

ABSTRAK

PT Nusantara Jaya Solution adalah perusahaan yang berfokus pada penyediaan jasa tata kelola kearsipan dengan merek *HyDoc*, berada di Kota Cimahi, Jawa Barat. Perusahaan ini menawarkan berbagai layanan, seperti penataan dan pemilahan arsip, digitalisasi dokumen, sistem manajemen dokumen, penyediaan sarana dan prasarana arsip, serta fumigasi untuk perawatan arsip. Dalam strategi marketingnya, perusahaan telah memanfaatkan *platform digital* seperti situs web, Instagram, dan Facebook. Meskipun, penerapan *digital marketing* belum mencapai tingkat optimal akibat pengelolaan media sosial yang tidak konsisten, keterbatasan tenaga ahli di bidang digital marketing, serta kurangnya konten informatif dan interaktif yang dapat menarik minat calon klien. Hal ini menyebabkan jumlah klien yang masih terbatas dan belum menunjukkan peningkatan signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah klien pada layanan tata kelola kearsipan, mengidentifikasi faktor-faktor penghambat peningkatan klien. Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data mengacu pada indikator *digital marketing* menurut Menik Aryani, yaitu aksesibilitas, interaktivitas, hiburan, kredibilitas, dan keinformatifan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *digital marketing* di PT Nusantara Jaya Solution telah dilakukan melalui media sosial dan situs web sebagai alat promosi serta penyampaian informasi layanan. Namun, efektivitasnya belum optimal karena tingkat interaksi *digital* dengan calon klien yang rendah, ketidakkonsistenan konten promosi, serta kelengkapan informasi layanan yang masih kurang. Faktor-faktor penghambat peningkatan klien mencakup keterbatasan sumber daya manusia di *ranah digital marketing*, rendahnya tingkat keterlibatan di media sosial, pengelolaan konten *digital* yang belum optimal, serta ketergantungan yang lebih besar pada pendekatan *marketing* konvensional dibandingkan *digital*.

Berdasarkan temuan ini adalah bahwa *digital marketing* di PT Nusantara Jaya Solution belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan jumlah klien. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan meningkatkan kualitas dan konsistensi konten *digital*, memperkuat interaksi dengan calon klien melalui media sosial, serta merancang strategi *marketing digital* yang lebih terstruktur untuk memperluas jangkauan pasar dan jumlah klien.

Kata Kunci: Analisis, *Digital Marketing*, Jumlah Klien, PT Nusantara Jaya Solution

ABSTRACT

PT Nusantara Jaya Solution, a company focused on providing archival management services under the HyDoc brand, is located in Cimahi, West Java. The company offers various services, such as archival organization and sorting, document digitization, document management systems, provision of archival facilities and infrastructure, and fumigation for archive maintenance. In its marketing strategy, the company has utilized digital platforms such as its website, Instagram, and Facebook. However, the implementation of digital marketing has not yet reached optimal levels due to inconsistent social media management, limited digital marketing expertise, and a lack of informative and interactive content that can attract potential clients. This has resulted in a limited number of clients and a lack of significant growth.

This study aims to analyze digital marketing strategies in an effort to increase the number of clients for archival management services and identify factors inhibiting client growth. The research approach used is qualitative with descriptive methods. Data collection was conducted through observation, interviews, and documentation studies. Data analysis refers to digital marketing indicators according to Menik Aryani, namely accessibility, interactivity, entertainment, credibility, and informativeness.

The research results indicate that digital marketing at PT Nusantara Jaya Solution has been implemented through social media and its website as promotional tools and to convey service information. However, its effectiveness has been suboptimal due to low levels of digital interaction with potential clients, inconsistent promotional content, and incomplete service information. Factors inhibiting client growth include limited human resources in the digital marketing sector, low levels of engagement on social media, suboptimal digital content management, and a greater reliance on conventional marketing approaches than on digital.

Based on these findings, digital marketing at PT Nusantara Jaya Solution has not been fully effective in increasing the number of clients. Therefore, it is recommended that the company improve the quality and consistency of its digital content, strengthen interactions with potential clients through social media, and design a more structured digital marketing strategy to expand its market reach and client base.

Keywords: Analysis, Digital Marketing, Number of Clients, PT Nusantara Jaya Solution

ABSTRAK

PT Nusantara Jaya Solution, perusahaan anu fokus dina nyayogikeun jasa ngokolakeun arsip merek HyDoc, ayana di Cimahi, Jawa Barat. Pausahaan nawarkeun rupa-rupa layanan, kayaning organisasi arsip tur sortir, digitization dokumén, sistem manajemen dokumén, penyediaan fasilitas arsip jeung infrastruktur, sarta fumigasi pikeun pangropéa arsip. Dina strategi pamasarana, perusahaan parantos ngagunakeun platform digital sapertos halaman wéb, Instagram, sareng Facebook. Sanajan kitu, palaksanaan pamasaran digital teu acan ngahontal tingkat optimal alatan manajemén média sosial inconsistent, kaahlian pamasaran digital kawates, sarta kurangna eusi informatif jeung interaktif nu bisa narik klien poténsial. Ieu nyababkeun sajumlah klien kawates sareng kakurangan pertumbuhan anu signifikan.

Ulikan ieu boga tujuan pikeun nganalisis strategi pamasaran digital dina usaha nambahan jumlah klien pikeun layanan manajemén arsip sarta nangtukeun faktor inhibiting tumuwuhna klien. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kualitatif kalayan méthode déskriptif. Ngumpulkeun data dilaksanakeun ngaliwatan observasi, wawancara, jeung studi dokuméntasi. Analisis data nujul kana indikator pamasaran digital numutkeun Menik Aryani, nya éta aksesibilitas, interaktivitas, hiburan, kredibilitas, sareng informatif.

Hasil panalungtikan nuduhkeun yén pamasaran digital di PT Nusantara Jaya Solution geus dilaksanakeun ngaliwatan média sosial jeung websitena salaku alat promosi jeung nepikeun informasi jasa. Nanging, éféktivitasna henteu optimal kusabab tingkat interaksi digital anu rendah sareng calon klien, kontén promosi anu teu konsisten, sareng inpormasi jasa anu teu lengkep. Faktor ngahambat pertumbuhan klien kaasup SDM kawates dina widang pamasaran digital, tingkat low of Durasana dina média sosial, suboptimal manajemén eusi digital, sarta reliance gede dina pendekatan pamasaran konvensional ti on digital.

Dumasar kana temuan ieu, pamasaran digital di PT Nusantara Jaya Solution tacan sapinuhna éféktif dina ngaronjatkeun jumlah klien. Ku alatan éta, disarankeun yén perusahaan ningkatkeun kualitas sareng konsistensi eusi digital, nguatkeun interaksi sareng calon klien ngaliwatan média sosial, sareng ngarancang strategi pamasaran digital anu langkung terstruktur pikeun ngalegaan jangkauan pasar sareng basis klien.

Kata Kunci: Analisis, *Digital Marketing*, Jumlah Klien, PT Nusantara Jaya Solution