

Penerapan Digital Marketing Terhadap Toko Orion Insignia Bandung

Vina Panduwinata Sidabutar¹, Julianti Kasih., M.Kom²

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Prof Drg Surya Sumantri 65, Kota Bandung

¹vinapanduwinatasidabutar@gmail.com

²juliantikasih@maranatha.edu

Abstract -To solve decreasing sales, Orion Insignia shop tries to develop a website completed with Digital Marketing Tools. The application of digital marketing to Orion Insignia shop focuses on increasing product sales with effectiveness and efficiency. Broader people's knowledge about Orion insignia, website Orion insignia links with social media such as Facebook and Instagram. Social media is now one of the essential needs in interacting. Especially for social media, Instagram, which contains pictures and videos, can be more attractive. The application of digital marketing can also track each campaign created, then it can be analyzed and can give an insight for the better content made. The aim of this is that the Orion Insignia can reach the target and sales increase.

Keywords - Digital Marketing, Orion Insignia, Content Marketing, Social Media, Website

I. PENDAHULUAN

Orion Insignia adalah salah satu bisnis online shop yang menjual merchandise dan miniatur berbagai jenis tokoh animasi pada film kartun yang berasal dari negara Jepang. Memulai online shop yang awalnya hanya di salah satu platform e-commerce Tokopedia. Pada saat itu Orion Insignia belum mencapai penjualan yang diinginkan. Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar. Begitu juga dengan Orion Insignia menggunakan pemasaran melalui digital marketing agar jangkauannya luas dan biaya lebih murah. Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen maupun konsumen kepada perusahaan. (dalam, Kotler 2012)

Media sosial merupakan media pilihan yang digemari oleh masyarakat. Hal ini didukung dengan keberadaan telepon seluler yang menyediakan fitur-fitur yang terhubung dengan Internet, sehingga siapapun dapat mengakses media sosialnya dengan cepat, mudah, dimanapun berada. Dengan teknologi komunikasi yang semakin berkembang membuat keterbukaan informasi serta pola penyebaran informasi juga ikut berubah. Selain itu, kemajuan teknologi dapat membuat informasi tersebar secara luas dan cepat sehingga masyarakat dapat mengetahui berbagai informasi tentang suatu produk atau jasa sebelum calon konsumen menentukan dan membeli produk-produk tersebut. Kemajuan teknologi khususnya bidang informasi melahirkan konsep baru terhadap bidang pemasaran.

Digital marketing dapat menjangkau semua kalangan, kapanpun, dengan cara apapun, dan dimanapun. Tentu sangat jauh lebih unggul dibandingkan dengan marketing konvensional yang terbatas waktu, lokasi, dan jangkauan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil topik "Implementasi Digital Marketing Orion Insignia" untuk membantu Orion Insignia berkembang dalam menjangkau pangsa pasar lebih luas dan bersaing competitor dan meningkatkan penjualan.

Berdasarkan dari latar belakang yang dibahas maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

- A. Bagaimana menarik pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian secara online ?
- B. Metode apa yang digunakan untuk meningkatkan penjualan pada website Orion Insignia ?
- C. Bagaimana mempromosikan dan menambah jumlah calon pelanggan Orion Insignia ?

Tujuan dari pembuatan laporan sebagai berikut :

1. Pembuatan website yang menyediakan transaksi didalamnya.
2. Mengimplementasikan Google Analytics untuk meningkatkan penjualan pada website Orion Insignia.
3. Melakukan promosi pada Sosial Media (facebook dan instagram).

II. LANDASAN TEORI

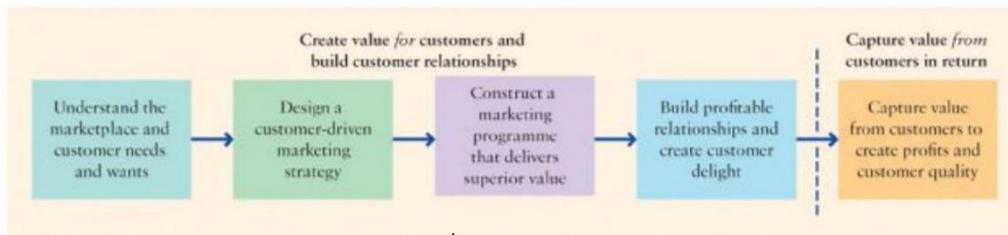
A. Digital Marketing

Salah satu metode marketing yang menggunakan digital. Website masuk pada internet marketing yang merupakan rumah bagi company kita ini berisi tentang profil perusahaan, blog, produk, spesifikasi, maupun harga semua usaha itu dengan tujuan menarik customer, itu memasukkan seluruh informasi yg berkaitan dengan bisnis kita.

Digital marketing menurut Heidrick & Struggless (2009:1) adalah perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, radio dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif [2].

Digital Marketing adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam dstrategi dan media digital, pada tujuan nya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online.

- Keuntungan Digital Marketing
 - Media digital menjadi gerbang informs konsumen masa kini
 - Memberikan informasi untuk memudahkan konsumen
 - Memberikan banyak waktu kepada konsumen untuk mempelajari Produk/Jasa kita.
 - Akses 24/7 seperti toko tidak pernah tutup
 - Jarak bukan lagi sebuah penghalang
 - Beragamnya pilihan media digital
 - Biaya digital marketing yang efisien
- Kekurangan Digital Marketing
 - Ketergantungan pada teknologi
 - Adanya isu terhadap keamanan dan privasi
 - Teknologi yan terus berkembang menambah biaya pemeliharaan
 - Pemerataan teknologi belum merata kkkhususnya di Indonesia
 - Transparansi harga
 - Global competition [3].



Gambar 2.1 Model Simple Proses Marketing

(Sumber: Buku Marketing: an introduction)

Dari gambar 1.1 dapat kita lihat penyajian model lima langkah sederhana dari proses pemasaran. dalam empat langkah pertama, perusahaan bekerja untuk memahami pelanggan, menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat. pada langkah terakhir, perusahaan memetik hasil dari menciptakan nilai pelanggan yang unggul. dengan menciptakan nilai bagi pelanggan, mereka pada gilirannya menangkap nilai dari konsumen dalam bentuk penjualan, keuntungan, dan kualitas pelanggan jangka panjang [4].

B. Google Analytics

Google Analytics adalah sebuah layanan gratis dari Google untuk mengetahui statistik pengunjung dari sebuah website. Google Analytics dapat menelusuri pengunjung berdasarkan informasi halaman pengacu, termasuk mesin pencari, iklan, jaringan pay-per-click, email marketing, dan juga tautan yang terkandung dalam dokumen PDF. Jika diintegrasikan dengan AdWords, Google Analytics juga bermanfaat untuk menganalisis efektifitas iklan AdWords yang dipasang di Google. Dengan menggunakan Google Analytics kita dapat mengetahui iklan dan kata kunci apa yang mengarah pada situs web kita. Google Analytics dapat menelusuri pengunjung berdasarkan informasi halaman pengacu, termasuk mesin pencari, iklan, jaringan pay-per-click, email marketing, dan juga tautan yang terkandung dalam dokumen PDF. Jika diintegrasikan dengan AdWords, Google Analytics juga bermanfaat untuk menganalisis efektifitas iklan AdWords yang dipasang di Google. Dengan menggunakan Google Analytics kita dapat mengetahui iklan dan kata kunci

apa yang mengarah pada situs web kita. Aplikasi Google Analytics dapat di akses melalui alamat <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/> . Google Analytics juga digunakan untuk mengetahui kepadatan trafik dari website/blog. Dengan menggunakan Google Analytics seseorang dapat membuat report tentang trafik website/blog dalam jangka waktu harian, mingguan, atau bulanan. Untuk mendaftar pada Google Analytics, seseorang hanya perlu memiliki akun Google.

C. Google Console

Google Search Console adalah layanan gratis yang ditawarkan oleh Google untuk membantu Anda memantau, mempertahankan, dan memecahkan masalah kehadiran situs Anda di hasil Google Penelusuran. Anda tidak harus mendaftar ke Search Console agar situs Anda dicantumkan di hasil Google Penelusuran, namun Search Console dapat membantu Anda memahami dan meningkatkan cara Google melihat situs Anda.

D. Social Media

Teknik pemasaran dengan media sosial (bahasa Inggris: social media marketing) adalah proses meraih kunjungan pengguna internet ke situs tertentu atau perhatian khalayak ramai melalui situs-situs sosial media [5].

Social Marketing atau Pemasaran Sosial merupakan suatu strategi yang bertujuan untuk mengatasi berbagai masalah sosial yang berkembang di masyarakat. Strategi ini memanfaatkan dua bidang ilmu, yaitu menggunakan teknik-teknik komunikasi dan mempertimbangkan prinsip-prinsip pemasaran [6].

1) Facebook

Facebook adalah menjadi situs penting bagi orang yang menanggapi kematian, kehilangan dan kenangan. karena mengembangkan sejarahnya sendiri, tampaknya juga akan mengubah perhatiannya terhadap masa lalu [7].

Facebook sudah banyak dikenal masyarakat. Facebook dikenal sebagai salah satu situs pertemanan atau jejaring sosial (social networking) di internet. Melalui situs ini kita dapat mencari teman atau kenalan lama maupun baru. Banyak orang di berbagai negara yang memiliki Facebook dan menjadikan situ ini berbagai tempat untuk profil pribadi mereka [8].

2) Facebook Marketing

Facebook termasuk salah satu platform yang perlu dimanfaatkan bila kita ingin melakukan pemasaran online. Facebook marketing bisa kita artikan menggunakan Facebook untuk kepentingan pemasaran. Kita bisa menggunakan Facebook untuk kepentingan pemasaran. Kita bisa menggunakan facebook untuk berinteraksi dengan pelanggan maupun produk/bisnis kita. Kita juga bisa memanfaatkan Facebook sebagai sumber trafik web kita. Lantas, siapa saja yang perlu melakukan Facebook marketing ?

1. Pemilik bisnis kecil dan menengah. Anda punya usaha restoran? Anda punya toko online? Anda menjual properti? Maka, Anda bisa memanfaatkan Facebook untuk menjaring lebih banyak pembeli. Tak hanya para pelaku UKM, brand-brand yang sudah terkenal dan besar pun juga perlu memanfaatkan Facebook.
2. Pelaku industri kreatif. Misalnya, Anda seorang desainer, penulis, pencipta lagu, Youtuber, pengembang aplikasi, seniman, maka Anda juga bisa memanfaatkan Facebook. Anda dapat menggunakan Facebook untuk menjaring lebih banyak audiens.
3. Pemilik website. Anda seorang blogger/pengelola web? Jangan lupa untuk memanfaatkan Facebook sebagai salah satu sumber trafik blog Anda. Bahkan media-media arus utama pun tak ketinggalan memanfaatkan Facebook [9].

3) Instagram

Instagram adalah platform yang tak sekedar tentang fotografi saja, tapi disini beragam profesi pun bisa ditemukan, seperti blogger, penulis, stylist, designer, artis, beauty blogger, seniman, dan lain - lain.

Bisa dikatakan instagram adalah 'new gen marketplace' coba perhatikan banyak sekali bukan online shop yang menjamur sejak adanya Instagram? Para online shop ini pun membentuk sebuah grup Shout For Shout untuk saling membantu agar semua memiliki banyak follower hingga berimbas pada penjualan. Instagram menjadi perantara langsung antara penjual dan pembeli. Di sini pembeli diberi berbagai macam informasi tentang produk, mulai dari bahan, harga, hingga format order.

Berbagai kemudahan fitur Instagram pun sangat memanjakan penjual. Feed digunakan untuk sharing foto dan informasi produk, sedangkan Instagram Story untuk membagikan testimoni dan memberitahukan adanya produk baru. Highlight Instagram Story bisa dimanfaatkan untuk memudahkan pembeli dalam mencari info-info dan produk. Penggunaan hashtag atau tagar yang tepat pun bisa membuat foto muncul di Explore sehingga menjangkau lebih

banyak audience dan bisa menjual banyak view. Terakhir ada juga fitur terbaru, yaitu price tag, yang memungkinkan penjual bisa tag harga langsung di foto [10].

E. Email Marketing

Pemasaran email adalah tindakan mengirim pesan komersial, biasanya kepada sekelompok orang, menggunakan email. Dalam arti luas, setiap email yang dikirim ke potensial atau saat ini pelanggan bisa dianggap email pemasaran [3, p. 139].

Email marketing dapat digunakan untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengubahnya menjadi pelanggan tetap. Email marketing juga merupakan cara yang efektif untuk memberikan informasi kepada pelanggan Anda tentang produk baru ataupun promosi yang Anda jalankan. Orang ingin tetap mendapat informasi tentang merek Anda maka email marketing adalah salah satu cara terbaik untuk tetap terlibat dengan pemirsanya tersebut. Faktanya 28% pembeli online di Amerika Serikat melaporkan bahwa mereka berlangganan email toko ataupun produk agar tetap mendapat informasi tentang mereka yang mereka sukai [11].

F. Content Marketing

Content marketing is a strategic marketing approach focused on creating and distributing valuable, relevant and consistent content to attract and maintain a clearly defined audience and, ultimately, to result in an profitable action of the client for the business (Content Marketing Institute, 2015).

Content Marketing merupakan jenis pemasaran digital lain dalam mempromosikan bisnis kita. Content Marketing adalah Pemasaran tidak langsung kepada Audiens. Kita mempublikasikan konten pada web kita dan audiens menemukannya secara alami saat mereka surfing di internet.

Tujuan dari content Marketing adalah membuat audiens berinteraksi dengan membaca, berbagi dan mengomentari konten kita. Content Marketing juga dapat digunakan dengan SEO atau SEM. Misalnya anda membuat konten sesuai dengan kata kunci yang akan di cari oleh segmentasi pasar anda. Contoh, target pasar anda adalah orang-orang yang berbadan kurus yang berpikir untuk mencapai berat badan ideal, disini anda dapat membuat konten berkaitan dengan teknik atau tips dalam mendapatkan tubuh yang ideal dengan menerapkan softselling agar tidak nampak kita menjual langsung.

Untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan kita perlu membuat konten berkualitas tinggi, agar dapat mencapai kepercayaan di segmentasi pasar kita. Anda dapat mempublikasikan konten yang dapat audiens bagikan dalam bentuk Blog, Laporan, Infografis atau webinar [3, p. 73].

Content Marketing adalah pendekatan pemasaran strategis yang berfokus pada menciptakan dan mendistribusikan konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang jelas - dan, pada akhirnya, untuk mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan.

Content Marketing Institute mendefinisikan pemasaran konten sebagai Pendekatan pemasaran strategis yang berfokus pada menciptakan dan mendistribusikan konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang jelas dan, pada akhirnya, untuk mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan [3, p. 125].

III. RANCANGAN DAN IMPLEMENTASI

A. Profil Perusahaan

Orion Insignia merupakan bisnis online yang dimulai pada bulan November 2019 dahulu beroperasi hanya dimarketplace seperti tokopedia dan shopee lalu bulan januari mulai dikembangkan melalui website dan Instagram suatu organisasi bisnis kecil yang menjadi reseller dalam bisnis dalam menjual merchandise, miniatur berbagai jenis tokoh kartun animasi.

Visi dari Orion Insignia adalah menjadikan Orion Insignia sebagai salah satu perusahaan startup yang standar internasional dalam menjual merchandise anime - anime yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

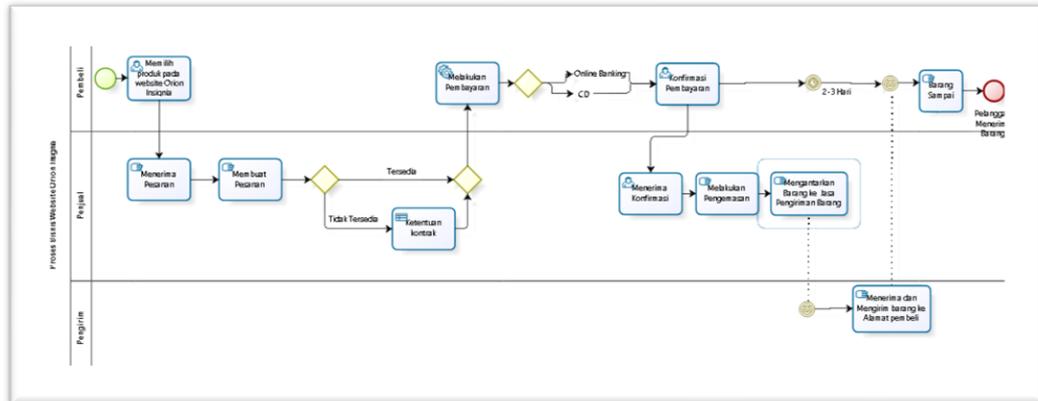
Misi Orion Insignia adalah sebagai berikut :

1. Membangun ecosystem kerja yang efisien.
2. Membangun SDM berkualitas.
3. Membuat system pembelian mudah bagi pelanggan.
4. Memudahkan pemantauan dalam bisnis.

B. Proses Bisnis

Berikut dibawah ini proses bisnis yang dilakukan:

1. Pembeli memilih merchandise dan melakukan pembayaran atau dp pada website Orion Insignia.
2. Penjual menerima pesanan
3. Penjual membuat pesanan
4. Pembeli melakukan pembayaran maupun pelunasan barang dan mengkonfirmasi
5. Penjual menerima konfirmasi, lalu mengemas barang
6. Penjual mengantar barang ke jasa pengiriman barang
7. Jasa pengiriman mengantar barang ke alamat pembeli dengan estimasi waktu 2-3 hari
8. Barang sampai dan telah diterima pembeli.



C. Rencana Campaign

1. Pengembangan website dimulai 5 Juni 2020 – 30 Desember 2020.
2. Konten Website dan Sosial Media mulai 30 Mei 2020 - 30 Desember 2020.
3. Campaign akan dianalisis mulai 1 Mei 2020 – 30 Desember 2020.

D. Anggaran Campaign

Biaya yang dilakukan selama campaign dilakukan untuk perpanjangan hosting website, promosi berbayar melalui instagram yaitu :

- Hosting : Rp 34.000
- Advertising Instagram : Rp 88.000 (selama 4 hari)

E. Tabel Kesimpulan

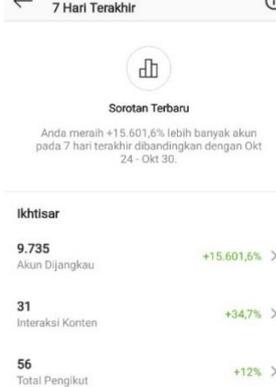
TABEL I
TABEL KESIMPULAN WEBSITE

Bulan	Website
Agustus	

<p>September</p>	
<p>Oktober</p>	
<p>November</p>	
<p>Desember</p>	

TABEL 1
TABEL KESIMPULAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DAN FACEBOOK

Bulan	Instagram	Facebook
-------	-----------	----------

Agustus	Like terbanyak : 22 Kunjungan Profil terbanyak : 4 Jangkauan Terbanyak : 50	Belum dianalisis karena fokus pada sosial media Instagram, namun sudah memposting.
September		Belum dianalisis karena fokus pada sosial media Instagram.
Oktober		
November		



TABEL 2

TABEL KESIMPULAN PENDAPATAN DAN KESIMPULAN KESELURUHAN

Bulan	Pendapatan	Kesimpulan
Agustus	Rp 0,-	Belum ada penjualan karena website baru dibuat, postingan instagram masih berisi Qutes dan berbagai tentang Negara Jepang untuk menarik pengguna umum.
September	Rp 0,-	Masih sama seperti bulan sebelumnya tidak ada penjualan dikarenakan belum memperkenalkan produk di sosial media
Oktober	Rp 3.165.000	Penjualan yang terbesar karena 2 item terjual karena sudah adanya produk yang ditawarkan disertai campaign gratis ongkir dan ada beberapa item barang yang sale melalui sosial media, namun pembelian dilakukan pada website.
November	Rp156.000,-	Pada bulan ini jumlah visitor lebih banyak dibandingkan dengan bulan – bulan selama dilakukannya penelitian ini dikarenakan banyaknya item barang orion insignia yang telah dimasukkan pada website. Penjualan bulan ini hanya dp barang yang pre-order dan diskon 10% untuk member baru Orion Insignia pada tahun 2021 pada website.
Desember	Rp440.000,-	Bulan desember ini menurunnya jumlah pengguna baru dibandingkan dengan bulan sebelumnya, namun rasio pantulannya kecil dibandingkan bulan – bulan sebelumnya dikarenakan yang visit lama di website serta penjualan pada website yang membeli barang pre-order.

IV. KESIMPULAN

Dengan adanya website mempermudah pembeli dalam transaksi pembelian maupun mengetahui spesifikasi setiap produk orion insignia. Untuk melihat hasil perkembangan visit, pengguna, pengguna baru, durasi yang melihat, serta jumlah klik per halaman website dapat menggunakan metode google analytic dan google console untuk mempermudah membuat rencana yang akan dibuat pada waktu berikutnya.

Sosial media sangat dibutuhkan untuk melakukan promosi dan menjangkau calon pembeli. Campaign yang menggiurkan dan disertai dengan promosi fitur berbayar pada sosial media Instagram membuat like, kunjungan profil serta website meningkat dengan pesat setiap jam dengan jangkauan yang banyak. Lebih di fokuskan pada Sosial media Instagram karena aplikasi yang memuat gambar maupun video yang membuat orang banyak berinteraksi secara digital dalam sosial media.

Jika dilihat, fitur instragram lebih berpengaruh dan efektif dalam digital marketing yang dilakukan Orion Insignia dibandingkan dengan Website ataupun Facebook milik Orion Insignia. Hal ini disebabkan karena saat ini instagram dianggap lebih efektif karena biaya yang efisien dan jangkauan yang tak terbatas. Orion Insignia juga memanfaatkan fitur video snapgram dan audio yang berkualitas sehingga menjadikan masyarakat tahu, ingat serta percaya pada produk yang dijual oleh Orion Insignia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Object Management Group, "Business Process Model and Notation Resource Page," 9 June 2014. [Online]. Available: <http://www.omg.org/bpmn/index.htm>. [Diakses 12 Jan 2016].
- [2] D. P. 2, "'Dosen Pendidikan'," 30 Maret 2020. [Online]. Available: <https://www.dosenpendidikan.co.id/digital-marketing-adalah/>. [Diakses 28 April 2020].
- [3] G. Chakti, "THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL," dalam 11-15, Celebes Media Perkasa, 2019.
- [4] P. T. K. M. H. R. B. Gary Armstrong, *Marketing An Introduction*, England: Pearson, 2015.
- [5] C. T. & F. Kappe, *Social Stream Marketing on Facebook : A Case Study*, Austria: Inffeldgasse, 2013.
- [6] M. I. W. Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia 2016, 2016.
- [7] D. Miller, *Tales from Facebook*, Polity, 2011.
- [8] H. A. Mangkulo, *Facebook untuk Sekolah*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2010.
- [9] J. Helianthusonfri, *Facebook Marketing*, PT.Elex Media Komputindo, 2016.
- [10] T. S. B. & R. Afandi, *HOW TO WIN IN INSTAGRAM*, Yogyakarta: Stiletto Book, 2019.
- [11] S. Sudin, *Apa Itu Email Marketing?, IDigital Marketing*, 2019.