

ABSTRAK

Penerapan Digital Marketing sudah dijalani oleh hampir setiap orang yang menekuni bidang usahanya. Kemudahan yang didapatkan dari digital marketing ini membuat suatu usaha menjadi lebih maju dari sisi waktu yang lebih efisien dan dapat diakses kapan saja, tidak memerlukan tenaga lebih, tidak mengeluarkan biaya operasional toko karena dapat berjualan dimana saja. Untuk itu apabila digital marketing dijalankan pada toko online shop Gridy akan sangat berdampak positif dan terlihat jauh lebih menguntungkan dari penjualan sebelumnya. Dengan analisa website dari toko online shop Gridy dan analisa sosial media akan membantu menyokong kebutuhan dan evaluasi dari toko Gridy dengan lebih maksimal. Sehingga toko Gridy akan tetap dapat bersaing dengan konsumen pasar lokal maupun tingkat global.

Kata kunci: Digital Marketing, Website, Sosial Media,toko Gridy



ABSTRACT

Almost everyone who is in their line of business has undertaken the application of digital marketing. The convenience obtained from digital marketing makes a business more advanced in terms of time, which is more efficient and can be accessed at any time, does not require more energy, does not require store operating costs because you can sell anywhere. So if Digital Marketing that is run on the Gridy online store will have a very positive impact and look much more profitable than previous sales. With website analysis from the Gridy online shop and social media analysis will help support the needs and evaluation of the Gridy store more optimally. So that Gridy stores will still be able to compete with local and global market consumers.

Keywords: Digital Marketing, website, social media, Gridy's store



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR NOTASI/ LAMBANG	xvii
DAFTAR SINGKATAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Pembahasan.....	2
1.4 Ruang Lingkup	2
1.5 Sumber Data	3
1.6 Sistematika Penyajian	3
BAB 2 KAJIAN TEORI	4
2.1 Digital Marketing	4
2.1.1 Website	4
2.1.1.1 E-commerce	5
2.1.1.2 Wordpress	6

2.1.1.2.1 WP Ecommerce	6
2.2 Search Engine Optimization (SEO)	7
2.2.1 Google Analytic	7
2.2.2 Campaign	8
2.3 Sosial Media	8
2.3.1 Sosial Media Marketing	9
2.3.2 Email Marketing	9
2.3.3 Facebook	10
2.3.3.1 Facebook Marketing	10
BAB 3 ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM	11
3.1 Profil Perusahaan	11
3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	11
3.1.2 Struktur Organisasi	12
3.2 Proses Bisnis	13
3.3 Rencana Campaign Gridy	14
3.4 Tujuan Campaign	14
3.5 Rencana Relaksanaan Penelitian	14
3.5.1 Target Usia yang dicapai	15
BAB 4 IMPLEMENTASI	16
4.1 Rancangan Web	16
4.1.1 Tampilan Login	16
4.1.2 Tampilan Halaman Awal Web Gridy	17
4.1.2.1 Tampilan Home	17
4.1.2.2 Tampilan Penawaran, Voucher, dan Artikel	18
4.1.2.3 Tampilan FAQ	18
4.1.2.4 Tampilan Hubungi Kami	19

4.1.3 Tampilan Halaman produk.....	19
4.1.3.1 Tampilan Produk	19
4.1.3.2 Tampilan Deskripsi Produk.....	20
4.1.3.3 Tampilan Produk yang sama	20
4.1.4 Tampilan Halaman About.....	21
4.1.5 Tampilan Halaman Artikel.....	22
4.1.6 Tampilan Halaman Transaksi.....	23
4.1.6.1 Tampilan Keranjang dan Kupon	23
4.1.6.2 Tampilan Total	23
4.1.6.3 Tampilan Form Pembelian	24
4.1.6.4 Tampilan memilih ekspedisi pengiriman.....	24
4.1.6.5 Tampilan memilih via transaksi	25
4.1.7 Tampilan lain-lain	25
4.1.7.1 Tampilan Tag	25
4.1.7.2 Tampilan Price.....	26
4.1.7.3 Tampilan Kategori.....	26
4.2 Hasil Analisa.....	27
4.2.1 Hasil Analisa Google Console	27
4.2.1.1 Kinerja Total Klik.....	27
4.2.1.1.1 Periode Oktober	27
4.2.1.1.2 Periode November	30
4.2.1.1.3 Periode Desember	33
4.2.1.2 Kueri dan Halaman	34
4.2.1.2.1 Periode Oktober	35
4.2.1.2.2 Periode November	35
4.2.1.2.3 Periode Desember	36

4.2.2 Hasil Analisa Google Analytic.....	37
4.2.2.1 Hasil Analisa Ringkasan Audience	37
4.2.2.1.1 Hasil Analisa Bulan Agustus.....	37
4.2.2.1.2 Hasil Analisa Bulan September	38
4.2.2.1.3 Hasil Analisa bulan oktober	40
4.2.2.1.4 Hasil Analisa Bulan November	41
4.2.2.1.5 Hasil analisis bulan Desember	43
4.2.2.2 Hasil Analisa Ringkasan Akuisisi	44
4.2.2.2.1 Hasil Analisa bulan agustus.....	45
4.2.2.2.2 Hasil Analisa bulan September.....	47
4.2.2.2.3 Hasil Analisa bulan Oktober.....	48
4.2.2.2.4 Hasil Analisa bulan November	50
4.2.2.2.5 Hasil Analisa bulan Desember.....	52
4.2.2.3 Hasil Analisa Perilaku.....	52
4.2.2.3.1 Hasil Analisa Perangkat bulan Agustus	52
4.2.2.3.2 Hasil Analisa Perangkat bulan September	53
4.2.2.3.3 Hasil Analisa Perangkat bulan Oktober	54
4.2.2.3.4 Hasil Analisa Perangkat bulan November.....	55
4.2.2.3.5 Hasil Analisa Perangkat bulan Desember	56
4.2.2.4 Hasil Analisa Halaman	56
4.2.2.4.1 Hasil Analisa bulan Agustus.....	57
4.2.2.4.2 Hasil Analisa bulan September.....	57
4.2.2.4.3 Hasil Analisa bulan Oktober.....	58
4.2.2.4.4 Hasil Analisa bulan November	59
4.2.2.4.5 Hasil Analisa bulan Desember	60
4.2.1 Hasil Analisa Google Ads.....	61

4.2.1.1 Hasil analisa Google Ads tanggal 23 November - 7 Desember 2020	61
4.2.1.2 Hasil Analisa Google Ads tanggal 10 Desember – 16 Desember 2020	62
4.2.2 Hasil Analisa Facebook	63
4.2.2.1 Hasil Analisa Facebook bulan Oktober	63
4.2.2.1.1 Hasil Analisa Facebook Menurut Pengikut	63
4.2.2.1.1.1 Hasil Analisa Facebook Pengikut Halaman	63
4.2.2.1.1.2 Hasil Analisa Facebook Menurut Jenis Pengikut	63
4.2.2.1.2 Hasil Analisa Facebook Menurut Jumlah Like	64
4.2.2.1.2.1 Hasil Analisa Jumlah Suka Halaman Facebook	64
4.2.2.1.2.2 Hasil Analisa Menyukai Halaman Facebook	65
4.2.2.1.3 Hasil Analisa Facebook Menurut Jumlah Jangkauan	65
4.2.2.1.3.1 Hasil Analisa Jangkauan Postingan Facebook	66
4.2.2.1.3.2 Hasil Analisa suka, komentar, dan berbagi	66
4.2.2.1.4 Hasil Analisa Facebook menurut tayangan yang dilihat	67
4.2.2.1.4.1 Hasil Analisa Facebook berdasarkan lain-lain	67
4.2.2.2 Hasil Analisa Facebook bulan November	67
4.3 Hasil Campaign	67
4.3.1 Hasil Campaign Facebook	68
4.3.1.1 Campaign Postingan Facebook berbayar pertama	72
4.3.1.2 Campaign Postingan Facebook berbayar kedua	74
4.3.1.3 Campaign Halaman Facebook	76
4.3.2 Hasil Campaign Web	79
4.3.3 Kesimpulan Hasil Campaign Web dan Facebook	79
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	82

5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Gridy	12
Gambar 3.2 Proses Bisnis Gridy.....	13
Gambar 3.3 Jadwal Rencana Pelaksanaan Penelitian	15
Gambar 4.1 Tampilan Login	16
Gambar 4.2 Tampilan Newsletter.....	17
Gambar 4.3 Tampilan Halaman Home	17
Gambar 4.4 Tampilan Halaman Produk.....	18
Gambar 4.5 Tampilan FAQ.....	18
Gambar 4.6 Tampilan Hubungi Kami.....	19
Gambar 4.7 Tampilan Halaman Fitur Zoom Produk	19
Gambar 4.8 Tampilan Detail Deskripsi Produk	20
Gambar 4.9 Tampilan Produk	20
Gambar 4.10 Tampilan Halaman About.....	21
Gambar 4.11 Halaman Artikel.....	22
Gambar 4.12 Halaman Cart.....	23
Gambar 4.13 Halaman Total	23
Gambar 4.14 Form Pembelian.....	24
Gambar 4.15 Ekspedisi Pengiriman.....	24
Gambar 4.16 Transaksi	25
Gambar 4.17 Tampilan Halaman Fitur Produk	25
Gambar 4.18 Tampilan Fitur Produk.....	26
Gambar 4.19 Halaman Kategori.....	26
Gambar 4.20 Kinerja Google Console	27
Gambar 4.21 Kinerja Google Console 21 Oktober.....	28
Gambar 4.22 Kinerja Google Console 22 Oktober.....	28
Gambar 4.23 Kinerja Google Console 25 Oktober.....	29
Gambar 4.24 Kinerja Google Console Oktober	29
Gambar 4.25 Kinerja Google Console November.....	30
Gambar 4.26 Kinerja Google Console 6-7 November.....	30
Gambar 4.27 Kinerja Google Console 12 November	31

Gambar 4.28 Kinerja Google Console 17-18 November.....	31
Gambar 4.29 Kinerja Google Console Setelah 17 November.....	32
Gambar 4.30 Kinerja Google Console 22 November.....	32
Gambar 4.31 Kinerja Google Console Desember	33
Gambar 4.32 Kinerja Google Console 3 Desember	33
Gambar 4.33 Kinerja Google Console 12-13 Desember	34
Gambar 4.34 Kinerja Google Console 13 Desember	34
Gambar 4.35 Tampilan Kueri Google Console	35
Gambar 4.36 Tampilan Kueri Google Console	35
Gambar 4.37 Tampilan Kueri Google Console November.....	35
Gambar 4.38 Tayangan Kueri Google Console	36
Gambar 4.39 Tampilan Kueri Google Console Desember	36
Gambar 4.40 Hasil Analisa Bulan Agustus.....	37
Gambar 4.41 Hasil Analisa Bulan September.....	38
Gambar 4.42 Hasil Analisa Bulan Oktober.....	40
Gambar 4.43 Hasil Analisa Bulan November	41
Gambar 4.44 Hasil Analisa Bulan Desember.....	43
Gambar 4.45 Ringkasan Bulan Agustus	45
Gambar 4.46 Ringkasan Bulan September	47
Gambar 4.47 Ringkasan Bulan Oktober	48
Gambar 4.48 Ringkasan Bulan November.....	50
Gambar 4.49 Hasil Analisa Perangkat bulan Agustus.....	52
Gambar 4.50 Hasil Analisa Perangkat bulan September	53
Gambar 4.51 Hasil Analisa Perangkat bulan Oktober.....	54
Gambar 4.52 Hasil Analisa Perangkat bulan November	55
Gambar 4.53 Hasil Analisa Perangkat bulan Desember	56
Gambar 4.54 Hasil Analisa Halaman bulan Agustus	57
Gambar 4.55 Hasil Analisa Halaman bulan September.....	57
Gambar 4.56 Hasil Analisa Halaman bulan Oktober	58
Gambar 4.57 Hasil Analisa Halaman bulan November.....	59
Gambar 4.58 Hasil Analisa Halaman bulan Desember	60
Gambar 4.59 Hasil Analisa Google Ads 23 November – 7 Desember.....	61









Gambar 4.60 Hasil Analisa Google Ads 10 Desember-16 Desember	62
Gambar 4.61 Hasil Analisa Facebook Menurut Pengikut	63
Gambar 4.62 Hasil Analisa Facebook Pengikut Halaman.....	63
Gambar 4.63 Hasil Analisa Facebook Menurut Pengikut	63
Gambar 4.64 Hasil Analisa Facebook Jumlah Like	64
Gambar 4.65 Hasil Analisa Jumlah suka Halaman Facebook	64
Gambar 4.66 Hasil Analisa Menyukai Halaman Facebook.....	65
Gambar 4.67 Hasil Analisa Jumlah Jangkauan Facebook	65
Gambar 4.68 Hasil Jumlah Jangkauan Faceook.....	66
Gambar 4.69 Hasil Analisa suka, komentar, dan berbagi.....	66
Gambar 4.70 Hasil Tayangan yang dilihat.....	67
Gambar 4.71 Hasil Analisa Facebook dan lain-lain.....	67
Gambar 4.72 Campaign Facebook	76
Gambar 4.73 Jumlah Analisa Halaman Facebook.....	76
Gambar 4.74 Hasil Insight	77
Gambar 4.75 Halaman yang anda kelola	77
Gambar 4.76 Tampilan Insight.....	78
Gambar 4.77 Tampilan Followers	78
Gambar 4.78 Jumlah Anggaran.....	81


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Keterangan Istilah Ringkasan Akuisisi.....	44
Tabel 4.2 Hasil Campaign Facebook.....	68
Tabel 4.3 Hasil Campaign Postingan Facebook.....	68
Tabel 4.4 Hasil Campaign Web.....	79
Tabel 4.5 Kesimpulan Hasil Campaign.....	79



DAFTAR NOTASI/ LAMBANG

Jenis	Notasi/ Lambang	Nama	Arti
BPMN 2.0		Start Event	Sebagai awal mula suatu proses
		End Event	Sebagai akhir dari suatu proses
		Gateway	Sebagai suatu kontrol adanya perbedaan percabangan, forking, penggabungan, dan bergabung dengan jalur
		Task activity	Sebagai suatu kegiatan yang memperlihatkan langkah langkah dari proses.
		Sequence Flow	Menentukan arah dari suatu task ke task berikutnya.
		Timer Start	Mengawali jangk waktu yang digunakan dalam BPMN
		Message Start	Mengawali pesan yang ada dalam BPMN
		Pool	Sebagai “swimlane” dan wadah grats untuk satu set kegiatan dari pools lain.

		Lane	Partisi sub dalam proses. Sebagai jalur yang mengatur dan mengategorikan kegiatan.
--	---	------	--

Referensi:

Notasi/ Lambang BPMN 2.0 dari Object Management Group

Notasi/ Lambang DFD dari

Notasi/ Lambang ERD dari

Dst.



DAFTAR SINGKATAN

CMS	Content Management System
SEO	Search Engine Optimization
GA	Google Analytic
SI	Sistem Informasi

