

# Pemasaran Online Untuk Pemula



Dr. Febi Nur Biduri, M.Hum

Yessy Harun, SS, M.Pd

Eka Yuniar Ernawati, S.S, M.Si

Dra. Widiastuti M.M



Pelatihan Berwirausaha Dimasa

*New Normal*



# Pemasaran Online Untuk Pemula

Dr. Febi Nur Biduri, M.Hum

Bahasa & Budaya Mandarin

Yessy Harun, SS, M.Pd

Bahasa & Budaya Jepang

Eka Yuniar Ernawati, S.S, M.Si

Bahasa & Budaya Inggris

Dra. Widiastuti M.

Manajemen

Universitas Darma Persada

Jakarta    Juli 2021

Copyright © 2021

# Daftar Isi

Pendahuluan .....	1
Cara kerja Pemasaran Online.....	3
Strategi Menarik Calon Pelanggan.....	5
Pemasaran Online dengan Media Soial.....	12
Referensi.....	25



# Pendahuluan

Pemasaran online adalah segala usaha pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet. Saat ini dimanfaatkan sebagai langkah awal dalam membangun sebuah usaha dan dijadikan strategi untuk memperkenalkan nama dan usahanya kepada publik.

Menggunakan pemasaran online, usaha pemula perlu membangun reputasinya dengan aktif di media sosial. Saat ini banyak calon konsumen menggunakan internet untuk mencari informasi kebutuhannya. Dengan memanfaatkan internet, sebuah usaha bisa memperkenalkan nama mereka kepada publik dan mendorong calon konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut tentang usaha tersebut.

Beberapa strategi yang bisa dilakukan dalam pemasaran online, tapi yang perlu diperhatikan adalah cara-cara untuk memasarkan bisnismu lebih fokus untuk mempromosikan nama usaha secara halus agar tidak terlihat seperti sedang mengiklankan suatu bisnis.

Kebanyakan pemasaran online bersifat personal dan sering disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, strategi ini sendiri juga sering digunakan untuk membangun hubungan dan koneksi antara sebuah usaha dengan konsumen mereka.



pemasaran online merupakan bagian pemasaran yang menarik dan sangat pesat perkembangannya. Pemasaran online pada dasarnya kegiatan pemasaran yang dilakukan secara online melalui penggunaan teknologi internet. Pemasaran online tidak hanya iklan yang ditampilkan di website, tapi juga jenis lain dari aktivitas online seperti email, pembuatan produk periklanan, pencarian prospek atau pembeli dan penulisan kalimat-kalimat pemasaran atau *copywriting*, dan jejaring sosial. Setiap aspek pemasaran online adalah digital, yang berarti bahwa pemasaran online adalah informasi elektronik yang ditransmisikan pada komputer atau perangkat serupa, meskipun secara alami dapat mengikat dengan iklan offline tradisional dan penjualan.

# Cara Kerja Pemasaran Online

Cara Kerja pemasaran online dapat dilihat pada alur diagram ini:



## 1. *Awareness* (Kesadaran)

Pemasar membangun kesadaran konsumen dengan memasang iklan terlebih dahulu di media *online*.

## 2. *Interest* (Ketertarikan)

Ketertarikan muncul setelah membangun kesadaran pada konsumen. Konsumen akan mencari tahu tentang produk melalui mesin pencari (misalnya : Google atau Yahoo! dan jejaring sosial seperti: Facebook, dan Twitter).

## 3. *Desire* (Keinginan)

Timbul keyakinan pada konsumen sehingga berkeinginan untuk mencoba produk atau jasa, dengan mencari keterangan lengkap tentang produk atau jasa tersebut melalui *website*.

#### 4. *Action* (Tindakan)

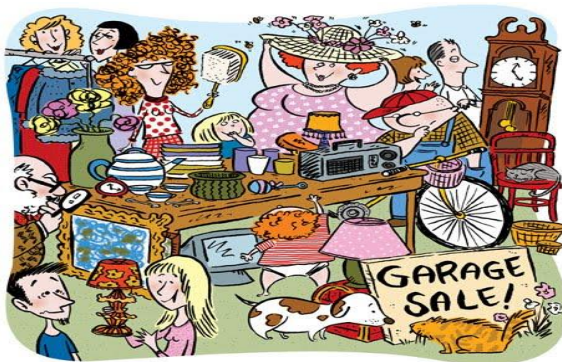
Tahap terakhir sebagai penentuan dari pihak konsumen terhadap produk atau jasa.

Untuk meraih kepercayaan dalam pemasaran *online*, pentingnya menampilkan semacam pembuktian atau testimoni dari beberapa pihak tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Testimoni sangat diperlukan agar calon konsumen dapat percaya untuk menjadi konsumen Anda.

Selain itu cara mendesain untuk menampilkan produk secara *online* harus lebih menarik. Menampilkan beberapa gambar atau foto yang berhubungan dengan produk/jasa yang ditawarkan adalah sebuah keharusan. Pastikan gambar-gambar yang ditampilkan berkualitas baik serta informasi yang ditampilkan sangat lengkap. Dalam *online marketing*, bahasa periklanan dan desain merupakan salah satu faktor untuk mendapatkan pengunjung lebih dan meningkatkan pelanggan.

# Strategi Menarik Calon Pelanggan

Pelanggan merupakan bagian penting dalam pemasaran, memberikan perhatian kepada para pelanggan merupakan satu keharusan bagi para pemasar. Strategi yang harus dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan, adalah dengan menawarkan harga yang bersaing, menciptakan dan menawarkan produk-produk baru, melakukan promosi dengan berbagai media (teks, audio, gambar, dan video), memperhatikan mereka dengan memberikan layanan khusus, seperti keanggotaan dalam toko *online* Anda.



Beberapa poin yang perlu diperhatikan agar strategi pemasaran yang digunakan berhasil memikat para

konsumen, dapat dijelaskan di bawah ini:

1. Penawaran harga yang bersaing

Strategi harga sebagai cara pemasar dalam menentukan harga produk, antara lain dengan cara kelas ekonomi sasaran penjualan, gaya hidup masyarakat, produk yang ditawarkan, dan lain-lain. Berikut beberapa strategi penetapan harga (*pricing strategy*) yang diterapkan oleh para pemasar.

a. Menambahkan hadiah

Kata “gratis” bisa menjadi kata sakti untuk menarik pembeli. Pernahkah melihat pemilik toko mencantumkan promo di balik etalase tokonya seperti ini, “Beli dua gratis satu!” atau iklan sejenis itu. Strategi seperti ini cukup mumpuni diterapkan apalagi masyarakat kita memang suka dengan gratisan.

b. Diskon

Selain gratisan, kata diskon juga cukup menarik perhatian calon pembeli. Semestinya diskon atau pemotongan harga terjadi pada momen-momen tertentu saja. Misalnya saat cuci gudang, atau ada promo penawaran produk baru. Apabila ada toko yang menawarkan diskon terus menerus walaupun

musim sudah berganti beberapa kali, berarti kemungkinan pemilik toko menerapkan strategi harga barangnya sudah dinaikkan terlebih dahulu lalu dibuat diskon supaya harga kelihatan lebih menarik. Namun cara ini tetap efektif dilakukan.

c. Menegaskan harga

Strategi ini cocok digunakan masyarakat yang lebih memilih produk *low end*. Memang sebagian masyarakat kita masih cenderung melihat nominal harga terlebih dahulu sebelum mengecek kualitas produknya. Contohnya: “Sedia aneka helm mulai dari Rp 40.000,-“ Walaupun helm yang berharga Rp 40.000 adalah helm berkualitas paling jelek di tempat itu, tapi orang-orang yang kebetulan melintas mungkin akan singgah sejenak karena angka Rp 40.000 tadi. Dengan semakin banyaknya calon pembeli yang mampir, semakin tinggi pula peluang terjadinya transaksi.

d. Mempercantik harga

Pada strategi sebelumnya harga produk diberi ‘penegasan’, di strategi ini harga dipermaak sedemikian rupa agar harga lebih eye

*catching* di mata calon pembeli. Contoh, daripada memasang label harga Rp 10.000,- per item, seorang pedagang mungkin lebih memilih mencantumkan harga Rp 9.999, per item. Kesan awal yang ditangkap calon pembeli adalah harga lebih murah.



## 2. Penawaran produk unik

Salah satu daya tarik bagi konsumen apabila produk yang ditawarkan memiliki nilai lebih dan terlihat lain daripada yang lain (unik). Keunikan itulah yang biasanya menarik perhatian konsumen, sehingga mereka yang awalnya tidak membutuhkan produk tersebut menjadi berminat membeli setelah mereka mengetahui keunikan dan nilai lebih yang ditawarkan.



### 3. Promosi melalui berbagai media

Perlu menyusun strategi promosi untuk mendatangkan banyak konsumen. Mulai memikirkan strategi promosi sesuai dengan jangkauan pengiriman tentang produk-produk yang di tawarkan, baik untuk zona lokal maupun nasional hingga internasional, terutama sekali jika memasarkan produk-produk yang tidak atau kurang mengandalkan perusahaan jasa pengiriman, misalnya; menjual e-book yang tentu dapat di lakukan cukup dengan memberikan alamat pengunduhan dengan disertai otorisasi login akun pengguna dan password untuk para pembeli produk ebook tersebut

### 4. Pemeliharaan hubungan baik

Pemeliharaan layanan kepada para konsumen sering diabaikan para pelaku usaha, sehingga loyalitas yang terbangun antara konsumen dan pelaku pasar masih belum kuat. Pastikan hal tersebut tidak diabaikan, agar loyalitas konsumen semakin besar dan produk yang dijual mendapatkan tempat tersendiri di hati para pelanggan.

### 5. Membuat konten yang menarik

Bagi penjual yang tertarik pemasaran online

dapat membuat blog atau website. Tampilan website e-commerce yang menarik dilihat dan mudah diingat oleh pengunjung, merupakan satu strategi yang perlu diperhatikan bagi para pengelola penjualan *online*. Karena penampilan *website* dengan tata letak(layout) halaman web dan penataan tampilan produk, sangat mempengaruhi perhatian dan kunjungan pelanggan dan atau pencari informasi barang dagangan yang ditawarkan dalam penjualan *online*.

## 8 Prinsip Desain tampilan

- ✓ Pahami Calon Pelanggan
- ✓ Singkat itu lebih baik
- ✓ Gunakan Warna dengan bijak
- ✓ Jangan menyerah

- ✓ Tetap Konsisten
- ✓ Bantulah Pelanggan
- ✓ Akui Prestasi Pelanggan
- ✓ Ujicoba berulang

6. Membina hubungan baik dengan pelanggan melalui berbagai media. Umumnya kita hanya fokus bagaimana agar kita bisa melakukan *closing* sebanyak mungkin. Tetapi, *closing* perlu diiringi dengan pembelian yang terus berulang *repeat order*, dan salah satu cara yang bisa digunakan adalah membangun hubungan dengan pelanggan atau biasa disebut dengan *customer relation management (CRM)*.

Tips sederhana yang bisa membangun hubungan dengan pelanggan serta dampak positif yang akan diterima :

- a. Setelah customer membeli produk kita (di mana membeli produk kita berarti kita menyelesaikan masalah mereka), jaminlah bahwa kita siap dihubungi sebagai bentuk komitmen after sales.
- b. Melakukan konfirmasi pembelian, saat pelanggan sudah membeli produk kita, akan lebih baik dan bernilai tambah saat kita mencoba berinisiatif menghubungi pelanggan, bertanya apakah semua baik-baik saja, dan bila tidak, hal apakah yang bisa kita bantu.

- c. Membuat pelanggan merasa nyaman dan diperhatikan betul-betul sebagai seorang pelanggan.
- d. Cobalah telpon atau hubungi pelanggan minimal setelah 48 jam pembelian. Tanyakan apa kabarnya dan apakah ada yang bisa kita bantu? Pastikan semua berjalan dengan baik dan berjalan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

# Pemasaran Online dengan Media Sosial

Media Sosial dimaknai sebagai alat atau sarana berkomunikasi dan berbagi. Kini media sosial menjadi alat marketing yang sangat efektif. Interaksi 2 arah yang hangat dan natural merupakan kelebihan Media Sosial dibandingkan media promosi lainnya.



Media sosial saat ini menjadi promosi bisnis online paling menjanjikan, hal ini disebabkan jutaan orang yang aktif menggunakan media sosial setiap harinya. Berikut media sosial populer yang cocok untuk promosi usaha sebagai sarana pemasaran online yaitu:

## 1. Facebook

Facebook merupakan media sosial populer yang memiliki jumlah pengguna terbesar di dunia. Indonesia sendiri tercatat ada 130 juta pengguna Facebook. Usia penggunanya pun beragam, mulai dari usia remaja hingga dewasa. Jika target konsumen banyak yang menggunakan Facebook, tentu wajib melakukan promosi di sana. Facebook sendiri juga telah menyediakan beberapa fitur khusus untuk pebisnis yang mudah digunakan. Ada dua fitur utama, yaitu:

### a. Facebook for Business

menerapkan strategi Facebook marketing dengan mengelola akun bisnis Anda. Anda bisa membuat konten promosi, update produk terbaru, hingga testimoni pelanggan

### b. Facebook Ads

Fitur ini akan mempromosikan halaman khusus yang posting ke target pasar, hanya perlu mengatur kriteria pengguna yang akan menerima iklan. Iklan hanya akan muncul di pengguna yang berpotensi tertarik pada produk yang ditawarkan.

## 2. Instagram

Instagram memiliki jumlah pengguna yang cukup banyak dan aktif. Tercatat ada 61 juta pengguna di Indonesia. Fakta menarik lainnya, 45% pengguna Instagram membeli produk setelah melihat di Instagram. Karena dimiliki Facebook, Instagram memiliki dua fitur yang sama:

### a. Instagram for Business

Dapat membuat video tutorial, testimoni, dan iklan pada IG TV Kalau memiliki usaha fashion, bisa membuat konten video mix and match product, atau jika usaha kuliner, bisa membuat video cara memasak atau review produk. Maksimalkan fitur IG TV untuk sarana mendapatkan engagement atau brand awareness.

### b. Instagram Ads

Menggunakan fitur Ads dari Instagram. pasti akan mendapatkan beberapa iklan yang sejenis dengan pencarian Anda. Disini menariknya Instagram. Iklan dapat menasar pengguna yang memiliki peluang ketertarikan terhadap produk tersebut. Untuk menjangkau lebih banyak customer, Anda juga bisa

berkolaborasi dengan para influencer. Influencer dapat meningkatkan *brand awareness*, jumlah *followers*, dan penjualan.

### 3. Twitter

Pemasaran online dengan Thread di Twitter bisa jadi salah satu pilihan, Apalagi target konsumen banyak yang menggunakan Twitter. Di Indonesia jumlah pengguna Twitter yaitu sebanyak 56% dari jumlah pengguna internet. Terlebih lagi, angka statistik *market share* di Twitter Indonesia terus meningkat. di Twitter, bisa mendapatkan popularitas lebih tinggi. Artinya, Tweet bisa muncul di timeline pengguna yang menyukai, me *retweet*, atau mengomentari tweet Anda, sehingga pengikut dari pengguna tersebut juga dapat melihat tweet produk atau promosi. Misalnya seperti yang dilakukan oleh akun **Starbucks**.



Starbucks membuat tweet pertanyaan tentang menu minuman apa yang akan Anda berikan untuk memberikan kejutan pada *gebetan* Anda. Hasilnya, tweet tersebut dikomentari dan disukai oleh Banyak orang. Jika ingin mendapatkan atensi yang lebih banyak, Anda bisa coba beriklan dengan fitur Twitter Ads. Sama seperti Instagram dan Facebook, di Twitter Ads, Anda bisa mengatur target pengguna yang mendapatkan iklan dan budget sesuai kebutuhan.

#### 4. Youtube

Merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak. Di Indonesia, dari 150 juta pengguna internet, ada 88% pengguna yang menggunakan YouTube, merupakan suatu peluang untuk bisa melakukan strategi pemasaran. Tidak perlu selalu membuat konten promosi produk. Namun membuat konten video kreatif yang sesuai dapat mencapi target pasar/konsumen. Contoh produk gula untuk penderita Diabetes, Tropicana Slim membuat konten mini web series dan ditayangkan di

Youtube. Bercerita tentang gaya hidup sehat supaya dan menjaga kesehatan.



Dengan, cerita yang menarik didukung pemain ternama, web series Tropicana tersebut berhasil ditonton hingga lebih dari 3 juta kali. Menarik, bukan? Beberapa brand lain pun melihat peluang ini dan melakukan strategi serupa.

Nah, cara lainnya, bisa dengan mengupload video iklan produk, kemudian daftarkan ke YouTube Ads supaya video tersebut bisa ditonton di channel video orang lain.

## 5. Line

Line merupakan media sosial berbasis pesan yang populer di Indonesia, sekitar 90 juta pengguna yang tercatat menggunakan aplikasi ini. Faktanya, 80% pengguna Line adalah remaja. Line punya Line@, yaitu sebuah platform khusus untuk memudahkan pemilik bisnis menjalankan strategi marketingnya.

Hal istimewa dari Line@ adalah:

- Terintegrasi dengan kontak Line. Jadi, kontak yang telah tersimpan di akun Line Anda secara otomatis akan tersimpan di Line@.
- Tidak perlu repot menginput satu-persatu kontak untuk ke Line@ untuk mengirim pesan broadcast.

Cara mudah lainnya supaya bisa mendapatkan database kontak Line pelanggan. Fitur lainnya yang tersedia adalah fitur balas otomatis. Apabila ada pesan masuk di luar jam operasional bisnis walaupun dalam keadaan off, pesan akan terkirim secara otomatis. Line@ bisa membalas secara otomatis sesuai dengan kata kunci tertentu. Dengan demikian, sehingga komunikasi dengan pelanggan dapat tetap

berjalan baik. Setelah setelah mengirim pesan broadcast serta membuat beberapa konten di timeline, bisa menganalisis performa pesan melalui fitur statistik. Dari data tersebut bisa memanfaatkannya sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pesan dan konten yang lebih menarik dan optimal.

## 6. Whatsapps

Pengguna WhatsApp di Indonesia diperkirakan sekitar lebih dari 120 juta pengguna internet pasti menggunakan WhatsApp di ponsel mereka. Mulai dari usia remaja hingga dewasa, pengguna WhatsApp tak memandang usia khusus. Kegunaan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan sanak saudara ataupun teman. Mereka biasanya menggunakan fitur-fitur seperti chat, voice call, video call, hingga membuat status di WA story. Kini pemilik usaha memanfaatkan WhatsApp untuk promosi produknya, saat ini WhatsApp telah meluncurkan platform khusus bisnis, yaitu WhatsApp Bisnis, yang memiliki fitur khusus untuk komunikasi dan pemasaran pemilik usaha, yaitu:

a. Tampilan Profil Bisnis. Dengan fitur ini, profil

WhatsApp kita akan mendapatkan verifikasi dari pihak WhatsApp dan dilabeli centang biru. Sehingga profil terlihat lebih kredibel, tak perlu khawatir jika dicap penjual abal-abal.

- b. Balas Pesan Otomatis. Hampir sama seperti Line. Pelanggan bisa mendapatkan balasan pesan otomatis jika Anda dalam keadaan off. bisa membuat pesan sapaan, ketika pelanggan baru mengirim pesan.
- c. Label - memberi label di pesan pelanggan. Fitur ini akan membantu mengetahui status pelanggan. Misalnya pelanggan yang pernah melakukan pembelian atau pelanggan yang belum melakukan pembayaran. Jadi, kita bisa mengirim pesan broadcast promosi khusus untuk pelanggan yang prospek melakukan pembelian.
- d. Statistik. Fitur ini akan menampilkan statistik broadcast pesan kita. Misalnya statistik pesan terkirim, telah diterima, dan dibaca. Dengan mengetahui statistik masing2 pesan, dapat mengevaluasi pelanggan mana saja yang masih tertarik untuk membaca pesan kita

untuk terus diprospek. Pastikan kita bisa memaksimalkan fitur dan penggunaan WhatsApp Bisnis untuk meningkatkan penjualan.

## 7. Pinterest

Pinterest merupakan pinboard online untuk mengumpulkan gambar atau video dari berbagai website. Jika ada orang yang klik pin gambar tersebut, mereka akan diarahkan ke website gambar tersebut. Apa manfaat Pinterest untuk bisnis? Pinterest mampu meningkatkan traffic website atau blog Anda.

Beberapa perusahaan yang telah menggunakan Pinterest untuk meningkatkan traffic adalah Wal-Mart, Lowe's, dan Apple. Untuk mengoptimalkan pin Anda dalam menggiring orang-orang mengunjungi website Anda, Anda bisa menggunakan Call to Action (CTA) pada deskripsi pin. Misalnya, "Klik untuk Dapatkan Informasi Selengkapnya!" atau "Dapatkan Diskon, Klik Sekarang"

## 8. LinkedIn

LinkedIn dikenal sebagai media sosial untuk para pencari kerja dan para profesional. Pengguna bisa saling berbagi informasi lowongan pekerjaan, tips mendapatkan pekerjaan, atau tips meningkatkan skill. LinkedIn juga dianggap sebagai media sosial untuk membangun reputasi yang baik di mata para perekrut pekerjaan. Ternyata LinkedIn bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan bisnis, terutama produk yang banyak dibutuhkan oleh para profesional.

Fitur yang dimiliki LinkedIn untuk bisnis adalah:

- a. Konten bersponsor, merupakan fitur yang berfungsi untuk mempromosikan postingan Anda supaya dapat dijangkau oleh banyak orang.
- b. Text ads, merupakan iklan teks yang muncul di halaman timeline LinkedIn, halaman profil, atau halaman hasil pencarian
- c. InMail bersponsor, merupakan fitur sejenis email marketing, mengirimkan pesan secara otomatis ke pengguna LinkedIn dengan fitur ini.

untuk melihat apakah iklan kita sudah berjalan optimal, bisa dilihat di LinkedIn Analytics.

## 9. Tik Tok

Aplikasi media sosial yang memiliki *image* alay ini juga cocok untuk mempromosikan usaha. TikTok saat ini mampu menyaingi kepopuleran Instagram. di Indonesia tercatat ada 10 juta pengguna aktif. TikTok banyak digandrungi oleh anak muda usia 16-24 tahun. Jika produk kita memiliki target pasar usia tersebut, perlu dicoba promosi di TikTok, melalui video musik dari TikTok.

Bisa juga membuat *#challenge* untuk mengajak pengguna TikTok mencoba produk Anda. Hal ini pernah dilakukan oleh brand ternama, seperti Guess, dengan hashtag challenge *#InMyDenim*. Hasilnya, *brand awareness* bisnis pun akan meningkat.

# Referensi

<https://www.dewaweb.com/blog/online-marketing/>



Kementerian Pendidikan dan  
Kebudayaan Direktorat Jendral  
Guru dan Tenaga Kependidikan,  
2016, Pemasaran Online (Penulis  
Endar Nirmala, S.Kom.,dkk)



<https://duwitmu.com/usaha/cara-jualan-bisnis-usaha-online-media-sosial-sosmed/>

