

PERTEMUAN 7 : STRATEGY ECOMMERCE

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada pertemuan ini akan dijelaskan mengenai cara menarik dan mempertahankan pengunjung, menggunakan teknik SEO, dan Riset Pasar. Anda harus mampu:

- 7.1. Mendeskripsikan cara menarik dan mempertahankan pengunjung
- 7.2. Menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO)
- 7.3. Melakukan Riset Pasar

B. URAIAN MATERI

Tujuan Pembelajaran 7.1:

Mengimplementasikan cara menarik dan mempertahankan pengunjung

Impulse buying adalah mengubah daya tarik orang yang awalnya tidak berniat membeli menjadi membeli, ini penting dalam meningkatkan penjualan secara online maupun offline. Dari sekian strategi untuk memacu impulse buying ada 5 hal yang perlu diperhatikan di awal:

1. Detilkan dan Deskripsikan

Salah satu taktik dalam selling bahwa untuk bisa menjual sebuah barang maka harus mendekati aspek psikologisnya, karena ini sesuai cara berpikir seseorang bahwa ketika seseorang memutuskan sesuatu termasuk memutuskan pembelian, salah satunya aspek psikologis, bukan hanya cara berpikir dan logika saja.

Saat ini ambil contoh: banyak sekali toko online yang hanya memampangkan gambar produk, sama sekali tidak ada deskripsi, bagaimana konsumen akan tahu produk itu jika produk tersebut merupakan produk yang baru diimpor dari negara lain. Minimal pembeli tahu bahwa produk itulah yang akan dibeli, berdasarkan dari spesifikasi yang ada, karena calon pembeli bukan penembak

jiu/peramal itu hanya melihat gambar secara online maka diketahui semua dibalik produk tersebut.

2. Prediksi harapan sebenarnya dari produk yang dijual

Hal ini penting, misalnya ketika menjual kaos edukasi, dalam hal ini ini penjual tidak hanya menjual kelebihan dari sisi bahan kaos saja, tetapi benefit dari kaos tersebut. Tentu memang benefit ini baru akan muncul setelah produk diterima atau dipakai. Namun jangan lupa bahwa sebelumnya ada "layanan" yang mungkin menjadi prioritas dalam keputusan membeli, misal jaminan barang original, 4 hari sampai dan lain-lain. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

- ☐ Tebak dan prediksi apa yang sebenarnya diharapkan dari produk yang sejenis, bisa diambil dari merk sebelumnya
- ☐ Diskripsikan dengan pemikiran bahwa akan dijelaskan produk tersebut dari sisi kelebihan yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- ☐ Jangan biarkan toko online seperti galeri foto produk, hanya berisi foto-foto saja tanpa penjelasan apa-apa, lalu bagaimana orang akan berniat membeli kalau menyentuh bendanya saja tidak bisa lalu gambaran produknya tidak ada, yang ada hanya gambar dan harga? Jika produk tersebut populer tidak masalah, namun harus diingat produk populer juga berarti toko online lain ikut menjualnya, sehingga persaingan tetap tinggi.

3. Permudahlah cara membayar seinovatif mungkin

Semakin modern media dan teknologi, maka harapan terhadap kemudahan yang lain juga harus dicukupi, salah satunya dengan mempermudah dari sisi pembayaran. Adanya internet banking, paypal dan lain-lain cukup membantu namun perlu diingat itu baru dari sisi pelanggan, sebagai penjual juga harus memiliki alat pantau pembayaran seinovatif mungkin, misalnya menggunakan alat pembayaran elektronik yang mudah dan aman.

4. Adanya halaman tentang jaminan

Dalam proses pembelian jarak jauh baik offline maupun online ketika pengiriman terjadi maka pihak ketiga terlibat dalam hal ini jasa pengiriman. Buatlah satu halaman yang berisi informasi jaminan, garansi dan "kualitas"

pengiriman → packing, daya tahan, perlindungan serta penjelasan berisi tanggung jawab jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

5. Buat testimoni "per-produk"

Selama ini mungkin sudah membuat testimoni pembelian dari banyak pelanggan, namun itu baru terhadap pelayanan yang berkualitas, sehingga perlu dipertajam bekenaan testimoni yang fokus terhadap produk tertentu.

Teknik Mempertahankan Pelanggan untuk toko online

1. Berikan Pengalaman Belanja Terbaik Untuk Pelanggan

Hal pertama yang harus difokuskan adalah dari segi konversi, dan untuk mendapatkan pelanggan tetap, harus memberikan pengalaman belanja terbaik untuk pengunjung. Itu berarti segala sesuatu mulai dari desain website hingga layanan konsumen harus diperhatikan.

Hal ini jelas karena untuk mempertahankan pelanggan dimulai dengan membuat pelanggan itu senang.

Berikut beberapa tips untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan:

- ✓ **Desain web sederhana dan navigasi yang mudah.** Kamu ingin pelanggan berkunjung ke situsmu? Melihat apa yang kamu jual? Dan dengan mudah menemukan produk yang mereka cari? Salah satunya adalah dengan membuat desain web yang sederhana, menu pencarian, dan navigasi yang mudah.
- ✓ **Sediakan produk unggulan dan menjualnya dengan harga yang bersaing** adalah dua faktor paling penting di balik keputusan pembelian oleh konsumen menurut sebuah studi yang dilakukann oleh BigCommerce.
- ✓ **Gunakan gambar, deskripsi, dan ulasan produk yang menarik.** 92% konsumen mengatakan bahwa tampilan visual adalah faktor yang mempengaruhi orang ketika berbelanja online, dan 85% mengatakan bahwa mereka membutuhkan ulasan produk sebelum benar-benar membeli. Kamu bisa menggunakan *Rotary View* agar dapat memberikan pelanggan pandangan 360 derajat tentang produk yang ditampilkan.
- ✓ **Berikan pelayanan yang maksimal.** Semua orang pasti suka jika mendapatkan pelayanan yang baik. Bahkan, 86% dari pelanggan akan

membayar lebih untuk pelayanan pelanggan yang lebih baik. Cara yang tepat untuk memberikan layanan kepada pelanggan adalah dengan dukungan *live chat*.

- ✓ Semakin bagus pengalaman yang kamu berikan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian di situsmu, dan semakin besar juga kemungkinan mereka untuk menjadi pelanggan tetap.

2. Tampilkan Produk Terkait

Jika pernah berbelanja di Amazon atau eBay atau situs besar lainnya, maka tidak akan asing dengan konsep produk-produk terkait, karena seseorang yang membeli satu item mungkin saja tertarik dengan item yang lainnya juga.

Ada banyak sekali plugin yang dapat digunakan untuk situs ecommerce. Selain dapat pula menggunakan beberapa kalimat seperti “Produk terkait lainnya”, “Produk yang mungkin Anda sukai” atau kalimat lainnya. Tidak hanya terbatas pada halaman produk, bisa juga menambahkan di halaman konfirmasi pembelian seperti kalimat “*Terima kasih atas pembelian Anda! Apakah Anda ingin melakukan pembelian lainnya?*”

3. Berikan Hadiah/Imbalan/Poin Untuk Pelanggan

Ingin pelanggan kembali berbelanja lagi? cobalah untuk memberikan insentif kepada pelanggan saat ini. Ada beberapa jenis insentif yang dapat digunakan, misalnya kupon diskon atau bisa berupa poin. Kupon diskon dapat diberikan ke pelanggan yang berlangganan email.

Jika menggunakan sistem poin, ada banyak plugin yang dapat membantu menempatkan sistem poin dalam setiap pembelian atau yang lainnya pada platform ecommerce.

4. Manfaatkan Daftar Email Pelanggan

Daftar email bisa menjadi aset yang besar ketika menyangkut masalah pelanggan.

Hal pertama yang harus dilakukan adalah membangun daftar email pelanggan sebanyak-banyaknya. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daftar email pelanggan, bisa memberikan kupon ke pelanggan yang mendaftarkan emailnya atau yang lainnya.

Tujuan Pembelajaran 7.2:

Menggunakan Teknik SEO

Search Engine Optimization (SEO) merupakan upaya untuk meraih peringkat utama di hasil pencarian search engine . Apa yang dioptimalkan? *Website* dan visibilitasnya di dunia internet. Meski SEO merujuk pada frasa, namun sebenarnya yang disesuaikan dan dioptimalkan adalah *website*-nya, agar isi dan struktur web sesuai dengan kemampuan dan aturan algoritma mesin pencari.

Ada beberapa hal yang mendapat pengaruh baik dari *website* yang memiliki SEO bagus, diantaranya.

- a. *Ranking* dan *traffic*. Peringkat yang baik memungkinkan *traffic* yang datang dari *search engine* sangat besar
- b. *Brand awareness* meningkat. SEO dapat membantu meningkatkan kemampuan pelanggan potensial untuk mengingat suatu perusahaan, produk atau *web* dalam kategori tertentu (*brand awareness*). Meskipun pada awalnya tidak begitu berefek pada tingkat penjualan, namun *brand awareness* dapat menjadi tolak ukur eksistensi perusahaan, produk atau *web* di mata publik. Mereka akan mengenal dengan baik *web*, perusahaan dan produk/layanan Anda. Pada perjalanan panjangnya Anda akan menemukan selling point yang tepat guna meningkatkan jumlah penjualan dan daya jual produk atau jasa yang ditawarkan.
- c. *Visibilitas* dan *Otoritas*. SEO memungkinkan *web* Anda memiliki visibilitas dan otoritas di search engine serta dunia internet dalam jangka waktu yang relatif panjang, tentunya bila didukung oleh praktek SEO yang baik dan sehat (*whitehat*) karena cara-cara yang buruk seperti *spamming*, kata kunci *stuffing*, *cloaking*, membuat *dooway pages* dan praktek-praktek *blackhat* SEO lainnya akan melukai *website* Anda. Efek SEO curang dalam jangka waktu pendek akan mendapat penalti sangat besar, sehingga usaha brand building yang sedang dilakukan dapat rusak jika *website* telah dicap sebagai *spammer*.
- d. *Revenue* atau ROI tinggi. Kampanye SEO yang dilakukan dengan baik dan efisien akan memberikan ROI atau hasil investasi jauh lebih besar dibanding kampanye-kampanye *marketing/advertising* lainnya., karena SEO tidak

membutuhkan biaya apapun kecuali jika Anda menggunakan jasa SEO. Ada satu hal yang perlu diperhatikan jika menggunakan jasa SEO, pastikan benar yang mengerti tentang SEO dan tidak melakukan praktek *blackhat* karena dapat merugikan *web* dan bisnis Anda kedepannya.

Strategi Membuat SEO

Dalam membuat SEO Anda harus memilihlah kata kunci yang tepat. Langkah ini sangat penting dalam SEO. Temukan kata kunci yang populer dan kata-kata yang berhubungan dengan bisnis kita. Lalu cari tahu popularitas, padu padan dan pesaing dari setiap kata kunci tersebut. Kata kunci yang cukup populer dan sedikit pesaing dapat dipilih sebagai kata kunci andalan. Ada beberapa alat SEO di Internet yang dapat membantu kita, seperti Wordtracker dan Yahoo. Berikut ini hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memilih kata kunci yang tepat.

- a. **Mengoptimalkan taktor-faktor pendukung lainnya.** Setelah selesai menganalisa dan memilih kata kunci yang paling tepat, selanjutnya mengoptimalkan faktor-faktor pendukung lainnya, seperti *title tags*, *description tags*, *meta keywords tags*, *heading text*, *link URL*, *link text*, *image alt*, *comment* dan halaman *web text body* (tidak disembunyikan dalam teks HTML). Sebaiknya sesuaikan dengan aturan yang berlaku di masing-masing mesin pencari dalam menampilkan judul.
- b. **Daftarkan kembali *website* ke semua mesin pencari.** Kita dapat mendaftarkan kembali *website* ke semua mesin pencari, seperti Google, Yahoo, MSN, dan lain sebagainya. Setiap kali mesin pencari mendata kata kunci yang kita pilih, maka secara otomatis *website* kita pun ikut naik peringkatnya dalam *list* pencarian.
- c. ***Link Exchange*.** Program ini bertujuan untuk saling bertukar *link* dengan *website* lain yang berhubungan dengan bisnis kita. Perhatikan *link* yang tidak relevan, karena dapat mengganggu *website* kita dan beresiko ditolak oleh mesin pencari.
- d. **Pengawasan dan optimalisasi ulang.** Sering-seringlah memeriksa posisi *website* di mesin pencari dengan menggunakan kata kunci pilihan.
- e. **Perhatikan isi *website*.** Usahakan menambahkan isi SEO secukupnya dan artikel yang sesuai dengan tema utama *website*. Selain itu konten harus berkualitas dan selalu diperbaharui

Tujuan Pembelajaran 7.3:

Melakukan Riset Pasar

Tekait dengan riset market, peran Google diantaranya adalah memberikan informasi yang cukup mengenai beberapa hal berikut ini:

1. Mengetahui selera konsumen

Mengetahui selera konsumen merupakan salah satu tujuan melakukan riset market. Banyak cara yang bisa dilakukan misalnya saja dengan membuka survey atau polling untuk produk yang kita jual, bisa juga menyediakan kotak saran sehingga konsumen bisa memberi masukan terhadap produk yang di jual.

2. Mengamati Pesaing

Mengetahui karakteristik pesaing merupakan hal yang paling penting diketahui oleh seorang pebisnis. Riset market bisa dilakukan dengan menggunakan Google yaitu dengan mencari produk atau brand yang sama dengan yang Anda jual.

Amatilah hal-hal yang mereka lakukan untuk menarik minat konsumen. Setelah mengetahui apa-apa saja yang dilakukan oleh pesaing, kita bisa melakukan strategi pemasaran dalam menghadapi pesaing diantaranya meniru/mengembangkan apa yang dilakukan pesaing atau melakukan sesuatu yang lebih unggul dibandingkan pesaing.

3. Mencari ide baru

Seorang pebisnis online harus berpikir inovatif. Artinya mereka harus terus mengeluarkan ide-ide baru untuk produknya. Hal ini sangat perlu dilakukan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang itu-itu saja. Hal ini juga termasuk bagian dari riset pasar.

Melalui Google, kita bisa mencari hal-hal apa saja yang sedang menjadi trend, kemudian bisa diaplikasikan ke dalam produk Anda. Misalnya saja Anda membuka sebuah usaha toko roti. Dengan riset pasar melalui Google, kita juga bisa mengetahui hal yang sedang trend misalnya trend cupcake, macaroni dan sebagainya. Maka kita bisa menjual produk tersebut pada toko online yang kita bangun.

Fasilitas Google Untuk Mendukung Proses Riset market

Di atas tadi beberapa hal yang menjadi tujuan utama dalam melakukan riset market. Beberapa tools Google yang efektif untuk mendukung riset market:

1. Google Keyword Planner Tool

Fasilitas ini digunakan untuk mengetahui informasi seputar keyword atau kata kunci yang digunakan berkaitan dengan produk yang ada pada bisnis kita. Tool ini sangat bermanfaat untuk mendapatkan ide-ide kata kunci baru serta peluang-peluang lain yang bisa dilakukan seputar bisnis yang di bidik.

Dengan tools ini, bisa mengetahui jumlah pencari sebuah kata kunci dan juga kata kunci lainnya yang sering diketikkan di mesin pencari Google. Dengan begitu, kita bisa mendapatkan lebih banyak target audiens untuk website bisnis.

2. Google Trends

Tools ini dapat digunakan untuk mengetahui topik yang sedang trend di internet. Sangat cocok digunakan untuk yang punya website/ blog dengan topik news juga toko online yang menjual produk-produk terbaru. Google trends selalu menampilkan update terbaru hal-hal yang sedang hangat dan banyak dicari di internet.

3. Google documents

Fasilitas Google yang satu ini bisa dimanfaatkan untuk membuat polling atau survey secara online. Hal ini dilakukan untuk tujuan riset market yang paling utama yaitu untuk mengetahui selera konsumen. Dengan adanya polling ini, maka seorang pebisnis dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen.

4. Google consumer surveys

Fasilitas yang satu ini hampir mirip dengan fasilitas Google documents yaitu untuk melakukan survey secara online, hanya saja Google consumer surveys ini mengkaji lebih dalam lagi yaitu untuk mengetahui minat konsumen dan pertanyaan-pertanyaan lainnya. Namun fasilitas ini tidak bisa digunakan secara gratis. Anda harus membayar sebesar \$0.1 per orangnya.

C. SOAL LATIHAN/TUGAS

1. Selain yang telah dijelaskan diatas cobalah cari yang lain bagaimana menarik calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang dimiliki, jelaskan dan berikan contoh!
2. Teknik SEO terdiri dari SEO On Page dan SEO Off Page, jelaskan maksudnya dan berikan contoh masing-masing
3. Bagaimana syarat membuat kata kunci yang baik untuk meningkatkan ranking pengunjung, jelaskan!
4. Bagaimana melakukan Riset Pasar Online terhadap Kompetitor selain yang telah dijelaskan diatas, jelaskan dan berikan contoh!
5. Bagaimana proses kerja Google melakukan pencarian web, jelaskan!

D. DAFTAR PUSTAKA

Buku

Electronic Commerce : The Strategic Perspective , by Richard T. Watson, Pierre Berthon, Leyland F. Pitt, and George M. Zinkhan, Copyright © 2008 , The Global Text Project is funded by the Jacobs Foundation, Zurich, Switzerland.

eCommerce and eBusiness, by Zorayda Ruth Andam, May 2003, e-Asean Task Force UNDP APDP.

Onno W. Purbo, Dkk, Mengenal eCommerce, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001

Link and Sites:

G.
staffsite.gunadarma.ac.id/lulu/index.php?stateid=download&id
<http://www.crmbuyer.com/story/64103.html>
<http://www.ecommerce-web-hosting-guide.com/ecommerce-business-models.html>
http://deris.unsri.ac.id/materi/deris/ecommerce_deris.pdf

GLOSARIUM

Impulse buying adalah mengubah daya tarik orang yang awalnya tidak berniat membeli menjadi membeli.

Search Engine Optimization (SEO) merupakan upaya untuk meraih peringkat utama di hasil pencarian search engine

Ranking dan traffic adalah peringkat yang baik memungkinkan traffic yang datang dari search engine sangat besar

Link Exchange adalah merupakan program yang bertujuan untuk saling bertukar link dengan website lain yang berhubungan dengan bisnis kita

Google Keyword Planner Tool adalah Fasilitas ini digunakan untuk mengetahui informasi seputar keyword atau kata kunci yang digunakan berkaitan dengan produk bisnis kita