



Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Online

Product Marketing Strategy Effectiveness Through Online Media

Suwianto^{1*}, Pioner Pelawi²

^{1,2}Universitas Mikroskil

*Corresponding Author**: suwiantosim@gmail.com

Abstrak.

Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik, kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan. Metode penulisan karya ilmiah ini dengan membaca berbagai sumber informasi terpercaya, peraturan pemerintah dan buku referensi. Kemudian hasilnya dirangkai sesuai dengan topik bahasan dengan memberikan narasi yang bersifat memberikan informasi dan saran. Hasil bahasan yaitu Efektivitas strategi pemasaran produk melalui media online merupakan pilihan yang harus dilakukan pada zaman sekarang ini, jika tidak maka kita akan tertinggal. Hampir semua masyarakat sekarang telah memiliki handphone bahkan hampir dapat dipastikan minimal satu rumah akan punya satu handphone yang terhubung dengan internet. Sehingga pemasaran produk online akan berpeluang besar akan sampai kepada konsumen. Adapaun saran penulis strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah: 1) Branding, 2) SEO atau search engine optimization, 3) SEM atau search engine marketing, 4) Google Bisnisku, 5) Email marketing, 6) CRM atau customer relationship management, 7) Influencer marketing, 8) Content marketing.

Kata Kunci : Efektivitas; Strategi Pemasaran; Produk; Online.

Abstract

The main purpose of the marketing concept is to serve consumers by getting some profit, or it can be interpreted as a comparison between income and reasonable costs. This is different from the selling concept which focuses on the wishes of the company. The philosophy of the sales approach is to produce a factory, then convince consumers to be willing to buy it. Meanwhile, the marketing concept approach requires management to determine consumer desires first, after that only do how to satisfy them. The method of writing scientific papers is by reading various reliable sources of information, government regulations and reference books. Then the results are arranged according to the topic of discussion by providing narratives that provide information and suggestions. The results of the discussion, namely the effectiveness of product marketing strategies through online media is a choice that must be made in this day and age, otherwise we will be left behind. Because the biggest marketing market today is online. Almost all people now have mobile phones, and it is almost certain that at least one house will have one mobile phone that is connected to the internet. So that online product marketing will have a great chance to reach consumers. As for the suggestions of marketing strategy writers that can be done are: 1) Branding, 2) SEO or search engine optimization, 3) SEM or search engine marketing, 4) Google My Business, 5) Email marketing, 6) CRM or customer relationship management, 7) Influencer marketing, 8) Content marketing.

Keywords: Effectiveness; Marketing strategy; Product; On line.

PENDAHULUAN

Pemasaran Online atau bisa disebut juga Digital Marketing merupakan teknik pemasaran terkini dengan bermodalkan internet. Selain bisa menjangkau ke seluruh dunia, pemasaran online bisa dilakukan hanya di depan komputer anda. tentunya ada strategi di dalamnya yang perlu anda ketahui.

Sebelum masuk para pembahasan utama mengenai strategi pemasaran online ada baiknya kita mengetahui terlebih dahulu apa yang di maksud dengan pemasaran secara online atau sering juga di kenal dengan online marketing. Sederhananya definisi online marketing adalah sebuah usaha untuk memperkenalkan suatu produk ke masyarakat luas melalui internet.

Seperti yang kita tahu bersama jika internet saat ini sudah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian orang. Maka tidak heran jika pengguna internet setiap harinya selalu mengalami kenaikan yang sangat pesat. Hal ini tentu bisa menjadi sebuah peluang besar untuk memasarkan bisnis atau produk kita secara lebih luas lewat internet. Ada banyak sekali strategi pemasaran online yang dapat kita coba dan semua itu akan di bahas pada artikel ini.

Menurut (Daryanto 2011:1) mengemukakan pengertian pemasaran sebagai berikut: Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Strategi pemasaran menurut (Kotler and Amstrong, 2012:72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik, kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan.

METODE PENULISAN

Metode penulisan adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, teori, tindakan dan produk tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia. (Sugiyono, 2015:22). Metode penulisan karya ilmiah ini dengan membaca berbagai sumber informasi terpercaya, peraturan pemerintah dan buku referensi. Kemudian hasilnya dirangkai sesuai dengan topik bahasan dengan memberikan narasi yang bersifat memberikan informasi dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fungsi Strategi Pemasaran Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

- 1) Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.
- 2) Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.
- 3) Merumuskan Tujuan Perusahaan Para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- 4) Pengawasan Kegiatan Pemasaran Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Menurut Kotler dan Keller (2012:19) konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan, karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar. Penjualan dan pemasaran sering dianggap sama tetapi sebenarnya berbeda.

Delapan Strategi Pemasaran Produk Online yang Efektif dan Mudah

Berikut ini adalah 8 strategi pemasaran produk secara online yang paling efektif dan apabila diterapkan dengan benar maka bisa membantu meningkatkan konversi.

1. Branding

Apa yang membuat *Mac* menjadi salah satu laptop dengan performa terbaik dan harga yang mahal? Tentunya karena, branding yang mereka lakukan sukses di pasaran. Itu juga

yang harus dilakukan oleh kita jika ingin terjun ke dalam dunia bisnis. Pasalnya, branding menjadi salah satu strategi yang paling efektif di era digital seperti saat ini. Beberapa teknik branding paling simpel adalah membuat desain logo yang menarik dan mudah diingat. Selain itu, dengan membuat tagline yang kreatif dan konten yang menarik tentunya juga akan membantu meningkatkan brand awareness.

2. SEO atau search engine optimization

SEO adalah salah satu cara memasarkan produk secara online yang paling efektif saat ini. Tidak hanya bermanfaat untuk bisnis yang sudah terkenal saja, SEO juga efektif untuk usaha kecil menengah. Jika ingin memanfaatkan strategi yang satu ini maka sebaiknya persiapkan dahulu website untuk menjalankan bisnis. Pasalnya, SEO bisa membantu meningkatkan pengunjung website yang kita miliki. Selain itu, menurut Webfx SEO juga memiliki manfaat lain seperti meningkatkan kredibilitas brand di mata audiens. Sampai saat ini SEO tetap dimanfaatkan oleh marketer untuk meningkatkan pemasaran karena masih banyak orang yang mencari suatu produk lewat mesin pencarian. Internet Live Stats pernah mencatat ada sekitar 1,2 triliun orang yang melakukan pencarian informasi melalui Google. Banyak di antaranya adalah orang yang ingin mencari tahu informasi tahu terlebih dahulu sebelum membeli barang.

3. SEM atau search engine marketing

SEM adalah salah satu alternatif terbaik untuk dijadikan sebagai strategi pemasaran online. Strategi pemasaran yang satu ini cukup mirip dengan SEO karena mengandalkan mesin pencarian seperti Google. Hanya saja, perbedaannya pada budget yang dikeluarkan. Pasalnya, SEM berbayar sedangkan SEO gratis. Namun, berkat berbayar tersebutlah, website dan bisnis kita dapat dengan mudah muncul di halaman pertama Google tanpa perlu repot melakukan optimasi website. Biasanya, website yang menerapkan strategi pemasaran SEM akan muncul dengan logo “Ad” atau “Iklan” di bagian awal paragraf seperti berikut ini. Salah satu tools yang paling terkenal untuk menerapkan strategi SEM adalah dengan Google Ads. Menurut Search Engine Land, Google Ads adalah platform pencarian berbayar yang paling populer di kalangan marketer. Hal itu disebabkan Google Ads memiliki fitur yang canggih karena bisa menargetkan kata kunci dengan tepat sehingga bisa membuat iklan berada di halaman pertama mesin pencarian.

4. Google Bisnisku

Punya produk yang dijual secara lokal? Google Bisnisku bisa menjadi salah satu strategi pemasaran online yang paling efektif. Dengan menggunakan Google Bisnisku, maka kita dapat mencantumkan alamat bisnis ke dalam Google Maps dan bisa muncul di mesin

pencarian Google. Selain itu, Google Bisnisku juga dapat menampilkan review yang diberikan oleh pengguna yang pernah menggunakan atau membeli produk kita. Semakin bagus review tersebut tentunya bisa membuat audiens lebih percaya dengan produk atau layanan yang kita tawarkan.

5. **Email marketing**

Email marketing juga menjadi salah satu cara memasarkan produk online yang paling efektif karena beberapa alasan berikut:

- lebih terukur siapa yang akan menerima email
- lebih pribadi karena menghubungi langsung calon konsumen
- biaya yang tidak terlalu mahal
- 35% orang di dunia memiliki email

Jika ingin menerapkannya, tools untuk email marketing yang paling terkenal adalah MailChimp. Akan tetapi, tools tersebut hanya terbatas pada 2000 pengiriman email setiap bulan. Saat menerapkan email marketing, sebelumnya kita harus menyiapkan database calon konsumen yang akan ditargetkan terlebih dahulu. Jadi, dimana kita bisa mendapatkan database untuk email marketing? Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan menawarkan e-book gratis yang bermanfaat kepada audiens. Namun, sebelum bisa men-download-nya, mereka diharuskan mencantumkan email terlebih dahulu agar bisa disimpan dalam database.

6. **CRM atau customer relationship management**

Strategi pemasaran produk online yang selanjutnya adalah dengan melakukan *CRM atau customer relationship management*. Sebenarnya hal yang satu ini berfokus pada bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan konsumen yang pernah menggunakan produk atau jasa kita. Jadi, saat bisnis mampu memberikan layanan yang bagus tentunya brand bisa memiliki reputasi yang baik. Calon audiens pun akhirnya bisa penasaran dan tertarik untuk mencoba menggunakannya.

7. **Influencer marketing**

Ingin hasil yang lebih instan dan cepat dalam memasarkan produk? Kamu bisa mencoba menggunakan strategi pemasaran *influencer marketing*. Menurut Sprout Social, influencer marketing sangat efektif karena orang akan lebih percaya dengan apa yang dikatakan oleh influencer favorit mereka daripada hanya sekadar melihat iklan saja. Beberapa kelebihan dari strategi pemasaran yang satu ini misalnya meningkatkan brand awareness, menjangkau lebih banyak target audiens, hingga meningkatkan kredibilitas brand. Meski begitu, dalam menerapkan strategi ini diperlukan perhitungan yang tepat. Selain dari perhitungan budget, proses pemilihan influencer juga harus diperhatikan.

8. Content marketing

Strategi pemasaran online yang terakhir dalam daftar ini adalah content marketing. Sesuai dengan namanya, content marketing adalah strategi yang berfokus pada konten. Baik itu berupa konten untuk blog, Instagram, podcast, dan masih banyak lainnya. Menurut Neil Patel, content marketing bertujuan untuk membangun ikatan yang kuat dengan para audiens dalam jangka waktu lama. Maka dari itu, konten haruslah relevan dengan audiens agar bisa tercipta perasaan emosional antara audiens dengan brand. Itulah beberapa contoh strategi pemasaran online yang paling efektif untuk membantu meningkatkan penjualanmu. Selain mengikuti tips di atas, jangan lupa untuk memilih channel yang tepat agar target konsumen bisa benar-benar terjangkau.

Namun, satu hal yang pasti adalah selalu konsisten dalam menerapkan strategi di atas. Pasalnya, sebaik apa pun strategi yang dibuat jika tidak bisa konsisten, akan tetap sulit mendapatkan keuntungan yang maksimal.

KESIMPULAN

Efektivitas strategi pemasaran produk melalui media online merupakan pilihan yang harus dilakukan pada zaman sekarang ini, jika tidak maka kita akan tertinggal. Sebab pasar marketing terbesar saat ini adalah online. Hampir semua masyarakat sekarang telah memiliki handphone bahkan hampir dapat dipastikan minimal satu rumah akan punya satu handphone yang terhubung dengan internet. Sehingga pemasaran produk online akan berpeluang besar akan sampai kepada konsumen. Adapun saran penulis strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah: 1) Branding, 2) SEO atau search engine optimization, 3) SEM atau search engine marketing, 4) Google Bisnisku, 5) Email marketing, 6) CRM atau customer relationship management, 7) Influencer marketing, 8) Content marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Elazhari, E., Tampubolon, K., Barham, B., & Parinduri, R. Y. (2021). Pengaruh Motivasi dan Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru di SMP Negeri 2 Tanjung Balai. *AFoSJ-LAS (All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society)*, 1(1), 1-12.
- Elazhari, E., Tampubolon, K., Siregar, B., Parinduri, R. Y., & Prayoga, B. I. (2022). ZOMBIE COMPANIES IN THE CONTEXT OF STATE-OWNED ENTERPRISES IN INDONESIA. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.1).
- Daryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan 1. Bandung : Satu Nusa
- Parinduri, R. Y., Tampubolon, K., & Siregar, B. (2023). THE INFLUENCE OF EDUCATIONAL

ADMINISTRATION ON TEACHER PERFORMANCE AT SMA NEGERI 1 SERBAJADI, SERBAJADI DISTRICT, DELI SERDANG REGENCY. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(1), 235-248.

- Roswirman Roswirman, ELAZHARI, Khairuddin Tampubolon(2021) Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia; *AFoSJ-LAS (All Fields of Science J-LAS)*,V.1,no.4(hal.316-333).
- Siti Kholifah (2022). 8 Contoh Strategi Pemasaran Produk Online Yang Efektif Dan Mudah, url: <https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi>.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tampubolon, K., & Sibuea, N. (2022). Peran Perilaku Guru dalam Menciptakan Disiplin Siswa. *AFoSJ-LAS (All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society)*, 2(4), 1-7.
- Tampubolon, K., Elazhari, E., & Batu, F. L. (2021). Analisis dan Penerapan Tiga Elemen Sistem Pembelajaran pada Era Industri 4.0 di Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(2), 153-163.
- Tampubolon, K., Karim, A., Batu, F. L., Siregar, B., & Saleh, K. (2022). Sosialisasi Protokol Kesehatan dalam Upaya Tindakan Preventif di Lokasi Wisata Theme Park Pantai Cermin. *J-LAS (Journal Liaison Academia and Society)*, 2(2), 1-8.
- Tampubolon, K., & Sibuea, N. (2023). THE INFLUENCE OF SUPERVISORY WORK MOTIVATION AND COMPETENCE ON THE PERFORMANCE OF SCHOOL SUPERINTENDENTS IN PADANGSIDIMPUAN CITY EDUCATION OFFICE. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(1), 249-261. Pendidikan Agama Islam Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Smp. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 13(2), 191-200.