan, Selain itu, Cipta Grafika juga menyediakan layanan percetakan untuk produk-produk desain, Hal ini memungkinkan klien untuk mencetak dan mendistribusikan materi promosi mereka dengan lebih mudah

Cipta Grafika adalah perusahaan jasa percetakan yang mengkhususkan diri dalam digital printing dan menyediakan layanan desain grafis yang komprehensif. Mereka mampu mencetak berbagai jenis materi promosi seperti logo, brosur, kemasan produk, poster, dan banyak lagi. Selain itu, mereka juga menawarkan layanan desain web, ilustrasi, dan animasi grafis. Tujuan utama Cipta Grafika Karawang adalah membantu klien menciptakan materi promosi yang menarik dan profesional guna meningkatkan citra merek dan daya tarik pelanggan.

Cipta Grafika tidak hanya menawarkan layanan desain, tetapi juga menyediakan layanan percetakan untuk produk-produk desain tersebut. Hal ini mempermudah klien untuk mencetak dan mendistribusikan materi promosi mereka dengan lebih mudah. Dengan demikian, Cipta Grafika menjadi mitra yang dapat diandalkan bagi klien dalam menyediakan solusi lengkap untuk kebutuhan percetakan dan desain grafis mereka.

Dalam pembahasan strategi digital *marketing*, Cipta Grafika dapat mengambil pendekatan yang komprehensif. Mereka dapat fokus pada promosi layanan digital printing mereka melalui berbagai platform digital seperti situs web, media sosial, dan iklan online.

Mereka juga dapat menyoroti keunggulan layanan desain grafis mereka dengan membagikan portofolio, testimoni pelanggan, dan konten visual yang menarik. Dengan memanfaatkan kehadiran online, mereka dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dan memperluas jaringan klien mereka.

Selain itu, Cipta Grafika dapat menekankan kemudahan dan kecepatan dalam layanan percetakan mereka. Dalam strategi digital *marketing* mereka, mereka dapat menyoroti proses pemesanan yang mudah melalui situs web mereka dan pengiriman yang cepat dan handal untuk mendistribusikan materi promosi kepada pelanggan. Dengan demikian, mereka memberikan nilai tambah kepada klien dalam hal efisiensi dan kemudahan.

## 2. Hasil Penelitian

Hasil penelitian strategi digital *marketing* di percetakan menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama, penting untuk mengidentifikasi target pasar yang relevan dan berpotensi menjadi pelanggan. Penelitian ini melibatkan analisis mendalam terkait preferensi konsumen, kebutuhan khusus dalam layanan percetakan, dan profil demografis target pasar.

Selanjutnya, penelitian tersebut menekankan pentingnya memilih platform digital yang tepat untuk mempromosikan layanan percetakan. Hal ini melibatkan pemahaman yang baik tentang kehadiran target pasar di media sosial, situs *web*, dan *platform online* lainnya. Dengan memilih *platform* yang sesuai, percetakan dapat mencapai audiens target dengan lebih efektif dan memperluas jangkauan pemasaran mereka.

Penelitian juga menyoroti pentingnya konten visual yang menarik dalam strategi digital *marketing* percetakan. Konten yang menarik secara visual, seperti desain grafis yang menarik dan gambar berkualitas tinggi, dapat membantu membedakan percetakan dari pesaing dan menarik perhatian pelanggan potensial.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa penyediaan layanan desain grafis yang komprehensif merupakan faktor penting dalam strategi digital *marketing*. Dengan menyediakan layanan desain yang meliputi logo, brosur, kemasan produk, dan poster, percetakan dapat menjadi pilihan yang menarik bagi pelanggan yang membutuhkan solusi desain terintegrasi dengan layanan cetak digital.

Terakhir, penelitian ini menekankan pentingnya pengumpulan data dan analisis hasil kampanye digital. Melalui pengukuran kinerja kampanye, tingkat konversi, lalu lintas situs *web*, dan tingkat retensi pelanggan, percetakan dapat mengevaluasi keefektifan strategi digital *marketing* yang diadopsi dan melakukan perbaikan di masa depan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, percetakan dapat mengembangkan strategi digital *marketing* yang lebih efektif dan terarah. Dengan memahami target pasar, memilih platform yang tepat, menggunakan konten visual yang menarik, menyediakan layanan desain grafis yang komprehensif, dan menganalisis hasil kampanye secara teratur, percetakan dapat meningkatkan visibilitas, daya tarik pelanggan, dan keberhasilan pemasaran mereka di era digital.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian strategi digital *marketing* di percetakan adalah bahwa dalam era digital yang semakin maju, percetakan perlu mengadopsi dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan daya tarik mereka. Melalui penelitian ini, beberapa temuan penting dapat diidentifikasi.

Pertama, penting untuk mengidentifikasi target pasar yang relevan dan memahami preferensi serta kebutuhan khusus pelanggan dalam layanan percetakan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang audiens target, percetakan dapat mengarahkan upaya pemasaran mereka dengan lebih efektif dan meningkatkan tingkat konversi.

Kedua, pemilihan platform digital yang tepat menjadi faktor kunci dalam strategi digital *marketing*. Percetakan perlu memahami di mana audiens target mereka berada dan bagaimana mencapainya melalui media sosial, situs web, atau platform online lainnya. Dengan memilih platform yang sesuai, percetakan dapat meningkatkan visibilitas merek dan memperluas jangkauan pemasaran mereka.

Selanjutnya, konten visual yang menarik menjadi elemen penting dalam strategi digital *marketing* percetakan. Desain grafis yang menarik dan berkualitas tinggi dapat membedakan percetakan dari pesaing dan menarik perhatian pelanggan potensial. Percetakan perlu mempertimbangkan investasi dalam desain grafis dan konten visual yang memikat untuk meningkatkan citra merek mereka.

Terakhir, penting untuk melakukan analisis hasil dan pengukuran kinerja kampanye digital. Dengan mengumpulkan data dan menganalisis hasil kampanye, percetakan dapat mengevaluasi keefektifan strategi yang diadopsi dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Dengan pendekatan yang berkelanjutan dan perbaikan yang terus-menerus, percetakan dapat meningkatkan hasil pemasaran mereka dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

### Saran

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa percetakan perlu mengadopsi pendekatan yang berorientasi pada digital *marketing* untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital. Dengan memahami target pasar, memilih platform yang tepat, menciptakan konten visual yang menarik, dan melakukan analisis hasil secara teratur, percetakan dapat meningkatkan citra merek, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan keberhasilan pemasaran mereka secara keseluruhan.

Dengan demikian, penting bagi percetakan untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk menerapkan strategi digital *marketing* yang efektif. Dengan memanfaatkan temuan dari penelitian ini, percetakan dapat mengoptimalkan upaya pemasaran mereka, meningkatkan visibilitas merek, dan mencapai keberhasilan yang lebih besar di dunia digital yang semakin kompleks.

Dalam keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan panduan yang berharga bagi percetakan dalam merumuskan strategi digital *marketing* mereka. Dengan menerapkan temuan dan rekomendasi ini, percetakan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran mereka, mencapai tujuan bisnis, dan tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang semakin digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, faradilla. "Apa Itu Digital Marketing? Definisi, Manfaat, dan Strateginya." *hostinger tutorial*, 2022.
- Adamprasetya. "Manfaat Memasarkan Bisnis Percetakan dengan Cara Online." *walisongo*, 2021.
- Arviana, Geofanni Nerissa. "Lakukan Analisis Marketing untuk Nilai Keberhasilan Strategi Pemasaranmu." *glints*, 2021.
- Chairunisa. "Strategi Pemasaran: Definisi, Fungsi, hingga Elemen Penting." *dailysocial.id*, 2023.
- Desra. "10 Jenis Strategi Pemasaran Efektif di Era Digital." *mekari jurnal*, 2019.
- Nugraeni, wuri. "Ini Dia Strategi Pemasaran Bidang Usaha Percetakan." *indscript*, 2018.
- Winando, yoga. "pengertian metode penelitian." *guru pendidikan*, 2023.