

Pengembangan Pemasaran dengan Memanfaatkan Akses Internet

Oleh : Agus Muhajir

<http://github.com/hajirodeon>

<http://facebook.com/hajirodeon>



1. Apa Itu Internet Marketing?

Pengertian Internet Marketing atau Pemasaran Elektronik sendiri adalah sebuah pemasaran elektronik yang dilakukan oleh seseorang baik itu seorang webmaster, praktisi, pemilik website atau siapa saja yang memasarkan barang atau jasa di internet dengan target tertentu yang ia miliki. Internet Marketing sendiri merupakan bahasa inggris yang jika diterjemahkan kedalam bahasa indonesia adalah “Pemasaran internet”. Istilah dari pekerjaan ini juga sering kita dengar seperti; Internet marketing, e-marketing, atau online-marketing. Serta banyak istilah-istilah lain yang kita dengar yang berhubungan dengan internet marketing.

Internet marketing mencakup bagian-bagian besar berikut ini:

1. General Internet Marketing (GIM)

- Search Engine Optimization (SEO)
- Social Media Marketing (SMM) & Social Media Optimization (SMO)
- Email Marketing
- Content Marketing

2. Search Engine Marketing (SEM)

- Pay-Per-Click (PPC)
- Cost-Per-Impression
- Search Analytics
- Web Analytics

3. Display Advertising (DA)

4. Affiliate Marketing (AM)

5. Mobile Advertising (MA)

Bagian-bagian dari internet marketing tersebut bisa disingkat **GSDAM (General, Search, Display, Affiliate, dan Mobile)**. Jangan khawatir kalau sekarang belum hafal, nanti lama-kelamaan akan hafal dengan sendirinya kalau sudah mulai menyelami dan memahami apa itu internet marketing.

Jadi, istilah dengan kata-kata kita sendiri, **apa itu internet marketing adalah: “mempromosikan, memasarkan, dan mengiklankan sesuatu dengan menggunakan media internet (GSDAM)”**. Karena jaringan internet sudah mendunia, maka internet marketing tidak dibatasi tempat dan zona waktu. Jika Kita memasarkan produk atau jasa Kita **dengan internet marketing, maka Kita bisa memasarkan apa saja, ke mana saja, dan setiap saat**. Pangsa pasar terbuka lebar untuk Kita!

Contoh Sederhana Pemasaran Internet

- Kita memiliki sebuah produk kesehatan untuk menggemukkan badan.
- Lalu Kita membuat sebuah website untuk menjual produk tersebut.
- Selain melalui website, Kita juga menjual produk tersebut pada teman - teman melalui interaksi facebook atau twitter.
- Untuk memperbanyak jualan, Kita juga menjualnya di marketplace seperti tokopedia atau bukalapak.

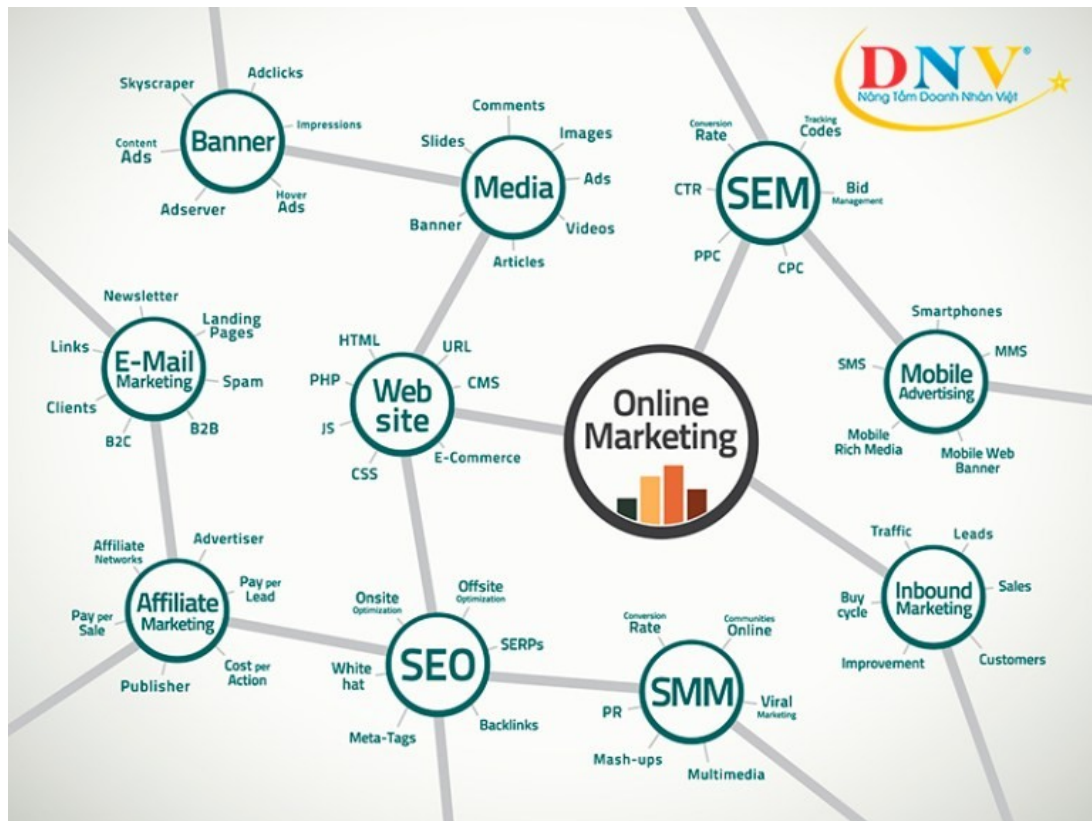
2. Ketahui Kondisinya

Beberapa hal yang mestinya harus Kita ketahui tentang manfaat luas menggunakan metode pemasaran internet adalah sebagai berikut.

- Waktu yang tidak terbatas. (24 jam nonstop)
- Jangkauan pasar luas. (Bukan cuma kabupaten, kota, provinsi, negara. Kita bisa menjangkau dunia)
- Hemat biaya. (Kita bisa menghemat hingga 80% biaya pemasaran)
- Jalin hubungan langsung dengan konsumen. (Bisa live chat, messenger atau email)
- Minim Resiko. (Toko Kita enggak bakal terjadi kebakaran, kemalingan, atau segala hal yang terjadi di real)
- Saingan (Banyak kategori bisnis terutama di Indonesia yang masih minim pesaing melalui pemasaran internet).
- Dan masih banyak manfaat lain yang Kita dapatkan.

3. Lingkungan Pemasaran Internet

Tentu sebagai pemula, apa lagi Kita merupakan seorang pebisnis, yang harus Kita ketahui adalah ruang lingkup pemasaran internet itu sendiri. Bagaimana caramu memasarkannya serta dimana Kita akan memasarkan sebuah produk atau jasa yang Kita miliki agar mendapatkan penjualan yang sesuai dengan harapanmu.



Ruang lingkup digital marketing. Sumber: doanhnhanviet.org.vn

Lingkungan pemasaran internet yang sering dan selalu dipakai oleh para praktisi internet adalah sebagai berikut.

- Sosial media (facebook, twitter, google plus, dll)
- Mesin pencari (Google, Bing, Yahoo, Yandex, dll)
- Marketplace (bukalapak, tokopedia, lazada, olx, dll)
- email marketing
- video marketing. (youtube, vidio.com, dll)
- Forum jual beli.
- Dan banyak lagi.

4. Pelaku Internet Marketing

Semua orang yang memasarkan produk atau jasa mereka melalui internet merupakan seorang internet marketing. Namun secara mendalam, Banyak orang-orang yang justru mendalami pemasaran internet itu sendiri. Maka tak heran jika saat ini jasa pemasaran internet bertebaran di internet.

Orang-orang inilah yang disebut sebagai penggiat. Berbagai istilah untuk sebutan mereka juga muncul seperti **“Internet Marketer”**, **“Internet Marketers”**. Mereka adalah orang-orang yang mendedikasikan dirinya untuk bisnis di internet. Baik itu sebuah jasa pemasaran maupun mereka yang memang sudah lama menjajaki bisnis mereka melalui pemasaran internet.



Para penggiat pemasaran internet juga dituntut selalu mengikuti perkembangan trend. Baik itu trend di sosial media, Search engine, teknik dan strategi. Agar tentunya mereka bisa melakukan implementasi yang tepat pada pemasaran internet yang mereka lakukan.

5. Strategi, Teknik & Riset untuk Pemasaran Internet

Untuk mencapai target tertentu dalam sebuah pemasaran sangat diperlukan strategi, teknik dan riset pasar matang. Apa lagi Kita bekerja untuk sebuah perusahaan yang cukup besar yang mengharapkan penjualan yang lebih terukur atas kinerja Kita.

6. Elemen-elemen dalam Aktivitas Marketing

Tabel di bawah ini memberikan elemen-elemen aktivitas baik dalam marketing tradisional dan internet marketing.

No	Istilah	Contoh Elemen Dalam Marketing Tradisional	Contoh Elemen Dalam Internet Marketing
1.	Publisher atau yang memiliki media	Percetakan yang menyediakan media cetak seperti brosur, pamflet, surat edaran, dan koran. Media elektronik seperti televisi dan radio.	Penyedia jasa email, situs web desktop dan mobile (baik berupa situs web mesin pencari, situs web iklan, dan social media).
2.	Advertiser atau pengiklan yaitu orang yang mengiklankan produk atau jasanya (pemilik barang atau penyedia jasa)	Orang yang mengiklankan produk atau jasanya via marketing tradisional.	Orang yang mengiklankan produk atau jasanya via internet marketing.
3.	Consumer	Konsumen yang melakukan konversi setelah melihat informasi iklan dari produk atau jasa tertentu di media cetak atau media elektronik.	Konsumen yang melakukan konversi setelah melihat informasi iklan dari produk atau jasa tertentu via email atau situs web/mobile.
4.	Ads (Iklan) dan promotion (promosi)	Kolom-kolom iklan/promosi produk/jasa di media cetak dan slot-slot iklan di media elektronik.	Kolom-kolom iklan/promosi produk/jasa di situs web, informasi produk atau jasa di email, dan ads feed di social media.
5.	Advertising agency atau agen periklanan (membantu advertiser atau	Agen iklan surat kabar.	Agen iklan AdWords (PPC).

	pengiklan untuk mengiklankan produk atau jasa di media publisher)		
--	---	--	--

7. Ciri-ciri Marketing Tradisional

Selain elemen-elemen marketing tradisional seperti di atas (toko fisik, brosur, pamflet, dan lain-lain), secara umum berikut ini ciri-ciri marketing tradisional:

1. **Tipe marketing: seragam, terstruktur, dan jelas.** Misalnya dengan iklan di media cetak atau media elektronik.
2. **Arah komunikasi: dari satu sumber (produsen) ke banyak (calon konsumen) dan searah.** Informasi tentang produk atau jasa disebarkan oleh perusahaan (aktif), sedangkan calon konsumen hanya mendengarkan (pasif).
3. **Jadwal marketing: jangka panjang.** Kampanye-kampanye iklan direncanakan untuk jangka panjang.
4. **Komunikasi dengan konsumen: dipertimbangkan dan dinilai dengan matang.** Komunikasi hanya di antara perusahaan dan konsumen (via email, telepon, atau surat). Poin diskusi tetap diusahakan rahasia.
5. **Ketersediaan: hanya di jam-jam kerja.** Tidak ada dukungan langsung setelah jam kerja normal (8/5).
6. **Ruang lingkup: spesifik.** Hanya menargetkan audience dan pasar tertentu.
7. **Kaya akan pengalaman: analogis.** Berdasarkan kesuksesan sebelumnya, legalitas hukum terjamin
8. **Supervisi: menjaga konsumen supaya tidak pindah ke kompetitor.** Aktifitas marketing diperhatikan dengan menjaga pelanggan dan menganalisis kompetitor.
9. **Bahasa: formal, aman (dan jelas) secara hukum komersil.** Penggunaan kosa-kata yang ketat dalam bahasa marketing, kalimat-kalimat lengkap yang sudah disiapkan.
10. **Mereka yang terlibat: departemen marketing.** Dan departemen hubungan publik, agen-agen luar, dan departemen penjualan.

Sebagai contoh marketing tradisional, bisa dilihat di perusahaan-perusahaan yang sudah lama berdiri dan masih konservatif (yang kebanyakan didirikan sebelum internet marketing booming). Perusahaan-perusahaan tersebut banyak yang belum menaruh perhatian untuk mulai memanfaatkan dan memahami apa itu internet marketing.

Jika Kita pernah memasarkan suatu produk atau jasa Kita dengan elemen-elemen dan cara-cara seperti di atas, maka berarti Kita sudah pernah memanfaatkan marketing tradisional atau konvensional.

Nah, setelah sedikit mengulas dan menyegarkan kembali ingatan kita tentang marketing tradisional, saatnya kita mengupas tentang apa itu internet marketing lebih dalam lagi, lagi, dan lagi.

8. Ciri-ciri Internet Marketing

Kondisi dan iklim lingkungan di mana elemen-elemen internet marketing yang dijadikan senjata bisnis oleh Joey, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. **Tipe marketing: terpecah-pecah, tersebar, tidak jelas, tidak baku.** Contohnya promosi bisa saja menggunakan update status, kampanye iklan, artikel blog, postingan di komunitas, komentar-komentar, pesan-pesan Twitter, dan lain-lain.
2. **Arah komunikasi: banyak arah (many to many).** Baik pihak perusahaan dan calon konsumen sama-sama berbicara dan sama-sama saling mendengar (keduanya aktif).
3. **Jadwal marketing: spontan, tidak ada jadwal jangka panjang.** Kampanye iklan biasanya tidak direncanakan secara detail, tapi cepat bereaksi terhadap komentar dan permintaan informasi produk atau layanan.
4. **Komunikasi dengan konsumen: cepat dan terbuka (public).** Reaksi dan respon terhadap komentar dan permintaan informasi dari calon konsumen bisa segera diberikan dalam jangka waktu kurang dari 24 jam.
5. **Ruang lingkup: umum.** Tersedia untuk siapa saja, di mana saja, kapan saja (optimal untuk umum).
6. **Kaya akan pengalaman: alternatif, inovatif.** Kebutuhan teknis yang berubah, konsep marketing yang inovatif, namun posisi hukum komersial kurang terjamin.

7. **Supervisi: menjaga konsumen dan platform teknologi yang digunakan.** Aktivitas marketing diselia oleh otoritas yang terkait dengan penjagaan hak-hak konsumen, kompetitor, dan teknologi yang digunakan baik oleh operator dan pengguna.
8. **Bahasa: alami, langsung.** Tidak ada kalimat-kalimat yang sudah disiapkan sebelumnya, tapi respon-respon personal dan jawaban-jawaban singkat saja.
9. **Mereka yang terlibat: media baru di departemen marketing.** Departemen social media, departemen public relations, semua karyawan dan pengguna, seluruh manajemen, dan seterusnya.

Sebagai contoh, perusahaan yang menerapkan internet marketing biasanya adalah perusahaan-perusahaan baru yang lahir setelah booming-nya internet.

Mereka sangat menaruh perhatian dan fokus pada internet marketing karena cakupan pemasaran yang lebih luas, waktu yang fleksibel, dan biaya overhead yang lebih rendah dibandingkan dengan marketing tradisional. Apalagi jika dana yang ada untuk marketing masih sangat terbatas.

Jadi tidak ada alasan untuk tidak memanfaatkan internet marketing sebagai strategi pemasaran masa kini.

9. Cara Memulai Digital Marketing

Jika kita berbicara digital marketing, sebagaimana sudah diulas pada tulisan di atas, spektrum ini sangatlah luas. Oleh karenanya, penting bagi seorang digital marketer untuk tahu teknik dan *resource* yang dibutuhkan sebuah perusahaan agar pemasaran digital dapat berjalan dengan baik.

Salah satu elemen penting dalam digital marketing adalah aset, kenali apa aset digital yang Kita miliki, dan mulailah untuk fokus dalam beberapa aset saja.

Beberapa aset dalam digital marketing:

- Website
- Postingan blog
- Akun media sosial
- Identitas brand (logo, company profile)
- Jejak online (review/feedback dari pelanggan dll.)

Jika Kita sudah memiliki beberapa aset di atas, yang perlu Kita lakukan adalah mengoptimalkan aset-aset tersebut untuk membangun brand yang Kita miliki.

Semisal untuk website dan blog bisnis, tulislah secara berkala artikel yang akan menarik calon pelanggan Kita. Atau melalui sosial media seperti instagram, maka buatlah foto dan video pendek yang menarik dan *share-able*.

Hal lain yang cukup penting, jika Kita aktif dalam forum atau marketplace publik, maka usahakanlah profil usaha Kita punya rating dan review yang baik dari para pelanggan.

Karena hal tersebut juga jadi salah satu tKita bahwa citra brand yang Kita miliki bagus atau tidak di dunia maya.

10. Cara Menjadi Internet Marketer

Setiap orang bisa dan mampu menjadi internet marketer, asalkan memiliki kemampuan yang baik untuk berkomunikasi, karena pada intinya, seorang inernet marketer memilik pekerjaan membuat konsumen tertarik dengan sebuah produk. Sangat banyak contoh internet marketer sukses yang berasal dari berbagai latar belakang, seperti bisnis, desain grafis, penulis, bahkan IT. Untuk menjadi internet marketer, setidaknya terapkan kiat-kiat berikut ini:

10.1. Bangun Relasi yang Baik

Tidak hanya di dunia nyata, di dunia maya pun untuk menjadi seorang internet marketer yang sukses, perlu dibangun relasi bisnis yang baik dengan banyak orang. Cukup banyak media yang dapat dimanfaatkan untuk membangun relasi yang baik, seperti media sosial (Facebook, Twitter, Instagram), Google Plus, LinkedIn, dan sebagainya.

Manfaatkan media tersebut untuk menceritakan bisnis yang sedang dijalankan. Dengan begitu, lingkaran pertemanan yang ada di semua media akan membangun citra diri atau perusahaan yang baik, sehingga orang pun lebih mempercayai bisnis Kita dan relasi terbangun dengan sendirinya.

10.2. Pahami Produk yang Akan Dipromosikan

Konsumen adalah raja, mereka berhak untuk mengetahui detail produk yang dipromosikan sebelum akhirnya memutuskan untuk membelinya. Untuk itu, sebagai internet marketer, Kita perlu menggali lebih dalam mengenai berbagai kelebihan yang dimiliki produk, kualitas menonjol yang menjadikannya lebih baik dari produk saingan, harga produk, serta varian apa saja yang tersedia. Dengan memahami produk yang akan dipromosikan, tentunya promosi akan terlihat lebih meyakinkan dan profesional hingga akan menarik banyak orang. Yakinkan pula orang lain dengan menampilkan review dari konsumen sebelumnya yang sudah pernah bertransaksi.

10.3. Buat Target yang Tinggi

Jangan mudah merasa puas atas pencapaian yang telah didapatkan dari internet marketing. Jika suatu target terasa sudah tidak lagi menantang, maka ada baiknya untuk membuat target baru yang lebih tinggi untuk pengembangan diri sendiri. Kesuksesan akan lebih cepat datang bagi para internet marketer yang memiliki visi jangka panjang, dinamis dan bersemangat.

10.4. Hargai Orang-Orang yang Pernah Bekerjasama

Membangun relasi dengan orang-orang yang pernah bekerjasama juga merupakan sebuah poin yang penting untuk menjadi internet marketer sukses. Jika perlu, tampilkan semua testimoni pelanggan yang sudah merasa puas bekerjasama dengan Kita/ perusahaan. Tak hanya pelanggan yang akan merasa dihargai, orang lain yang berniat melakukan kerjasama di masa depan pun akan lebih yakin membuat keputusan.

11. Internet Marketing Untuk Promosi Online (Traffic Generation)

Seperti yang sudah disebutkan di awal artikel, promosi online adalah salah satu bentuk dari internet marketing. Tidak peduli produk atau bisnis apa yang mau dipromosikan, internet adalah salah satu media yang sangat efektif untuk membangun brand dan membuat website bisnis kita dikenal banyak orang.

Ada banyak cara untuk mempromosikan bisnis melalui media internet, diantaranya adalah melalui SEO (Search Engine Optimization), melalui PPC Advertising (Beriklan PPC), Email Marketing, Mobile Advertising, dan Social Media Marketing.

11.1. PPC Advertising (PPC Ads)

Berbeda dengan program PPC untuk publisher, program PPC Ads ini ditujukan bagi para Advertiser/ pengiklan yang ingin mempromosikan bisnis mereka. Dalam hal ini kita sebagai pengiklan harus mengeluarkan uang agar pihak perusahaan penyelenggara PPC Ads menampilkan iklan kita di jaringan situs publisher mereka. Tentu saja kita bisa mengatur harga iklan yang sesuai dengan budget yang ada.

Beberapa perusahaan yang menawarkan program ini adalah:

- Google Adwords
- Yahoo Advertising
- MSN Advertising Center
- Kumpul Blogger
- Sitti
- ID Blog Network
- AdsenseCamp
- Dan lain-lain

11.2. SEO (Search Engine Optimization)

SEO adalah bentuk promosi online yang sangat saya sukai karena gratis. Namun, SEO membutuhkan keahlian khusus, membutuhkan proses dengan waktu yang tidak sebentar. Bahkan seringkali SEO justru membutuhkan biaya untuk melakukan optimasi.

Itulah sebabnya ada banyak pemilik website yang rela mengeluarkan uang untuk menyewa jasa SEO untuk membuat situs bisnis mereka masuk dalam halaman utama hasil pencarian search engine.

11.3. SEM (Search Engine Marketing)

Berbeda dengan SEO, search engine marketing ini adalah jaringan periklanan dari perusahaan search engine yang menampilkan iklan pada halaman hasil pencarian. Di Indonesia, Google adalah search engine yang paling sering digunakan di internet.

Untuk kata kunci yang banyak dicari oleh pengguna internet, kita akan melihat iklan di bagian atas dan bawah hasil pencarian sebuah kata kunci. Banyak pakar internet marketing yang mengatakan bahwa Google Adwords adalah metode pemasaran yang sangat tinggi konversinya karena halaman website kita berpeluang besar mendapatkan calon konsumen dari mesin pencari.

11.4. Email Marketing

Sesuai dengan namanya, email marketing adalah proses pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan email sebagai alat bantu. Email marketing ini juga bermacam-macam jenisnya, ada direct email, retention email, dan beriklan di email orang lain. Marketing melalui email biasanya sangat efektif karena promosi atau sales letter bisa langsung dikirimkan kepada pemilik akun email tersebut.

Catatan penting yang harus diingat adalah kita tidak boleh melakukan SPAM karena akan mengganggu orang lain, dan tentunya akan merugikan kita sendiri karena si pemilik email bisa melakukan unsubscribe atau memasukkan email kita ke dalam daftar SPAMMER.

11.5. Mobile Advertising

Mobile advertising adalah, layanan pengiklanan melalui perangkat mobile. Pengguna smartphone saat ini sudah banyak sekali, dan biasanya ponsel mereka dibawa kemanapun pergi. Inilah yang membuat mobile advertising sangat efektif untuk media promosi bisnis. Beberapa model mobile ads adalah melalui SMS, MMS, Banner Ads, Games, dan lain-lain.

11.6. Social Media Marketing

Sama halnya dengan SEO, promosi online dengan menggunakan social media dapat dilakukan dengan gratis. Seperti yang kita ketahui, pengguna situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Google+, dan YouTube, jumlahnya sudah sangat banyak. Dan ini adalah media promosi yang sangat efektif untuk memasarkan produk apa saja melalui internet.

Media sosial juga memiliki fitur periklanan yang sangat banyak digunakan oleh internet marketer untuk mendulang trafik dan penjualan. Beberapa diantaranya yang populer saat ini adalah:

- Facebook Ads
- Twitter Ads
- Instagram Ads
- YouTube Ads

11.7. Pemasaran Melalui Forum

Saat ini sudah ada banyak sekali forum-forum yang dibuat khusus untuk membahas topik-topik tertentu. Contohnya adalah Kaskus.co.id. Forum ini membahas berbagai topik mulai dari politik, bisnis, nasional, dan masih banyak lagi. Salah satu sub forum di Kaskus khusus untuk para pedagang online yang ingin memasarkan produk mereka melalui Kaskus. Selain Kaskus, masih ada beberapa forum lagi yang bisa digunakan sebagai media pemasaran online, akan dibahas di artikel lain.

12. Kenali Jenis – Jenis Pelanggan

12.1. Awesome (Pelanggan Idaman)

Pelanggan dalam kelompok ini biasanya akan mengeluarkan uang lebih banyak dan tidak rewel. Mereka selalu mengorder ke kita walau tanpa kita tawarkan, mereka sudah menjadi pelanggan tetap dan selalu meminta kita menyediakan jasa/produk yang mereka inginkan. Dan jika kita tawarkan mereka selalu mau dan tanpa tawar – menawar. Kadang kala mereka malah membantu menawarkan produk/jasa kita ke orang lain, mereka menjadi viral marketing kita.

12.2. Basic (Pelanggan Biasa)

Pelanggan kelas B ini adalah pelanggan yang baik, mapan, dan biasanya menjadi tulang punggung untuk setiap bisnis. Mereka biasanya akan menerima apa pun yang kita tawarkan. Walau mereka biasanya menawarkan harga yang kita tawarkan, namun mereka tetap membeli dari kita. Kepada pelanggan *Basic* ini selalu kita memberikan informasi atas jasa/produk kita yang baru atau sedang kita pasarkan.

12.3. Can't deal with (Pelanggan Menyusahkan)

Pelanggan kelas C selalu menuntut waktu Kita , menawar harga serendah – rendahnya, dan sulit untuk menentukan pilihan. Di *grade* ini kita harus menjaga *effort* team marketing kita agar tidak terjebak dan terkuras oleh customer tersebut.

12.4. Dead (Mimpi Buruk)

Pelanggan kelas D adalah mimpi buruk setiap pemilik bisnis. Mereka selalu telat membayar tagihan, terus-menerus kembali ke tempat Kita , dan gemar menghabiskan waktu Kita . Mereka juga sering membuat ulah ketika tidak mendapatkan yang mereka inginkan. Pelanggan seperti ini tidak layak untuk Kita miliki.

Penting buat kita membuat list customer berdasarkan grade-grade tersebut diatas. Sehingga kita dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk mereka dan kinerja team marketing pun menjadi efektif dan efisien.

13. Tools Online Gratis Untuk Membantu Internet Marketing

Salah satu cara untuk mencapai pemasaran yang tepat adalah dengan bantuan beberapa software maupun tools yang dapat membantu kinerja pemasaran lebih baik. Dengan *trial and error* untuk mencari metode pemasaran yang sangat tepat bagi bisnis Kita.

13.1. SimilarWeb

SimilarWeb sebuah tools yang dapat membantu Kita menganalisa jumlah pengunjung/visitor, pageview, sumber trafik, organik atau non organik, asal negara visitor serta kata kunci yang populer yang mengarah pada website Kita. SimilarWeb belakangan semakin akurat sejak dapat di integrasikan melalui Google Analytics.

13.2. Google Trends

Google Trends adalah salah satu produk terbaik dari Google. Website owner dapat menganalisa topik-topik yang populer setiap tahun, bulan, minggu dan setiap hari yang dapat menguntungkan bagi seorang pemilik website. Yang paling banyak diuntungkan oleh Google Trends adalah para pemilik media atau non media yang website mereka telah terdaftar di Google News.

13.3. Open Site Explorer

Open Site Explorer salah satu produk terbaik dari perusahaan konsultan search engine terkemuka di internet, MOZ SEO. Bahkan, para praktisi dan para pelaku SEO (search engine optimazation) telah membuat tools ini sebagai patokan Authority situs mereka baik atau buruknya dari tools ini.

13.4. Keyword Planner

Keyword Planner tolls keyword search terbaik di internet milik Google ini telah digunakan oleh banyak para pelaku industri digital. Apa lagi mereka para praktisi SEO di seluruh dunia juga menggunakan tools terbaik ini.

13.5. Ubersuggest

Ubersuggest memiliki kepentingan yang sama dengan tools sebelumnya. Namun sedikit berbeda, Tools ini lebih diarahkan para long tail keyword yang dapat membantu para pelaku bisnis digital mengoptimalkan kata kunci pencarian mereka untuk menggaet lebih banyak pelanggan.

13.6. Google PageSpeed Insights

Google PageSpeed Insights sebuah tools online yang juga milik *Google* yang dapat memantau kinerja laman website Kita. Tools ini dapat memantau bagaimana kinerja laman website melalui dekstop maupun mobile. Serta pengguna dapat melihat langsung file-file mana yang harus dioptimalkan guna membuat kinerja laman website lebih baik.

13.7. Facebook Audience Insights

Facebook Audience Insights sangat powerfull jika Kita ingin mengoptimalkan target audience Kita di facebook ads. Penelusuran penulis, Salah satu produk ciptaan marketer Indonesia juga membuat sebuah produk untuk memantau Audience Insights Kita di Facebook. Ialah The Graph. Namun, produk ini adalah versi premium.

13.8. Alexa

Alexa menjadi salah satu patokan orang banyak untuk website ranking mereka secara keseluruhan maupun di negara asalnya. Powerfullnya, Alexa dapat memantau kompetitor Kita dan keyword research. Namun beberapa fitur hanya bisa digunakan untuk versi berbayar.

13.9. SEMrush

SEMrush pastinya sudah tidak asing lagi bagi para pelaku SEO. Tools ini tersedia dalam versi gratis dan premium. Tools ini juga menjadi salah satu tools powerfull dalam membedah SEO sebuah website.

13.10. Pablo

Mengoptimalkan sebuah gambar di facebook baik berupa gambar promo, kata-kata untuk fanspage Kita atau untuk apa pun, **Pablo** sangatlah cocok. Saat ini, Pablo tersedia gratis. Kita dapat menciptakan sebuah foto diskon produk Kita. Pablo juga menyediakan sumber gambar secara gratis.

13.11. Buzzsumo

Bagi Kita para penggiat Content Marketing, Tools yang satu ini sangatlah powerfull. Dengan **Buzzsumo**, Kita dapat mengecek topik-topik terpopuler di website kompetitor Kita maupun di

website Kita sendiri. Berapa banyak jumlah share di sosial media seperti facebook, twitter dan lainnya. Tools ini tersedia gratis namun terbatas. Jika Kita ingin mencoba versi premiumnya dan tentunya fiturnya akan lebih lengkap.

13.12. Ahrefs

Tools yang satu ini tentu sudah sangat populer. **Ahrefs** memiliki versi gratis bagi produk-produknya. Kita dapat menggunakan produk dari Ahrefs seperti Site explorer, keyword explorer, konten explorer, rank tracker dan lainnya. Tools-tools milik Ahrefs sangatlah lengkap dan tentunya mudah digunakan bagi para pemula.

13.13. Majestic SEO

Hampir sama dengan tools SEO sebelumnya, **Majestic SEO** juga merupakan salah satu tools SEO yang sering digunakan oleh kalangan internet marketing terutama penggiat SEO.

13.14. Twitter Analytics

Salah satu produk terbaru Twitter tahun lalu ialah **Twitter Analytics**. Tools ini dapat menganalisa akun twitter bisnis atau pribadi seseorang. Seberapa efektif akun tersebut dalam menjangkau orang di sosial media twitter.

13.15. Smallfbtools

Tools yang satu ini cukup membantu Kita jika ingin mengoptimalkan sosial media bagi situs website Kita. **Smallfbtools** memungkinkan Kita mengecek postingan kompetitor Kita di facebook, mencari gambar serta mencari keyword yang tepat.

13.16. Google Analytics

Google Analytics merupakan salah satu tools terbaik di dunia yang dimiliki oleh Google. Melalui Google Analytics, Kita bisa memantau lalu lintas visitor, perilaku pengguna, umur, dan banyak lagi.

13.17. Buffer

Diatas, Kita juga telah membahas Tools Pablo dari Buffer. Kini **Buffer** juga dapat sangat membantu Kita mengoptimalkan sosial media tanpa harus menggunakan admin khusus Kita di sosial media. Melalui Buffer, Kita dapat membuat Schedule pada postingan Kita di semua sosial media.

13.18. HubSpot Marketing Free

Tools **HubSpot Marketing Free** ini dapat Kita gunakan untuk menggaet pelanggan maupun pembaca Kita lebih banyak lagi untuk berlangganan pada website atau pun toko online Kita. Kita dapat membuat kotak email berlangganan pop up secara gratis.

13.19. Mailchimp

Mailchimp salah satu senjata populer para internet marketing dunia untuk email marketing optimization. Mailchimp saat ini masih tersedia free plan yang tentunya terbatas. Namun masih terbilang cukup bagi Kita para pebisnis online pemula untuk mengirim email kepada target customer Kita setiap bulannya. Namun jika Kita merasa kuota pengiriman sudah cukup besar, Kita dapat mengupgrade ke plan yang lebih besar.

13.20. What My SERP

Tools Online yang satu ini cukup membantu bagi para pelaku SEO. Selain menyediakan tools Keyword Density, **What My SERP** juga memiliki SERP Check yang lumayan akurat. Penulis sendiri sering menggunakan tools online ini untuk mengecek posisi keyword berada di halaman atau urutan berapa.

Kesimpulan

Berikut ini kesimpulan mengenai apa itu internet marketing:

1. Pemasaran internet (internet marketing) atau periklanan daring (online advertising), disebut juga pemasaran online atau periklanan internet, adalah sebuah bentuk dari pemasaran dan periklanan yang menggunakan internet untuk mengirimkan pesan-pesan promosi kepada konsumen.
2. Internet marketing adalah bagian dari marketing. Dan internet marketing dibagi menjadi beberapa bagian yang disingkat GSDAM (General, Search, Display, Affiliate, dan Mobile). Setiap bagian tersebut terdiri dari beberapa komponen atau elemen. Misalnya General Internet Marketing terdiri dari SEO, Sosial Media, Email, dan Content Marketing.
3. Istilah internet marketing sering juga disebut online marketing, online advertising, dan internet advertising.
4. Internet marketing berbeda dengan tradisional marketing dari hal media promosi dan pemasarannya. Internet marketing menggunakan media internet dan online, sedangkan tradisional marketing menggunakan media cetak dan elektronik dan offline.
5. Internet marketing funnel tidak jauh berbeda dengan tradisional purchase funnel. Perbedaan hanya dari hal media yang digunakan untuk promosi dan pemasaran.
6. Internet marketing memiliki tujuan yang sama dengan tradisional marketing. Namun karena media promosi dan pemasaran yang berbeda, internet marketing memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan tradisional marketing.
7. Kapan Kita sebaiknya mulai menggunakan internet marketing untuk memasarkan produk, jasa, atau brand Kita? Jawabnya: sekarang juga.
8. Kita bisa memilih komponen internet marketing mana yang Kita akan gunakan berdasarkan profesi Kita saat ini, berdasarkan jalur pembelajaran internet marketing yang direkomendasikan para ahli internet marketing, atau berdasarkan hobi Kita.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://thenextmarketers.com/internet-marketing/>
- <https://thenextmarketers.com/tools-online-gratis/>
- <https://semseomanagement.com/apa-itu-internet-marketing/>
- <https://karinov.co.id/mengenal-apa-itu-digital-marketing/>
- <https://www.nesabamedia.com/pengertian-dan-manfaat-internet-marketing/>
- <https://www.maxmanroe.com/apa-itu-internet-marketing.html>
- <https://mebiso.com/kenali-jenis-jenis-pelanggan-anda/>