

## ANALISIS KINERJA AI MARKETING PLAN GENERATOR (EASYPEASY.AI) DALAM MERANCANG STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

Asep Koswara\*

**Abstract:** Currently, there are numerous artificial intelligence (AI) tools that can be utilized in the business world, one of which is the AI Marketing Plan Generator, useful for developing digital marketing strategies. This study analyzes the performance of the AI Marketing Plan Generator (EasyPeasy.AI) in designing digital marketing strategies for security training businesses. The research employs a qualitative approach using observation and experimentation. The primary focus of the study is to evaluate the quality, clarity, and alignment of the generated recommendations with best practices in digital marketing. The analysis results indicate that the AI can generate relevant and effective marketing strategies, such as leveraging social media, paid advertising, and engaging content, which align well with the target audience of security training businesses. Furthermore, the generated marketing plan is easy to understand due to its clear structure and simple language. However, some shortcomings were identified, such as a lack of personalization and detailed recommendations, requiring manual adjustments. Other challenges include additional costs and complexity in implementing strategies. The study suggests that businesses integrate this tool with more specific data and involve marketing teams in customizing strategies.

**Keywords:** *Artificial Intelligence, Marketing Plan, Digital Marketing, AI Marketing Plan Generator*

**Abstrak:** Saat ini, ada banyak sekali alat/tool *Artificial Intelligence* (AI) yang bisa dimanfaatkan dalam dunia bisnis. Salah satunya AI Marketing Plan Generator yang bisa digunakan dalam menyusun strategi digital marketing. Penelitian ini menganalisis kinerja AI Marketing Plan Generator (EasyPeasy.AI) dalam merancang strategi pemasaran digital untuk bisnis pelatihan security. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan percobaan. Fokus utama penelitian adalah mengevaluasi kualitas, kejelasan, dan kecocokan rekomendasi yang dihasilkan dengan praktik terbaik pemasaran digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa AI dapat menghasilkan strategi pemasaran yang relevan dan efektif, seperti pemanfaatan media sosial, iklan berbayar, dan konten yang menarik, yang sangat sesuai dengan target audiens bisnis pelatihan security. Selain itu, rencana pemasaran yang dihasilkan mudah dipahami berkat struktur yang jelas dan bahasa yang sederhana. Meskipun demikian, beberapa kekurangan ditemukan, seperti kurangnya personalisasi dan rincian mendalam dalam rekomendasi, serta kebutuhan untuk penyesuaian manual. Tantangan lainnya adalah biaya tambahan dan kompleksitas dalam implementasi strategi. Penelitian ini menyarankan agar bisnis mengintegrasikan alat ini dengan data yang lebih spesifik dan melibatkan tim pemasaran dalam penyesuaian strategi.

**Kata kunci:** *Kecerdasan Buatan, Rencana Pemasaran, Pemasaran Digital, AI Marketing Plan Generator*



## Latar Belakang

Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi salah satu teknologi utama yang mengubah berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran digital. Dengan kemampuan untuk menganalisis data secara mendalam, mengidentifikasi tren, dan menghasilkan strategi pemasaran yang dipersonalisasi, AI memberikan solusi yang inovatif dan efisien bagi perusahaan untuk tetap kompetitif di era digital. Salah satu aplikasi AI yang mulai mendapat perhatian adalah AI Marketing Plan Generator, seperti EasyPeasy.AI, yang dirancang untuk membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran secara otomatis dan efisien.

Adopsi teknologi AI dalam pemasaran telah menunjukkan peningkatan yang signifikan. Menurut data yang diungkapkan oleh Fayed (2021), penggunaan AI untuk perencanaan pemasaran mampu meningkatkan efisiensi hingga 30% dibandingkan metode tradisional, dengan kontribusi nyata dalam penargetan pasar dan personalisasi pesan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Venkatesan dan Lecinski (2021) menunjukkan bahwa penerapan AI dalam pemasaran melewati lima tahap utama, mulai dari pengumpulan data hingga peluncuran strategi, dengan hasil yang konsisten menunjukkan peningkatan *return on investment* (ROI).

EasyPeasy.AI sebagai salah satu contoh *platform* AI Marketing Plan Generator menawarkan kemampuan untuk menyusun strategi pemasaran yang kompleks dalam waktu singkat, memanfaatkan algoritma berbasis data besar (*big data*) dan pembelajaran mesin (*machine learning*). *Platform* ini telah digunakan oleh berbagai perusahaan, termasuk usaha kecil dan me-

nengah (UKM), untuk mengatasi tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran pemasaran. Studi oleh Ejjami (2024) menunjukkan bahwa solusi AI seperti ini memiliki dampak positif yang signifikan terhadap UKM, khususnya di wilayah berkembang seperti Maroko.

Namun, efektivitas dari AI Marketing Plan Generator seperti EasyPeasy.AI dalam merancang strategi pemasaran digital masih membutuhkan analisis lebih mendalam. Beberapa penelitian seperti yang diungkapkan oleh Zhu (2024) dan Alsahy et al. (2023) menyoroti pentingnya analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk memahami kekuatan dan keterbatasan teknologi ini, terutama dalam konteks daya saing dan keberlanjutan.

Dalam konteks Indonesia, penggunaan AI dalam pemasaran juga terus meningkat. Fatimah dan Saidah (2021) menunjukkan bahwa model promosi berbasis AI di *marketplace* Indonesia mampu meningkatkan keterlibatan konsumen hingga 25%. Penelitian lain oleh Wijayaningsih et al. (2024) menegaskan bahwa pemanfaatan AI dalam transformasi intelijen bisnis dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan.

Berdasarkan data dan tren di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja EasyPeasy.AI dalam merancang strategi pemasaran digital. Dengan menggunakan pendekatan berbasis data dan studi kasus, artikel ini akan mengeksplorasi sejauh mana platform ini mampu memberikan solusi yang efektif bagi perusahaan, baik dari segi efisiensi operasional maupun hasil bisnis. Studi ini juga akan mengintegrasikan temuan dari berbagai sumber akademik dan praktis untuk memberikan wawasan yang komprehensif mengenai peran AI dalam transformasi pemasaran digital.

## Studi Literatur

Dalam kajian pustaka ini, akan dibahas berbagai literatur yang relevan mengenai penerapan kecerdasan buatan (AI) dalam pemasaran, dengan fokus pada alat AI Marketing Plan Generator seperti yang ditawarkan oleh Easy Peasy AI.

### Konsep Dasar dan Kerangka Implementasi AI dalam Pemasaran

Penelitian awal seperti yang dilakukan oleh Fayed (2021) dan Venkatesan dan Lecinski (2021) menyoroti pentingnya memahami konsep dasar serta penyusunan kerangka kerja untuk mengimplementasikan AI dalam pemasaran. Fayed menyoroti efisiensi dan akurasi strategi berbasis data, sementara AI Marketing Canvas dari Venkatesan dan Lecinski memberikan peta jalan lima tahap yang berfungsi sebagai panduan praktis untuk mengintegrasikan AI ke dalam berbagai aktivitas pemasaran.

Selain itu, Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menambahkan bahwa AI tidak hanya mempermudah analisis data besar (*big data*) tetapi juga memungkinkan otomatisasi dalam berbagai aspek pemasaran, seperti pengiriman email, penargetan iklan, dan pengelolaan media sosial. Pendekatan ini memberikan kerangka yang mendukung transformasi digital dalam pemasaran modern.

### Inovasi dan Transformasi Strategi Pemasaran

Guha, Grewal, dan Atlas (2024) serta Zhu (2024) meneliti peran AI generatif dan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan dan tantangan penerapan AI. Perspektif ini memberikan landasan edukatif untuk mempersiapkan adaptasi strategi pemasaran di masa depan. Sebagai tambahan, Nguyen et al. (2020) menekankan pentingnya kemudahan penggunaan dan antarmuka

intuitif untuk memastikan alat AI dapat diakses oleh pengguna dengan berbagai tingkat keahlian.

### Studi Kasus dan Penerapan Regional AI

Studi oleh Ejjami (2024) di Maroko memberikan contoh nyata bagaimana solusi berbasis AI dapat mendukung UKM. Selain itu, Fatimah dan Saidah (2021) menyoroti penerapan AI di *marketplace* Indonesia, yang menekankan pada optimalisasi promosi digital. Studi-studi ini memperlihatkan keberhasilan regional dalam memanfaatkan AI untuk transformasi pemasaran.

Sementara itu, Easy Peasy AI sebagai salah satu alat AI Marketing Plan Generator menunjukkan bagaimana teknologi berbasis AI dapat membantu dalam penyusunan strategi pemasaran yang komprehensif. Alat ini menggunakan algoritma canggih untuk menganalisis data pengguna dan menghasilkan rencana pemasaran yang mencakup strategi media sosial, konten, serta penargetan yang efektif (Kumar & Gupta, 2020).

### Keberlanjutan dan Efektivitas AI dalam Bisnis

Alsahy et al. (2023) mempromosikan integrasi AI untuk mendukung sistem pemasaran berkelanjutan, sedangkan Zoltán (2023) mengevaluasi efektivitas AI dalam pemasaran *online*. Pendekatan ini mencerminkan bagaimana AI dapat menjadi alat inovasi yang mendukung keberlanjutan sekaligus meningkatkan efisiensi bisnis.

Arora dan Sharma (2021) mengingatkan bahwa keberhasilan penerapan AI sangat bergantung pada akurasi data dan pemahaman pengguna terhadap cara kerja alat ini. Mereka juga menekankan pentingnya evaluasi kritis terhadap hasil yang dihasilkan oleh AI untuk memastikan

kesesuaiannya dengan kebutuhan pasar yang dinamis.

### **Perspektif Strategis dan Inovasi Pemasaran**

Roetzer dan Kaput (2022) serta Thomas et al. (2021) memberikan wawasan strategis tentang desain pemasaran berbasis AI. Sementara itu, Maihani et al. (2023) menjelaskan bagaimana AI memimpin inovasi pemasaran, khususnya di sektor digital Indonesia. Penerapan ini tidak hanya mempermudah pengambilan keputusan tetapi juga menciptakan pendekatan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan konsumen.

### **Transformasi dalam Intelijen Bisnis (*Business Intelligence*)**

Pemanfaatan AI untuk analisis data yang mendalam dan transformasi intelijen bisnis diungkapkan oleh Wijayaningsih et al. (2024). Hal ini memperkuat posisi AI sebagai alat untuk keunggulan kompetitif melalui optimalisasi proses pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, integrasi Easy Peasy AI dapat menjadi solusi untuk menyederhanakan proses perencanaan pemasaran, terutama bagi pelaku bisnis kecil hingga menengah.

Studi-studi ini menunjukkan bahwa penerapan AI dalam pemasaran memberikan peluang besar untuk inovasi, efisiensi, dan keberlanjutan. Dengan mengadopsi pendekatan berbasis AI, organisasi dapat meningkatkan daya saing sekaligus menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Kerangka teori yang disusun dari berbagai literatur ini dapat menjadi pedoman penting untuk penelitian dan implementasi selanjutnya.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian ini akan mengadopsi pendekatan kualitatif observasional dan eksperimen untuk mengeksplorasi penggunaan AI Marketing Plan Generator dalam menyusun strategi pemasaran digital untuk produk pelatihan *security* atau satpam. Berikut adalah langkah-langkah yang akan diambil dalam penelitian ini:

#### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif yang berfokus pada pengamatan dan analisis terhadap cara kerja AI dalam menyusun strategi pemasaran. Menurut Sugiyono (2018), metode ini cocok untuk memahami fenomena yang kompleks dan dinamika yang terjadi dalam penerapan teknologi baru. Peneliti akan bertindak sebagai pengguna yang berinteraksi langsung dengan AI Marketing Plan Generator untuk mengeksplorasi fitur dan kemampuannya.

#### **Pemilihan Alat AI**

Penelitian ini akan menggunakan AI Marketing Plan Generator dari Easy Peasy AI. Alat ini dipilih karena kemudahan penggunaannya dan kemampuannya dalam menghasilkan rencana pemasaran yang komprehensif. Peneliti akan melakukan registrasi dan familiarisasi dengan antarmuka alat untuk memaksimalkan penggunaannya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Moleong (2017) yang menyebutkan bahwa pemilihan alat yang tepat sangat penting dalam penelitian kualitatif.

#### **Proses Pengumpulan Data**

Pengumpulan data akan dilakukan dengan dua cara:

1. *Observasi*: Peneliti akan mengamati cara kerja AI Marketing Plan Generator saat menyusun strategi pemasaran untuk produk pelatihan *security*. Pengamatan

akan mencakup analisis antarmuka pengguna, pilihan yang tersedia, dan rekomendasi yang diberikan oleh alat ini. Menurut Creswell (2014), pengamatan langsung memberikan informasi yang lebih kaya dan mendalam tentang proses yang sedang berlangsung.

2. *Percobaan*: Peneliti akan melakukan percobaan dengan memasukkan berbagai data input terkait produk pelatihan *security*, seperti target audiens, tujuan pemasaran, dan anggaran yang tersedia. Dengan cara ini, peneliti akan mengevaluasi efektivitas dan relevansi rencana pemasaran yang dihasilkan oleh alat AI. Hal ini penting untuk memahami bagaimana perubahan dalam data input dapat mempengaruhi *output* yang dihasilkan.

### Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data, peneliti akan menganalisis hasil dari AI Marketing Plan Generator. Analisis ini akan mencakup evaluasi terhadap:

1. Kualitas dan kecocokan rekomendasi strategi yang dihasilkan dengan kebutuhan pemasaran produk pelatihan *security*.
2. Kejelasan dan kemudahan pemahaman dari rencana pemasaran yang dihasilkan.
3. Kesesuaian antara rekomendasi yang diberikan oleh AI dengan praktik terbaik dalam pemasaran digital.

Analisis kualitatif seperti ini sesuai dengan pendekatan yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (2014), di mana data diorganisir dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang muncul selama pengamatan dan percobaan.

### Penyajian Hasil Penelitian

Hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk laporan yang mencakup deskripsi proses penggunaan AI, analisis hasil yang diperoleh, serta rekomendasi untuk pemasar yang ingin menggunakan alat serupa dalam strategi pemasaran. Peneliti juga akan menyertakan saran untuk pengembangan alat AI di masa depan, berdasar temuan dari penelitian ini.

Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas penggunaan AI Marketing Plan Generator dalam menyusun strategi pemasaran digital untuk produk pelatihan *security*, serta memberikan gambaran tentang potensi AI dalam meningkatkan hasil pemasaran di sektor ini.

### Hasil Penelitian Dan Pembahasan Sekilas Tentang Easy Peasy AI

Easy Peasy AI menawarkan AI Marketing Plan Generator yang merupakan alat yang sangat bermanfaat dalam membantu bisnis menyusun rencana pemasaran yang efektif. Dengan dukungan dari model AI terbaik, generator ini mampu memberikan saran dan ide yang relevan untuk strategi pemasaran. Beberapa keunggulan dari AI Marketing Plan Generator ini meliputi:

1. *Dukungan untuk 40+ Bahasa*: Alat ini mendukung berbagai bahasa, memungkinkan pengguna di seluruh dunia untuk mengakses dan memanfaatkan fungsinya tanpa hambatan bahasa.
2. *Tanpa Kartu Kredit Diperlukan*: Pengguna dapat membuat akun dan mencoba layanan tanpa perlu memberikan informasi kartu kredit, sehingga memudahkan akses bagi para pengusaha kecil dan menengah.

3. *Rating Bintang 5*: Dengan umpan balik positif dari pengguna, alat ini telah mendapatkan reputasi yang baik di kalangan pebisnis sebagai asisten copywriting dan pembuat konten yang andal.

### Cara Menggunakan Marketing Plan Generator Easy Peasy AI

Pengguna dapat mengikuti langkah-langkah sederhana untuk memanfaatkan AI Marketing Plan Generator:

1. *Buat Akun Gratis*: Langkah pertama adalah mendaftar untuk akun di situs Easy Peasy AI.
2. *Temukan Template*: Setelah masuk, cari template Marketing Plan Generator di antara 200+ template yang tersedia.
3. *Isi Deskripsi Bisnis*: Contoh deskripsi bisnis yang dapat digunakan adalah pelatihan security atau diklat satpam.
4. *Isi Audiens Target*: Tentukan audiens target seperti para pencari kerja yang tertarik untuk bekerja sebagai security.
5. *Tentukan Tujuan Pemasaran*: Misalnya, meningkatkan jumlah peserta yang mengikuti pelatihan.
6. *Aktifkan Model AI Lanjutan*: Jika ingin mendapatkan hasil yang lebih akurat, aktifkan toggle 'Use advanced AI model?' untuk memanfaatkan teknologi AI terbaru, seperti GPT-4.
7. *Hasilkan Ide*: Klik "Generate" dan dapatkan banyak ide yang dihasilkan oleh AI.

### Form Pengisian Data di Easy Peasy AI

Untuk contoh penerapan, berikut adalah detail pengisian formulir yang dilakukan:

1. *Deskripsi Bisnis*: Pelatihan security atau diklat satpam.
2. *Audiens Target*: Para pencari kerja/orang yang tertarik bekerja sebagai security.

3. *Tujuan Pemasaran*: Meningkatkan lebih banyak peserta yang mengikuti pelatihan.
4. *Output*: 1
5. *Bahasa*: Indonesia.

Gambar 1. Form Formulir pada Halaman Easypeasy.Ai

### Hasil yang Diperoleh dari Generator Easy Peasy AI

Rencana pemasaran yang komprehensif untuk bisnis pelatihan security atau diklat satpam menghasilkan beberapa poin penting:

#### Tujuan Pemasaran:

1. Meningkatkan kesadaran dan ketertarikan masyarakat terhadap pelatihan *security*.
2. Meningkatkan jumlah peserta yang mengikuti pelatihan.
3. Meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap bisnis pelatihan *security*.

#### Target Audiens:

1. Para pencari kerja yang tertarik bekerja sebagai *security*.
2. Orang yang ingin meningkatkan kemampuan dan pengetahuan di bidang *security*.
3. Perusahaan yang membutuhkan pelatihan *security* untuk karyawan mereka.

**Strategi Pemasaran:**

1. *Media Sosial*: Membangun kehadiran di media sosial dan berbagi informasi tentang pelatihan.
2. *Iklan Online*: Memanfaatkan platform seperti Google Ads untuk meningkatkan visibilitas.
3. *Email Marketing*: Mengirimkan informasi pelatihan kepada daftar email yang relevan.
4. *Kerja Sama dengan Perusahaan*: Menjalin kemitraan dengan perusahaan untuk menawarkan pelatihan yang disesuaikan.
5. *Event dan Promosi*: Mengorganisir acara untuk menarik perhatian dan memberikan promo khusus.

**Taktik Pemasaran:**

1. Membuat konten paling unik menarik dan releva.
2. Menggunakan testimoni peserta untuk membangun kepercayaan.
3. Berkolaborasi dengan *influencer* untuk memperluas promosi.

**Anggaran Pemasaran:**

1. Media Sosial: Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 per bulan.
2. Iklan Online: Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000 per bulan.
3. Email Marketing: Rp 500.000 - Rp 1.000.000 per bulan.
4. Kerja Sama dengan Perusahaan: Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 per bulan.
5. Event dan Promosi: Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000 per bulan.

**Pengukuran dan Evaluasi:**

1. Melacak jumlah pengunjung situs web dan media sosial.
2. Menghitung jumlah peserta yang mendaftar untuk pelatihan.

3. Menilai efektivitas strategi dan taktik pemasaran serta melakukan penyesuaian yang diperlukan.

**Analisis Terhadap Kualitas Data Hasil Generator Easy Peasy AI**

Dalam analisis ini, kami mengevaluasi hasil dari AI Marketing Plan Generator dengan fokus pada tiga aspek utama: kualitas dan kecocokan rekomendasi strategi, kejelasan dan kemudahan pemahaman rencana pemasaran, serta kesesuaian antara rekomendasi yang diberikan oleh AI dengan praktik terbaik dalam pemasaran digital.

**1. Kualitas dan Kecocokan Rekomendasi Strategi**

Kualitas rekomendasi strategi yang dihasilkan oleh AI Marketing Plan Generator untuk bisnis pelatihan security (diklat satpam) menunjukkan kecocokan yang baik dengan kebutuhan pemasaran produk ini. Beberapa poin kunci yang dapat diidentifikasi adalah:

**a. Relevansi terhadap Target Audiens:**

Strategi pemasaran, seperti penggunaan media sosial dan iklan *online*, sangat relevan dengan target audiens yang terdiri dari pencari kerja, orang yang ingin meningkatkan kemampuan, dan perusahaan. Pendekatan ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan akan menjangkau orang-orang yang tepat, termasuk individu yang ingin berkarier di bidang *security*.

**b. Keberagaman Saluran Pemasaran:**

Rencana ini mencakup berbagai saluran pemasaran, termasuk media sosial, *e-mail marketing*, dan kerja sama dengan perusahaan. Pendekatan multikanal ini sangat penting untuk menjangkau audiens yang beragam

dan memaksimalkan eksposur pelatihan *security*.

- c. **Fokus pada Engagement:** Rencana pemasaran ini menekankan pentingnya menciptakan konten yang menarik dan memanfaatkan testimoni, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan mendorong partisipasi dari audiens. Ini menunjukkan pemahaman yang baik tentang bagaimana membangun hubungan dengan pelanggan, terutama mereka yang tertarik dengan pelatihan *security*.

## 2. Kejelasan dan Kemudahan Pemahaman Rencana Pemasaran yang Dihasilkan

Kejelasan dan kemudahan pemahaman dari rencana pemasaran yang dihasilkan cukup tinggi. Hal ini tercermin dalam beberapa aspek berikut:

- a. **Struktur yang Jelas:** Rencana pemasaran disusun dengan baik, dimulai dari tujuan, target audiens, strategi, taktik, anggaran, hingga pengukuran dan evaluasi. Struktur ini memudahkan pembaca untuk mengikuti alur pemikiran dan strategi yang diusulkan dalam konteks pelatihan *security*.
- b. **Bahasa yang Sederhana:** Penggunaan bahasa yang lugas dan sederhana dalam penyampaian informasi membuat rencana ini mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang mungkin tidak memiliki latar belakang pemasaran yang kuat.
- c. **Visualisasi dan Penjelasan yang Baik:** Jika rencana ini dilengkapi dengan infografis atau visualisasi yang jelas. Hal tersebut akan lebih meningkatkan pemahaman pembaca tentang strategi yang diusulkan dalam pelatihan *security*.

## 3. Kesesuaian antara Rekomendasi yang Diberikan oleh AI dengan Praktik Terbaik dalam Pemasaran Digital

Rekomendasi yang diberikan oleh AI Marketing Plan Generator menunjukkan kesesuaian yang baik dengan praktik terbaik dalam pemasaran digital. Beberapa contoh adalah:

- a. **Penggunaan Media Sosial dan Iklan Berbayar:** Mengingat pentingnya kehadiran *online* di era digital, rekomendasi untuk memanfaatkan media sosial dan iklan *online* mencerminkan praktik terbaik dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini juga sejalan dengan tren saat ini di mana konsumen semakin aktif di platform digital, termasuk mereka yang tertarik pada pelatihan *security*.
- b. **Pemasaran Konten:** Rencana ini menekankan pentingnya membuat konten yang menarik dan relevan, yang merupakan praktik terbaik dalam pemasaran digital. Konten yang baik tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memberikan nilai tambah bagi audiens yang mencari pelatihan *security*.
- c. **Analisis dan Evaluasi Berkelanjutan:** Keterlibatan dalam pengukuran dan evaluasi terus-menerus juga mencerminkan prinsip dasar pemasaran digital, yaitu pengoptimalan berdasarkan data. Dengan melacak hasil dan melakukan penyesuaian, bisnis dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa rekomendasi strategi yang dihasilkan oleh AI Marketing Plan Generator sangat berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran bisnis pelatihan *security* (diklat satpam). Rencana



pemasaran yang dihasilkan jelas dan mudah dipahami, serta selaras dengan praktik terbaik dalam pemasaran digital. Dengan pendekatan yang tepat dan implementasi yang konsisten, bisnis pelatihan *security* (diklat satpam) memiliki peluang besar meningkatkan keberhasilan pemasaran.

#### **4. Kekurangan dan Tantangan Penggunaan Ai Generator**

Meskipun AI Marketing Plan Generator dari Easy Peasy AI menawarkan rekomendasi yang bermanfaat, terdapat beberapa kekurangan dan tantangan yang perlu diperhatikan. Rencana yang dihasilkan cenderung hanya mencakup pokok-pokok utama tanpa rincian mendalam, seperti jenis konten atau metode pengukuran yang spesifik. Selain itu, personalisasi terhadap kebutuhan bisnis pelatihan *security* sering kali kurang, sehingga pengguna harus menyesuaikan strategi secara manual. Ketergantungan pada data dari ChatGPT juga menimbulkan risiko, terutama jika informasi yang digunakan sudah usang atau tidak sesuai dengan tren terbaru di bidang pemasaran.

Tantangan lain yang dihadapi adalah biaya untuk mengakses fitur tambahan dan kompleksitas implementasi strategi. Bisnis pelatihan *security* mungkin perlu melakukan investasi lebih besar dalam alat canggih atau pelatihan staf untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang dihasilkan dengan efektif. Selain itu, persaingan di pasar yang ketat menuntut pendekatan yang lebih inovatif dan kreatif, yang mungkin tidak sepenuhnya tercakup dalam strategi yang dihasilkan oleh AI.

### **5. Pembahasan Kinerja AI Marketing Plan Generator (EasyPeasy.AI) dalam Digital Marketing**

#### **a. Kontribusi AI dalam Menyusun Rencana Pemasaran yang Efektif**

AI Marketing Plan Generator, seperti EasyPeasy.AI, memberikan kontribusi besar dalam merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan berbasis data. Berdasarkan penelitian oleh Elsayed Fayed (2021), penerapan AI dalam pemasaran dapat membantu perusahaan membuat rencana pemasaran yang lebih efektif dengan analisis pasar yang lebih tajam dan berbasis data. Dalam studi penggunaan alat ini untuk bisnis pelatihan *security* (diklat satpam), AI menunjukkan kemampuannya dalam menyesuaikan strategi dengan kebutuhan audiens yang tepat, termasuk pencari kerja dan individu yang ingin meningkatkan kemampuan. Zhu (2024) juga menggarisbawahi bagaimana AI, dalam konteks pemasaran digital, mampu merancang strategi yang lebih relevan dengan segmen pasar yang sangat spesifik, meningkatkan peluang keberhasilan pemasaran.

#### **b. Pengaruh Tool AI terhadap Pengalaman Pengguna dalam Mengoptimalkan Strategi Pemasaran**

Pengalaman pengguna dalam menggunakan AI Marketing Plan Generator seperti EasyPeasy.AI sangat bergantung pada kualitas rekomendasi yang diberikan oleh alat ini. Berdasarkan hasil analisis, AI mampu menghasilkan rekomendasi yang relevan dengan target audiens, seperti penggunaan media sosial dan iklan berbayar yang sesuai dengan tren pemasaran saat ini. Venkatesan dan Lecinski (2021) menjelaskan bahwa AI mampu merancang strategi pemasaran melalui tahap-tahap yang sistematis, memudahkan pengguna dalam merencanakan dan melaksanakan kampanye yang

lebih efektif. Kejelasan dan kemudahan pemahaman dari rencana pemasaran yang dihasilkan juga sangat tinggi, seperti yang dicatat dalam analisis EasyPeasy.AI, di mana rencana pemasaran disusun secara terstruktur dengan bahasa yang sederhana, membuatnya mudah dipahami oleh berbagai kalangan.

### c. *Potensi AI dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Berdasarkan Bukti Empiris*

AI, seperti yang ditunjukkan dalam hasil analisis Guha et al. (2024), memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja pemasaran dengan memberikan rekomendasi berbasis data yang dapat mengoptimalkan setiap langkah dalam strategi pemasaran. Dalam hal ini, EasyPeasy.AI mampu memberikan saran yang sesuai dengan praktik terbaik dalam pemasaran digital, seperti pemasaran konten yang menarik dan analisis berkelanjutan. Ejjami (2024) juga menunjukkan bahwa bisnis yang mengadopsi AI, bahkan di pasar UMKM, dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dengan mengandalkan alat berbasis AI untuk mengukur dan mengevaluasi hasil. Bukti empiris ini menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam pemasaran digital dapat meningkatkan kinerja dan memberikan hasil yang lebih terukur dan optimal.

Dalam penelitian ini, peneliti juga mencoba menerapkan hasil marketing plan dari AI Marketing Plan Generator, khususnya terkait dengan anggaran pemasaran untuk iklan, pada sebuah perusahaan pelatihan security di Bandung bernama Prima Handanu. Berdasarkan rekomendasi dari AI, anggaran iklan dialokasikan secara strategis untuk me-

maksimalkan jangkauan audiens melalui media sosial dan iklan berbayar. Hasil penerapan strategi ini menunjukkan dampak positif, dengan peningkatan *engagement customer* yang cukup tinggi. Dengan modal iklan Rp.200.000 dalam waktu 1 minggu, peneliti mendapatkan *conversion rate* sebesar 92.90% dengan CTR (*click-through rate*) rata-rata sebesar 11.29%. Peneliti mencatat bahwa penggunaan anggaran yang disarankan oleh AI dapat meningkatkan visibilitas perusahaan dan menarik lebih banyak perhatian dari calon peserta pelatihan *security*, membuktikan efektivitas penerapan saran AI dalam praktik pemasaran digital.

Secara keseluruhan, AI Marketing Plan Generator seperti EasyPeasy.AI memiliki potensi besar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan terarah. Penggunaan AI dapat meningkatkan kualitas pemasaran dengan memberikan rekomendasi berbasis data yang relevan dan sesuai dengan praktik terbaik dalam pemasaran digital. Meskipun ada tantangan dalam hal personalisasi dan biaya, hasil yang dihasilkan oleh AI dalam merancang strategi pemasaran tetap memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja pemasaran secara keseluruhan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis terhadap penggunaan AI Marketing Plan Generator (EasyPeasy.AI) untuk bisnis pelatihan *security*, dapat disimpulkan bahwa alat ini berhasil memenuhi tujuan utama yang diharapkan, yaitu merancang strategi pemasaran yang efektif dan relevan. AI mampu menghasilkan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang spesifik,

seperti pemanfaatan media sosial dan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang tepat, serta menciptakan konten yang menarik.

Tujuan lain yang tercapai adalah kejelasan dan kemudahan pemahaman rencana pemasaran yang dihasilkan. Struktur yang jelas dan bahasa yang sederhana memudahkan pengguna dalam mengikuti langkah-langkah pemasaran yang diusulkan, yang selaras dengan praktik terbaik dalam pemasaran digital. Selain itu, AI juga berhasil menunjukkan kesesuaian antara rekomendasi yang diberikan dengan prinsip dasar pemasaran digital, seperti pengukuran dan evaluasi berkelanjutan.

Namun, terdapat beberapa kekurangan, seperti kurangnya rincian mendalam dalam rekomendasi dan kebutuhan untuk penyesuaian manual, yang menunjukkan bahwa meskipun AI memberikan manfaat besar, personalisasi lebih lanjut masih diperlukan. Tantangan lainnya adalah biaya tambahan dan kompleksitas dalam implementasi strategi, yang perlu diperhatikan oleh bisnis dengan sumber daya terbatas.

Untuk memaksimalkan manfaat AI Marketing Plan Generator, pelaku bisnis disarankan untuk mengintegrasikan alat ini dengan data bisnis yang lebih spesifik dan terkini, serta melibatkan tim pemasaran dalam menyesuaikan rekomendasi yang dihasilkan agar lebih relevan dengan tren pasar yang terus berkembang. Sementara itu untuk penelitian ke depan, disarankan untuk mengeksplorasi bagaimana AI dapat lebih mengakomodasi kebutuhan personalisasi dalam strategi pemasaran serta melakukan uji coba lebih mendalam terkait dampak jangka panjang penggunaan AI dalam pemasaran digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alsahy, M. J., Sharif, H., Haroon, N. H., Mohsin, S. K., Khalid, R., & Ali, A. (2023, December). Integrating AI-based Smart-Driven Marketing to Promote Sustainable and Green Systems. In 2023 International Conference on Emerging Research in Computational Science (ICERCS) (pp. 1-6). IEEE.
- Arora, N., & Sharma, A. (2021). Role of Artificial Intelligence in Digital Marketing: A Review. *Journal of Business Research*, 123, 364-371. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.039>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Easy Peasy AI. (n.d.). Marketing plan generator. Retrieved October 2, 2024, from <https://easypeasy.ai/templates/marketing-plan-generator>
- Ejjami, R. (2024). Launching AI marketing solutions for small and medium enterprises in Morocco: a teaching case study. *International Journal of Teaching and Case Studies*, 14(3), 276-292.
- Elsayed Fayed, A. (2021). Artificial Intelligence for Marketing Plan: the Case for E-marketing Companies. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 81-95. <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.1-07>
- Fatihah, D. C., & Saidah, I. S. (2021). Model Promosi Marketplace Berbasis

- Artificial Intelligence (AI) di Indonesia. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3).
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2020). The future of retailing. *Journal of Retailing*, 96(1), 6-22. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2019.12.008>
- Guha, A., Grewal, D., & Atlas, S. (2024). Generative AI and Marketing Education: What the Future Holds. *Journal of Marketing Education*, 46(1), 6-17.
- Kumar, V., & Gupta, A. (2020). Artificial Intelligence in Marketing: A Review. *International Journal of Research in Marketing*, 37(2), 169-189. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.10.003>
- Maihani, S., Syalaisha, S. N., Yusrawati, Y., Nur, T. N. T., Ria, D., Kumita, K., & Zaki, S. A. (2023). PERAN KECERDASAN BUATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM INOVASI PEMASARAN. *Warta Dharmawangsa*, 17(4), 1651-1661.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nguyen, B., Simkin, L., & Sweeney, J. C. (2020). The Role of Artificial Intelligence in Marketing: A Review. *Journal of Business Research*, 120, 248-259. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.025>
- Roetzer, P., & Kaput, M. (2022). *Marketing artificial intelligence: AI, marketing, and the future of business*. BenBella Books.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Thomas, H., Abijit, G., & Dhruv, G. (2021). How to Design an AI Marketing Strategy. *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2021/07/how-to-design-an-ai-marketing-strategy>.
- Venkatesan, R., & Lecinski, J. (2021). *The AI marketing canvas: A five-stage road map to implementing artificial intelligence in marketing*. Stanford University Press.
- Wijayaningsih, R., Andini, N., Lestary, R. I., Rahma, A. I. H., Ramadani, N. T., Prawirodinata, J., ... & Maulana, Y. R. (2024). Pemanfaatan kecerdasan buatan dalam transformasi intelegen bisnis untuk keunggulan kompetitif. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 136-141
- Zhu, C. (2024). Generative Artificial Intelligence and Marketing Strategies: A SWOT Analysis Perspective, *R&S - Research Studies Anatolia Journal*, 10.33723/rs.1418098, 7, 1, (72-96).
- Zoltán, S. (2023). Research plan to analyse and evaluate the use of ai and the effectiveness of online marketing. *Multidiszciplináris Tudományok*, 13(2), 26-41.