Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)
Vol. 2, No. 1, Februari 2024
E-ISSN 2985-3346

STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN DI PT BENIH CITRA ASIA AJUNG

DIGITAL MARKETING STRATEGIES TO INCREASE CONSUMER ATTRACTIVENESS IN PT BENIH CITRA ASIA AJUNG

Nayla Syafaatal Husna [1], Luluk Saputri [2], Agung Parmono [3]
[123] Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember
hnayla028@gmail.com[1], luluksaputri@gmail.com[2], agungparmono1612@gmail.com [3]

Article History:
Received: February 08th, 2024
Revised: February 14th, 2024
Published: February 15th, 2024

Abstract: *The development in digital marketing strategy is a trend that is currently prevalent in the digital-based business world. Digital marketing has an important role in marketing strategy because it allows companies to connect with a wider audience and build relationships with potential customers in real-time. In marketing strategies, digital marketing can be used as a substitute for conventional marketing methods such as print advertising, radio, television, and others. However, digital marketing has the advantage of being able to track and measure campaign effectiveness, targeting a wider and more precise audience. This service aims to find out what digital marketing strategies are used at PT Benih Citra Asia Ajung to increase consumer attractiveness and be able to compete in this digital era market. In this service, the author conducts several stages, namely making observations, namely by observing and collecting information directly from the place of service, conducting interviews, and documentation. The result of this service is that PT Benih Citra Asia has succeeded in utilizing technology and digital as an effective marketing strategy to attract consumers.*

Keywords: *Strategy, Digital Marketing, Purchase Interest.*

Abstrak

Perkembangan dalam strategi digital marketing merupakan tren yang sedang marak dalam dunia bisnis berbasis digital. Digital marketing memiliki peran yang penting dalam strategi marketing karena memungkinkan perusahaan untuk terhubung dengan audiens yang lebih luas dan membangun hubungan dengan pelanggan potensial secara real-time. Dalam strategi pemasaran, digital marketing dapat digunakan sebagai pengganti metode pemasaran konvensional seperti iklan cetak, rasdio, televisi, dan lainnya. Namun, digital marketing memiliki keunggulan karena memungkinkan untuk melacak dan mengukur efektivitas kampanye, menargetkan audiens yang lebih luas dan tepat. Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digital marketing apa saja yang digunakan di PT Benih Citra Asia Ajung untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan mampu bersaing di pasar era digital ini. Dalam pengabdian ini penulis melakukan beberapa tahapan yaitu melakukan observasi yaitu dengan mengamati dan mengumpulkan informasi secara langsung

dari tempat pengabdian, melakukan wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari pengabdian ini adalah PT Benih Citra Asia berhasil memanfaatkan teknologi dan digital sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik daya tarik konsumen.

Kata Kunci: Strategi, Digital Marketing, Minat Beli.

PENDAHULUAN

Pemasaran menggunakan media digital semakin marak dikarenakan pelaku bisnis menyadari pentingnya membangun citra merek produk ke jejaring internet untuk menarik konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan, maka cangkupan bisnisnya akan semakin luas, dapat berinteraksi dengan pelanggan secara *real-time*, dan biaya yang dikeluarkan lebih terjangkau.

Digital marketing adalah salah satu jenis media pemasaran yang digunakan untuk membangun citra merek sebuah perusahaan atau produk, serta mendukung penjualan kepada konsumen. Penggunaan digital marketing memudahkan pemahaman tentang tujuan komunikasi dalam ranah digital, yang bertujuan untuk memperkuat kesadaran merek dan mempengaruhi perilaku konsumen.

Digital marketing memiliki peran penting dalam strategi pemasaran karena memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens yang lebih besar dan menjalin hubungan dengan pelanggan secara *real-time.* Dalam strategi pemasaran, digital marketing memiliki keunggulan dengan memungkinkan untuk melacak dan mengukur efektivitas kampanye, mencapai audiens yang lebih luas, dan menargetkan pelanggan dengan lebih tepat.

Pertumbuhan teknologi digital telah mengubah cara konsumen mencari informasi, berinteraksi dengan penjual, dan melakukan pembelian. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan internet, maka perilaku konsumen juga berubah. Mereka cenderung lebih terhubung secara digital, mencari informasi, dan berbelanja secara daring. Hal ini menuntut perusahaan-perusahaan seperti PT Benih Citra Asia untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Dan strategi digital marketing yang mereka lakukan meliputi beberapa strategi, seperti penggunaan media sosial, *website*, blog dan optimisasi mesin pencari (*SEO*), iklan online, pembuatan konten, dan lain sebagainya. Secara efektif, dengan menerapkan strategi ini dapat digunakan untuk meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan daya tarik pelanggan terhadap produk yang ada di PT benih Citra Asia.

Untuk mengatasi tantangan ini, PT Benih Citra Asia menggunakan *digital marketing* sebagai alat utama untuk memperkuat kehadiran merek mereka dalam dunia digital. Dengan fokus pada menyajikan konten yang menarik, konsisten, dan relevan kepada konsumen, perusahaan berupaya membangun kesadaran merek yang kuat dan menciptakan hubungan yang erat dengan pelanggan. Melalui strategi *digital marketing* ini, PT Benih Citra Asia dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan platform online lainnya, yang memungkinkan mereka untuk memperkuat ikatan merek dan membangun loyalitas yang kokoh.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama 36 hari kerja mulai tanggal 26 Desember 2023 sampai 6 Februari 2024 di PT Benih Citra Asia Ajung Jember. Metode pendekatan dalam kegiatan pengabdian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami

penggunaan digital marketing dalam meningkatkan daya tarik konsumen di PT benih Citra Asia Ajung Jember. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan yakni melakukan observasi yang dilakukan selama 36 hari kerja untuk mencatat peristiwa dan perubahan yang relevan. Melakukan wawancara mendalam dengan narasumber dari divisi DKV di PT Benih Citra Asia untuk menggali informasi lebih dalam tentang strategi digital marketing dan dampaknya terhadap peningkatan minat beli konsumen. Dokumentasi juga diperlukan untuk merekan dan mencatat temuan penting.

HASIL

Kemampuan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan terukur adalah salah satu keuntungan utama dari digital marketing. Perusahaan dapat meningkatkan visibilitas online mereka dan menarik lebih banyak pengunjung ke situs website perusahaan dengan menggunakan teknik seperti *Search Engine Optimization* (SEO), pemasaran konten, dan media sosial. Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Benih Citra Asia terdiri dari dua jenis, yaitu strategi yang dilakukan secara online dan strategi yang dilakukan secara offline. Sedangkan untuk strategi digital yang digunakan oleh PT Benih Citra Asia adalah:

1. Video Promosi

   PT Benih Citra Asia membuat video promosi yang berfokus pada:

   a. Short Soft News Membuat video singkat yang berfokus pada berita ringan atau informasi terbaru yang menarik bagi target audiens.
   b. Mini Series Commercial Membuat seri video iklan yang menggambarkan cerita atau narasi tertentu yang terkait dengan produk atau layanan PT Benih Citra Asia.
   c. Adaptasi Reels yang lagi Viral Mengikuti tren dengan membuat video pendek dalam format Reels yang sedang viral di platform seperti Instagram.

2. Gambar Promosi

   PT Benih Citra Asia menggunakan berbagai jenis gambar promosi untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk di antaranya:

   a. Fun Facts Membagikan fakta-fakta menarik yang terkait dengan produk atau industri yang dapat menarik perhatian konsumen.
   b. Giveaway Mengadakan kontes atau program giveaway untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan mendapatkan lebih banyak pengikut atau pelanggan potensial.
   c. Produk Memamerkan produk-produk mereka dalam format gambar yang menarik untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk kepada audiens.
   d. Games Membuat permainan atau konten interaktif yang melibatkan audiens dan memberikan pengalaman yang menyenangkan terkait dengan merek.
   e. Tips & Tricks Memberikan tips dan trik berguna kepada konsumen terkait dengan penggunaan produk atau topik terkait lainnya, untuk meningkatkan keterlibatan dan membangun kepercayaan.

3. Ofiicial Channel

   Untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen, PT Benih Citra Asia aktif aktif memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan TikTok untuk berbagi konten, mempromosikan produk atau layanan, dan berinteraksi dengan konsumen. Selain itu, PT Benih Citra Asia juga memiliki situs web resmi yang berfungsi sebagai pusat informasi dan platform transaksi online untuk produk dan layanan mereka.

4. *Search Engine Marketing* (SEM)

Adalah strategi pemasaran digital yang menggunakan iklan berbayar di mesin pencari seperti Google untuk meningkatkan visibilitas bisnis dan menarik target audiens. PT Benih Citra Asia menggunakan platform iklan seperti Google Ads untuk menampilkan iklan berbayar di situs web mitra dan hasil pencarian.

5. *Search Engine Optimization* (SEO)

   Memperbaiki peringkat situs web dalam hasil mesin pencarian organik dengan menggunakan teknik seperti pengoptimalan kata kunci, pembuatan konten yang berkualitas, dan memperbaiki faktor-faktor teknis. PT Benih Citra Asia Membuat dan mengoptimalkan artikel blog yang relevan dengan kata kunci tertentu untuk meningkatkan visibilitas situs web mereka di hasil pencarian organik.

Setelah melakukan pengamatan dan wawancara mengenai strategi digital yang di lakukan oleh PT Benih Citra Asia Meskipun tidak ada masalah signifikan dalam penerapan strategi digital yang di terapkan oleh PT Benih Citra Asia, namun terdapat kesulitan dari pihak Divisi Desain Komunikasi Visual (DKV) dalam mencari orang untuk pembuatan konten. Kita meng identifikasi bersama dengan tim DKV terkait masalah yang dihadapi dalam pembutan konten dan strategi digital marketing. Akhirnya dalam beberapa kesempatan selama program PPL, kami terlibat dalam beberapa konten promosi yang meraka buat.

Analisis data penjualan dari akun marketplace seperti Shopee dan Tokopedia dilakukan untuk memahami tren penjualan dan perilaku konsumen. Selama PPL, kami juga terlibat dalam penjualan produk PT Benih Citra Asia di kedua akun marketplace tersebut. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa produk PT Benih Citra Asia telah banyak dikenal oleh masyarakat, terbukti dengan penilaian dan hasil penjualan di akun marketplace.

Dari kegiatan ini, kami dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang penggunaan digital marketing dalam meningkatkan daya tarik konsumen PT Benih Citra Asia, serta dapat membantu dalam menangani kesulitan yang dihadapi oleh Divisi Desain Komunikasi Visual (DKV).

Gambar 1. Konten video promosi yang di promosikan di sosial media PT Benih Citra Asia

Gambar 2. Gambar promosi yang di posting di berbagai media sosial PT Benih Citra Asia

PEMBAHASAN

PT Benih Citra Asia menggunakan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan berdampak pada pertumbuhan penjualan di *marketplace* mereka seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia. PT Benih Citra Asia dapat meningkatkan minat beli konsumen dengan membuat konten yang menarik dan relevan dengan menggunakan strategi-

strategi ini. PT Benih Citra Asia menggunakan beberapa strategi *digital marketing* dalam menjalankan bisnisnya, seperti membuat video promosi, gambar promosi yang di publikasikan lewat website dan media sosial mereka seperti Facebook, Instagram, Youtube dan Tiktok. Mereka juga menggunakan strategi marketing berbayar yaitu *Search Engine Marketing* (SEM) yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung website di hasil pencarian. Selain itu mereka juga menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO), dengan menggunakan strategi SEO yang baik, website akan muncul di halaman pertama hasil pencarian ketika calon pengunjung mencari kata kunci tertentu di mesin pencari.

Berikut beberapa strategi digital marketing yang dilakukan oleh PT benih Citra Asia untuk menarik minat beli kosumen, antara lain:

1. Strategi *digital marketing* Menggunakan Video Promosi

   PT Benih Citra Asia memanfaatkan trend yang sedang ramai di masyarakat, dengan membuat video promosi yang menarik dan memberikan informasi tentang produk mereka, juga membuat video aktifitas yang ada di PT Benih Citra Asia dengan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini terbukti efektif untuk menarik konsumen. Mereka memanfaatkan *reels* yang ada di Instagram untuk memposting video promosi tersebut.

2. Strategi *Digital marketing*Menggunakan Gambar Promosi

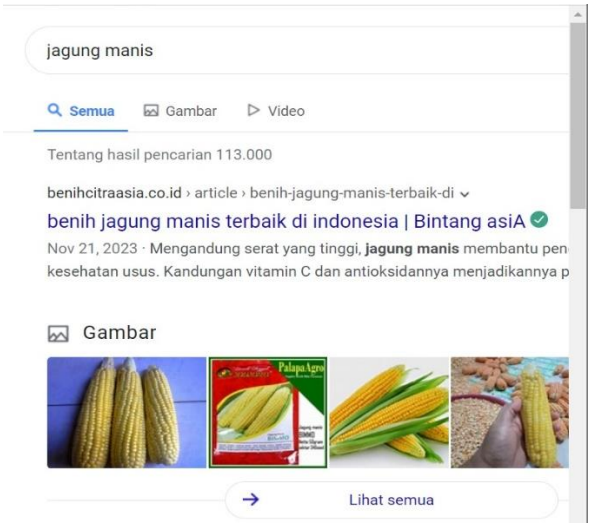
   Selain menggunakan video promosi untuk menarik konsumen, PT Benih Citra Asia juga menggunakan gambar promosi sebagai salah satu bentuk strategi *digital marketing* mereka. Dengan membuat gambar promosi produk yang menarik, diharapkan dapat menarik audiens lebih luas. Gambar promosi di posting lewat website, media sosial seperti instagram dan facebook. Selain itu PT Benih Citra Asia juga aktif berinteraksi dengan konsumen, seperti membuat kuis, tips & trick dalam menanam, merawat dan memilih benih, funfact dan lain sebagainya.

3. *Search Engine Marketing* (SEM)

   Salah satu metode untuk mengoptimalkan situs *website* untuk mendapatkan peringkat yang baik pada halaman mesin pencari ialah dengan menggunakan strategi marketing *Search Engine Marketing* (SEM). SEM memiliki tujuan yang sama dengan SEO yaitu meningkatkan jumlah kunjungan yang masuk ke situs *website* melalui mesin pencari seperti Google. Namun ada yang berbeda dengan SEO, SEM adalah strategi marketing berbayar. Biasanya website yang menggunakan SEM akan muncul di halaman pencarian dan dilengakapi tulisan "Ads" atau "iklan".

4. *Search Engine Optimization* (SEO)

   PT Benih Citra Asia juga memanfaatkan strategi *digital marketing* SEO untuk meningkatkan volume dan traffic kunjungan menuju website nya. Salah satunya ialah dengan membuat artikel blog tentang produk yang ada di PT Benih Citra Asia. Dengan pemilihan *domain* yang tepat maka akan sangat berpengaruh terhadap pencarian di intenet dan dengan meletakkan *keyword* yang tepat, target pengguna internet akan sesuai dengan target pemasaran, maka hal ini akan meningkatkan penjualan produk.



Dengan memanfaatkan strategi digital marketing yang efektif dan optimal untuk meningkatkan daya tarik kepada konsumen maka akan berdampak terhadap peningkatan penjualan yang ada di *marketplace* mereka seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia. Dengan memanfaatkan strategi digital seperti membuat konten yang menarik dan relevan bagi konsumen, PT Benih Citra Asia berhasil meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. strategi pemasaran yang diterapkan, PT Benih Citra Asia menunjukkan kesiapan dalam menghadapi minat konsumen yang terus berkembang di era digital ini. Melalui penggunaan berbagai konten promosi yang menarik seperti video singkat, mini series iklan, dan konten Reels yang sedang viral, serta gambar promosi seperti fun facts, giveaway, dan tips & tricks, PT Benih Citra Asia berhasil meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk atau layanan mereka. Dengan demikian, PT Benih Citra Asia menunjukkan kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ada di era digital saat ini, serta memastikan bahwa mereka tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang terus berubah dan berkembang pesat.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan di atas, dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa: a) PT Benih Citra Asia telah berhasil menerapkan strategi *digital marketing* yang efektif dalam mengidentifikasi target pasar yang relevan dan memahami preferensi serta kebutuhan konsumen. Dengan pemahaman yang mendalam tentang audiens target, mereka dapat mengarahkan upaya pemasaran dengan lebih efektif dan meningkatkan tingkat konversi. b) PT Benih Citra Asia juga berhasil memilih platform digital yang tepat untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Mereka aktif memanfaatkan berbagai metode *digital marketing* seperti SEO, SEM, video promosi, gambar dan platform online lainnya. Hal ini membantu meningkatkan visibilitas merek mereka dan memperluas jangkauan pemasaran. c) Konten visual yang menarik juga menjadi fokus utama dalam strategi *digital marketing* PT Benih Citra Asia. Dengan menggunakan desain grafis yang menarik dan berkualitas tinggi, mereka dapat membedakan diri dari pesaing dan menarik perhatian pelanggan potensial. d) PT Benih Citra Asia juga menunjukkan komitmen pada inovasi dalam

strategi pemasaran mereka. Mereka terus mengikuti perkembangan tren dan teknologi digital terbaru untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah. e) di balik sukses nya strategi digital marketing PT Benih Citra Asia, terkadang mereka sulit menemukan talent yang cocok untuk pembuatan konten.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung pengabdian ini hingga berjalan dengan lancar, khususnya kepada:

1. Bapak Agung Parmono, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing lapangan
2. Bapak Taufik Timur Warisaji, S. Kom, M.Kom selaku dosen pamong di PT Benih Citra Asia
3. Bapak Hermansyah dan Bapak Fathol Roji yang telah memberikan arahan serta membantu kami selama proses kegiatan pengandian ini.
4. Segenap karyawan HR&IT PT Benih Citra Asia Ajung yang membantu kami selama proses pengabdian.

DAFTAR REFERENSI

Azhary, M. R., Agung, M., Prahaski, N., Ulin, T. T., & Suhairi, S. (2023). "Strategi dan Peran Komunikasi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Era Digital." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, *2*(4), 356-364.

Baskoro, Roni, Cahya Lukito, Deddy Arifin, "Penerapan teknik *SEO* (Search Engine Optimization) pada website dalam strategi pemasaran melalui internet," *ComTech* Vol 5 No 2 (Desember 2014) :1050-1058,

Fauziah, Putri, Uus Mohammad. "Analisis Strategi *Digital marketing* di Perusahaan Cipta Grafika". *Jurnal Economina.*Volume 2 No.8 (2023).

Firlyana, F. (2023, mei 13). "*Digital Marketing: Definisi, Tujuan, Jenis, Startegi dan Peluang Karir"*.

Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). "Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika." *Jurnal Economina*, *2*(8), 1970-1978.

Larasari, Tas'yana Ayu, Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). "Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati". *Solusi*, *20*(4), 397-402.

Novitasari, Mia Andika Sari." Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta dan Masyarakat Pengguna Aktif Media Sosial)" *Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol. 18 No.2: 97-108.

Pangestika, W. (2022, juli 08). "*Digital Marketing : Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis*."

Pranawa, I. Putu Lugra Agusta, and Agus Putu Abiyasa. "Digital Marketing dan Hedonisme Dalam

Pengambilan Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis* 16.4 (2019): 58-74.

PT Benih Citra Asia, “Profil PT Benih Citra Asia. Bintang Asia,”, 2024

Sholihin, Shofwan A., and Mutiara A. Oktapiani. "Pengaruh Strategi Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen di Era Pandemi Covid-19: Studi Kasus pada Pengguna Marketplace Shopee di Provinsi Jawa Barat." *Coopetition*, vol. 12, no. 3, 2021,