

**Evaluasi Dampak Penerapan *Digital Marketing***

**pada PT. Oro Plastindo**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Jessica Valencia Rajagukguk**

**1161901044**

**PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2022**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Jessica Valencia R

NIM : 1161901044

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Mei 2021


**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Jessica Valencia R  
NIM : 1161901044  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Evaluasi Dampak Penerapan *Digital Marketing* pada PT. Oro Plastindo

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterimasebagaibagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D.  (.....)

Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., M.M  (.....)

Penguji II : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.  (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Februari 2022

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebaik mungkin sesuai dengan waktu yang direncanakan. Penyusunan tugas akhir yang berjudul “Evaluasi Dampak Penerapan *Digital Marketing* pada PT. Oro Plastindo” diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini terutama kepada:

1. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, nasihat serta waktunya dalam mendukung untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Holila Hatta, S.Pd., M.M, selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan serta waktunya dalam mendukung proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M., selaku dosen penguji II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Kepada Hansen Felix Hamonangan, Verik Winata yang telah mengingatkan dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada Mariska, Wilda Datuan, Ahmad Fauzi, dan Denis Rosacelia yang telah mengingatkan dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini..

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis juga berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, khususnya mahasiswa/i di Universitas Bakrie.

Jakarta, 29 Mei 2021

Jessica Valencia

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessica Valencia

NIM : 1161901044

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Evaluasi Dampak Penerapan *Digital Marketing* pada PT. Oro Plastindo beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Mei 2021

Yang menyatakan,



(Jessica Valencia)

Evaluasi Dampak Penerapan *Digital Marketing* pada PT. Oro Plastindo

Jessica Valencia R

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak penerapan digital marketing yang digunakan oleh PT. Oroplastindo. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (indepth interview) terhadap narasumber. Narasumber dari penelitian ini merupakan karyawan PT. Oroplastindo sendiri dengan jabatan yang berbeda-beda. Terdapat 11 teknik digital marketing yang dikaji secara umum, teknik ini terdiri dari SEO, SEM, Content Creation, Social Media Marketing, Digital Display Advertising, Mobile Marketing, Interactive Marketing, Viral Marketing, E-mail Marketing, Online Public Relation, dan Affiliate Marketing.

Peneliti memaparkan berdasarkan penerapan digital marketing yang telah di analisis pada PT Oro Plastindo maka penerapan digital marketing yang tidak efektif untuk dilakukan adalah dengan melalui saluran email marketing, karena karyawan PT Oro Plastindo setelah mengirimkan penawaran Purchase Order (PO) harus melakukan follow up pelanggan melalui mobile untuk memberitahukan bahwa terdapat email penawaran masuk. Apabila tidak dilakukan contact secara mobile kepada pelanggan maka email tersebut tidak ada jawaban dari pelanggan. Sedangkan penerapan yang paling efektif dilakukan dengan menggunakan Search Engine Optimization (SEO) karena memberikan dampak yang paling besar dalam mempengaruhi pengguna internet untuk melakukan aktivitas pembelian. Search Engine Optimization adalah sebuah upaya untuk meningkatkan peringkat hasil mesin pencari agar menjadi prioritas untuk di klik oleh pengguna mesin pencari. Dalam hal ini, SEO yang mampu dimanfaatkan secara maksimal mampu meningkatkan pembelian.

Kata kunci: digital marketing, SEO, SEM, Content Creation, Social Media Marketing, Digital Display Advertising, Mobile Marketing, Interactive Marketing, Viral Marketing, E-mail Marketing, Online Public Relation, dan Affiliate Marketing

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>Evaluasi Dampak Penerapan <i>Digital Marketing</i></b> .....	<b>ii</b>
<b>pada PT. Oro Plastindo</b> .....	<b>ii</b>
<b>TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen</b> .....	<b>ii</b>
.....	ii
<b>Jessica Valencia Rajagukguk</b> .....	<b>ii</b>
<b>1161901044</b> .....	<b>ii</b>
<b>PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN</b> .....	<b>ii</b>
<b>FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL</b> .....	<b>ii</b>
<b>UNIVERSITAS BAKRIE</b> .....	<b>ii</b>
<b>JAKARTA</b> .....	<b>ii</b>
<b>2022</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>5</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 <i>Digital Marketing</i></b> .....	<b>5</b>
<b>2.2 <i>Digital Marketing Framework</i></b> .....	<b>7</b>

<b>2.3 Teknik Digital Marketing</b> .....	9
<b>2.3.1. Search Engine Optimization (SEO)</b> .....	9
<b>2.3.2. Search Engine Marketing (SEM)</b> .....	10
<b>2.3.3. Conten Creator</b> .....	10
<b>2.3.4. Social Media Marketing (SMM)</b> .....	11
<b>2.3.5. Digital Display Advertising</b> .....	12
<b>2.3.6. Mobile Marketing</b> .....	13
<b>2.3.7. Interactive Marketing</b> .....	14
<b>2.3.8. Viral Marketing</b> .....	15
<b>2.3.9. Email Marketing</b> .....	17
<b>2.3.10. Online Public Relation (PR)</b> .....	18
<b>2.3.11. Affiliate Marketing</b> .....	19
<b>2.4 Kerangka Pemikiran</b> .....	21
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	1
Keterangan : Dapat disampaikan pada kerangka konseptual diatas, bahwa SEO, SEM, Content Creation, Social Media Marketing, Digital Display Advertising, Mobile Marketing, Interactive Marketing, Viral Marketing, E-mail Marketing, Online Public Relation, dan Affiliate Marketing berpengaruh terhadap dampak digital marketing pada PT.orooplastindo .....	
	1
<b>BAB III</b> .....	1
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	1
<b>3.1. Metode Penelitian</b> .....	1
<b>3.2. Objek Penelitian</b> .....	2
<b>3.3. Sumber Data</b> .....	2
<b>3.4. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	3
<b>3.5. Instrumen Penelitian</b> .....	4
<b>3.6. Teknik Analisa Data</b> .....	5
<b>3.7. Keabsahan Data</b> .....	5
<b>BAB IV</b> .....	7
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	7
<b>4.1 Gambaran Umum Perusahaan</b> .....	7
<b>4.1.1. Profil Singkat PT Oro Plastindo</b> .....	7
<b>4.1.2. Visi PT Oro Plastindo</b> .....	7



4.1.3. Misi PT Oro Plastindo .....	8
<b>4.2. Karakteristik Responden.....</b>	<b>8</b>
4.2.1. Informan 1 .....	8
4.2.2. Informan 2 .....	8
4.2.3. Informan 3 .....	8
<b>4.3. Hasil Penelitian.....</b>	<b>9</b>
4.3.1 Search Engine Optimization (SEO).....	9
4.3.2. Search Engine Marketing (SEM) .....	12
4.3.3. Conten Creator.....	14
4.3.4. Social Media Marketing (SMM).....	16
4.3.5. Digital Display Advertising .....	17
4.3.6. Mobile Marketing .....	17
4.3.7. Interactive Marketing.....	19
4.3.8. Viral Marketing.....	21
4.3.9. Email Marketing.....	22
4.3.10. Online Public Relation (PR).....	23
4.3.11. Affiliate Marketing .....	24
<b>4.4. Pembahasan .....</b>	<b>25</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>29</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>29</b>
5.1 Kesimpulan .....	29
5.2 Saran.....	29