



PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PELITA BANGSA

UJIAN AKHIR SEMESTER GENAP TA 2021/2022

Mata Kuliah : **DIGITAL MARKETING**
Program Studi/Semester : Teknik Informatika / 6
Hari/Tanggal : Minggu, 03-07-2022
Nama Dosen : Dr. H. Dendy Pramudito, ST, MM
Kelas : TI.19.D5

| LEMBAR JAWABAN | |
|-----------------------|---------------|
| Nama Lengkap | : Juan Fakhri |
| NIM | : 311910361 |

1. ➤ Strategic planning

Merencanakan strategi apa yang akan dilakukan untuk membuat email marketing dalam mewujudkan visi misi atau tujuan dari bisnis anda. Yang umumnya adalah user melakukan pembelian, user meminta informasi lebih lanjut terkait produk yang anda tawarkan

➤ Define List

Membuat daftar sasaran promosi email, dengan cara mengelompokkan mana yang pelanggan dan mana yang bukan, begitupun pemilahan user ke dalam daftar tertentu misalnya berdasarkan usia, tempat tinggal dan lainnya. Secara perusahaan yang akan melakukan kampanye melalui email pasti sudah memiliki data dari calon pelanggan yang mana bisa didapatkan dari situs web perusahaan itu sendiri.

➤ Creative execution

Tahap eksekusi sebuah perusahaan dalam kampanye email, banyak hal yang harus diperhatikan seperti halnya adanya tombol interaktif yang langsung diarahkan ke web perusahaan agar calon pelanggan tertarik. Mempercantik email juga termasuk dalam best eksekusi. Tidak kalah penting juga menghindari kata-kata yang bisa memungkinkan email kita berada di kontak masuk spam. Dan nama

email pengirim pun harus jelas, biasanya disertai nama perusahaan atau sebuah organisasi, agar menimbulkan rasa kepercayaan pelanggan.

➤ Integrate campaign with other channels

Tahap ini tidak kalah penting, yaitu mengintegrasikan email ke sebuah platform tertentu, namun biasanya perusahaan akan memberikan tautan yang mengarah pada Landing page/web mereka.

➤ Personalization of the message

Tahapan ini yaitu melakukan custom atau pemilahan segmentasi pelanggan dengan melihat riwayat pembelian, demografi serta aktivitas penjelajahan di web perusahaan. Inilah pentingnya sebuah data base, kita dengan mudah memilah dan melihat aktivitas dari pelanggan/calon pelanggan

➤ Interaction handling

Tahapan ini yaitu membuat sebuah email otomatis kepada pelanggan, misalnya untuk konfirmasi pesanan, konfirmasi login bahkan pesan untuk menunggu balasan. Ini biasanya disediakan agar interaksi terbangun dengan pelanggan

➤ Deployment

Tahapan ini adalah tahapan teknis dalam penyebaran email, untuk menjaga kepercayaan pelanggan, sebagai pemasar harus membuat konten yang menarik dan berbobot, menetapkan frekuensi pengiriman, dan konsistensi dalam menyebarkan konten melalui email. Waktu pengiriman email juga sangat diperhatikan dengan melihat demografi pelanggan

➤ Generate reports

Tahapan ini adalah tahapan pasca kampanye berjalan, dengan adanya laporan pemasar atau pembuat kampanye akan tau , berapa jumlah email yang dikirim, interaksi pantulan yang bisa dikategorikan sebagai pantulan lunak dan keras, email yang telah dibuka, jumlah pelanggan yang berhenti berlangganan, tingkat penerusan , rasio klik tautan yg ditampilkan di email. Dengan itu bisa terungkap konten atau promosi mana yg paling menarik bagi penerim/pelanggan/calon pelanggan

➤ Analysis results

Tahapan ini merupakan tahapan menganalisa seberapa jauh email campaign yang sudah dibagikan. Mungkin bisa disebut sebagai evaluasi untuk pemasar agar memperbaiki email yang akan dikirim selanjutnya. Yang jelas adalah email campaign sangat butuh sebuah data, yang mana data itu harus dikelola disebuah database khusus agar mempermudah menganalisa apa saja yang sudah dicapai dan apa saja yang harus diperbaiki.

2. McKeown, 2001: Teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk **menciptakan, menyimpan, mengubah** dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya.

3. A. E- product

Segala sesuatu yg bisa ditawarkan di pasar dengan tujuan untuk menarik minat, pembelian selama dapat memenuhi kebutuhan produk, dengan adanya produk elektronik , dapat membuka dimensi baru untuk memanfaatkan instrument virtual untuk mencapai tujuan nyata.

Strategi e-Product :

- Pembeli dapat segera mengetahui fitur produk, fakta, bukan asumsi dari salesperson, Produk dan layanan yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, Produk dan layanan dapat dalam bentuk fisik namun ditawarkan secara digital atau produk yang benar-benar digital.
- Produk dan layanan yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan

B. E- Price

Harga merupakan elemen yang sangat penting dari bauran pemasaran, karena harga adalah satu-satunya yang mampu menghasilkan omset bagi organisasi.

Strategi e-Price :

- Internet telah membuat harga menjadi sangat kompetitif, Kesepakatan terbaik dengan satu klik tombol, Lelang online juga membantu konsumen dalam menentukan harga.
- Memudahkan dalam pemberian penghargaan kepada pelanggan setia yang mana bisa dilacak Riwayat pembelian melalui internet.

C. E-Place

Secara tradisional, elemen tempat mengacu pada bagaimana sebuah organisasi akan memilih untuk mendistribusikan produk / layanan yang mereka tawarkan kepada konsumen.

Strategi e-Place:

- Lokasi online dapat merujuk ke tempat tautan sehingga mudah ditempatkan dan ditemukan.
- Pembelian online sehingga memungkinkan beli dari mana saja dan kapan saja.

D. E-Promotion

Promosi sebagai bagian dari bauran pemasaran mengacu pada bagaimana komunikasi pemasaran digunakan untuk menginformasikan audiens tentang organisasi dan produknya.

Strategi e-Promotion:

- Salah satu yang dapat Anda lakukan adalah dengan memasang iklan.
- Kampanye email (email campaign),
- Program afiliasi,

4. - Semua orang rata-rata lebih banyak menggunakan mobile

- Perangkat mobile lebih mudah untuk di akses
- Pemasaran jadi jauh lebih mudah dengan menggunakan aplikasi mobile.
- Memasarkan produk tanpa mengeluarkan banyak biaya, cepat, dan tepat sasaran

5. - Mendidik pengguna, memberikan pengetahuan baru terhadap Cyber Crime dan dunia internet.
 - Gunakan perspektif peretas, menggunakan pemikiran dari sisi hacker untuk melindungi sistem Anda.
 - Patch sistem yang ada, menutup lubang
 - lubang kelemahan pada sistem.
 - Aturan dan Kebijakan, menentukan kebijakan- kebijakan dan aturan- aturan yang melindungi sistem Anda dari orang
 - Orang yang tidak Berwenang. Antivirus, sebuah jenis perangkat lunak (software) yang digunakan untuk mengamankan, mendeteksi, dan menghapus virus komputer dari sistem komputer. Antivirus disebut juga perangkat lunak perlindungan virus. Program ini dapat menentukan apakah sebuah sistem komputer telah terinfeksi dengan sebuah virus atau tidak.
6. - CPC (Cost Per Click)

CPC (Cost Per Click) yaitu jenis iklan yang membayar ketika iklan yang mereka tayangkan di klik. CPC. Contoh program iklan yang menggunakan CPC yaitu Google AdSense.

 - CPM (Cost Per Mile)

CPM (Cost Per Mille) adalah biaya iklan per seribu tayangan. Jika menggunakan jenis iklan ini berarti anda akan dibayar setiap seribu kali tayangan. jika ada orang mengklik iklan tetap saja kita tidak mendapatkan bayaran karena jenis iklan ini hanya membayar perseribu impression atau tayangan.

 - CPA (Cost Per Action)

CPA (Cost Per Action) adalah jenis iklan yang akan membayar jika pengunjung melakukan aksi sesuai yang diharapkan pengiklan. Contoh Survey, Polling. CPI (Cost Per Install) CPI (Cost Per Install) adalah jenis iklan yang anda akan dibayar jika ada pengguna menginstall aplikasi yang dipromosikan oleh pengiklan. Biasanya digunakan untuk iklan aplikasi seluler. contoh aplikasi di playstore menggunakan sistem ini.

 - CPV (Cost Per View)

CPV (Cost Per View) atau juga sering di sebut PPV(Pay Per View) adalah jenis iklan yang anda akan dibayar setiap satu tayangan atau tampilan. Jenis iklan ini biasanya berbentuk video atau iklan banner popup.

 - CTR (Click Through Rate)

CTR (Click Through Rate) adalah perbandingan dalam bentuk persentase untuk menghitung antara jumlah klik dan jumlah unit iklan adsense yang bersangkutan tampil.
7. Amerika Serikat merupakan negara yang memiliki berbagai keunggulan dari segala sektor termasuk sektor teknologi yang menghasilkan ruang cyber. Berdasarkan kemampuan teknologi yang inovatif dan modern inilah yang membuat Amerika Serikat sangat bergantung kepada ICT (Information and Communication Technologies) dan ruang cyber.

Hal ini dapat dilihat dari hampir seluruh fasilitas dan layanan publik di Amerika Serikat memanfaatkan ruang cyber, mulai dari bidang industri, sanitasi air, transportasi, perbankan, pelayanan kesehatan hingga bidang pertahanan atau militer pun berbasis komputer dengan jaringan internet.

8. 1. Struktur Navigasi Lokal

Struktur navigasi lokal berbeda dengan navigasi hirarki maupun global. Jenis struktur navigasi ini lebih didominasi tautan internal. Struktur navigasi lokal sering digunakan untuk situs majalah.

2. Struktur Navigasi Hirarki

Tipe navigasi hirarki merupakan jenis struktur navigasi website yang sering digunakan oleh situs berita. Jenis struktur ini membuat menu yang berbeda di setiap halaman website.

3. Struktur Navigasi Global

Struktur navigasi global adalah struktur navigasi website yang menu dan tautannya dibuat seragam dan mirip di semua halaman situs.

9. - Interstitial banner merupakan banner iklan atau informasi yang muncul secara otomatis sebelum atau sesudah halaman konten Web.

- Floating ads adalah jenis iklan situs web yang muncul di bagian atas halaman dan menghilang atau setelah jangka waktu tertentu (biasanya 5-30 detik).

- Popup adalah semacam penawaran informasi atau promosi yang ditampilkan di atas konten Anda, yang dirancang untuk menarik perhatian pengguna Anda dengan cepat.

10. Sistem pemasaran horizontal terjadi bila terdapat dua atau lebih perusahaan yang tidak berhubungan menggunakan sumberdaya secara bersama-sama untuk mendapatkan keuntungan dalam pasar. Bentuk kerja sama ini misalnya joint venture. Joint venture sendiri adalah perusahaan yang biasa disebut dengan perusahaan patungan atau perusahaan yang didirikan oleh dua atau lebih entitas bisnis dengan tujuan untuk menyatukan sumber daya dan menjalankan bisnis dalam jangka waktu tertentu.

Contoh sistem pemasaran horizontal:

- sistem pemasaran di mana bisnis yang berada pada tingkat yang sama bergabung bersama untuk mendapatkan skala ekonomi.
- sistem pemasaran horizontal dapat berupa produsen, grosir dan pengecer.
- sistem pemasaran horizontal menarik bagi demografis luas yang tidak spesifik.
- sistem pemasaran horizontal memberikan lebih banyak peluang untuk kemitraan.

11. - Promosi, adalah hal yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi (promotional mix), dimana terdiri atas : periklanan (advertising), penjualan

- perseorangan (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut (word of mouth), surat langsung (direct mail).
- Sumber daya manusia, adalah dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, “orang” yang berfungsi sebagai penyedia jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas yang terbaik, pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya.
 - Proses, adalah gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal – hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.
 - Layanan pelanggan, pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan pelanggan meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat, termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi, dan pascatransaksi. Oleh karena itu, kegiatan pendahuluannya harus dilakukan sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi
12. - Ini dikarenakan podcast mudah diakses serta pilihan kontennya yang lebih beragam, para pendengar akan merasa lebih akrab ketika mendengarkan suara dan menghadirkan pengalaman yang berbeda. Selain itu, para pengusaha bisa memilih podcast yang dituju sesuai dengan keinginan mereka.
- Memungkinkan penerbit yang melakukan streaming untuk memberi kepercayaan kepada pengiklan bahwa iklan yang muncul dapat dikendalikan dan memiliki target yang pemirsanya yang jelas.
 - Para pendengar podcast lebih cenderung berlangganan Netflix atau Amazon Prime yang berarti mereka cenderung tidak terpapar iklan TV.

13. a. WEB 3.0

Saat ini adaptasi Web 3.0 mulai dikembangkan oleh beberapa perusahaan di dunia seperti secondlife, Google Co-Ops, bahkan di Indonesia sendiri juga sudah ada yang mulai mengembangkannya, yaitu Li'L Online (LILO) Community. Dalam era web 3.0, pengembangan aspek interaksi sebuah web mulai dipertimbangkan.. Bagaimana sebuah web dapat memberikan sebuah interaksi sesuai dengan kebutuhan informasi setiap pemakaiannya, merupakan sebuah tantangan utama dikembangkannya versi Web 3.0 ini.

Web ini bisa dibilang sangat care dengan kebutuhan kita karena menyediakan apa saja yang kita butuhkan. Contoh sederhana, dengan dukungan teknologi 3-D animasi, kita bisa membuat profil avatar sesuai karakter kita kemudian melakukan aktivitas di dunia maya layaknya kehidupan sehari-hari kita di dunia nyata, mulai dari jalan-jalan, ke mall, ke book store, bercakap-cakap dengan teman lain, dsb.

b. WEB 4.0

Konsep Web 4.0/4.x adalah private secretary dalam bentuk organisme buatan. Setiap hari seseorang pasti mempunyai sebuah rutinitas. Apapun bentuk rutinitasnya, seluruh rutinitas tersebut bisa diketahui oleh aplikasi komputer/program/tools/device yang kita miliki yang dijalankan secara online. Jadi kemanapun seseorang pergi, dan apapun yang dilakukan semuanya direcord oleh alat-alat tersebut yang nantinya akan digunakan jika ingin mengetahui informasi apa yang dibutuhkan, bahkan teknologi ini bisa mengingatkan, menginterupsi dan memberikan informasi manakala ada perubahan dari sebuah sechedule/rutinitas, membantu melakukan pencarian.

Inti dari Web 4.0. dapat mengetahui apa saja yang kita lakukan, dan dia juga bisa membantu dalam melakukan pencarian informasi, menyimpan histori pencarian, bahkan mempertemukan orang-orang yang mencari informasi yang sama.

14. - Proximity marketing adalah pemasaran/promosi kepada konsumen anda melalui gawai pintar/mobile di tempat yg tepat, waktu yg tepat dengan pemberitahuan yang sangat relevan dan dipersonalisasi. Ini memberikan hasil yang luar biasa untuk bisnis dalam kombinasi dengan strategi dan alat periklanan yang tepat. Misalnya yg sering saya dapati Ketika sedang ke mall, maka akan ada sebuah pesan singkat dari sebuah perusahaan makanan menawarkan promo.

- Sedangkan geolocation adalah fitur dalam aplikasi mobile yang memungkinkan Anda mengidentifikasi lokasi fisik dari sebuah perangkat seluler dengan mengidentifikasi data seluler, dan GPS masuk didalamnya, atau RFID dari perangkat tersebut.

15. – Menghubungkan pencarian dengan sosial media

- Data Research via End User Value
- Mengoptimalkan Mesin Pencarian dan memasang Iklan bayar per klik
- Kombinasikan SEM dengan SEO
- Menggunakan Google ADS

16. Identitas suatu merek perlu ditentukan karena:

- Merupakan suatu asosiasi merek, termasuk nama dan simbol yang harus dikomunikasikan kepada pelanggan.
- Pentingnya mengembangkan rencana untuk mengomunikasikan fitur-fitur utama dari identitas merek dan meningkatkan kesadaran merk (brand awareness).

17. *Long Tail* Menurut Anderson (2004) menjelaskan bahwa ketika perusahaan menjual berbagai macam produk atau layanan secara online, grafik dari semua produk atau layanan yang dijual akan menghasilkan long tail. Pada umumnya long tail berlaku pada suatu produk namun saat ini juga berlaku pada layanan karena pada dasarnya layanan adalah produk yang intangible, jadi bagaimana cara sebuah perusahaan agar layanan yg dijual itu bisa sustainable, dengan cara melakukan menaikkan harga Ketika layanan/barang tersebut melambung/famous.

Studi Kasus:

Model bisnis Amazon menggunakan menggunakan model bisnis *Long Tail* dengan menggunakan 2 cara. Pertama, itu membuat lebih banyak buku tersedia untuk pelanggan melalui Amazon Marketplace. Kedua, ini memungkinkan penulis untuk menerbitkan sendiri buku mereka sendiri melalui Amazon KDP.

18. 4 (empat) bentuk penggalangan bersama

- 1) Crowd Wisdom mencoba untuk memanfaatkan pengetahuan masyarakat untuk memecahkan masalah atau memprediksi hasil di masa depan atau membantu mengarahkan strategi perusahaan.
- 2) Crowd Creation mengumpulkan ide yang dilakukan secara online dari masyarakat untuk membuat sesuatu hal yang baru atau hal yang bagus.
- 3) Crowd Voting memanfaatkan masyarakat untuk berpartisipasi secara online untuk memberikan penilaian terkait sesuatu yang populer.
- 4) Crowd Funding memanfaatkan masyarakat untuk turut serta dalam memberikan bantuan dana bagi sesuatu yang bermanfaat

19. Nama Domain harus ringkas karena:

- 1) Nama domain mencerminkan kesan pertama, oleh karena usahakan untuk tetap sederhana dan mudah.
- 2) Nama domain tidak boleh terlalu panjang karena harus mudah diingat, diucapkan dan diketik oleh pengguna.
- 3) Nama domain yang panjang dapat mengganggu calon pengunjung situs Anda.
- 4) Nama domain yang ringkas akan lebih menyenangkan secara visual untuk ditampilkan pada kartu nama atau informasi lainnya.
- 5) Nama domain yang terbaik adalah yang memiliki 12 karakter atau kurang

20. - Banner branding adalah media informasi non-personal yang memiliki pesan promosi yang bertujuan untuk menjual atau memperkenalkan suatu produk kepada konsumen.

- Click through adalah analisis rasio antara jumlah pemirsa yang melihat iklan dan berapa banyak yang mengaksesnya. Tujuan utama dari CTR adalah untuk menilai seberapa efektif iklan tersebut, bila impression penayangan cukup tinggi, namun klik yang terjadi sedikit bisa jadi iklan yang berjalan kurang optimal.

Contohnya :

- Coca Cola, A Mild : mereka hanya ingin agar merknya masuk ke dalam ingatan pelanggan sedangkan agar pelanggan mengunjungi situs mereka adalah hal lainnya.
- Sedangkan e-commerce merupakan contoh di mana agar pelanggan tertarik untuk mengklik iklan online dan masuk ke dalam situs mereka sehingga mampu menghasilkan penjualan.