



Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Mendapatkan Calon Konsumen Perusahaan Jasa PT Galuh Protank Logistics

Bagus Putra Wibowo

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya
Email : gus.pw66@gmail.com

Abstrak

Dalam era digital saat ini, pemasaran digital telah menjadi strategi yang krusial bagi bisnis untuk mencapai audiens dan konsumen secara efektif. Penggunaan berbagai platform digital seperti media sosial dan SEO (Search Engine Optimization) memungkinkan perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa dengan lebih efisien. Meski begitu, banyak perusahaan, terutama di sektor jasa, belum sepenuhnya memanfaatkan pemasaran digital. PT Galuh Protank Logistics, yang bergerak dalam persewaan container Iso-tank, menghadapi persaingan ketat di industri logistik dan perlu mengadopsi strategi pemasaran digital untuk meningkatkan efektivitas dan jangkauan pasar. Pemasaran digital menawarkan keuntungan seperti biaya yang lebih rendah, penargetan audiens yang lebih spesifik, dan tolak ukur yang lebih akurat dalam kampanye pemasaran, yang membantu perusahaan dalam menganalisis dan mengoptimalkan strategi mereka untuk menarik lebih banyak calon konsumen.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Strategi Pemasaran, Industri Logistik

Abstract

In the current digital era, digital marketing has become a crucial strategy for businesses to effectively reach their audience and consumers. The use of various digital platforms such as social media and SEO (Search Engine Optimization) allows companies to promote their products or services more efficiently. However, many businesses, especially in the service sector, have not fully utilized digital marketing. PT Galuh Protank Logistics, which operates in the rental of Iso-tank containers, faces intense competition in the logistics industry and needs to adopt digital marketing strategies to enhance effectiveness and market reach. Digital marketing offers benefits such as lower costs, more targeted audience reach, and more accurate benchmarks for marketing campaigns, helping companies analyze and optimize their strategies to attract more potential customers.

Keywords : Digital Marketing, Marketing Strategy, Logistics Industry

PENDAHULUAN

Di era ini, hampir semua kegiatan dilakukan secara digital. Terutama pada kegiatan pemasaran. Pemasaran digital sudah menjadi salah satu strategi yang efektif dalam menjangkau audiens maupun konsumen. Pemasaran digital memanfaatkan berbagai macam *platform* seperti media sosial, *SEO (Search Engine Optimization)* untuk mempromosikan produk maupun jasa. Melihat dari pesatnya perkembangan era digital saat ini namun belum semua bidang usaha mempunyai strategi untuk pemasaran digitalnya.

Dengan era yang berbasis digital seperti sekarang ini, semua hal termasuk kegiatan bisnis seperti pemasaran diuntut untuk mulai digital sehingga perusahaan baik barang maupun jasa harus bisa untuk beradaptasi dengan era digital ini. Dapatnya beradaptasi maupun tidaknya dalam era digital dapat menjadi penentu dalam keberlanjutan suatu bisnis. Perusahaan maupun pelaku bisnis perlu mengadopsi strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan dari pasar, dengan begitu perusahaan maupun pelaku bisnis mendapatkan lebih banyak calon konsumen.



Pada hal ini PT Galuh Protank Logistics merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang jasa. Jasa yang dimaksudkan ialah persewaan container Iso-tank. Persaingan yang ada di industri logistik semakin ketat. Perlu adanya strategi pemasaran yang efektif dan juga inovatif. Melalui pemasaran digital, pelaku bisnis maupun perusahaan dapat menawarkan kelebihan yang ada seperti rendahnya biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran, dapat menargetkan audiens yang spesifik, serta memberikan tolak ukur yang lebih akurat dari hasil kampanye pemasaran. Sehingga dari pemasaran digital tersebut, perusahaan dapat menganalisa strategi yang diterapkan untuk efektivitas mendapatkan calon konsumen.

METODE PENELITIAN

Pada program Magang Mandiri yang dilaksanakan oleh penulis di PT. Galuh Protank Logistics, penulis melakukan kegiatan magang dengan ketentuan *Work From Office* (WFO) dalam kurun waktu 4 bulan selama 5 hari kerja dengan ketentuan jam kerja pada umumnya. Pada era yang memiliki adopsi teknologi digital yang besar ini, perusahaan jasa penyewaan isotank harus dapat beradaptasi serta memahami pentingnya memanfaatkan platform digital untuk melakukan pemasaran digital. Potensi dengan memanfaatkan platform digital sangatlah besar terutama perusahaan dapat meningkatkan visibilitas, melibatkan pelanggan secara langsung yang akhirnya mendapatkan calon konsumen. Dari hal tersebut sudah dapat meningkatkan penjualan maupun pertumbuhan bisnis secara langsung. Dalam kegiatan ini penerapan dari strategi pemasaran digital dalam upaya mendapatkan calon konsumen.

Metodologi penyelesaian tugas dirancang untuk memberikan panduan yang jelas dan sistematis untuk tim *digital marketing* dalam menjalankan tugas yang ditetapkan. Metode ini meliputi langkah-langkah berikut:

1. Penyusunan Strategi Pemasaran Digital
2. Implementasi Pemasaran Digital (Social Media Marketing)
3. Implementasi Pemasaran Digital (Website Marketing)

PEMBAHASAN DAN HASIL

Proses pemantauan dilakukan setiap minggu bersama mentor atau pembimbing magang, sementara evaluasi dilakukan sebulan sekali oleh staf marketing. Selama sesi evaluasi tersebut, penulis mempresentasikan hasil implementasi strategi pemasaran digital yang telah dirancang. Evaluasi ini mencakup diskusi mengenai laporan wawasan dari unggahan di media sosial dan e-commerce yang telah dilakukan. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk menilai efektivitas perubahan dalam pemasaran dan bagaimana perubahan tersebut diharapkan dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen PT. Galuh Protank Logistics. Selama sesi evaluasi, penulis juga berkolaborasi dengan mentor dan tim dalam brainstorming untuk mencari solusi terhadap masalah yang ada. Proses ini melibatkan pemecahan masalah secara bersama-sama serta pencatatan dan dokumentasi umpan balik yang diterima, serta perencanaan tindakan yang akan diambil selanjutnya.

Pembelajaran Hal Baru

Selama 4 bulan dalam pelaksanaan magang di PT. Galuh Protank Logistics, penulis telah berhasil menjalankan pekerjaan dengan hasil yang memuaskan. Ada beberapa hal baru yang penulis dapatkan selama pelaksanaan kegiatan magang, sebagai berikut:

1. Penulis memperoleh pengetahuan tentang pengelolaan jasa sewa isotank dan mengamati langsung cara kerja tenaga kerja di PT. Galuh Protank Logistics.
2. Memperluas jangkauan perusahaan PT. Galuh Protank Logistics dengan mengoptimalkan pemasaran digital secara berkelanjutan, termasuk pengelolaan media sosial seperti Instagram, Facebook, serta pembuatan website perusahaan.
3. Mengembangkan keterampilan analitis dan berpikir kompleks melalui kegiatan penyusunan



strategi pemasaran digital.

4. Membantu dalam proses pembuatan surat penyewaan perusahaan serta melakukan pengecekan terhadap depo isotank.
5. Mengaplikasikan pengetahuan administrasi bisnis secara langsung untuk menciptakan solusi praktis di lingkungan kerja.
6. Selain itu, ada beberapa soft skill yang dapat penulis kembangkan selama melakukan kegiatan magang di Bank Jatim Surabaya, sebagai berikut:
 - a. *Problem Solving*
Pada posisi ini penulis harus mampu memberikan solusi yang terbaik bagi pelanggan dan juga perusahaan. Kemampuan analisa lingkungan dan masalah untuk menemukan solusi adalah skill yang dikembangkan secara mutlak pada saat melayani konsumen. Sehingga saat menanggapi keluhan konsumen tidak berdampak berkepanjangan dan mengurangi rasa kecewa pelanggan pada perusahaan.
 - b. *Public Speaking*
Kemampuan komunikasi yang baik dan efektif sangat dibutuhkan Ketika berinteraksi dengan nasabah. Ketepatan pemilihan kata, intonasi, artikulasi yang jelas, pemahaman materi dan sikap dalam berkomunikasi adalah bekal yang didapat saat penulis memberikan informasi pelayanan terhadap produk perusahaan
 - c. *Time Management*
Penulis menerapkan hal ini dengan membagi waktu yang dimiliki dalam beberapa tugas. Penulis dituntut dalam membagi waktu untuk dapat terjun dalam beberapa kegiatan serta menyusun laporan-laporan yang sudah dijadwalkan dengan tepat waktu.
 - d. *Teamwork*
Kompetensi ini ditargetkan untuk dapat melakukan koordinasi dengan berbagai peran yang terlibat dalam pelaksanaan program dan mengatasi keluhan nasabah yang memerlukan kunjungan.
 - e. *Interpersonal Skills*
Berinteraksi dengan berbagai tipe orang setiap hari membantu mengembangkan keterampilan interpersonal, seperti empati, negosiasi, dan adaptasi terhadap berbagai situasi sosial.
 - f. *Etika Bekerja*
Pada kompetensi ini, hal yang harus dikembangkan yakni kemampuan dalam memahami kode etik yang berlaku di PT. Galuh Protank Logistics. Mengingat bahwa sebagai perusahaan tentu memiliki sebuah kode budaya yang perlu ditaati dan dipahami.

Adapun kaitan kegiatan magang yang telah dilaksanakan oleh penulis dengan teori atau konsep yang telah dipelajari, sebagai berikut:

1. *Pemodelan Bisnis*
Pada Pemodelan bisnis, penulis Menyusun dan menerapkan Business Model Canvas (BMC) yang digunakan untuk merancang dan menganalisis model bisnis dengan memetakan elemen-elemen kunci seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan struktur biaya. Penulis mengaplikasikan analisis dan pengembangan strategi pemasaran dengan mengembangkan strategi pemasaran digital untuk PT. Galuh Protank Logistics, termasuk mengelola konten di media sosial, merancang kampanye digital, dan menganalisis hasil pemasaran untuk meningkatkan brand awareness.
2. *Bisnis Ritel*
Mata kuliah bisnis ritel mengajarkan tentang manajemen ritel, strategi pemasaran, dan teknik promosi yang efektif untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Ini mencakup pengelolaan inventaris, penetapan harga, dan desain promosi. Selama magang di PT. Galuh Protank Logistics, penulis mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan promosi, seperti mengelola akun media sosial dan membuat konten promosi. Penulis juga berkontribusi pada pembuatan akun e-commerce, yang sejalan dengan teknik pemasaran



ritel untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pelanggan.

3. Manajemen Perubahan

Manajemen Perubahan berfokus pada cara mengelola dan mengadaptasi perubahan dalam organisasi untuk mencapai tujuan strategis. Dalam konteks praktek magang di PT. Galuh Protank Logistics, penulis menerapkan prinsip-prinsip manajemen perubahan dengan cara membantu perusahaan mengimplementasikan strategi pemasaran digital baru dan mengelola perubahan terkait di media sosial dan platform e-commerce. Penulis terlibat dalam proses adaptasi teknologi dan metode baru untuk meningkatkan brand awareness, serta berkontribusi pada evaluasi dan penyesuaian strategi yang diperlukan untuk merespons dinamika pasar. Pengalaman ini mencerminkan bagaimana manajemen perubahan dapat diterapkan secara praktis untuk mendukung pertumbuhan dan efisiensi dalam lingkungan kerja.

4. Statistik Bisnis

Statistik Bisnis mengajarkan cara mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data untuk pengambilan keputusan yang berbasis data. Dalam praktek magang di PT. Galuh Protank Logistics, penulis menerapkan prinsip-prinsip statistik bisnis dengan menganalisis data pemasaran digital, seperti performa kampanye media sosial dan interaksi e-commerce. Penulis menggunakan alat statistik untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran, mengidentifikasi tren, dan membuat keputusan yang informasional untuk meningkatkan brand awareness dan efisiensi operasional. Penggunaan data yang terstruktur dan analisis statistik membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

5. Akuntansi Biaya

Akuntansi Biaya berfokus pada pengelolaan dan analisis biaya untuk membantu perusahaan mengendalikan pengeluaran dan meningkatkan efisiensi. Dalam praktek magang di PT. Galuh Protank Logistics, penulis menerapkan konsep akuntansi biaya dengan memantau dan menganalisis biaya terkait dengan pemasaran digital dan operasional, seperti pengeluaran untuk pembuatan konten, iklan di media sosial, dan pengelolaan e-commerce. Penulis berkontribusi pada penilaian biaya dan efektivitas pengeluaran tersebut, yang membantu perusahaan mengoptimalkan anggaran pemasaran dan mengidentifikasi area untuk efisiensi biaya, mendukung keputusan strategis dan perencanaan keuangan yang lebih baik.

6. Ekspor Impor

penulis menerapkan konsep-konsep ini dengan berinteraksi langsung dalam kegiatan yang melibatkan pengelolaan pengiriman isotank dan trailer, serta memahami aspek regulasi dan logistik terkait ekspor-impor. Penulis membantu dalam proses pembuatan dokumen dan koordinasi pengiriman, memastikan kepatuhan terhadap peraturan, serta mendukung kelancaran operasional dalam perdagangan internasional, yang relevan dengan layanan yang disediakan oleh perusahaan.

7. SDM Internasional

PT. Galuh Protank Logistics merupakan perusahaan nasional yang bekerja pada bidang persewaan isotank. Pada SDM Internasional, penulis mempelajari cara pengelolaan bisnis dalam skala internasional serta bagaimana pengelolaan sumber daya manusia mempengaruhi operasi internasional, yang mendukung keberhasilan strategi dan tujuan perusahaan di pasar global.

8. Bisnis Pariwisata

membantu dalam merancang strategi pemasaran dan layanan yang menarik untuk klien dalam sektor pariwisata, serta meningkatkan efisiensi layanan dengan memperhatikan kebutuhan khusus pelanggan yang berasal dari industri pariwisata, sehingga mendukung pengembangan bisnis dan relasi dengan mitra di sektor tersebut.



Refleksi Diri

Program magang mandiri selama 4 bulan memberikan mahasiswa kesempatan untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis dalam merancang strategi pemasaran digital serta berkolaborasi dalam lingkungan kerja. Mahasiswa terlibat langsung dalam berbagai kegiatan perusahaan, seperti pengecekan depo isotank, pembuatan surat resmi, dan menghadiri rapat dengan klien. Melalui magang ini, penulis menjadi lebih produktif dan tajam dalam berpikir.

Penulis memperoleh pemahaman mendalam tentang peran pemasaran digital dalam meningkatkan dan menjangkau calon nasabah pada produk PT. Galuh Protank Logistics, termasuk membantu dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram dan Facebook, serta mengelola konten produk dengan cara yang menarik, berpartisipasi dalam komunitas, dan menambahkan hashtag yang relevan dengan target pasar. Selain itu, penulis berkontribusi dalam merancang kerangka website dan membuat akun E-Commerce di Facebook Marketplace, di mana penulis juga mengunggah produk dan melayani calon konsumen. Melalui program magang mandiri di PT. Galuh Protank Logistics, penulis berhasil meningkatkan keterampilan soft skill dan hard skill melalui pengalaman langsung di dunia kerja

KESIMPULAN

Selama menjalani program magang di PT. Galuh Protank Logistics, khususnya di divisi Digital Marketing, penulis mendapatkan pengalaman yang signifikan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Fokus utama pengalaman ini adalah pada social media marketing, pemasaran melalui website, dan e-commerce marketing, serta teknik pembuatan konten untuk pemasaran. Meskipun perusahaan, yang bergerak dalam penyewaan isotank, belum memanfaatkan pemasaran digital, penulis berkesempatan untuk memperkenalkan dan mengembangkan strategi tersebut. Selama periode magang empat bulan, penulis mempelajari cara mengoptimalkan teknik pemasaran dengan menerapkan social media marketing, website marketing, dan e-commerce marketing, sambil melakukan analisis pasar dan perusahaan menggunakan Business Model Canvas untuk mendukung pengembangan strategi tersebut.

1. Social Media Marketing: Dalam tahap ini, penulis belajar cara menganalisis target pasar dan mengelola media sosial secara efektif. Tujuan utamanya adalah untuk membangun merek produk perusahaan dan meningkatkan brand awareness. Penulis juga mengembangkan pemahaman mendalam tentang pembuatan konten dan analisis insight.
2. Website Marketing: Pada tahap ini, penulis diajarkan bagaimana menggunakan pemikiran kritis dalam merancang kerangka website. Penulis memahami lebih lanjut tentang target pasar dan memperoleh pengetahuan mengenai SEO (Search Engine Optimization) untuk mengoptimalkan performa website

SARAN

Setelah menjalani magang selama sekitar 4 bulan di PT. Galuh Protank Logistics, penulis merekomendasikan agar pihak perusahaan meningkatkan teknik pemasaran yang ada. Ditemukan bahwa tim marketing belum optimal dalam merumuskan strategi inovatif, sehingga perusahaan masih kesulitan dalam mempromosikan jasa dan merek produk secara efektif. Berdasarkan pengalaman penulis dalam menerapkan pemasaran digital untuk menyebarluaskan jasa dan merek perusahaan, disarankan agar tim marketing melanjutkan penggunaan teknik ini karena terbukti efisien dalam memperluas jangkauan nilai dan merek produk. Selain itu, penulis juga menyarankan agar perusahaan meningkatkan evaluasi kinerja dengan menetapkan target dan memberikan insentif bonus untuk memaksimalkan hasil kerja tim di PT. Galuh Protank Logistics.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anizir; Wahyuni, R. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen* 3(2),0. <http://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/25>
- Dinas Koperasi, UMKM, kabupaten G. (2020). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil & Mengengah (Umkm) Gorontalo 2020. Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah kabupaten Gorontalo.
- Drury, Glen. (2008). Social Media: “Should Marketers Engage and How can it be Done Effectively”. *Journal of Direct. Data and Digital Marketing Practice*. (9). 274-277.
- Fauzi, L. M. & A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/ 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks.. *jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- OvanFirnando,D.(2021).ANALISISPENGARUHSALURANDISTRIBUSIDANPROMOSIPADAKEPUTUSANPEMBELIANPRODUK(SURVEYPADAKONSUMENPTINTIBHARUMASLAMPUNG). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 31-37. Retrieved from <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/1111/369>
- Siti Julaha, L., & Yustriana. (2022). Design of Goods and Services in Developing Business. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(1), 135–142. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i1.589>
- Yeki Candra, D. P. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SALE PISANG PURWOBAKTI MUARO BUNGO. *JIMT (JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN)*, 1, 122-138. doi:10.31933/JIMT