



Analisis Implementasi Pemasaran Digital pada Yayasan

Rizky Ramadhan¹, Harnida Wahyuni Adda², Hesti Evrianti³

^{1,2,3}Universitas Tadulako, Indonesia

E-mail: rizkythamrin00@gmail.com, harnidaadda@gmail.com, hestievrianti@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-11-01 Revised: 2024-02-23 Published: 2024-03-02 Keywords: <i>Analysis; Implementation; Marketing; Digital; Foundation.</i>	Based on the description above, it can be concluded that the research place conducted by the researcher is a newly established place and is a new research, therefore the researcher is interested in researching related to the analysis of the implementation of social media marketing at the jabal nur healthy home foundation. Researchers in qualitative research are called human instruments. Human instruments serve to determine the focus of researchSocial media such as Instagram, Facebook TikTok and YouTube can be the platform of choice for promotion, Companies can choose between Instagram, Facebook, TikTok and YouTube however, to shorten time, costs, human resources and knowledge, companies should initially focus on one social media only. Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur's social media marketing strategy uses several social media platforms, such as Instagram, Facebook, TikTok, and YouTube, as part of their digital marketing strategy, Content such as digital brochures, videos of activities, and Foundation programs are uploaded to attract interest and support from the audience.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-11-01 Direvisi: 2024-02-23 Dipublikasi: 2024-03-02 Kata kunci: <i>Analisis; Implementasi; Pemasaran; Digital; Yayasan.</i>	Berdasarkan uraian di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa tempat penelitian yang di lakukan oleh peneliti ialah tempat baru berdiri dan merupakan penelitian baru, oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti terkait analisis implementasi pemasaran media sosial pada yayasan rumah sehat jabal nur. Peneliti dalam penelitian kualitatif disebut instrumen manusia. Instrumen manusia berfungsi untuk menentukan fokus penelitianSosial media seperti Instagram, Facebook TikTok dan YouTube dapat menjadi platfrom pilihan untuk promosi, Perusahaan dapat memilih antara Instagram, Facebook, TikTok dan YouTube namun, untuk mempersingkat waktu, biaya, sumber daya manusia dan pengetahuan, perusahaan pada awalnya harus focus pada satu media sosial saja.Strategi pemasaran media sosial Yayasan rumah sehat jabal nur menggunakan beberapa platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, sebagai bagian dari strategi digital marketing mereka, Konten-konten seperti brosur digital, video kegiatan, dan program-program Yayasan diunggah untuk menarik minat dan dukungan dari audiens.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjanjikan kemudahan bagi berbagai keperluan terutama dalam bidang pemasaran atau marketing. Pemasaran digital (Digital Marketing) merupakan pemasaran yang tergantung pada teknologi digital (Arumsari, Lailiyah, and Rahayu 2022). Digital Marketing atau pemasaran digital menurut (Febriyanto and Arisandi 2018) merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital dan salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet yang disebut dengan internet marketing (e-marketing). Pemasaran konten merupakan pendekatan pemasaran strategis dengan fokus pada pembuatan dan pendistribusian konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan juga mempertahankan konsumen yang

ditentukan, dan pada akhirnya mendorong konsumen untuk melakukan tindakan yang menguntungkan (Vinerean 2017)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004 Yayasan adalah badan hukum yang terdiri atas kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial, keagamaan, dan kemanusiaan. Sebagai badan hukum, yayasan secara hukum dianggap bisa melakukan tindakan-tindakan yang sah dan mempunyai akibat hukum walaupun nantinya secara nyata yang bertindak adalah organ-organ yayasan, baik pembina, pengawas maupun pengurusnya. Sesuai dengan Undang-undang Yayasan, Yayasan dapat melakukan kegiatan usaha untuk menunjang pencapaian maksud dan tujuannya dengan cara mendirikan badan usaha dan atau ikut serta

dalam suatu badan usaha.(Kuncoro and Pratama 2018)

Yayasan rumah sehat jabal nur adalah sebuah Yayasan non profit/non laba yang bergerak dalam bidang social, kemanusiaan dan keagamaan. Yayasan rumah sehat jabal nur sendiri memiliki anggota dan sataff. Yayasan dan tidak mencari profit atau keuntungan, Yayasan rumah sehat jabal nur ialah yayaan yang baru update kembali setelah fakum 10 tahun sebelumnya dengan pimpinan dan staff yang berbeda dan juga visi misi yang berbeda dan program kegiatan Yayasan yang berbeda.

Berdasarkan uraian di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa, penelitian ini merupakan penelitian baru tentang implementasi pemasaran yayasan, oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti terkait analisis implementasi pemasaran media sosial pada yayasan rumah sehat jabal nur.

II. METODE PENELITIAN

Berdasarkan dari uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana "Implementasi Pemasaran Digital Pada Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur"

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Menurut (Waruwu 2023) Deskriptif dalam penelitian kualitatif berarti menggambarkan dan menjabarkan peristiwa, fenomena dan situasi social yang teliti. Analisis berarti memaknai dan menginterpretasikan serta membandingkan data hasil penelitian. Peneliti dalam penelitian kualitatif disebut instrumen manusia. Instrumen manusia berfungsi untuk menentukan fokus penelitian, pemilihan informan sebagai sumber data, pelaksanaan pengumpulan data, penilaian kualitas data, analisis data, interpretasi data dan menarik kesimpulan atas temuan tersebut. Hal ini diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkannya dengan data yang sudah ada ditemukan melalui observasi dan wawancara.

2. Sumber Data

a) Data primer

Sumber data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variable minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer dalam penelitian ini di peroleh dari Yayasan rumah sehat jabal nur kota palu.

b) Data sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang di kumpulkan dari data yang telah

ada. Pada penelitian ini, penulis memperoleh data sekunder dari pihak Yayasan rumah sehat jabal nur.

c) Jenis Pengumpulan Data

1) Wawancara

Merupakan percakapan dua arah atau timbal balik yang dilakukan pewawancara dengan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi langsung dari narasumber tersebut.

2) Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung aktivitas yang dilakukan oleh subjek penelitian dan mengemas pengamatan tersebut menjadi sebuah informasi yang bermanfaat.

3) Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung. Dalam kata lain, dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data, baik yang berupa tulisan, gambar, video, dan lainnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Implementasi Pemasaran Digital Pada Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur.

1. Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan perencanaan yang kompleks dan terpadu yang dilakukan oleh satu organisasi atau Lembaga sebagai upaya memenuhi kebutuhan pasar dengan cara menyampaikan atau berkomunikasi serta mempertukarkan proposisi nilai kepada konsumen, pelanggan atau client, mitra, dan masyarakat umum (Indrasari 2019).

2. Pemasaran digital

Kegiatan pemasaran atau promosi produk menggunakan media digital atau internet sering di sebut dengan digital marketing dinilai sangat efektif di era industry 4.0 karena dapat menarik konsumen secara cepat dan dengan jangkauan, perusahaan menjadikan digital marketing sebagai pilihan utama dalam pemasaran (Putu, Noviana, and Darma 2020).

3. Pemasaran Media Sosial

Sosial media seperti Instagram, Facebook TikTok dan YouTube dapat menjadi platfrom pilihan untuk promosi, selain jumlah penggunaanya yang banyak, promosi dapat dilakukan dengan biaya yang tidak terlalu

mahal bahkan gratis yang tentunya dapat meningkatkan brand perusahaan. Mempromosikan merek dan konten di media sosial karena media sosial merupakan sarana promosi untuk memperkenalkan dan mengembangkan merek. Perusahaan dapat memilih antara Instagram, Facebook, TikTok dan YouTube namun, untuk mempersingkat waktu, biaya, sumber daya manusia dan pengetahuan, perusahaan pada awalnya harus fokus pada satu media sosial saja.

Adapun pada Yayasan rumah sehat jabal nur juga menggunakan pemasaran media sosial sebagai sarana media digital marketingnya.

a) Instagram

Yayasan rumah sehat jabal nur menggunakan salah satu media platform Instagram sebagai media digital marketingnya, dengan total pengikut sekitar 989 pengikut. Dari Instagram Yayasan rumah sehat jabal nur membagikan konten-konten kegiatan, dengan menggunakan brosur digital, brosur paket umrah, brosur sedekah, brosur qurban, dan masih banyak postingan digital kegiatan Yayasan rumah sehat jabal nur.

b) Facebook

Yayasan Rumah Sehat juga menggunakan Facebook sebagai media digital untuk menarik minat donatur melalui membagikan kegiatan-kegiatan Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur dan postingan digital program-program Yayasan

c) TikTok

Tik Tok Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur baru saja dikembangkan mulai bulan September 2023, jadi jumlah pengikut TikTok Yayasan rumah sehat jabal nur memiliki jumlah pengikut sekitar 113 pengikut, dengan jumlah konten 43 video. Dan hasil observasi lapangan oleh peneliti di ketahui bahwa TikTok Yayasan rumah sehat jabal nur dikelola oleh mahasiswa magang yang di upload dengan waktu setiap hari.

d) Youtube

YouTube Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur sebagai media yang di gunakan oleh Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur untuk mengupload setiap kegiatan yang telah di selegarakan, YouTube Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur sendiri memiliki subscribe sekitar 27 subscribe dan memiliki video sekitar 19 video.

4. Pemasaran Konten

Upaya untuk menarik pembaca untuk mengetahui tentang kegiatan Yayasan rumah sehat jabal nur dan motivasi mereka untuk menjadi pembeli dapat dilakukan dengan merencanakan, membuat dan membagikan konten informasi perusahaan. Pemasaran konten juga di implementasikan pada Yayasan rumah sehat jabal nur seperti:

- a) Reels Instagram
- b) Video YouTube
- c) Konten TikTok

5. Website

Hingga saat ini keberadaan website sangat berperan penting dalam menunjukkan kinerja dan juga profesionalitas perusahaan, memudahkan konsumen untuk mengetahui bisnis dan profil perusahaan, selain sebagaimana sarana promosi bisnis yang mudah dan praktis dan membutuhkan banyak uang. Pemasaran melalui website juga di terapkan di Yayasan rumah sehat jabal nur seperti Berita online.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan uraian yang di atas yang telah peneliti lakukan di Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur di simpulkan bahwa:

1. Pemasaran Media Sosial Yayasan rumah sehat jabal nur melalui Media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, menjadi platform utama dalam promosi produk dan kegiatan organisasi.
2. Strategi pemasaran media sosial Yayasan rumah sehat jabal nur menggunakan beberapa platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, sebagai bagian dari strategi digital marketing mereka, Konten-konten seperti brosur digital, video kegiatan, dan program-program Yayasan di unggah untuk menarik minat dan dukungan dari audiens.
3. Pemasaran konten menjadi bagian integral dari upaya untuk menarik donatur dan memotivasi mereka untuk mendukung organisasi. Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur menerapkan pemasaran konten melalui berbagai format seperti Reels Instagram, video YouTube, dan konten TikTok untuk menyampaikan informasi dan mendapatkan dukungan.
4. Website menjadi kunci dalam menunjukkan profesionalitas dan kinerja organisasi.

Website Yayasan Rumah Sehat Jabal Nur digunakan sebagai sarana praktis untuk menyajikan berita online dan informasi tentang kegiatan dan program yang dapat diakses dengan mudah oleh konsumen dan donatur potensial.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan dan saran sebagai berikut:

1. Yayasan rumah sehat jabal nur perlu mengembangkan konten kreatif seperti Reels di Instagram, video di YouTube, dan konten menarik di TikTok untuk memberikan variasi dalam presentasi informasi, Pastikan konten tersebut relevan dengan target audiens dan mencerminkan nilai dan tujuan Yayasan.
2. Pastikan website Yayasan rumah sehat jabal nur terus diperbarui dengan informasi terbaru dan relevan, Sediakan formulir donasi dan tautan langsung ke halaman donasi untuk memudahkan donatur potensial.

DAFTAR RUJUKAN

- Arumsari, Nurul Rizka, Nurzahroh Lailiyah, and Tina Rahayu. 2022. "Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongsari Semarang." *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)* 11(1):92. doi: 10.20961/semar.v11i1.57610.
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1(2):61-76. doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran&kepuasan Pelanggan*. oktober 20. surabaya.
- Kuncoro, A. Ragil, and Aditya Deka Yoga Pratama. 2018. "Optimalisasi Pajak Atas Yayasan Yang Bergerak Di Bidang Pendidikan." *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)* 1(2):31-37. doi: 10.31092/jpi.v1i2.191.
- Putu, I., Teddy Noviana, and Gede Sri Darma. 2020. "Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment." *Jurnal Mantik* 4(3):2257-62.
- Vinerean, Simona. 2017. "Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics." *Expert Journal of Marketing* 5(2):92-98.
- Waruwu, Marinu. 2023. "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7(1):2896-2910.