

## **ANALISIS PEMASARAN *ONLINE* MELALUI *E-MARKETPLACE* DAN MEDIA SOSIAL PADA PT. SOLUSINDO JITU**

**Nanda Larizza**

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemasaran *online* melalui *e-marketplace* dan media sosial yang dilakukan oleh PT. Solusindo Jitu. Pemasaran *online* adalah pemasaran dari produk atau jasa melalui internet. *E-marketplace* adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli di dunia maya. Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi konten. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif menggunakan metode wawancara terstruktur. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan bagian *marketing* PT. Solusindo Jitu. Berdasarkan hasil wawancara mengenai pemasaran *online* melalui *e-marketplace* dan media sosial menunjukkan bahwa dengan menggunakan *e-marketplace* memudahkan perusahaan dalam memberikan informasi ke calon konsumen, memudahkan berinteraksi serta dapat menekan pengeluaran biaya pemasaran perusahaan. Penggunaan media sosial juga memberikan manfaat berupa *feedback* dari calon konsumen. Dimana *feedback* tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat positif untuk perusahaan.

**Kata Kunci:** *Properti, Pemasaran Online, E-Marketing, Media Sosial.*

## **ANALYSIS OF ONLINE MARKETING WITH E-MARKETPLACE AND SOCIAL MEDIA OF PT. SOLUSINDO JITU**

***Nanda Larizza***

### ***Abstract***

*The purpose of this study is to find out how online marketing with e-marketplace and social media applied in PT. Solusindo Jitu. Online marketing is the marketing of products or services through the internet. E-marketplace is a place where sellers and buyers meet in cyberspace. Social media is an online media where users can participate, share and create content. This is a qualitative descriptive research. This study used structured interview for the method. This study used marketing executive staff as respondents. Based on the result of structured interview about online marketing with e-marketplace and social media, the result is good enough for the marketing of the units. Those are showed from the using of e-marketplace that made the online marketing getting easier for companies to gave the information for customers, easy to interact with customers and reduce corporate expenses. The application of Social media also showed the good result. It is because the social media can give many feedback from customers. From this study, the writer recommended PT. Solusindo Jitu divide the time of office hours into a time for online marketing and for offline marketing.*

***Keywords:*** Property, Online Marketing, E-Marketing, Social Media.