

**PENTINGNYA SOSIAL MEDIA DAN DIGITAL MARKETING SERTA STRATEGI  
PEMASARAN ONLINE MENGGUNAKAN MARKETPLACE**



**Disusun Oleh:**

**Halimatus Sakdiyah 1211800081**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**PRODI MANAJEMEN**

**2021**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang akan terus berkembang dari media zaman dulu (*old media*) sampai sekarang media yang menggunakan digital (*modern media/new media*). New media (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru atau ter-update informasinya. (Retnasary et al., 2019)

Dunia maya merupakan suatu tempat bertemu dan berkumpulnya berbagai individu, kelompok masyarakat, perusahaan, konsumen, organisasi, dan lainnya di sebuah tempat yang terbentuk karena adanya berbagai jaringan komputer yang saling terhubung. (Indrajit, 2001)

Seperti yang telah kita ketahui sosial media telah menjadi suatu alat komunikasi yang dapat digunakan oleh berbagai kalangan baik remaja, dewasa, bahkan kalangan orang tua sekalipun dapat menggunakan sosial media. Tidak hanya itu, sosial media dapat mempersempit ruang dan waktu dimana kita dapat berinteraksi dengan teman yang jauh atau bahkan dari negara lain.

Sosial media menjadi tempat berkumpulnya banyak orang, hal ini tentunya menjadi keuntungan besar bagi para pelaku bisnis, dengan mempromosikan suatu produk di sosial media, produk yang dijual tersebut dapat diketahui dan dilihat oleh banyak orang. Jika suatu pebisnis melakukan digital marketing dengan benar dan tepat maka tidak akan sulit bagi suatu pebisnis untuk memasarkan produknya melalui sosial media.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apa itu pemasaran?
2. Apa itu digital marketing?
3. Seberapa pentingkah sosial media sebagai digital marketing?
4. Apa itu marketplace?
5. Bagaimana menerapkan digital marketing pada marketplace?

### **C. Tujuan**

Untuk memberi pengetahuan mengenai pemasaran digital dalam menerapkannya pada marketplace.

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Definisi Pemasaran**

Pemasaran merupakan aktivitas atau kegiatan tertentu yang dilakukan suatu perusahaan untuk menyampaikan, mempromosikan atau memperkenalkan produk yang akan dijual kepada konsumen. Hal yang dilakukan berupa pengiklanan penjualan atau pengirimman suatu produk yang dilakukan dengan menggunakan berbagai strategi yang sesuai.

Suatu perusahaan dalam memperkenalkan produknya menggunakan bermacam-macam strategi yang sesuai dan tepat agar pelanggan tertarik, seperti kemasan produk dengan desain yang menarik dan gampang diingat, kualitas produk, fitur-fitur produk sangat memudahkan pelanggan dan lainnya.

#### **B. Digital Marketing**

Digital marketing ialah kegiatan pemasaran suatu produk menggunakan soisal media atau media elektronik atau internet sebagai alat untuk memasarkan produk tersebut. Pengguna sosial media dari banyak kalangan dari anak-anak samapi orang tua, dapat dikatakan bahwa jutaan orang telah menggunakan sosial media. Dengan adanya digital marketing kita dapat dengan mudah menarik minat pelanggan untuk tertarik membeli produk yang ditawarkan di sosial media dan memasarkan produk secara luas.

##### ➤ **Jenis-jenis digital marketing**

- **Website**

Seiring dengan perkembangan teknologi internet, makin berkembang pula teknologi website. Jika pada awalnya cukup dengan halaman statis, maka pada saat ini suatu website menjadi lebih kaya fitur dengan tampilan yang dinamis dan estetis. (Supangat, 2016)

Dengan adanya website konsumen dapat mencari tau jenis produk yang dikeluarkan perusahaan, Sejarah produk atau visi misi perusahaan dalam memproduksi suatu produk. Dengan adanya website maka dapat menunjukkan profesionalisme suatu perusahaan dalam menjual suatu produk.

- **Sosial media marketing**

dengan adanya sosial media seperti facebook, twitter, instagram maka kita dapat melakukan promosi dengan biaya yang minimal dan kecil. Sudah menjadi rahasia umum bahwa anak muda jaman sekarang rata-rata sudah mengguakan facebook, twitter, instagram dan menjadi objek promosi yang menguntungkan bagi pelaku bisnis.

- Email marketing  
Email tidak hanya bisa dijadikan sebagai alat untuk mengirim surat atau pesan. Tetap dapat dijadikan sebagai media promosi juga kepada customer.
- Video Marketing  
Pebisnis dapat membuat video yang menjelaskan tentang bisnis atau suatu produk dengan menyuguhkan video yang enak dilihat, desain menarik, dan dapat memikat mata pelanggan.

### **C. Sosial Media**

Dengan menggunakan digital konten yang diunggah ke dalam sosial media dapat membuat pelanggan tertarik dan mau mencari tau apa produk yang ditawarkan.

Konten dalam beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang diubah dalam bentuk digital, sehingga konten yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui platform media digital seperti laptop, tablet bahkan smartphone. (Supangat, 2020a)

Tanpa adanya sosial media suatu bisnis akan dikenali dan diketahui oleh pelanggan, produk bisnis yang ditawarkan akan susah laku dipasaran. Tanpa menggunakan sosial media suatu produk akan tertinggal jauh dari produk saingan lainnya.

Berikut kegunaan penting sosial media:

#### 1) Promosi

Sosial media menjadi alat promosi utama bagi suatu produk, dengan jutaan pengguna pada sosial media suatu produk dapat dilihat dan dikenali dengan mudah juga biaya yang dikeluarkan dalam mempromosikan produk pada sosial media terbilang murah dan harga sangat minim. Dengan mengandalkan relasi atau word of mouth, suatu produk dapat tersebar dengan mudah dan secara luas melalui sosial media.

#### 2) Mengembangkan Produk

Pada sosial media kita bisa mengontrol para pelanggan. Kita bisa tau melalui komentar para pelanggan mengenai kekurangan dan kelebihan dan bagaimana pelayanan yang diberikan. Dengan begitu kita dapat mengembangkan dan memperbaiki produk yang telah dihasilkan.

#### 3) Visibilitas Brand

Dengan menggunakan sosial media brand yang kita miliki dapat dengan mudah dikenal dan diingat oleh pelanggan. Kita dapat membuat konten digital yang dapat menarik para pelanggan yaitu seperti konten edukasi tentang produk, memberi pengetahuan tentang keunggulan produk, dan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk bisa mencari tau lebih dalam tentang produk.

#### 4) Brand awareness

Dengan melakukan promosi secara konsisten di sosial media maka akan lebih banyak orang akan tertarik dan mengenal brand yang kita tawarkan, pastikan kita sebagai pebisnis memberikan konten yang gampang diingat dan dipahami pelanggan untuk menambah lebih banyak kesan terhadap pelanggan.

### **D. Marketplace**

Marketplace merupakan suatu platform elektronik dimana tempat berkumpulnya penjual dan pembeli secara online. Sama halnya seperti pasar, marketplace menjadi perantara antara penjual dan pembeli dalam melakukan aktivitas. Didalam marketplace telah disediakan fitur-fitur untuk melakukan pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk, diskon dan lainnya.

### **E. Digital Marketing Pada Marketplace**

#### 1) Strategi Promosi dengan Copywriting

Copywriting merupakan sebuah seni mempromosikan brand dengan menggunakan kata-kata. Penjual dapat membujuk konsumen dengan memberikan bujukan atau deskripsi kata-kata mengenai produk dengan cara seagut dan sehalus mungkin untuk menarik minat konsumen. Jika konsumen tertarik dengan penjelasan yang diberikan konsumen dapat tersugesti untuk langsung membeli produk yang ditawarkan.

#### 2) Strategi Limited Edition

dengan membatasi produk menjadi terbatas maka akan memberikan kesan bahwa produk yang ditawarkan tersebut susah didapat dan terkesan mewah. Maka konsumen akan berlomba-lomba membeli produk yang terbatas tersebut. Strategi penjualan ini cukup efektif untuk memancing konsumen yang menyukai produk-produk yang memang berbeda dari yang lain dan terbatas. Tetapi satu hal yang perlu diperhatikan walaupun produk terbatas pastikan produk tersebut memang bagus dan berkualitas untuk dibeli.

#### 3) Strategi Promosi Bundling Package

Paket bundling merupakan sebuah strategi menjual dua buah produk atau lebih namun dibayarkan menjadi satu paket harga yang lebih murah. Strategi promosi ini pada umumnya digunakan untuk menghabiskan stok sisa yang tidak laku terjual atau memberikan reward kepada konsumen yang sudah loyal membeli produk yang ditawarkan.

Dengan fitur bundling package didalam marketplace Anda dapat menyatukan dua produk dengan variabel harga yang berbeda. Satu produk berharga mahal dan satunya lagi dengan harga yang lebih murah.

#### 4) Strategi Voucher Diskon dengan Maksimum Pembelian

Sudah menjadi perilaku konsumen untuk membeli produk yang murah namun berkualitas. Dengan memberi diskon pada produk yang dijual tentu saja akan menarik mata banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Diskon merupakan strategi promosi yang ampuh dan hampir setiap usaha menerapkan strategi ini.

#### 5) Strategi Permainan Harga

Strategi promosi ini biasa Anda jumpai di beberapa pusat perbelanjaan. Anda pasti pernah melihat harga sebuah produk yang tidak bulat seperti sebuah baju seharga Rp. 129.900 atau harga sepasang sepatu Rp. 219.900. Strategi promosi dengan permainan harga ini ternyata memberikan efek psikologi yang berbeda kepada setiap konsumen.

## BAB III

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Dengan adanya digital kita dapat dimudahkan dalam melakukan banyak hal, penjualan produk dapat dilakukan menggunakan digital elektronik, promosi bahkan strategi pemasaran juga dapat menggunakan media elektronik. Dengan semua serba elektronik dan menggunakan internet maka semua kegiatan bisnis seperti penjualan, pembelian atau pembayaran dapat dilakukan dengan mudah.

Diterapkannya konsep jejaring (internetworking), sebuah perusahaan berskala kecil dan menengah dapat dengan mudah bekerja sama. (Supangat, 2020b)

Dengan adanya jaringan internet suatu perusahaan dapat dengan mudah dikembangan dan diterapkan serta menarik pelanggan dari berbagai macam kalangan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Indrajit, R. E. (2001). *Ekonomi digital di dunia maya*. 1–3.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- Supangat. (2020a). *Pertemuan Keempat - Digital Content*.
- Supangat, S. (2016). Penggunaan Webqual Untuk Penentuan Tingkat Kebergunaan Pada Website (Studi Kasus Pada Teknik Sipil Untag Surabaya). *Konvergensi*, 11(01), 49–60.  
<https://doi.org/10.30996/konv.v12i2.1315>
- Supangat, S. (2020b). *Dan Daftar Isi*.

## — Hasil —

 **Diperiksa** 100%

 **Plagiat** 0%

 **Unik** 100%

Unduh Laporan

Melihat laporan

Mulai Pencarian Baru



Hasil Kalimat Bijaksana



Sumber yang Cocok



Tampilan Dokumen

Unique	Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang poka...
Unique	New media (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien...
Unique	Seperti yang telah kita ketahui sosial media telah menjadi suatu alat komunikasi yang dapat digunakan ol...
Unique	Tidak hanya itu, sosial media dapat mempersempit ruang dan waktu dimana kita dapat berinteraksi dengan ...
Unique	Sosial media menjadi tempat berkumpulnya banyak orang, hal ini tentunya menjadi keuntungan besar bag...
Unique	Jika suatu pebisnis melakukan digital marketing dengan benar dan tepat maka tidak akan sulit bagi suatu ...