



Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Bkkbisa)

Atika Dwi Mabruroh¹, Puji Isyanto², Dini Yani³

Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}

Korespondensi penulis: mn20.atikamabruroh@mhs.ubpkarawang.ac.id¹,

puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id², diniyani@ubpkarawang.ac.id³

Abstract. *A marketing strategy based on Digital Marketing is an effective marketing strategy because it can provide a very large role for the progress of the development of a company. With the trend of using the internet in Indonesia which is already very large, companies are increasingly taking advantage of digital developments which are increasing over time by implementing their marketing strategy as one of their tactics to increase company traffic and achieve the expected targets. This study aims to determine how much influence the implementation of digitalbased marketing strategies has on service quality at BKKBISA. This research method is a qualitative approach using a case study model and a phenomenological method. Respondents in this study were BKKBISA users throughout the island of Java, Indonesia. The study population was 382,199 people and a sample of 100 respondents using BKKBISA. The data collection technique was carried out through structured interviews on a Likert scale and distributed via Google form. The results of this study indicate that digital marketing plays a major role in BKKBISA's marketing strategy which is carried out digitally so that it affects the quality of services available at BKKBISA.*

Keywords: *Strategy, Digital Marketing, Service Satisfaction*

Abstrak. Strategi pemasaran berbasis Digital Marketing merupakan strategi pemasaran yang efektif karena dapat memberikan peran yang sangat besar bagi kemajuan perkembangan suatu perusahaan. Dengan tren penggunaan internet di Indonesia yang sudah sangat besar maka perusahaan semakin gencar memanfaatkan perkembangan digital yang kian waktu kian meningkat dengan mengimplementasikan strategi pemasarannya sebagai salah satu taktik mereka untuk meningkatkan traffic perusahaan dan meraih target yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan strategi pemasaran berbasis digital terhadap kualitas layanan pada BKKBISA. Metode penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif dengan menggunakan model studi kasus dan metode fenomenologi. Responden pada penelitian ini yaitu pengguna BKKBISA di seluruh pulau Jawa, Indonesia. Populasi penelitian sebanyak 382.199 orang dan sampel sebanyak 100 responden pengguna BKKBISA. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara terstruktur berskala likert dan disebarakan melalui google form. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing berperan besar pada strategi pemasaran BKKBISA yang dilakukan secara digital sehingga berpengaruh terhadap kualitas layanan yang ada di BKKBISA.

Kata kunci : Strategi, Digital Marketing, Kepuasan Layanan

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi membuat konsumen semakin memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak konsumen menggunakan fasilitas teknologi informasi dalam memenuhi informasi yang dibutuhkannya, salah satunya yaitu penggunaan internet. Peningkatan jumlah pengguna internet dan media sosial menjadi peluang yang sangat besar bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan produk-produknya. Internet pemasaran produk dapat lebih terbantu, karena internet memungkinkan proses pemasaran yang lebih efektif, respon yang lebih cepat dan biaya yang lebih murah (Hermawan, 2012). Biaya yang murah dan penyebaran informasi yang cepat diharapkan dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat mencapai omzet yang sesuai target.

Seiring berkembangnya bisnis saat ini, tantangan dan persaingan semakin tajam dalam merebut pangsa pasar sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan agar dapat bersaing. Oleh karena itu setiap perusahaan diharapkan dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif agar bisa bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis, salah satunya yaitu mempunyai strategi pemasaran secara digital karena teknologi saat ini semakin berkembang pesat dan tren penggunaan internet di Indonesia sudah cukup tinggi sehingga perusahaan semakin gencar memanfaatkan perkembangan digital yang kian waktu kian meningkat sebagai salah satu strategi mereka untuk meningkatkan traffic perusahaan dan meraih target yang diharapkan. Selain itu, pemanfaatan pemasaran berbasis digital dapat memberikan peluang yang besar bagi perusahaan untuk melebarkan sayapnya pada kemajuan perkembangan perusahaan yang lebih baik lagi.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya oleh Muhammad Iqbal (2021) yang berjudul “Efektivitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Pelayanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Aceh)” menunjukkan hasil bahwa Digital Marketing berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Layanan melalui Aplikasi Digital di wilayah Aceh. Sehingga berdasarkan penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL MARKETING TERHADAP KUALITAS LAYANAN (STUDI KASUS PADA BKKBISA)**”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar penerapan strategi pemasaran berbasis digital marketing terhadap kualitas layanan pada BKKBISA.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan upaya perusahaan dalam rangka mempromosikan produk baik jasa/barang kepada konsumen dengan tujuan menarik konsumen untuk menggunakan produk perusahaan tersebut. Upaya ini merupakan ujung tombak dari kegiatan bisnis karena berkaitan langsung dengan keinginan pasar dan kebutuhan pasar.

Pengertian Pemasaran Berbasis Digital (*Digital Marketing*)

Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang sangat besar memberikan pengaruh (Pradiani, 2018), melakukan pemasaran digital dapat membantu perusahaan meningkatkan eksposur di sosial media. Pelaku bisnis cenderung menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan usaha, hasil, dan peluang bisnis (Thaker et al., 2020). Martin menjelaskan bahwa digital marketing tidak hanya mencakup website dan email tetapi sponsor melalui posting Instagram juga merupakan bentuk digital marketing yang bisa dilakukan. Sedangkan menurut Gunelius (2011) ada terdapat empat elemen yang dijadikan sebagai variabel kesuksesan social media marketing, seperti berikut:

Content Creation, pada dasarnya konten harus dibuat secara menarik karena itu yang menjadi landasan strategi dalam melakukan pemasaran secara internet dengan menggunakan media sosial. Selain isi konten yang menarik, juga harus mewakili kepribadian perusahaan sehingga dapat dipercayai oleh target konsumen.

Content Sharing, selanjutnya membagikan konten kepada komunitas sosial untuk memperluas jaringan bisnis dan memperluas audience.

Connecting, jaringan sosial media yang luas perlu diperhatikan oleh marketer dalam menjangkau konsumen lebih besar pangsa pasarnya. Dengan jejaring media sosial yang luas dapat memungkinkan bertemu dengan banyak orang yang memiliki minat yang sama. Selain itu komunikasi harus dilakukan secara jujur dan hati-hati saat melakukan social networking.

Community Building, web sosial adalah suatu komunitas online yang besar dimana terjadi interaksi antar individu yang tinggal di seluruh dunia hanya dengan menggunakan teknologi.

Pengertian Kualitas Layanan

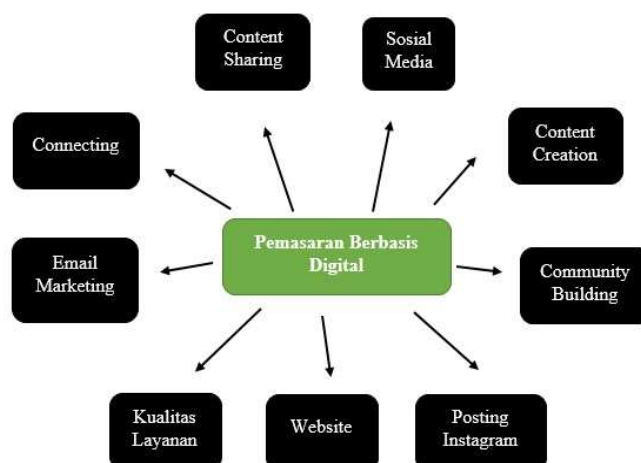
Kualitas Layanan Menurut Tjiptono (2021) Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa

yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Penjelasan dari Bitner dan Hubbert di (Chou et al., 2014) kualitas layanan adalah kesan keseluruhan konsumen terhadap keunggulan relatif perusahaan terhadap layanan dan merupakan ukuran sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan yang diharapkan pelanggan.

Menurut Gronroos dalam jurnal (Hapsari et al., 2017) mengutarakan bahwa kualitas layanan merupakan hasil dari proses penilaian dimana layanan yang diberikan dibandingkan dengan layanan yang diharapkan. Sedangkan menurut Jasfar pada (Lie et al., 2019) kualitas layanan adalah bagaimana tanggapan konsumen mengenai layanan yang dikonsumsi memang dirasakan. Penjelasan dari Zeithaml dalam jurnal (Putri et al., 2018) kualitas layanan adalah penilaian pelanggan terhadap keunggulan layanan atau *service excellence* secara keseluruhan.. Sedangkan Parasuraman et al dalam (Farooq et al., 2018) menyebutkan kualitas layanan mengacu pada fungsi dari perbedaan antara layanan yang diharapkan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang sebenarnya diberikan. Tjiptono dalam jurnal (Bismo et al., 2018) mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan apakah itu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dari penjelasan beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan sesuatu yang diberikan perusahaan sebagai keunggulan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk dirasakan lalu dibandingkan dengan yang diharapkan. Dalam kata lain, kualitas layanan merupakan suatu penilaian dari pelanggan terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 1. Bagan Kerangka Penelitian

Sumber : (Pradiani, 2018), (Thaker et al., 2020), Martin, Gunelius (2011)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian pendekatan kualitatif. Definisi pendekatan kualitatif menurut Sugiyono (2011: 9) bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, sedangkan untuk meneliti pada objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci dan penelitian ini dengan metode atau pendekatan studi kasus (case study). Metode penelitian kualitatif juga cenderung kepada jenis metode fenomenologi. Menurut Herdiansyah (2010) dalam melakukan metode fenomenologi harus melakukan persiapan yang matang dan komprehensif, bukan hanya kepada subjek penelitian semata, tetapi juga peneliti harus mendapatkan akses untuk menacapai situasi dan tempat yang akan diteliti karena inti dari fenomenologi adalah adanya keterkaitan antara subjek, lokasi, fenomena yang alami. Sehingga penelitian bersumber dari pengalaman peneliti pribadi selama berperan di BKKBISA. Lokus penelitian yang dilakukan yaitu BKKBISA. Pengumpulan data juga dilakukan dengan menggunakan wawancara kuesioner yang disebarakan melalui Google Form kepada 100 responden pengguna BKKBISA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu yang relevan dengan bertujuan mendapatkan bahan acuan penelitian. Dalam penelitian ini, penenliti mencantumkan penelitian terdahulu dengan jurnal yang terkait yaitu hasil penelitian dari Muhammad Iqbal (2021) yang berjudul “Efektivitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Pelayanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Aceh)” menunjukkan hasil bahwa Digital Marketing berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Layanan melalui Aplikasi Digital di wilayah Aceh. Selanjutnya hasil penelitian dari Nurhaeni Sikki, Yuyun Yuniarsih, Anggie Sundari yang berjudul “Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop” menunjukkan hasil bahwa dengan memaksimalkan strategi pemasaran digital secara online melalui media pemasaran digital membuat dampak terhadap penjualan El Nuby Arabic Shop mengalami peningkatan yang signifikan dibanding dengan penjualan secara offline (tanpa menggunakan pemasaran digital).

Hasil Penelitian

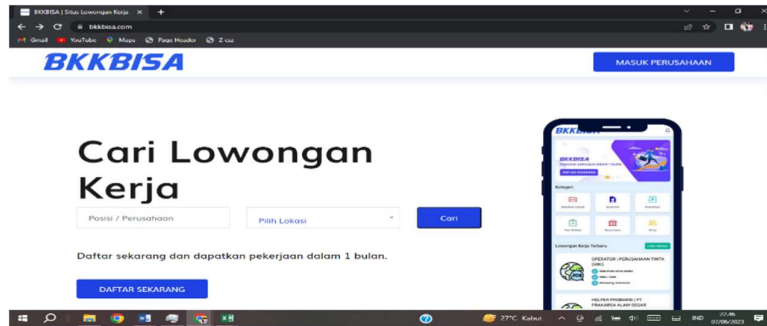
BKKBISA merupakan platform penyedia informasi lowongan pekerjaan berbasis online. BKKBISA sudah memiliki jumlah pengguna 382.199 pengguna yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. BKKBISA ialah platform yang berbentuk aplikasi dan website. Layanan pada BKKBISA sangat beragam dan tentunya memberikan kemudahan bagi para calon pekerja yang ingin melamar pekerjaan. Berikut fitur-fitur yang tersedia yaitu buat CV, pelatihan, random email, infromasi beasiswa & perguruan tinggi, media BKKBISA, lowongan BKKBISA, Grup BKKBISA, Mitra BKKBISA, dan bantuan. BKKBISA melakukan strategi pemasaran berbasis digital marketing untuk memperkenalkan produk layanannya kepada masyarakat melalui media digital diantaranya Website, Instagram, Facebook, Telegram, dan Tiktok. Berikut penerapan strategi pemasaran digitalnya sebagai berikut.

Pembahasan

□ Website

Website adalah haaman situs yang terdapat dalam domain atau subdomain pada jaringan World Wide Web (www) di internet. BKKBISA memiliki website yang bisa diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia yaitu www.bkkbisa.com . Dengan ini

memudahkan calon pengguna untuk mengunjungi profil BKKBISA dan melamar pekerjaan yang diinginkan sesuai dengan bidangnya.

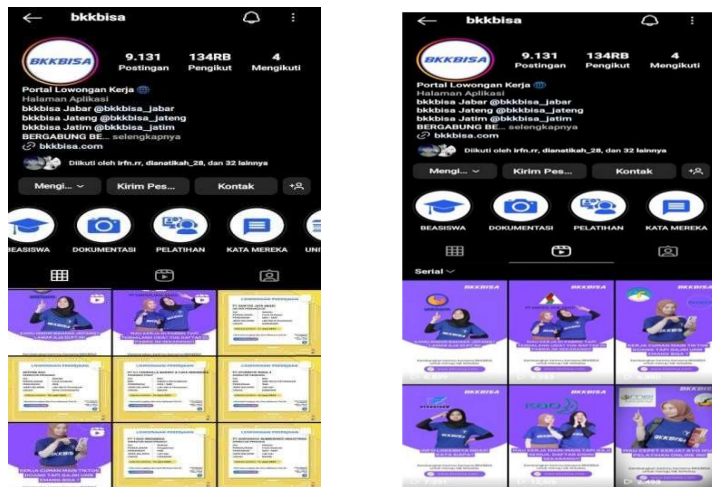


Gambar 1. Media Digital Website BKKBISA

Sumber : www.bkkbisa.com

□ Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam suatu bisnis serta memiliki berbagai manfaat untuk para pebisnis guna membangun dan mengembangkan brand suatu bisnis. Pada Instagram BKKBISA terdapat konten video dan informasi seputar lowongan pekerjaan, buat CV, beasiswa & perguruan tinggi, dan informasi pelatihan.



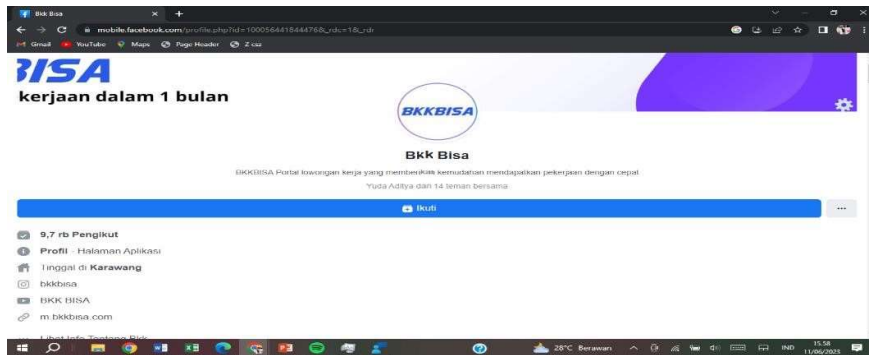
Gambar 2. Media Digital Instagram BKKBISA

Sumber : Instagram

□ Facebook

Facebook didirikan pada 4 Februari 2004, telah mencatatkan lebih dari 37 juta pengguna serta ribuan jaringan bisnis. Menurut Muklason dan Aljawiy (2011) Facebook merupakan berbagai ragam aplikasi yang dapat diinstall para pengguna. Aplikasi-aplikasi inilah yang memberikan nilai tambah bagi Facebook. Aplikasi yang

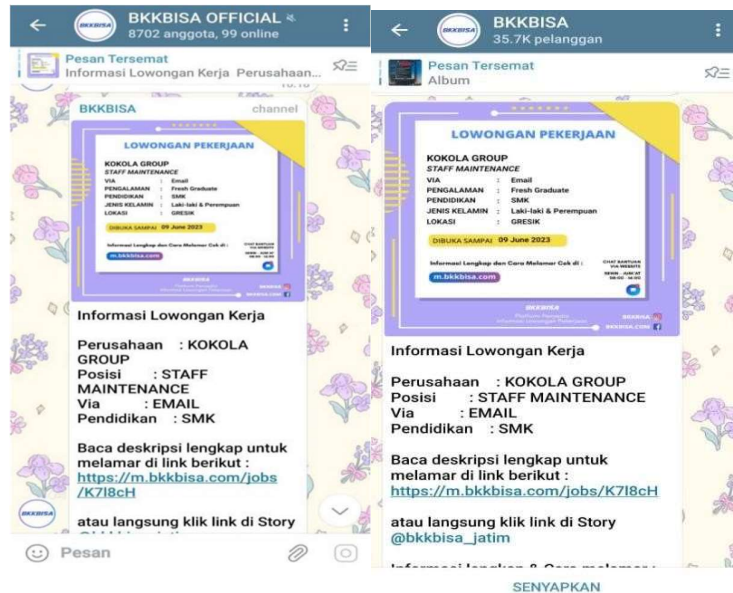
dikembangkan banyak yang mendukung bisnis dan pekerjaan seperti menjual atau membeli barang. Menjamurnya jejaring sosial seperti Facebook ini membuka peluang yang sangat baik bagi siapa saja untuk melakukan aktivitas marketing dengan lebih baik dan berbiaya relatif murah (Lasmadiarta, 2011). BKKBISA memiliki akun Facebook yang berfungsi untuk menyebarkan informasi dan konten marketing terkait lowongan pekerjaan, dan layanan yang tersedia di aplikasi BKKBISA.



Gambar 3. Media Digital Facebook BKKBISA

Sumber : Facebook

□ Telegram



Gambar 4. Media Digital Telegram BKKBISA

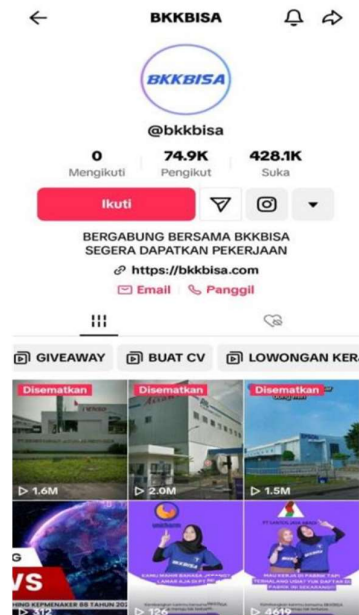
Sumber : Telegram

Berikut diatas adalah layanan grup telegram yang tersedia dari BKKBISA untuk pengguna BKKBISA. Pada grup premium setiap pengguna BKKBISA dapat saling berinteraksi dengan satu sama lainnya, sedangkan grup channel hanya berisi informasi

terkait lowongan pekerjaan yang aktif, informasi beasiswa & perguruan tinggi, dan informasi pelatihan. Agar dapat bisa join grup channel dan grup premium BKKBISA maka setiap orang harus daftar akun BKKBISA terlebih dahulu untuk mengaktifkan akun BKKBISA. Untuk memiliki akun BKKBISA maka bisa melalui daftar pada website www.bkkbisa.com atau download aplikasi BKKBISA di google playstore.

□ Tiktok

Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang memiliki fitur bisnis. Fitur ini disediakan oleh pihak Tiktok untuk membantu pebisnis melakukan promosi dan mengembangkan bisnis. BKKBISA memiliki akun Tiktok yang berfungsi untuk mempromosikan jasa layanan yang tersedia di BKKBISA dan informasi seputar lowongan kerja dalam bentuk konten marketing.



Gambar 5. Media Digital Tiktok BKKBISA

Sumber : Tiktok

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Gunelius (2011) terdapat empat elemen yang dijadikan sebagai variabel kesuksesan social media marketing, berikut social media marketing yang diimplementasikan BKKBISA :

Content Creation, dalam membuat konten marketing BKKBISA membuat suatu konten berdasarkan informasi yang sesuai dengan fakta, dan berusaha untuk menampilkan konten yang menarik & informatif kepada masyarakat agar informasi tersebut dapat tersampaikan dengan jelas. Sehingga dengan konten yang menarik menjadi daya tarik juga bagi masyarakat untuk ingin mengetahui lebih jauh aplikasi BKKBISA itu sendiri.

Dengan konten yang menarik & informatif akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan pada BKKBISA.

Content Sharing, selanjutnya konten informasi lowongan pekerjaan yang telah dibuat di share ke komunitas sosial seperti Grup Premium Telegram BKKBISA, yang memuat para pencari kerja yang jumlahnya sangat banyak. Dengan itu BKKBISA dapat memperluas target pengguna dan meningkatkan branding perusahaan. Selain itu juga membantu para pencari kerja yang membutuhkan informasi terkait lowongan perusahaan.

Connecting, dalam melakukan pemasaran secara digital tentunya BKKBISA melakukan pemasaran dengan menggunakan jejaring sosial media seperti instagram, tiktok, facebook, dan telegram. Semua itu bertujuan untuk menjangkau konsumen yang lebih besar pangsa pasarnya dan meningkatkan interaksi antara perusahaan dengan masyarakat..

Community Building, untuk menjalin interaksi antara individu yang tinggal seluruh dunia dengan menggunakan teknologi, BKKBISA menjalin komunikasi dengan komunitas sosial di seluruh dunia melalui grup lowongan kerja Facebook, dan grup lowongan kerja Telegram. BKKBISA men-share informasi lowongan kerja yang aktif ke grup lowongan kerja sesuai dengan daerah perusahaan yang membuka peluang lowongan kerja. Dengan demikian, masyarakat bisa mengetahui informasi tersebut dan mengunjungi BKKBISA. Semakin banyak pengguna yang mengunjungi BKKBISA maka traffict pengunjung perusahaan semakin meningkat.

Penggunaan strategi pemasaran berbasis digital marketing yang dilakukan oleh BKKBISA memberikan pengaruh terhadap kualitas layanan BKKBISA dibuktikan dengan data pendukung melalui kuesioner yang peneliti lakukan melalui Google Formulir yang disebarkan kepada 100 responden pengguna BKKBISA. Dari hasil kuesioner tersebut membuktikan bahwa penerapan strategi marketing BKKBISA mempengaruhi tingkat kualitas layanan pada BKKBISA. Berikut analisis rentang skala berdasarkan data hasil kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis Rentang Skala

Keterangan	Jumlah Skor	Keterangan
X1	392	Baik
X2	409	Baik
X3	391	Baik
X4	395	Baik
X5	396	Baik
X6	402	Baik
X7	394	Baik
X8	410	Baik
X9	400	Baik
X10	405	Baik
Y1	391	Baik
Y2	400	Baik
Y3	392	Baik
Y4	404	Baik
Y5	399	Baik
Y6	397	Baik

Berdasarkan tabel diatas perlu diketahui bahwa variabel X (Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing) dan variabel Y (Kualitas Layanan). Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis digital marketing berpengaruh baik terhadap kualitas layanan BKKBISA. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan tiap skor pernyataan kuesioner variabel X dan variabel Y memiliki keterangan yang baik.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan pada BKKBISA. Implementasi pemasaran berbasis digital marketing pada BKKBISA menggunakan media sosial yaitu Instagram, Website, Tiktok, Facebook, dan Telegram. Penelitian ini masi

diperlukan penelitian lanjutan untuk menyempurnakan penelitian agar berdaya guna. Saran pada BKKBISA untuk mengaktifkan layanan yang belum berjalan dan meningkatkan kualitas layanan BKKBISA.

DAFTAR REFERENSI

- Alwi, M. Y., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Ojek Online X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(1), 292-308.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83-93.
- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal).
- Nawang Sari, S., & Ariyanti, N. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PENGGUNA SHOPPE DI KAB. TANGERANG). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 563-574.
- Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi. *Ensains Journal*, 2(1), 19-24.
- Saraswati, N. P. L., Eka, I. G. N. A. G., Kusuma, T., & Jodi, I. W. G. A. S. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK MINUMAN CHATIME DI KOTA GIANYAR. *VALUES*, 3(3), 703-715.
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *SENRIABDI*, 360-371.