

Mengoptimalkan Strategi Pemasaran dengan E-marketing



Diki Alviyanto, S.Kom

Alumni Prodi Sistem Informasi UTDI
(Dahulu STMIK AKAKOM) Tahun 2020

Saat ini bekerja sebagai :
Full Stack Developer at
Panorama JTB

Di dalam dunia bisnis travel khususnya di kota besar atau daerah-daerah kini semakin menjamur, banyak perusahaan travel baru yang bermunculan setiap tahunnya. Oleh karena itu bisnis travel dianggap sebagai suatu peluang

bisnis yang cukup besar bagi para entrepreneur. Dengan banyaknya perusahaan travel baru bermunculan tentu saja menimbulkan persaingan, sebagai dampak dari persaingan tersebut seperti penawaran fasilitas-fasilitas dan pelayanan menarik yang ditawarkan. Banting harga pun dilakukan dan bahkan ada yang menawarkan dengan harga relatif murah, serta diberikan diskon.

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis travel tersebut, proses pemasaran merupakan suatu bagian yang tidak bisa dipisahkan. Pemasaran atau marketing secara singkat adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasanya yang ditawarkan kepada pembeli, proses pemasaran ini sangat penting, karena merupakan salah satu faktor penentu seberapa besar keuntungan perusahaan tersebut melakukan bisnisnya.

Dengan berkembangnya teknologi dalam dunia bisnis, maka lahirah E-Marketing, sebagai transformasi digital yang dibuat untuk melakukan pemasaran dan penjualan akan suatu produk maupun jasa yang ditawarkan. Selain dapat melakukan pemasaran dan penjualan produk dan jasa, teknologi E-Marketing dapat digunakan juga sebagai penghematan suatu biaya yang dikeluarkan.



Untuk meningkatkan pengenalan akan suatu produk dan jasa yang ditawarkan, banyak perusahaan yang masih menggunakan dengan cara lama atau tradisional untuk melakukan pemasaran akan suatu produk dan jasanya yang membutuhkan biaya yang cukup besar sehingga cara tersebut masih kurang praktis 3 sebagai contoh seperti mencetak brosur-brosur produk atau jasa dan memasang iklan dimedia cetak, dan membayar sewa tempat ketika akan mengadakan workshop untuk mengenalkan produk atau jasa yang ditawarkan. Maka disinilah keunggulan dari E-Marketing.

E-Marketing sendiri merupakan bagian dari E-Business pada suatu perusahaan, dengan menggunakan teknologi informasi sebagai mediana, dalam pembuatan, komunikasi, dan penyampaian nilai kepada pelanggan, dan menjalin hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan perusahaan dan stakeholders. Keuntungan dari E-Marketing

adalah mengurangi biaya, meningkatkan kecepatan, dan efisiensi.

Perkembangan tersebut telah memaksa banyak perusahaan untuk ikut beradaptasi dengan perubahan yang ada. Oleh karena itu, demi mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam sebuah perusahaan, saat ini banyak perusahaan yang sudah mulai menggunakan sistem informasi dan jaringan internet dalam kegiatan operasional perusahaan mereka, khususnya untuk menunjang kegiatan pemasaran dan penjualan. Masalah yang muncul adalah sistem antar perusahaan yang tidak saling terhubung tetapi tetap melakukan perulangan transaksi business-to-business yang sebenarnya bisa dihilangkan dengan sistem tersentralisasi yang mengadaptasi cara kerja E-Marketing.

E-Marketing merupakan salah satu alasan utama banyak orang terhubung dengan dunia online dan menggantikan metode marketing yang tradisional. E-Marketing menjadi populer dan popularitasnya berkembang dari hari ke hari. Dunia bisnis mengambil keuntungan dari hal ini dengan bergabung dalam E-Marketing untuk meningkatkan visibilitas mereka yang memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan yang jaraknya jauh. E-Marketing juga digunakan sebagai alat promosi, perusahaan dapat dengan mudah mempromosikan dan menjelaskan

produk serta menjawab pertanyaan pelanggan melalui E-Marketing.

E-Marketing seperti facebook, dan instagram telah menjadi hal yang biasa pada dunia pemasaran business-to-consumer saat ini. Namun pemakaian social media tersebut dalam business-to-business masih dalam tahap awal. Perusahaan-perusahaan bersaing dengan masalah produktivitas, keamanan, privasi, dan konten kepemilikan perusahaan yang terkait dengan penggunaan E-Marketing.

Jadi, kesimpulannya adalah dengan menggunakan strategi pemasaran melalui E-Marketing, kita mampu menawarkan berbagai kemudahan untuk konsumen. Melalui metode ini, konsumen mendapatkan informasi secara detail untuk mempromosikan tour dan travel, serta dapat diakses informasi selama 24 jam melalui website. Terlebih lagi dengan mengembangkannya dengan membuat aplikasi penyediaan layanan tour dan travel berbasis mobile. (*)

GABUNG BERSAMA KAMI

POTONGAN SPA 40% SAMPAI DENGAN 4 MEI 2024

UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA

pmb.utdi.ac.id

KEMBANGKAN POTENSI GURU
SMPIT Bakti Insani Adakan Bimtek E-Kinerja

SLEMAN (KR) - SMPIT Bakti Insani Sleman menggelar kegiatan bimbingan teknis (bimtek) penyusunan dan pengisian e-kinerja pada Platform Merdeka Mengajar (PMM). Kegiatan ini berlangsung, akhir bulan lalu, diikuti para guru SMPIT Bakti Insani Sleman. Pemateri yang mengisi bimtek Moch Afif MPd, pengawas SMP di lingkungan Dinas Pendidikan Kabupaten Sleman.

Kepala SMPIT Bakti Insani Eli Ermawati menyampaikan, melalui bimtek ini, para guru SMPIT Bakti Insani yang beralamat di Jumeneng Kidul Sumberadi Mlati Sleman ini, didorong meningkatkan kapasitas mereka. Hal ini merupakan bagian dari upaya pengembangan potensi guru di tengah zaman yang semakin berkembang pesat dibarengi kecanggihan teknologi yang tidak bisa dikendalikan.

“Oleh karena itu, para guru di SMPIT Bakti Insani wajib memi-

liki kesadaran penuh untuk terus belajar dan mengembangkan diri,” ujar Eli Ermawati sebagaimana disampaikan Humas Kegiatan, Cahyaningsih SPd, Kamis (1/2).

Sementara itu, Moch Afif sebagai pemateri mengungkapkan, seorang guru harus terus belajar, sehingga bisa berkembang. Upaya pengembangan diri bisa dilakukan di mana saja. Salah satunya, melalui kegiatan bimtek tersebut, dengan memanfaatkan



Suasana kegiatan bimtek guru SMPIT Bakti Insani.

akun pada belajar.id dan Platform Merdeka Mengajar.

Selama kegiatan berlangsung, para guru membuka akun e-kinerja masing masing, kemudian merencanakan kegiatan pengembangan diri yang dilaksanakan selama satu semester. Kemudian, para guru dapat mengembangkan dan merealisasikan secara langsung seluruh rencana yang telah disusun ketika menghadapi beragam peserta didik.

(Obi)-f

DIBERIKAN BAGI 337 SISWA
UPZ Disdikpora DIY Salurkan Beasiswa

YOGYA (KR) - Kesuksesan pendidikan tak hanya menjadi tanggungjawab pemerintah, tapi membutuhkan dukungan semua pihak. Seperti yang dilakukan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Disdikpora DIY dengan mentasaryufkan zakat dan infak Tahun 2023 sebesar Rp 425.600.000.00 di Aula Disdikpora DIY.

Zakat dan infak yang dikumpulkan UPZ Disdikpora DIY tersebut disalurkan melalui beasiswa pendidikan ke 337 siswa jenjang SD, SMP, SMA/ SMK dan SLB se-DIY. Adapun besaran dana yang diterima siswa mulai dari Rp 1 juta untuk jenjang SD, Rp 1,2 juta untuk jenjang SMP dan Rp 1,5 juta untuk jenjang SMA/ SMK dan SLB.

“Sebetulnya, kegiatan pentasarufan zakat, infaq dan sedekah sudah rutin diadakan setiap tahun. Tahun ini Disdikpora DIY mentasarufkan zakat



KR-Riyana Ekawati

Wakil Kepala Disdikpora DIY Suherman menyerahkan beasiswa pendidikan dari UPZ Disdikpora DIY kepada perwakilan siswa.

dan infak tahun 2023 untuk 116 siswa SD, 73 siswa SMP dan 148 siswa SMA. Sementara, jumlah penyetor zakat dan infak yakni sebanyak 72 sekolah ditambah induk dan 6 UPT Disdikpora DIY,” kata Wakil Kepala Disdikpora DIY, Suherman di Aula Disdikpora DIY, Rabu (31/1).

Suherman mengatakan, sumber dana yang disalurkan terdiri dari zakat sebesar Rp

342.600.000.00 dan infak sejumlah Rp 83.000.000.00. Supaya keberadaan dana tersebut bisa memberikan manfaat secara lebih maksimal, pihaknya selalu berkomitmen untuk meningkatkan layanan penerimaan zakat. Semua itu akan bisa diwujudkan apabila beasiswa tersebut bisa dimanfaatkan siswa untuk membeli seragam dan perlengkapan sekolah. (Ria)-f

EKONOMI

TINGKAT BUNGA DIPERTAHANKAN
LPS Bayar Klaim Penjaminan Rp 329,2 M

JAKARTA (KR) - Ketua Dewan Komisiner Lembaga Penjamin Simpanan (DK LPS) Purbaya Yudhi Sadewa mengungkapkan, selama 2023 LPS telah membayarkan klaim penjaminan kepada para nasabah bank gagal atau bangkrut sebesar Rp 329,2 miliar atau 92,6 persen dari total simpanan bank gagal sebesar Rp 355,4 miliar.

Sementara pada awal 2024 hingga saat ini, LPS mencatat ada beberapa bank gagal dan klaim penjaminannya sedang dalam proses pembayaran. “Kami berusaha mencegah terjadinya keresahan di masyarakat. Jangan sampai mereka bilang dikasih ke LPS kok uangnya nggak keluar, jangan-jangan LPS nggak punya uang. Padahal kita kan kaya, uangnya banyak,” ujar Purbaya didampingi jajarannya dalam konferensi pers secara hybrid dari Jakarta, Selasa (30/1).

Purbaya mengatakan, pada awal 2024 ini terdapat dua Bank Perekonomian Rakyat (BPR) yang bangkrut dan ditangani LPS yakni BPR Wijaya Kusuma pada 4 Januari 2024 dan BPRS Mojo Artho Kota pada 26 Januari 2024.

Sementara itu Rapat DK LPS, Senin (29/1), telah mengevaluasi dan menetapkan Tingkat Bunga Penjaminan (TBP)



KR-Istimewa

Purbaya Yudhi Sadewa

bagi simpanan dalam rupiah di bank umum dan BPR, serta simpanan dalam bentuk valuta asing (valas) di bank umum.

LPS mempertahankan TBP simpanan rupiah di bank umum dan BPR masing-masing sebesar 4,25 persen pada bank umum dan 6,75 persen pada BPR. Kemudian TBP simpanan valas pada bank umum 2,25 persen. “TBP tersebut berlaku efektif sejak periode 1 Februari-31 Mei 2024,” kata Purbaya.

Purbaya menyampaikan, dalam rangka melindungi dana nasabah serta menjaga kepercayaan nasabah deposan, LPS mengimbau agar bank selalu memperhatikan ketentuan TBP simpanan dalam penghimpunan dana, yakni menyampaikan kepada nasabah dan calon nasabah penyimpan agar memperhatikan besaran TBP yang berlaku. Hal ini agar simpanan di bank dapat masuk dalam program penjaminan simpanan. (San)-f

Stabilitas Sistem Keuangan Tetap Terjaga

JAKARTA (KR) - Stabilitas Sistem Keuangan (SSK) triwulan IV-2023 tetap terjaga di tengah risiko perlambatan ekonomi dunia dan ketidakpastian pasar keuangan global. Perkembangan ini didukung kondisi perekonomian dan sistem keuangan domestik yang resilien serta koordinasi dan sinergi Komite SSK yang terus diperkuat.

Dengan perkembangan tersebut, kondisi perekonomian dan sistem keuangan domestik secara keseluruhan tahun 2023 terjaga baik dan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

“Komite SSK berkomitmen untuk terus memperkuat koordinasi dan sinergi, serta meningkatkan kewaspadaan terhadap risiko perlambatan ekonomi dan berlanjutnya ketidakpastian global di tahun 2024, termasuk rambatannya pada perekonomian dan sektor keuangan domestik,” kata Ketua

Komite Stabilitas Sistem Keuangan (KSSK) yang juga Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati di Jakarta, baru-baru ini.

Dikatakan Sri Mulyani, pertumbuhan ekonomi dunia melambat dengan ketidakpastian pasar keuangan yang mereda di tengah divergensi antarnegara yang semakin melebar. World Bank dalam Global Economic Prospect Januari 2024 memprakirakan pertumbuhan ekonomi global melambat dari sebelumnya 3,0 perse di tahun 2022 ke 2,6 persen *year on year* (yoy) di tahun 2023 dan kem-

bali menurun menjadi 2,4 persen yoy di tahun 2024.

Dipaparkan Menkeu, ekonomi Amerika Serikat (AS) tumbuh cukup kuat di tahun 2023, namun meningkatnya tekanan fiskal, khususnya beban pembayaran bunga utang serta rasio utang pemerintah menjadi risiko utama ke depan.

Sementara itu, ekonomi Eropa masih lemah dan ekonomi Tiongkok cenderung melambat akibat berlanjutnya krisis sektor properti serta tekanan utang pada pemerintah provinsi. Di sisi lain, tren penurunan inflasi global berlanjut, terutama di AS, sehingga menahan tekanan kenaikan suku bunga acuan The Fed serta yield US Treasury.

Capital inflow ke EMs kembali meningkat di akhir tahun 2023, termasuk ke Indonesia. Memasuki tahun 2024, berbagai risiko global perlu dicermati, seperti pelemahan ekonomi di sejumlah negara

utama, meningkatnya tensi geopolitik dan fragmentasi global, serta meningkatnya tekanan fiskal di banyak negara.

Di tengah ketidakpastian dan perlambatan global, tambahnya, ekonomi Indonesia tetap resilien, ditopang masih kuatnya permintaan domestik. Ekonomi domestik sampai dengan triwulan III tahun 2023 tumbuh 5,05 persen *year to date* (ytd), terutama ditopang konsumsi dan investasi.

Aktivitas konsumsi yang masih kuat didukung inflasi yang terkendali, menurunnya tingkat pengangguran serta peran APBN sebagai *shock absorber* dalam menjaga daya beli masyarakat. Investasi juga dalam tren menguat sejak Triwulan I tahun 2023 sejalan dengan percepatan pelaksanaan Proyek Strategis Nasional (PSN). (Lmg)-f

ZTE DENGAN CHINA INSTITUTE

Kolaborasi Pengembangan Ekosistem Digital

JAKARTA (KR) - ZTE Corporation, penyedia solusi teknologi informasi dan komunikasi terkemuka di dunia, telah melakukan penandatanganan Nota Kesepahaman dengan China Institute of Communications (CIC), Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL), dan Telkom University dalam hal pengembangan ekosistem digital di Indonesia dan Tiongkok.

Penandatanganan Nota Kesepahaman ini menjadi rangkaian acara “Indonesia-China Cooperation for Digital Ecosystem Development” yang diselenggarakan di kantor Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Prosesi penandatanganan Nota Kesep-

ahaman berlangsung setelah pertemuan bilateral antara Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Budi Arie Setiadi dengan Wakil Presiden Eksekutif dan Sekretaris Eksekutif Utama dari Asosiasi Sains dan Teknologi Tiongkok (CAST), HE Junke.

Prosesi disaksikan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Budi Arie Setiadi dan Wakil Presiden Eksekutif dan Sekretaris Eksekutif Utama CAST, HE Junke sebagai simbol komitmen kedua negara. Kedua negara bertekad untuk meningkatkan keterampilan talenta digital dan engineer melalui program-program komprehensif yang mencakup pe-



KR-Istimewa

Pelaksanaan kerja sama kolaborasi

latihan, penelitian, dan pengembangan karier di kedua negara.

Ketua Umum MASTEL Sarwoto Atmosutarno, menyampaikan, TIK saat ini berkembang sangat cepat dan sumber daya manusia merupakan salah satu kunci utama dalam pertumbuhan ini sehingga pengembangan kemampuan

dan pengetahuan SDM menjadi sangat penting. Untuk itu MASTEL sebagai Asosiasi TIK di Indonesia terus berupaya membangun dan mengembangkan kemampuan sumber daya manusia agar mampu bersaing saat ini dan ke depannya baik di dalam maupun luar negeri dengan menjalin kerja

sama antar institusi untuk mengembangkan kemampuan Sumber Daya Manusia, dan MASTEL mendukung kerja sama dengan lembaga-lembaga lain dalam hal pengembangan sumber daya manusia.

Wu Ouyang, Wakil Sekretaris Jenderal China Institute of Communications (CIC), menyatakan, “Acara ini menandai awal kerjasama antara industri, perusahaan Tiongkok, dan universitas di Indonesia, menciptakan momentum dan membuka peluang bagi Tiongkok dan Indonesia untuk meningkatkan pertukaran wawasan dalam bidang teknik, pelatihan talenta digital, dan kerjasama industri di bidang informasi dan komunikasi.”katanya. (Rsv)-f