

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENDUKUNG BISNIS
ONLINESHOP
(E-BISNIS)**

Supangat, M.Kom.,ITIL.,COBIT.



Disusun Oleh :

AMMAR RUSYDI

1211800030

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas rahmat-Nya saya diberi kesehatan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Dengan rasa penuh tanggung jawab maka saya membuat Artikel ini berdasarkan data yang saya peroleh dari berbagai sumber. Penulisan Artikel ini diajukan untuk memenuhi salah satu tugas Mata Kuliah E-BISNIS

Dalam penulisan Artikel ini tentunya tidak lepas dari kekurangan, baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi yang disajikan. Saya menyadari bahwa Artikel ini masih jauh dari kata sempurna sehingga saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada, BAPAK/IBU Selaku dosen Mata Kuliah E-BISNIS

Akhir Kata Semoga laporan ini bisa menambah wawasan para pembaca dan bisa bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 28 oktober 2021

penulis

ABSTRAK

Penelitian ini fokus pada analisis strategi digital marketing untuk mendukung bisnis onlineshop. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat saat ini berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang sangat besar memberikan pengaruh. Dengan menggunakan digital marketing dalam hal ini adalah sosial media yang sangat mempunyai pengaruh besar terhadap pengguna di masyarakat. Mengingat teknologi saat ini mudah berkembang sangat pesat. Termasuk pengguna di sosial media. Mengingat pandemi yang sedang berlangsung hingga sekarang, kegiatan bisnis online mulai meningkat adanya untuk pemulihan ekonomi yang sebelumnya mengalami penurunan secara drastis. Digital marketing perlahan-lahan mulai meningkat pesat karena banyaknya kegiatan berbisnis online yang tengah dilakukan pengguna di sosial media.

Kata kunci : strategi digital marketing, bisnis onlineshop

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital Marketing merupakan salah satu media yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat serta sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Secara perlahan lahan banyak masyarakat yang mulai meninggalkan cara marketing yang konvensional dan beralih kepada Digital Marketing. Digital Marketing itu sendiri mempunyai arti memasarkan atau mempromosikan sebuah brand produk dan jasa melalui dunia digital atau internet.

Pada era modern seperti sekarang ini, manusia mampu melakukan berbagai kegiatan di dalam rumah maupun di dalam kantor tanpa harus keluar rumah. Dengan adanya teknologi internet, manusia dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, bertegur sapa dengan teman jauh maupun dekat, membaca artikel, memperoleh berbagai informasi dari media sosial, bahkan berbelanja secara online. Perkembangan teknologi telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari face to face menjadi screen to face. Hal ini yang menyebabkan peningkatan pengguna internet serta pengguna media sosial di Indonesia yang berdampak pada peningkatan minat belanja secara online.

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11), Dedi Purwana (2017:2) Jadi pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran.

Alasan jejaring sosial sangat tepat untuk dijadikan media dalam menjalankan bisnis yaitu biaya yang dikeluarkan lebih murah, dan jangkauan pasarnya tanpa batas jarak, waktu dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan, pelanggan aktif, memberikan feedback, dan segala bentuk informasi dapat tersebar luas secara cepat.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa manfaat dari strategi digital marketing dalam bisnis online ?
2. Bagaimana strategi digital marketing dalam bisnis online ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat

untuk mengetahui manfaat dan bagaimana caranya melakukan strategi digital marketing pada bisnis online.

1.4 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penyusunan Artikel ini adalah metode observasi dan kepustakaan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah penulis dapat mengetahui gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta gejala yang sudah diteliti.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Digital Marketing

marketing adalah bagaimana kita mengkonekkan produk dan jasa yang kita punya ke konsumen yang memerlukan produk dan jasa tersebut. Untuk bisa masuk ke konsumen produk dan jasa ini harus melalui namanya promosi, promosi ini digunakan supaya orang disaat diluar sana tau bahwa kita mempunyai produk dan jasa yang kemungkinan cocok dengan keperluan mereka sehari-hari cocok untuk bisnis mereka atau cocok untuk pekerjaan mereka. Sehingga terjadi suatu penjualan dimana barang atau jasa yang dibutuhkan harganya sesuai dengan konsumen tersebut. Untuk melakukan promosi bisa dilakukan dengan cara konvensional atau dengan cara digital pada dasarnya promosi untuk menarik traffic orang yang bisa melihat dan mendapat informasi mengenai produk dan jasa kita sehingga apabila orang itu menemukan barang jasa tersebut maka akan terjadi konversi penjualan.

Strategi marketing adalah pemasaran yang dilakukan dengan bantuan internet menggunakan media sosial. Tujuan utama dari pemasaran digital yaitu untuk mendapatkan customer lebih banyak daripada menggunakan metode pemasaran secara konvensional. Terdapat 6 jenis pemasaran digital yang dapat dilakukan, mulai dari website, online advertising, email, social media, video, dan search engine marketing. Manfaat digital marketing terbagi menjadi tiga, yaitu dapat membangun personal dan product branding, menjangkau target pasar, dan lebih murah.

2.2 Bisnis Online

Pengertian bisnis online adalah suatu aktivitas bisnis dalam bidang penjualan produk maupun pelayanan jasa yang ditawarkan melalui media internet, dengan dimulainya negosiasi hingga kegiatan transaksinya. Bisnis online itu seperti kegiatan yang dilakukan individu atau sekelompok orang atau juga sebuah komunitas yang tengah melakukan proses pemasaran jual beli dan transaksi yang dilakukan melalui jaringan internet sebagai media perantaranya. Yang artinya semua orang dapat menjual semua produk dalam bentuk online, dimana disaat kita menjual barang dengan online kita bisa untuk tidak bertatap muka langsung dengan customer. Dengan kata lain mesti kita hanya melakukan kegiatan dengan berjualan menggunakan media

internet, kita sudah bisa disebut sebagai pelaku bisnis online. Bahkan yang tidak banyak orang tahu adalah, jika kita memiliki kemampuan dalam memasarkan sesuatu produk/jasa di internet. Maka kita bisa mendapatkan kesempatan luas untuk memasarkan produk-produk orang lain baik perorangan maupun perusahaan-perusahaan besar dengan pendapatan yang cukup menggiurkan.

2.3 Pengertian Jasa

Definisi jasa menurut Phillip Kotler (Lupiyoadi 2006 : 6): Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. sangat dibutuhkan dalam setiap aspek kehidupan manusia.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari artikel di atas Digital Marketing ini adalah penerapan yang benar pada sebuah website dapat meningkatkan pengunjung website sehingga secara otomatis membuat website yang dibuat lebih dikenal oleh banyak masyarakat. Bisnis adalah suatu usaha yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan keuntungan. Belanja online (online shop) merupakan proses pembelian barang atau jasa oleh konsumen ke penjual realtime, tanpa pelayan, dan melalui internet. Tak perlu harus bertemu penjual atau pembeli secara langsung, tak perlu menemukan wujud 'pasar' secara fisik, namun hanya dengan menghadap layar monitor computer, dengan koneksi internet terhubung, kita dapat melakukan transaksi jual beli secara cepat dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

Supangat (2020) '*Pertemuan Keempat - Digital Content*'. Available at:
<http://repository.untag-sby.ac.id/6047/>.

N. Hidayah, "*Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space Dan Efo Store,*" Marketing, p. 149, 2018.

BUKTI PLAGIASI

check-plagiarism.com

87%
Konten unik

13%
Konten yang dijiplak

✓ COMPLETED
100%

Kalimat hasil bijak

[URL yang Cocok](#)

unik

STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENDUKUNG BISNIS ONLINESHOP (E-

check-plagiarism.com

Kata Kunci Kata Kepadatan

1-word 2-words 3-words

yang	3.47%
digital	2.08%
marketing	1.91%
bisnis	1.91%
dengan	1.73%