

EVALUASI PEMASARAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA PT. ELITA SEJAHTERA INDONESIA DI YOGYAKARTA

Endang Tampubolon

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi pemasaran yang dilakukan PT. ElitaSejahtera Indonesia di Yogyakarta untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang fashion. Saat ini perusahaan harus lebih kompetitif karena persaingan di dunia bisnis yang sangat kompetitif, maka pebisnis harus mampu meningkatkan strategi yang kreatif dan inovatif serta pebisnis juga dituntut untuk menciptakan produk yang unggul yang lebih dari pesaing. Selain itu, juga pada era digital saat ini banyak pelaku-pelaku bisnis menggunakan media sosial sebagai media pemasaran. PT. Elita Sejahtera Indonesia melakukan komunikasi pemasaran *online* menggunakan media sosial *whatsapp*, *Instagram*, dan *tiktok*. Penelitian ini dilakukan karena penggunaan media sosial oleh PT. Elita Sejahtera Indonesia kurang maksimal penerapannya pada semua akun media sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara. Hasil penelitian ini nantinya akan digunakan oleh bagian pemasaran PT. Elita Sejahtera Indonesia untuk lebih memperbaiki dan meningkatkan kualitas informasi, karakteristik konsumen dan responsivitas pada semua media *whatsapp*, *Instagram* dan *tiktok* milik PT. Elita Sejahtera Indonesia.

Kata Kunci : *Evaluasi Pemasaran*

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Endang Tampubolon', with a date stamp '22/11/21' in the top right corner of the signature area.

**MARKETING EVALUATION USING SOCIAL MEDIA TO AT PT. ELITA
SEJAHTERA INDONESIA DI YOGYAKARTA**

Endang Tampubolon

Abstrak

This study aims to determine the marketing evaluation conducted by PT. Elita Sejahtera Indonesia in Yogyakarta to increase sales. This company is a company engaged in fashion sector. Currently, companies must be more competitive because competitive competition in the bussines world is very competitive, so business people are also required to create superior products that are more than competitors. In addiction, also in the current digital era, many business people use social media as a marketing medium. PT. Elita Sejahtera Indonesia conducts online marketing communications using sosial media whatsapp, Instagram, and tiktok. This research was conducted because of the use of social media by PT. Elita Sejahtera Indonesia is less than optimal in this application to all social media accounts. This study uses a qualitative descriptive method, data collected through interview. The result of this research will be used by the marketing department of PT. Elita Sejahtera Indonesia to further improve and improve the quality of information, consumer characteristics and responsiveness on all whatsapp, Instagram and tiktok media owned by PT. Eita Sejahtera Indonesia

Keywords: Marketing Evaluation