BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 4 No. 4, 2023, pp. 2606-2612
DOI: https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6461
e-ISSN 2721-9135
p-ISSN 2716-442X

PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PROPERTI DI NETRA PROPERTI

Kadek Wulandari Laksmi P[1] , Ni Wayan Eva Angellina[2], Ni Wayan Lasmi[3]
[1]Universitas Pendidikan Nasional, Denpasr, Indonesia
[2]Universitas Pendidikan Nasional, Denpasr, Indonesia
[3]Universitas Pendidikan Nasional, Denpasr, Indonesia
*e-mail korespondensi: wulandarilaksmi@undiknas.ac.id

Abstract
The implementation of digital marketing at Netra Property is still quite simple because it still combines digital marketing with traditional marketing. Traditional marketing is carried out by placing housing salespeople who have been previously trained by Netra Property to housing project locations, distributing housing brochures. This activity was carried out to build brand awareness from potential customers. Aims to explain the implementation of digital marketing by CV Netra Property, and to explain the obstacles in implementing digital marketing used by CV Netra Property. The solution to the problem is implementing a strategy in digital marketing, utilizing social media marketing and influencers
Keyword*: digital marketing, social media, website*

Abstrak
Penerapan digital marketing di Netra Property masih cukup sederhana karena masih memadukan digital marketing dengan traditional marketing. Traditional marketing dilakukan dengan cara menempatkan para sales perumahan yang telah diberi pelatihan oleh Netra Property sebelumnya ke lokasi proyek perumahan, membagikan brosur perumahan. Kegiatan tersebut dilakukan untuk membangun brand awareness dari calon konsumen. Bertujuan Untuk menjelaskan implementasi digital marketing CV Netra Property, dan untuk menjelaskan kendala dalam implementasi digital marketing yang digunakan CV Netra Property. Solusi permasalahannya adalah menerapkan strategi dalam digital Marketing, memanfaat media sosial marketing dan infuenser
Kata Kunci digital marketing, social media, website

Accepted: 2023-08-11 Published: 2023-10-02

PENDAHULUAN

Semakin padatnya pertumbuhan penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan perumahan. Hal ini mendorong para pengembang perumahan (properti) untuk mendirikan alternatif solusi perumahan yang layak dan terjangkau. Disisi lain, semakin lama ketersediaan lahan untuk tinggal semakin sempit dan mengakibatkan harga tanah semakin mahal. Pada akhirnya, banyak orang tidak mampu membeli rumah dan hanya mampu menyewa atau mengontrak rumah saja. Dengan adanya Netra Property ini bisa memudahkan masyarakat dan mahasiswa untuk membeli rumah dengan DP dan angsuran yang murah.

Berbagai usaha dilakukan oleh para pengusaha developer perumahan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan produknya. Mulai dari model, tipe, harga, dan berbagai promosi yang dilakukan. Tingginya persaingan yang terjadi dalam pemasaran produk berimbas pada volume penjualan produk. Oleh karena itu, pengusaha harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat supaya volume penjualan tidak berkurang dan terus bertambah. Selain itu, perusahaan juga harus mengerti apa arti penting dari pemasaran yaitu bukan hanya sekedar menjual produk tetapi perusahaan harus memahami konsep inti dari pemasaran yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*).

Kebutuhan atas rumah tersebut menyebabkan besarnya industri properti di Bali, sehingga banyak bermunculan developer properti dan sales individu yang sama-sama memasarkan rumah-rumah di daerah Gianyar. Namun Banyak juga developer property yang bekerja sama dengan sales property untuk memasarkan produknya. Dengan banyaknya sales property yang memasarkan beberapa unit rumah yang serupa, menyebabkan seringnya terjadi persaingan tidak sehat antara para sales property. Ditambah dengan krisis ekonomi yang terjadi saat ini menyebabkan performa industry perumahan ini menurun sehingga menyebabkan persaingan semakin sengit.

CV Netra Property hadir sebagai agensi untuk memberikan solusi berupa perusahaan yang akan melindungi para agennya di bawah payung hukum, dan membagi listing perumahan dan wilayah kepada para agennya sehingga tidak terjadi persaingan antar para salesnya. Agensi sendiri sebenarnya adalah perusahaan yang sangat istimewa, bisa juga dikatakan sebagai organisasi atau perusahaan yang menawarkan beberapa jasa. Tugas utama dari agensi ini adalah sebagai penengah di antara para pihak.

Perkembangan teknologi saat ini mendorong kita untuk terus melangkah lebih jauh ke arah industri digital. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini berdampak besar pada apa yang terjadi di lingkungan kita sehari-hari. Perkembangan teknologi ini telah mengubah gaya hidup dan pola pikir konsumen. Konsumen yang semula memilih untuk membeli produk secara langsung di toko kemudian mulai beralih dengan lebih memilih untuk membeli produk secara online atau melalui marketplace.

Saputra & Ardani (2022) menerangkan bahwa digital marketing digunakan untuk mencapai tujuan melalui penjualan barang dan jasa dengan menggunakan teknologi digital. Sedangkan menurut Chaffey & Allen (2015) digital marketing atau pemasaran digital memiliki arti yang hampir sama dengan pemasaran elektronik (e-marketing) keduanya meliputi pengelolaan dan pelaksanaan pemasaran dengan menggunakan media elektronik.

CV Netra Property belum sepenuhnya menerapkan pemasaran dengan menggunakan digital marketing. Perusahaan masih mengkombinasikan antara digital marketing dan pemasaran konvensional. Tujuan dari pengabdian ini adalah membantu CV Netra Property agar dapat memaksimalkan penggunaan digital marketing dalam usahanya.

METODE

Penerapan *digital marketing* di Netra Property masih cukup sederhana karena masih memadukan *digital marketing* dengan *traditional marketing*. *Traditional marketing* dilakukan dengan cara menempatkan para sales perumahan yang telah diberi pelatihan oleh Netra Property sebelumnya ke lokasi proyek perumahan, membagikan brosur perumahan. Kegiatan tersebut dilakukan untuk membangun brand awareness dari calon konsumen.

Kekurangan dari *traditional marketing* yang dilakukan di atas adalah perlunya mobilitas yang tinggi karena tidak tahu kapan calon konsumen datang ke lokasi perumahan sehingga sales bisa menunggu di satu lokasi selama berjam-jam. Dengan Kemajuan teknologi saat ini, dan semakin banyaknya masyarakat yang mempunyai akses terhadap internet, dapat membuka peluang untuk memasarkan berbagai produk secara *digital (Digital Marketing*) termasuk produk perumahan. Netra Property juga tidak menyia-nyiakan peluang tersebut dan segera menerapkan teknik *digital marketing* tersebut dan juga memberikan pelatihan kepada para sales yang bekerja di bawah payung Netra Property.

Teknik *digital marketing* yang telah diterapkan oleh Netra Property saat ini berupa memasang iklan-iklan premium, membuat website, membuat listing online dan iklan di social media. Selain itu juga membuat materi yang nantinya akan dibagikan kepada para pemasar lapangan melalui linktree dan Grup WhatsApp.

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi membuat Netra Property tidak ingin tertinggal untuk ikut memanfaatkan peluang ini untuk memaksimalkan bidang *digital marketing*. Target yang ditentukan oleh Netra Property yaitu masyarakat menengah ke atas, sehingga konten promosi yang dibuat lebih difokuskan kepada golongan tersebut. Sedangkan untuk cakupan lokasi Netra Property sendiri tidak membatasi dan selalu menerima konsumen dari daerah manapun yang ingin membeli rumah di daerah- daerah yang ditawarkan oleh Netra Property.

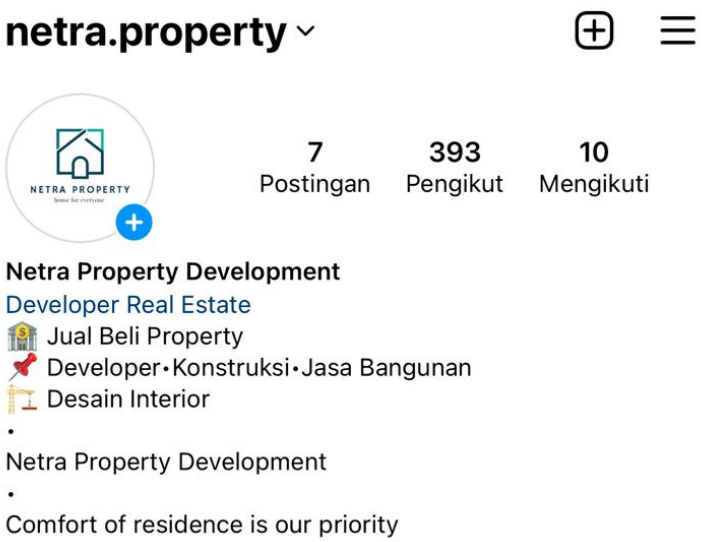
HASIL DAN PEMBAHASAN

Netra Property saat ini sudah mulai untuk memberikan pengarahan kepada para pemasar yang masih menggunakan metode *traditional marketing* untuk menggabungkan metode pemasarannya dengan metode *digital marketing* agar mendapat hasil yang lebih optimal. Dari beberapa media *digital marketing* yang telah dijelaskan. Berikut adalah beberapa media *digital marketing* yang digunakan Netra Property:

1. Media Sosial

Netra Property memanfaatkan Media Sosial untuk membagikan informasi mengenai produk secara singkat, mendokumentasikan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan, dan berinteraksi dengan para calon konsumen. Media Sosial yang digunakan oleh Netra Property sendiri yaitu Instagram dan Facebook. Untuk Instagram, Netra Property memanfaatkan untuk fungsi mengupload daftar produk perumahan yang tersedia dan dijual oleh Netra Property, dan selain itu digunakan untuk dokumentasi kegiatan Netra Property dan memberikan edukasi terkait properti.

Profile Instagram Netra Property juga dilengkapi dengan informasi terkait perusahaan tersebut, misalnya no WhatsApp, Alamat Website dan daftar produk dan jasa yang ditawarkan. Netra Property juga sudah menggunakan WhatsApp Business untuk menunjang kinerja dan mempermudah interaksi dengan konsumen.



Dengan adanya Media Sosial-Media Sosial tersebut, Netra Property berharap dapat lebih banyak berinteraksi sehingga menumbuhkan loyalitas bagi para calon konsumen. Alasan menggunakan Media Sosial sendiri yaitu untuk memperluas pasar sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan.

1. Linktree

Linktree sendiri adalah sebuah platform *digital freemium* yang berguna untuk membuat daftar produk menjadi lebih rapi dan mudah diakses. Netra Property menggunakan layanan ini dengan

dikombinasikan dengan Google Drive sebagai penyimpanan data. Netra Property menggunakan linktree untuk membagikan informasi listing kepada para salesnya agar bisa diberikan kepada konsumen dengan lebih mudah. Linktree tersebut akan di update secara rutin mengikuti ketersediaan produk dan juga jika ada produk baru. Dengan dilakukannya hal tersebut Netra Property berharap para pemasarnya dapat selalu mendapat informasi terbaru untuk disampaikan kepada para konsumen.
Metode penggunaan Linktree tersebut yaitu dengan mengupload materi produk ke Google Drive lalu link dari produk tersebut dimasukkan ke dalam linktree untuk dibagikan ke para pemasar.

2. Iklan Premium

Selain mengiklan di Media Sosial, Netra Property juga menggunakan layanan iklan premium untuk memasarkan produknya. Iklan premium yang dimaksud yaitu platform berbayar untuk mengupload iklan dalam jumlah tertentu. Keuntungan menggunakan platform berbayar yaitu iklan yang dibuat akan lebih banyak ditampilkan sehingga dapat memperoleh konsumen lebih banyak. Platform yang digunakan oleh Netra Property adalah Marketplace. Tujuan dari penggunaan platform tersebut adalah untuk memaksimalkan penjualan dengan menjangkau lebih banyak kalangan.

Mekanisme mengiklan yang digunakan oleh Netra Property di Marketplace Facebook yaitu dengan mengupload foto produk yang sudah diedit dan diberi keterangan ke platform dengan jumlah yang sudah ditentukan per harinya. Setelah mengupload iklan maka dilanjutkan dengan memantau respons dari konsumen melalui fitur chat yang sudah disediakan.

Selain hal-hal tersebut, juga memiliki fitur analisis yang dapat dimanfaatkan bagi para pelaku usaha untuk membuat analisis terhadap performa iklan yang sudah dibuat, dan dimudahkan untuk membuat strategi beriklan ke depannya. Analisis performa perannya sangat penting dalam bisnis karena sangat memengaruhi terhadap keuntungan yang diperoleh.

Selain memanfaatkan berbagai media di internet untuk melakukan promosi, Netra Property juga melengkapinya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen. Hal itu dilakukan dengan cara menanggapi pelanggan dengan baik dan sopan, membantu mencarikan rumah yang sesuai dengan permintaan konsumen, dan menghitungkan simulasi KPR juga membantu pengajuan KPR.

Setelah dilakukan pengamatan terhadap implementasi *digital marketing* di Netra Property selama jangka waktu tiga bulan dari bulan Juni hingga Agustus ditemukan adanya kendala dalam menjalankan kegiatan *digital marketing* tersebut. Hal ini diperoleh dengan melakukan pengamatan dengan metode observasi dan wawancara. Berikut adalah hasil dan penjelasan dari pengamatan tersebut.

1. Kondisi Produk
   Kendala dalam aktivitas *digital marketing* sangat mungkin untuk dipengaruhi oleh produk itu sendiri, harga produk, dan lokasi dari produk.
2. Persaingan Antar Pelaku Usaha Properti
   Dalam menjalankan kegiatan *digital marketing*, masalah yang sangat sering terjadi adalah persaingan antara sesama pemasar *digital*
3. Terbatasnya Kemampuan Freelancer
   Saat ini Netra Property menggunakan sistem kontrak freelancer untuk sebagian pemasarnya. Oleh karena itu, dari Netra Property menyediakan pelatihan untuk para freelancer yang baru bergabung.
4. Sistem di Marketplace
   Kendala lain dalam implementasi *digital marketing* di Netra Property yaitu terkait dengan sistem dari marketplace yang digunakan sebagai media promosi utama. Selain itu juga dari pihak Netra Property harus melakukan revisi dan *upload* ulang iklan yang sebelumnya di *take down* oleh *marketplace.*

Melihat permasalahan tersebut maka penulis memberikan solusi :

a. Strategi Dalam Digital Marketing
   Ada banyak sekali media-media yang dapat digunakan untuk melakukan promosi produk maupun jasa. Tetapi para pelaku bisnis harus memiliki strategi yang tepat agar dapat melakukan promosi yang tepat sasaran. Selain itu juga para pelaku usaha dalam melakukan promosi harus pantang menyerah jika hasilnya kurang memuaskan. Berikut ini beberapa strategi dalam mengaplikasikan digital marketing yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha
b. Mengaktifkan *Google My Business*
   Google My Business Sendiri adalah sebuah alat yang disediakan oleh Google untuk perusahaan agar muncul di pencarian *Google* dan *Google Maps*. Jika perusahaan sudah terdaftar di *Google My Business* maka akan muncul informasi tentang alamat, jam kerja, telepon dan lain-lain terkait perusahaan tersebut.
   Fungsi utama dari *Google My Business* yaitu untuk memberi tahu informasi, memberikan peringkat dan ulasan terkait perusahaan terkait. Peringkat dan ulasan dapat diberikan oleh pelanggan dan nantinya bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menarik lebih banyak pelanggan. *Google My Business* dapat digunakan secara gratis untuk mempromosikan produk perusahaan (Manu & Fallo, 2019).
c. Membuat Website
   Website merupakan situs informasi yang disediakan melalui internet. Website perusahaan harus diperbarui secara rutin agar para pelanggan dapat memperoleh informasi terbaru dan akurat mengenai perusahaan. Website bisa berupa blog, situs berita, katalog online, E-*commerce,* website portal.
d. Menerapkan Strategi *Copywriting*

Copywriting adalah strategi membujuk atau membujuk orang untuk membeli atau bereaksi setelah membaca atau mendengar tentang produk atau layanan yang diiklankan. *Copywriting* dapat digunakan dalam berbagai media untuk melibatkan pembaca dan pendengar serta menjangkau target pasar yang lebih luas. Tulisan c*opywriting* sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang ingin usahanya diketahui oleh masyarakat (Julius & Agustin, 2022).

e. Memanfaatkan SEO (*Search Engine Optimization*)
   Perlu diketahui bahwa SEO sangat penting untuk mendatangkan traffic potensial dan tentunya menguntungkan. Mengingat saat ini suatu informasi dapat menyebar dengan sangat cepat, suatu konten dapat menjadi usang dan tidak relevan dalam waktu beberapa bulan atau minggu. Karena itulah menjadi hal penting untuk memperbarui konten secara teratur. SEO digunakan sebagai sarana promosi agar web atau blog yang digunakan untuk sarana promosi memiliki peringkat yang baik di mesin pencarian seperti Google, Bing, dan Yahoo (Satibi *et al.,* 2017).
   Dengan memanfaatkan SEO, perusahaan dapat menggunakannya sebagai investasi jangka Panjang, karena SEO yang baik akan mengarahkan pengunjung ke tujuan yang diinginkan. Berbeda dengan iklan, iklan akan berhenti ketika anggaran habis. Sedangkan jika menggunakan SEO maka akan terus berlanjut selama SEO dikelola dengan benar mengikuti tren yang sedang berlangsung.
f. Memanfaatkan SEM (*Search Engine Marketing*)
   SEM merupakan cara yang sangat berguna untuk memasarkan produk atau jasa di dunia digital. Seiring kemajuan teknologi, penggunaan SEM memudahkan dalam berbisnis, namun menawarkan banyak keuntungan. SEM digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan target pasar yang lebih spesifik dan relevan untuk produk atau jasa yang diiklankan. SEM juga dapat digunakan ketika optimasi mesin pencari tidak bekerja secara maksimal.
g. Melakukan Media Sosial Marketing
   Saat ini ada banyak sekali Media Sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk dan jasa. Media sosial yang dapat diterima untuk beriklan termasuk Facebook, Instagram, Tiktok, dan Twitter. Melalui media tersebut, perusahaan dapat melakukan promosi yang terstruktur dan tepat sasaran. Tujuan dari pemasaran media sosial adalah untuk membujuk calon pelanggan untuk membeli produk dan layanan yang ditawarkan.
h. Menggunakan Influencer Marketing
   Influencer marketing yaitu sebuah strategi memasarkan produk dan jasa menggunakan para influencer untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan sesuai dengan target pasar. Influencer sendiri yaitu seseorang yang memiliki pengaruh ke masyarakat. Influencer biasanya merupakan selebriti, blogger, youtuber, dan lain- lain yang memiliki ribuan hingga jutaan pengikut. Dengan menggunakan influencer marketing, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada produk dan jasa yang ditawarkan.

Dalam hal ini, CV Netra Property harus lebih mensosialisasikan tentang fitur – fitur apa saja yang kurang di mengerti oleh generasi ini, setelah dilakukan resarch dan penyebaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa CV Netra Property telah lebih memahami penggunanaan digital marketing. Hal ini terbukti dengan dimulainya penggunaan strategi-strategi digital marketing yang penulis sarankan. Dengan pelaksanaan pengabdian ini penulis harapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada perusahaan sehingga dapat berguna bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D. and Allen, R. (2015) 'Managing Digital Marketing in 2015', *Technology For Marketing & Advertising* [Preprint].

Julius, A.H. and Agustin, D.A.C. (2022) 'Strategi Copywriting dalam Meningkatkan Kerjasama Pada Telkom Indonesia', *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), pp. 1371–1382.

Manu, G.A. and Fallo, D. (2019) 'Implementasi Google My Business (Gmb) Dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang Dan Sekitarnya', *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(2), pp. 8–15.

Saputra, G.W. and Ardani, I.G.A.K.S. (2022) 'Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian', *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), pp. 249–258.

Satibi, A.F., Suharyono and Abdillah, Y. (2017) 'Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimalization Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UKM di Pasar Internasional (Studi Kasus Pada CV. Ayung Sportindo)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), pp. 96–105.