

Penerapan Digital Marketing pada PT Citra Marindo

Kristina Thai¹, Listia Nurjanah²

^{1,2}Universitas Internasional Batam, Kota Batam

Korespondensi penulis: 2141145.kristina@uib.edu

Abstract: *This community service activity aims to provide solutions to the challenges faced by PT Citra Marindo in implementing digital marketing. PT Citra Marindo, a company engaged in providing products and services for the maritime industry, encounters obstacles in fully leveraging the potential of digital marketing. This activity focuses on assisting the company in improving and enhancing their digital marketing strategies. A more comprehensive digital marketing implementation was applied through various social media platforms such as Instagram, WhatsApp Business, and e-commerce platforms like Tokopedia. Additionally, business branding development included designing more attractive logos, professional product photos, and packaging that aligns with market preferences. Quality control systems were introduced to ensure high product quality, while effective promotional strategies were implemented to increase brand visibility and awareness among consumers. All steps were tailored to real-world conditions, including cost calculations for marketing elements to ensure they do not burden product prices and can be sustained. It is hoped that this activity will have a positive impact on increasing PT Citra Marindo business profits and serve as a useful reference for other businesses facing similar issue.*

Keywords: *PT Citra Marindo, Digital Marketing, Marketing Strategy*

Abstrak: Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi oleh PT Citra Marindo dalam penerapan digital marketing. PT Citra Marindo, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan produk dan layanan untuk industri maritim, menghadapi kendala dalam memanfaatkan potensi pemasaran digital secara optimal. Kegiatan ini difokuskan untuk membantu perusahaan dalam memperbaiki dan meningkatkan strategi pemasaran digital mereka. Implementasi digital marketing yang lebih menyeluruh diterapkan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, dan e-commerce seperti Tokopedia. Selain itu, pengembangan branding usaha dilakukan dengan merancang logo yang lebih menarik, foto produk yang profesional, dan kemasan yang sesuai dengan selera pasar. Sistem kontrol kualitas diperkenalkan untuk memastikan produk tetap berkualitas tinggi, sementara strategi promosi yang efektif diterapkan untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek di kalangan konsumen. Seluruh langkah disesuaikan dengan kondisi nyata di lapangan, termasuk perhitungan biaya produksi untuk elemen-elemen pemasaran agar tidak membebani harga jual produk dan dapat berkelanjutan. Diharapkan, kegiatan ini dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan keuntungan usaha PT Citra Marindo dan menjadi referensi bagi usaha lain yang menghadapi masalah serupa.

Kata Kunci: PT Citra Marindo, Marketing Digital, Strategi Marketing

1. PENDAHULUAN

PT Citra Marindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan berbagai produk dan layanan untuk industri maritim (Citra Marindo, 2018). Dengan komitmen tinggi terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan, perusahaan ini menawarkan berbagai macam produk seperti bahan bangunan, alat keselamatan maritim, perlengkapan marine outfitting, elektrod las, dan berbagai suku cadang. PT Citra Marindo juga menyediakan layanan purna jual, memastikan setiap kebutuhan pelanggan terpenuhi secara optimal. Perusahaan ini menekankan pentingnya kualitas, yang tercermin dari dedikasinya untuk memberikan produk terbaik dengan harga yang kompetitif. PT Citra Marindo juga mengutamakan interaksi yang proaktif dengan pelanggan melalui konten informatif dan edukatif, serta ajakan bertindak yang jelas untuk mempermudah pelanggan dalam mengambil keputusan. Dengan slogan "Faster &

Smarter Than The Way Other Can Builds" (About Us, 2018), PT Citra Marindo berusaha untuk menjadi pemimpin dalam inovasi dan efisiensi di industri maritim, menyediakan solusi yang lebih cepat dan lebih cerdas dibandingkan pesaingnya.

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara PT Citra Marindo berinteraksi dengan konsumen dan mitra bisnis. Digital marketing atau pemasaran digital telah menjadi salah satu strategi utama yang digunakan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar secara efektif dan efisien. Namun, dalam implementasinya, PT Citra Marindo menghadapi berbagai tantangan dalam memaksimalkan potensi strategi digital marketing. Salah satu tantangan utama adalah tingginya tingkat persaingan di dunia digital. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pemasok kebutuhan industri maritim dan perkapalan, PT Citra Marindo harus bersaing dengan banyak perusahaan lain yang juga memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan iklan online untuk menarik perhatian konsumen.

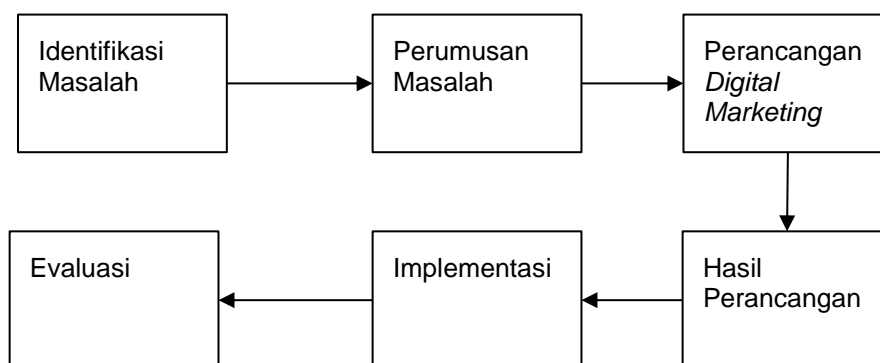
Hal ini membuat perusahaan sering kali kesulitan untuk menonjol di tengah berbagai konten yang dihasilkan oleh pesaing. Selain itu, pemahaman yang belum sepenuhnya mendalam tentang strategi digital marketing menjadi kendala bagi PT Citra Marindo. Dalam beberapa kasus, upaya pemasaran digital dilakukan tanpa perencanaan matang, sehingga hasilnya belum optimal. Contohnya adalah kurangnya pemanfaatan analitik data untuk memahami algoritma media sosial agar jangkauan konten bisa lebih luas. Perubahan teknologi dan preferensi konsumen yang cepat juga menjadi tantangan. Algoritma media sosial dan tren pemasaran digital terus berkembang, yang menuntut PT Citra Marindo untuk selalu beradaptasi. Selain itu, perilaku konsumen di segmen industri maritim juga semakin dinamis, sehingga perusahaan harus selalu inovatif dalam menyampaikan nilai produk dan layanan. Untuk menghadapi tantangan-tantangan ini, PT Citra Marindo memerlukan pendekatan yang strategis dan adaptif dalam digital marketing dan platform sosial media seperti Instagram. Selain itu, PT Citra Marindo bisa memanfaatkan teknologi, data analitik, dan kreativitas secara efektif yaitu dengan mendesain konten menjadi lebih menarik dan informatif agar perusahaan dapat meningkatkan visibilitasnya, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan mempertahankan daya saing di era digital yang terus berkembang.

Ruang lingkup kegiatan proyek ini mencakup perancangan pemasaran digital serta mengimplementasikan digital marketing. Rancangan ini dimulai dari menganalisa konten marketing yang efektif dan benar terlebih dahulu. Pemasaran digital ini juga memerlukan platform digital seperti Instagram. Perancang pemasaran digital juga mencakup konten yang variatif dan menarik serta informatif bagi pelanggan. Penerapan digital marketing ini

dilaksanakan dengan tujuan menerapkan strategi pemasaran yang fokus pada kualitas dan keandalan produk untuk membangun kepercayaan pelanggan serta meningkatkan pengenalan merek PT Citra Marindo di Batam. Selain itu, tujuan lainnya adalah memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan promosi usaha melalui media sosial serta platform digital lainnya. Manfaat penerapan digital marketing pada PT Citra Marindo di Batam bagi pemilik usaha meliputi peningkatan visibilitas brand, efisiensi biaya pemasaran, dan peningkatan penjualan. Sementara itu, bagi pelanggan, manfaatnya antara lain akses mudah terhadap informasi produk dan layanan, peningkatan kepercayaan melalui ulasan dan testimoni, serta penerimaan penawaran atau promosi langsung.

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat untuk penerapan digital marketing pada PT Citra Marindo dimulai dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan untuk mengamati konten produk yang diunggah di media sosial PT Citra Marindo serta interaksi mereka dengan pelanggan. Selain itu, wawancara dilakukan dengan meminta izin kepada pemilik toko untuk melakukan promosi di media sosial dan mendapatkan data yang diperlukan. Proses perancangan luaran dimulai dengan identifikasi masalah utama yang dihadapi oleh PT Citra Marindo dalam hal pemasaran digital. Langkah selanjutnya adalah perumusan masalah yang lebih spesifik, seperti kurangnya brand awareness dan desain sosial media yang kurang menarik. Setelah masalah teridentifikasi, dilakukan perancangan strategi digital marketing, termasuk membuat strategi promosi melalui platform digital seperti Instagram. Hasil rancangan ini mencakup desain logo, konten kreatif, brosur, spanduk, dan layout media sosial. Tahapan berikutnya adalah implementasi strategi yang telah dirancang, seperti meningkatkan visibilitas online dengan optimasi website, SEO, manajemen media sosial, content marketing, dan email marketing. Terakhir, dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan.



Gambar 1. Langkah dalam perancangan penelitian

3. HASIL

Hasil dari magang yang telah dilaksanakan diharapkan telah membantu dan meningkatkan strategi digital marketing dari PT Citra Marindo. Luaran dari kegiatan yang telah dirancang adalah:

1. Akun media sosial Instagram dari PT Citra Marindo

Pemilik ingin untuk membuat akun sosial media Citra Marindo lebih menarik dari sebelumnya. Sebelum implementasi, *Instagram* PT. Citra Marindo dengan desain visual yang lebih sederhana, berfokus pada informasi layanan, pengumuman, dan produk unggulan. Desainnya cenderung memiliki elemen minimalis, menampilkan warna-warna kontras yang cukup berani seperti kuning dan biru, serta foto pendukung untuk setiap unggahan. Feed ini memberikan kesan informatif namun belum sepenuhnya memanfaatkan elemen estetika modern atau interaktivitas yang optimal.

2. Katalog Digital

Pada tahap ini Penulis akan membuat katalog digital berupa *Story*. Katalog digital tersebut terdiri dari produk – produk yang dijual oleh PT Citra Marindo. Katalog digital tersebut akan di simpan ke dalam *Highlight* atau koleksi yang dapat dilihat secara berkala (*Instagram Citra Marindo, 2020*). Terdapat informasi mengenai rekomendasi pemakaian produk marine. Dipisahkan menjadi beberapa kategori agar pelanggan dapat dengan mudah mencari produk yang ingin dipakai. Selain itu dari katalog digital tersebut terdapat nomor *Whatsapp* yang dapat dihubungi jika ingin membeli.

3. E - Commerce Tokopedia

Pada tahap ini penulis harus mengetahui cara kerjanya aplikasi e-commerce tokopedia supaya proses implementasinya lebih mudah (*Tokopedia Citra Marindo, 2022*). Saat menambahkan produk di tokopedia, penulis wajib mengetahui deskripsi penting produk yang akan dijual oleh PT Citra Marindo agar customer dapat dengan mudah mengerti. Saat penulis ingin menambahkan produk, penulis wajib menyertakan stok nyata dari PT Citra Marindo agar mengurangi terjadinya pembatalan pesanan. Selain itu penulis juga harus menyertakan foto asli sebuah produk agar pelanggan dapat lebih senang membeli.

4. KESIMPULAN

Setelah mengimplementasikan Digital Marketing pada PT Citra Marindo, dapat disimpulkan bahwa penulis berhasil menciptakan brand awareness melalui akun media sosial yang terbukti dari hasil insight Instagram. Penulis juga membuat katalog digital berupa highlights yang memudahkan pembeli mengetahui produk yang dijual, serta mengoptimalkan

akun Tokopedia PT Citra Marindo sehingga lebih menarik, rapi, dan informatif, yang berkontribusi pada peningkatan omset dari penjualan e-commerce. Saran untuk PT Citra Marindo adalah agar lebih aktif dan konsisten dalam platform media sosial, termasuk mencoba aktif di TikTok yang sedang booming, memposting lebih banyak produk di Instagram dan Tokopedia, serta mengikuti event promo khusus atau diskon eksklusif di Tokopedia untuk menarik pelanggan dan meningkatkan omset.

DAFTAR REFERENSI

About Us. (2018). <https://citramarindo.com/about/>

Citra Marindo. (2018). <https://citramarindo.com/>

Instagram Citra Marindo. (2020). <https://www.instagram.com/citramarindo/?hl=en>

Tokopedia Citra Marindo. (2022).

<https://www.tokopedia.com/rhinoxofficial?source=universe&st=product>