**Kelompok 1, Anggota Kelompok :**

Adinda Tuffahati (201950011)

Venny (201950274)

Darra Sekarwangi (201950295)

Nicholas (201950241)

Matius Abraham (201950318)

**Pemasaran Online**  adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet. Internet yang merupakan salah satu penemuan mutakhir era globalisasi di bidang teknologi informasi sangat menguntungkan semua manusia di seluruh dunia untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, termasuk berbagi informasi produk / jasa yang dijual.

**Keuntungan / Kelebihan Pemasaran Online**

1. Pemasaran Online memberi akses yang luas bagi para pelanggan
2. Internet merupakan media yang mampu melintas batas-batas geografi
3. Pemasaran Online memungkinkan bisnis anda akan tersedia 24 x 7 hari
4. Biaya lebih efisien
5. Menghemat banyak waktu dan usaha

**Kekurangan Pemasaran Online**

1.      Ketergantungan pada teknologi

2.      Isu keamanan dan privasi

3.      Akses teknologi yang belum merata

4.      Transparansi harga, sehingga berakibat meningkatnya kompetisi harga

5.      Kompetisi global.S

Perbandingan Pemasaran Online dengan Pemasaran Offline

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Keterangan | Online | Offline |
| 1 | Media | Internet | Brosur, papan Iklan |
| 2 | Waktu | 7 x 24 jam | Terbatas |
| 3 | Biaya | Lebih efisien | Tidak efisien |
| 4 | Pekerja | Sedikit pekerja | Banyak Pekerja |
| 5 | Keuntungan | Lebih efisien | Kurang efisien |

**jenis / macam Pemasaran Online:**

**a.    E-mail marketing dan sales letter**.

Pemasaran melalui email dan surat penawaran atau sales letter saat ini  menjadi andalan para marketer kelas dunia dalam memasarkan produk produknya secara online di internet. Bagaimana email dan salesletter ini bekerja? Anda pasti pernah menerima email yang berisi uraian, cerita, ajakan dan apapun yang akhirnya menuju ke sebuah atau beberapa link untuk dikunjungi bukan. Itulah email marketing. Cara kerjanya adalah mengirim email kepada seseorang atau beberapa  orang secara masal yang berisi hal hal di atas dan pada akhirnya menuju ke satu arah yakni 'penjualan'. Email adalah media dan sales letter adalah isinya.

**b.    Video marketing**

Mendapatkan pengunjung dengan menggunakan video sebagai media marketing adalah salah satu yang terbaik saat ini. Buatlah video dan unggah (upload) ke situs situs video sharing terkenal seperti Youtube dan lain sebagainya. Bagaimana video marketing bekerja?. Video yang diunggah adalah bersifat publik (Youtube) yang artinya siapa saja dapat mengaksesnya. Dari video ini, seperti di Youtube bisa digunakan untuk menaruh link link. dari sanalah datang pengunjung.

Hampir tidak ada persayaratan tertentu untuk mengunggah video seperti di Youtube. Video apa saja bisa disimpan disana dan siap disaksikan oleh pengguna internet di seluruh penjuru dunia. Kembali ke marketing video, masalahnya adalah bagaimana sebuah video disukai dan ditonton banyak orang. Banyak hal yang dapat kita masukkan dalam video yang menarik banyak pengunjung. Buatlah (uploadlah) video yang sekiranya banyak dicari dan disukai orang.

**c.    Social media marketing**

Seperti kita ketahui pengguna social media seperti facebook, twitter, dan BBM begitu banyak jauh diatas melampui media media lain di internet. Oleh karena itu pula social media khususnya facebook dan twitter menjadi media internet marketing yang paling baik. Misal Anda mempunyai 1000 teman di facebook itu artinya ada 1000 orang yang akan melihat update Anda. Apa artinya ini, artinya jika 10 % saja mengklik link yang disertakan di update status Anda maka itu adalah 100 pengunjung.

**d.    Partnership / Affiliate Marketing (pemasaran metode afiliasi)**.

Jenis internet marketing ini adalah dengan cara memanfaatkan para pengiklan. Para pengiklan yang menjual produknya dengan cara online bisa membangun jaringan afiliasi. Jaringan afiliasi adalah dengan melibatkan orang lain dalam penjualan produk yang ada. contohnya ialah www.amazon.com, www.tokobagus.com, www.kaskus.us, dan sebagainya.

**e.    Search Engine Marketing (pemasaran menggunakan mesin pencari).**

Jenis pemasaran ini melalui search engine seperti Google dan Yahoo. Sebaian besar orang yang tidak tahu di mana harus mencari dan mendapatkan informasi yang mereka inginkan biasanya mereka mencarinya di situs mesin pencari itu (Google atau Yahoo). Maka dari itu, jika perusahaan anda / usaha anda belum dikenali publik atau bahkan sudah dikenali banyak orang, cara paling istimewa dan spektakuler yang sebaiknya Anda lakukan yaitu berusaha untuk mendapat tempat teratas pada mesin pencari (Google atau Yahoo). Setidaknya pada halaman pertama di mesin pencari. Sesuatu hal yang sangat penting bagi Anda untuk memastikan bahwa situs Anda terdaftar dan terlampir dalam mesin pencari terkenal seperti google atau yahoo, apalagi pada halaman pertama . Banyak cara yang dapat Anda lakukan supaya website yang Anda miliki terindeks pada mesin pencari tersebut (Google atau Yahoo) yang dikenal dengan Search Engine Optimization (SEO).

**Pemasaran Online**  adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet. Internet yang merupakan salah satu penemuan mutakhir era globalisasi di bidang teknologi informasi sangat menguntungkan semua manusia di seluruh dunia untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, termasuk berbagi informasi produk / jasa yang dijual.

**Keuntungan / Kelebihan Pemasaran Online**

1. Pemasaran Online memberi akses yang luas bagi para pelanggan
2. Internet merupakan media yang mampu melintas batas-batas geografi
3. Pemasaran Online memungkinkan bisnis anda akan tersedia 24 x 7 hari
4. Biaya lebih efisien
5. Menghemat banyak waktu dan usaha.

**Kekurangan Pemasaran Online**

1.      Ketergantungan pada teknologi

2.      Isu keamanan dan privasi

3.      Akses teknologi yang belum merata

4.      Transparansi harga, sehingga berakibat meningkatnya kompetisi harga

5.      Kompetisi global.S

Perbandingan Pemasaran Online dengan Pemasaran Offline

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Keterangan | Online | Offline |
| 1 | Media | Internet | Brosur, papan Iklan |
| 2 | Waktu | 7 x 24 jam | Terbatas |
| 3 | Biaya | Lebih efisien | Tidak efisien |
| 4 | Pekerja | Sedikit pekerja | Banyak Pekerja |
| 5 | Keuntungan | Lebih efisien | Kurang efisien |

**jenis / macam Pemasaran Online:**

**a.    E-mail marketing dan sales letter**.

Pemasaran melalui email dan surat penawaran atau sales letter saat ini  menjadi andalan para marketer kelas dunia dalam memasarkan produk produknya secara online di internet. Bagaimana email dan salesletter ini bekerja? Anda pasti pernah menerima email yang berisi uraian, cerita, ajakan dan apapun yang akhirnya menuju ke sebuah atau beberapa link untuk dikunjungi bukan. Itulah email marketing. Cara kerjanya adalah mengirim email kepada seseorang atau beberapa  orang secara masal yang berisi hal hal di atas dan pada akhirnya menuju ke satu arah yakni 'penjualan'. Email adalah media dan sales letter adalah isinya.

**b.    Video marketing**

Mendapatkan pengunjung dengan menggunakan video sebagai media marketing adalah salah satu yang terbaik saat ini. Buatlah video dan unggah (upload) ke situs situs video sharing terkenal seperti Youtube dan lain sebagainya. Bagaimana video marketing bekerja?. Video yang diunggah adalah bersifat publik (Youtube) yang artinya siapa saja dapat mengaksesnya. Dari video ini, seperti di Youtube bisa digunakan untuk menaruh link link. dari sanalah datang pengunjung.

Hampir tidak ada persayaratan tertentu untuk mengunggah video seperti di Youtube. Video apa saja bisa disimpan disana dan siap disaksikan oleh pengguna internet di seluruh penjuru dunia. Kembali ke marketing video, masalahnya adalah bagaimana sebuah video disukai dan ditonton banyak orang. Banyak hal yang dapat kita masukkan dalam video yang menarik banyak pengunjung. Buatlah (uploadlah) video yang sekiranya banyak dicari dan disukai orang.

**c.    Social media marketing**

Seperti kita ketahui pengguna social media seperti facebook, twitter, dan BBM begitu banyak jauh diatas melampui media media lain di internet. Oleh karena itu pula social media khususnya facebook dan twitter menjadi media internet marketing yang paling baik. Misal Anda mempunyai 1000 teman di facebook itu artinya ada 1000 orang yang akan melihat update Anda. Apa artinya ini, artinya jika 10 % saja mengklik link yang disertakan di update status Anda maka itu adalah 100 pengunjung.

**d.    Partnership / Affiliate Marketing (pemasaran metode afiliasi)**.

Jenis internet marketing ini adalah dengan cara memanfaatkan para pengiklan. Para pengiklan yang menjual produknya dengan cara online bisa membangun jaringan afiliasi. Jaringan afiliasi adalah dengan melibatkan orang lain dalam penjualan produk yang ada. contohnya ialah www.amazon.com, www.tokobagus.com, www.kaskus.us, dan sebagainya.

**e.    Search Engine Marketing (pemasaran menggunakan mesin pencari).**

Jenis pemasaran ini melalui search engine seperti Google dan Yahoo. Sebaian besar orang yang tidak tahu di mana harus mencari dan mendapatkan informasi yang mereka inginkan biasanya mereka mencarinya di situs mesin pencari itu (Google atau Yahoo). Maka dari itu, jika perusahaan anda / usaha anda belum dikenali publik atau bahkan sudah dikenali banyak orang, cara paling istimewa dan spektakuler yang sebaiknya Anda lakukan yaitu berusaha untuk mendapat tempat teratas pada mesin pencari (Google atau Yahoo). Setidaknya pada halaman pertama di mesin pencari. Sesuatu hal yang sangat penting bagi Anda untuk memastikan bahwa situs Anda terdaftar dan terlampir dalam mesin pencari terkenal seperti google atau yahoo, apalagi pada halaman pertama . Banyak cara yang dapat Anda lakukan supaya website yang Anda miliki terindeks pada mesin pencari tersebut (Google atau Yahoo) yang dikenal dengan Search Engine Optimization (SEO).

**WORD OF MOUTH**

Social media merupakan contoh dari Word Of Mouth (WOM). WOM merupakan alat pemasaran yang kuat. WOM adalah proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. WOM dapat berupa komentar atau rekomendasi yang disebarkan pelanggan berdasarkan pengalaman yang diterimanya, memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak lain.

**FORMS OF WORD OF MOUTH**

Viral marketing adalah suatu bentuk Word Of Mouth online, atau ”Word of Mouse”, yang mendorong konsumen untuk menyerahkan produk dan layanan yang dikembangkan perusahaan atau audio, video, atau informasi tertulis kepada orang lain secara online.

**CREATING WORD-OF-MOUTH BUZZ**

Perusahaan dapat membantu menciptakan desas-desus untuk produk atau layanan mereka, dan media dan iklan tidak selalu diperlukan untuk itu terjadi.

Nilai pelanggan untuk perusahaan sebagian tergantung pada kemampuannya dan kemungkinan untuk membuat rujukan dan terlibat dalam kata-kata positif dari mulut ke mulut. Namun, sama bermanfaatnya dengan mendapatkan informasi positif dari konsumen dari mulut ke mulut, membuat konsumen terlibat langsung dengan perusahaan dan memberikannya dengan umpan balik dan saran dapat menghasilkan loyalitas dan penjualan yang lebih besar. Tangga loyalitas pelanggan :

1. Satisfaction (Kepuasan),
2. Repeat Purchase (Pembelian Berulang),
3. Word of Mouth/buzz (Komunikasi dari mulut ke mulut/desas-desus),
4. Evangelism (Penginjilan),
5. Ownership (Kepemilikan).

**MEASURING THE EFFECTS OF WORD OF MOUTH**

Banyak pemasar berkonsentrasi pada efek online dari WOM, mengingat kemudahan melacak mereka melalui iklan, PR, agensi digital. Melalui informasi demografis atau proksi untuk informasi dan cookie, perusahaan dapat memantau apa yang pelanggan lakukan terhadap produknya.

**Mobile Marketing**

**Cakupan Pemasaran**

Mobile Marketing atau Pemasaran melalui Ponsel memiliki cakupan yang sangat luas untuk menjangkau para konsumennya, karena penggunaan ponsel pada masa kini kerap meningkat, dikarenakan kegunaan ponsel yang juga semakin meningkat (dari ponsel sederhana yang hanya dapat menelefon dan mengirim pesan, hingga ponsel pintar / smartphone yang mampu melakukan transaksi dan pengiriman berkas).

Dengan pemasaran melalui ponsel, pemasar dapat lebih mudah memasarkan produknya melalui beberapa media seperti Youtube / Instagram / Facebook, serta memperbolehan para konsumen untuk mendapat pengalaman dari produk tersebut aplikasi yang dapat diunduh.

**Developing Effective Mobile Marketing Programs**

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan jika memasarkan melalui ponsel:

1. Iklan harus tidak melebihi setengah dari layer ponsel agar tidak mengganggu penglihatan pengguna ponsel, memakan kuota internet yang berlebihan, serta membuang waktu pelanggan.
2. Menggunakan kata-kata yang singkat, padat, dan jelas, yang ditampilkan dalam 2 baris: penawarannya dan tagline nya.
3. Logo harus diletakkan pada pinggiran iklan.
4. Menggunakan 1 warna terang, dan tidak melebihi dari 2 warna terang. Action Buttons / Tombol untuk membuat keputusan harus juga diwarnai dengan warna yang menonjol.

**Mobile Marketing Across Markets**

Upaya pemasaran melalui ponsel juga harus dikondisikan dengan prilaku target marketnya, karena tidak semua orang memiliki pengalaman yang sama dengan ponsel mereka. Pemasar harus mengetahui prilaku target marketnya sebelum memilih media yang digunakan untuk memasarkan produk.

**Rangkuman**

1. Pemasaran online memberi para pemasar peluang untuk interaksi dan individualisasi yang jauh lebih besar melalui situs web yang dirancang dan dijalankan dengan baik, iklan pencarian, iklan bergambar, dan email.
2. Media sosial datang dalam berbagai bentuk: komunitas online dan forum, blog, dan jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan youtube.
3. Media sosial menawarkan pemasar kesempatan untuk memiliki suara publik dan kehadiran online untuk merek mereka dan memperkuat komunikasi lainnya. Pemasar dapat membangun atau memanfaatkan komunitas online, mengundang partisipasi dari konsumen dan menciptakan aset pemasaran jangka panjang dalam proses tersebut. Media sosial menjadi satu-satunya sumber komunikasi pemasaran untuk suatu merek.
4. Pemasaran dari mulut ke mulut(Word-of-Mouth) menemukan cara untuk melibatkan pelanggan sehingga mereka akan memilih untuk berbicara secara positif dengan orang lain tentang produk, layanan, dan merek. Viral marketing mendorong orang untuk bertukar informasi online terkait produk atau layanan.
5. Pemasaran seluler(Mobile Marketing) merupakan bentuk pemasaran interaktif yang semakin penting dimana pemasar dapat menggunakan pesan teks, aplikasi perangkat lunak, dan iklan untuk terhubung dengan konsumen melalui Smartphone dan tablet mereka.