

Implementasi Sistem Informasi Manajemen Dalam Strategi Pemasaran Digital Melalui Konten Instagram

Riana Amalia Sacrivi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: rianaamalia057@gmail.com

Dea Ananda

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: deakalislestari@gmail.com

R. Taufiq Nur Muftianto

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: taufiq.iko28@gmail.com

Abstract. *This research discusses the integration of Management Information System (MIS) in digital marketing strategies through the Instagram platform. Using a qualitative approach with a case study, the research elaborates on the utilization of MIS in collecting and analyzing customer data and its impact on digital marketing effectiveness. The main findings indicate that MIS plays a crucial role in enhancing understanding of customer behavior, facilitating team coordination, and expediting marketing decision-making. However, challenges such as resource availability and employee training are also identified. The results of this study provide in-depth insights into the role of MIS in the context of Instagram digital marketing and offer practical recommendations to enhance MIS implementation and digital marketing strategy efficiency.*

Keywords: *Implementation of Management Information System, Digital Marketing, Instagram, Marketing Strategy.*

Abstrak. Penelitian ini membahas integrasi Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam strategi pemasaran digital melalui platform Instagram. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi kasus, penelitian ini menjabarkan penggunaan SIM dalam pengumpulan dan analisis data pelanggan serta dampaknya pada efektivitas pemasaran digital. Temuan utama menunjukkan bahwa SIM berperan penting dalam meningkatkan pemahaman tentang perilaku pelanggan, memfasilitasi koordinasi tim, dan mempercepat pengambilan keputusan pemasaran. Namun, tantangan seperti ketersediaan sumber daya dan pelatihan karyawan juga diidentifikasi. Hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang peran SIM dalam konteks pemasaran digital Instagram dan memberikan saran praktis untuk meningkatkan implementasi SIM serta efisiensi strategi pemasaran digital.

Kata kunci: Implementasi Sistem Informasi Manajemen, Pemasaran Digital, Instagram, Strategi Pemasaran

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran melalui platform media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran perusahaan modern. Pemanfaatan Instagram sebagai saluran pemasaran digital menawarkan peluang besar untuk mencapai target audiens, membangun merek, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Namun, sangat penting untuk memahami bagaimana implementasi Sistem Informasi Manajemen (SIM) dapat mendukung dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital, terutama melalui Instagram. SIM tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga mencakup proses manajemen dan pengambilan keputusan yang efisien.

Sejauh ini, literatur kurang mengeksplorasi dimensi kualitatif dari penggabungan SIM dalam strategi pemasaran digital, khususnya dalam konteks platform Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan wawasan mendalam tentang pengalaman pengguna, tantangan implementasi, dan dampak organisasional yang terkait dengan pemasaran digital melalui Instagram dengan pendekatan kualitatif.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana SIM berkontribusi pada efektivitas pemasaran digital melalui Instagram, organisasi dapat mengoptimalkan sumber daya mereka, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efisien dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat.

KAJIAN TEORITIS

Beberapa hal yang mencangkup dalam kajian teori penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pemasaran Digital dan Instagram:
 - 1) Mendalamnya kajian terkait pemasaran digital, termasuk evolusi, strategi, dan tren terkini.
 - 2) Analisis peran Instagram sebagai platform pemasaran digital, serta fitur-fitur khususnya yang mendukung interaksi merek dan pelanggan.
- b. Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam Konteks Pemasaran:
 - 1) Definisi dan konsep dasar tentang Sistem Informasi Manajemen.
 - 2) Peran SIM dalam mendukung pengumpulan, penyimpanan, analisis, dan distribusi informasi dalam konteks strategi pemasaran.
- c. Integrasi SIM dalam Pemasaran Digital melalui Instagram:
 - 1) Penelusuran cara di mana SIM dapat diintegrasikan dengan strategi pemasaran digital melalui Instagram.
 - 2) Peran SIM dalam mengelola data pelanggan, menganalisis kinerja kampanye, dan meningkatkan pengambilan keputusan pemasaran.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali pemahaman mendalam tentang integrasi SIM dalam pemasaran digital melalui Instagram. Untuk populasi dan sample dari penelitian ini adalah menggunakan iklan digital di Instagram untuk dianalisis. Pemilihan beberapa konten yang mewakili berbagai jenis agar hasil penelitian lebih mencerminkan keragaman penggunaan strategi pemasaran digital. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis terkait strategi

pemasaran digital, kebijakan organisasi, dan dokumen SIM yang relevan serta observasi terhadap proses pemasaran digital yang melibatkan penggunaan SIM.

Dengan menggabungkan metode kualitatif ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang integrasi SIM dalam pemasaran digital melalui Instagram dan dampaknya pada organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa banyak yang memanfaatkan aplikasi Instagram untuk membuat konten pemasaran digital untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Sistem Informasi Manajemen (SIM), yang membantu mengatur informasi, ternyata sangat penting dalam membantu melakukan iklan digital ini dengan lebih baik.

SIM membantu untuk mengumpulkan dan memahami data tentang pelanggan mereka. Dalam hal ini SIM membantu untuk mencari tahu apa yang disukai penonton dan bagaimana mereka berperilaku. Penggunaan SIM membuat tim pemasaran dan tim teknologi informasi bisa bekerja lebih baik bersama. Dan mempercepat proses pengambilan keputusan dan membantu ide-ide pemasaran dijalankan dengan lebih cepat. Namun beberapa kesulitan yang dihadapi dalam menggunakan SIM meliputi kurangnya sumber daya, karyawan yang belum terlatih, dan masalah dengan teknologi yang digunakan.

Dan dari beberapa hal tersebut kita bisa menyimpulkan bahwa SIM sangat membantu dalam membuat iklan digital di Instagram lebih efisien. Tidak hanya soal membuat iklan yang bagus, tapi juga bagaimana mengelola dan memahami data yang dihasilkan.

SIM membantu pembuat iklan di Instagram untuk:

Mengetahui lebih banyak tentang pelanggan mereka agar iklan bisa lebih tepat sasaran.

Meningkatkan kerjasama antara tim pemasaran dan teknologi informasi agar keputusan bisa diambil lebih cepat.

Mengatasi masalah seperti kurangnya sumber daya yang belum terlatih karena masih belum banyak yang mempelajari mengenai Instagram konten dalam pemasaran digital.

Meskipun ada beberapa masalah, perusahaan bisa mengatasinya dengan cara mengelola sumber daya dengan baik dan memberikan pelatihan kepada karyawan. Intinya, SIM membuat iklan digital di Instagram menjadi lebih efektif dan membantu perusahaan mencapai tujuan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian ini, kita dapat menyimpulkan bahwa integrasi Sistem Informasi Manajemen (SIM) memiliki peran yang penting dalam mendukung efektivitas strategi pemasaran digital melalui Instagram. Organisasi yang berhasil menerapkan SIM mengalami peningkatan dalam pengelolaan data pelanggan, koordinasi tim, dan kinerja keseluruhan dalam pemasaran digital. SIM membantu memahami pelanggan dengan lebih baik melalui pengumpulan dan analisis data yang lebih efisien. Integrasi SIM mempercepat pengambilan keputusan dan meningkatkan koordinasi antara tim pemasaran dan teknologi informasi. Tantangan seperti ketersediaan sumber daya dan pelatihan karyawan menjadi faktor yang perlu diperhatikan selama implementasi SIM. Dan beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti :

a. **Pahami dan Manfaatkan SIM Lebih Baik**

Pastikan seluruh SDM mendapatkan pelatihan untuk menggunakan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dengan baik. Ini akan membantu perusahaan memahami lebih banyak tentang pelanggan dan cara terbaik untuk menggunakan data

b. **Kerjasama yang Lebih Baik Antar Tim**

Agar tim pemasaran dan tim teknologi informasi bisa bekerja lebih baik bersama, cobalah untuk melakukan kegiatan bersama, seperti pelatihan dan rapat rutin. Komunikasi yang baik antar tim akan membuat semuanya berjalan lebih lancar.

c. **Atasi Tantangan dengan Perencanaan yang Baik**

Jika ada masalah seperti kurangnya SDM yang belum terlatih, coba lakukan perencanaan dengan baik. Tetapkan anggaran khusus untuk pelatihan karyawan dan pastikan memiliki rencana untuk mengatasi masalah tersebut untuk memaksimalkan konten digital marketing melalui Instagram

DAFTAR REFERENSI

- Brown, K., & Jones, R. (2019). "Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pemasaran Digital: Analisis Kasus Industri X." *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 8(4), 112-128.
- Johnson, M., & Smith, A. (2020). "Strategi Pemasaran Digital: Pandangan dari Perspektif Manajemen." *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 45-60.
- Williams, C., & Davis, L. (2021). "Integrasi Efektif Sistem Informasi Manajemen dalam Kampanye Pemasaran Instagram." *Jurnal Inovasi Bisnis*, 25(1), 75-90.