

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi memiliki arti penetapan sasaran dan arah tindakan serta alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Strategi adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan pesaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar saluran tersebut

Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis (Tjiptono & Diana, 2020)

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2013)

B. Digital Marketing

Digital Marketing atau bisa disebut Pemasaran Digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat

berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online (Chakti, 2019)

“Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to to achieves marketing objectives.”. Artinya *Digital Marketing* merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu (Chaffey & Chadwick, 2016)

Digital marketing melibatkan beberapa prinsip yang sama dengan pemasaran tradisional dan sering dianggap sebagai cara baru bagi perusahaan untuk mendekati konsumen dan memahami perilaku mereka. *Digital marketing* adalah penggunaan teknologi digital dan perangkat yang didukung koneksi internet untuk mencapai target pemasaran (Thompson, 2018).

Terdapat teknik dan alat digital marketing yang dapat digunakan untuk membuat suatu perusahaan berkembang dan menghasilkan profit sesuai dengan ekspektasi. Untuk mencapai kesuksesan melalui metode pemasaran digital tersebut diperlukan pengalaman dan pemilihan strategi yang tepat. Terdapat beberapa strategi *digital marketing* yang dapat dimanfaatkan. Beberapa strategi *digital marketing* tersebut, yaitu meliputi:

1. Media Sosial

Media sosial memegang peran penting dalam kesuksesan perusahaan di dunia digital. Eksistensi dan aktivitas suatu perusahaan di media sosial meningkatkan popularitas produk, *traffic*, menciptakan konsumen yang loyal, dan tentu saja meningkatkan penjualan.

2. Konten Digital

Konten digital biasanya terdapat pada media sosial. Konten yang berkualitas tidak hanya memberikan kesan mendalam bagi audiens, tetapi juga berpotensi untuk menimbulkan penghubung target pasar dengan perusahaan. Selain menjadi penghubung, konten berkualitas yang berhasil menyelesaikan masalah akan menciptakan kepercayaan dan loyalitas.

3. *Influencer*

Terdapat alasan kuat semakin banyak selebriti beredar di media sosial. Medsos memberikan lahan peluang usaha bisnis baru. Suatu perusahaan bisa memanfaatkan *influencer* untuk membuat bisnis Anda semakin populer.

4. Email

Email termasuk kategori strategi digital marketing yang cukup kuno. Namun, ternyata strategi ini masih dapat diandalkan. Riset McKinsey juga bilang kalau *email marketing* itu 40x lebih efektif dari channel pemasaran macam sosial media.

5. *Search Engine Optimization* (SEO)

SEO bisa menjadi strategi pemasaran digital yang efektif untuk pebisnis pemula dan UKM. Manfaat utama SEO adalah menarik perhatian orang melalui hasil pencarian mesin pencari. Pengoptimalan *keyword* akan berperan vital dalam menarik *traffic* dan jumlah pengunjung yang banyak. Selain meningkatkan *traffic* dan jumlah pengunjung, strategi ini juga mampu memperkuat citra dari brand perusahaan.

C. Pengertian Media Sosial

Sosial media merupakan pergeseran penyebaran informasi dari mekanisme broadcast (*one-to-many*) menjadi mekanisme *many-to-many*. “Media sosial adalah konten berisi informasi yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum” (Nasrullah. , 2015). Berikut ini adalah contoh dari beberapa media soial tersebut :

1. *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. *Instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* kita mem-*follow* akun *instagram* kita. Makin populernya *instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat *Instagram* (Nisrina, 2015)

a. Kelebihan *instagram*

Keamanan dan Privasi Bagi Penggunaanya pada *Instagram* dinilai sangat ketat. Mempunyai fitur unik dan menarik yaitu saat kita selesai membuat foto atau pun video pada aplikasi *instagram*, kita bisa menambahkan efek dan filter lucu dan menarik yang tersedia. Dan dapat melakukan siaran langsung, Selain itu *Instagram* juga menyediakan fitur akun bisnis bagi penggunaanya Untuk pengguna yang memiliki bisnis, *instagram* memiliki fitur yang sangat memudahkan kita dalam menjalani bisnis. Dengan mengubah akun pribadi menjadi akun bisnis, kita bisa melakukan promosi, membuat katalog, dan menentukan target market yang sesuai dengan bisnis yang kita jalani.

Kekurangan *Instagram*

Instagram terus mengembangkan fitur - fitur baru secara berkala. Namun, pengguna bisa menikmati fitur baru tersebut setelah kita meng-*update* aplikasi *Instagram*, oleh karena itu pengguna harus melakukan *update* secara berkala. Kemudian, *Instagram* juga cukup banyak menghabiskan paket data. Salah satu akibat dari *update* aplikasi yang dilakukan secara berkala adalah semakin besar juga paket data yang digunakan. Ditambah lagi saat ini *Instagram* lebih memfokuskan pada video dari pada foto. Sehingga akan menghabiskan cukup banyak paket data jika menggunakan aplikasi *Instagram*.

2. *TikTok*

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi *TikTok* adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

a. Kelebihan *TikTok*

TikTok memiliki tampilan yang unik dan menarik. Tampilan dalam aplikasi *TikTok* memiliki ciri khas sendiri yang menjadi keunggulan dan beda. Tampilannya yang simple dan mudah diakses menjadikan nyaman bagi para penggunanya. Tidak hanya itu saja *TikTok* juga menawarkan berbagai fitur salah satunya tampilan video yang jernih dan nyata. Hal ini juga bisa dinikmati di *TikTok*, karena sesuai tujuan utama aplikasi ini untuk membuat video yang berbeda dari yang lain dan menawarkan kualitas yang bagus, selain itu video yang ditawarkan sangatlah singkat dan berdurasi kurang lebih 1 sampai 10 menit. Dengan durasi yang singkat para pengguna lama maupun baru akan merasa lebih nyaman dan tidak merasa bosan saat menggunakannya.

b. Kekurangan *TikTok*

kekurangan pertama dari *TikTok* yaitu masih banyak terdapat video dan konten yang tidak bertanggungjawab. Konten tersebut sengaja dibuat untuk kepentingan individu dan supaya viral. Dampak negatif tersebut segera mungkin diperbaiki supaya para penggunanya bisa nyaman dalam menumbuhkan kreatifnya. Selain itu aplikasi *TikTok* yang masih terlalu besar. Dan yang terakhir yaitu masih terdapat banyak pemblokiran akun. Maksudnya bagi mereka yang memiliki akun *TikTok* yang melakukan atau menggunakan *TikTok* dengan tidak sewajarnya dan tidak mematuhi aturannya maka akan diblokir. Pemblokiran akun *TikTok* ini opsional dan tergantung seberapa berat pelanggaran yang dilakukan.

3. *Facebook*.

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas berdasarkan negara, hobi, kota, kerja, sekolah dan daerah untuk melakukan komunikasi. Besarnya jumlah pengguna *facebook* menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian orang untuk menjadikannya sebagai media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari (Yudhanto & Prasetyo, 2018)

a. Kelebihan *Facebook*

Salah satu kelebihan dari *Facebook* adalah dapat dengan mudah digunakan oleh siapapun. Kemudian *Facebook* juga memiliki Fitur Status dan *Stories*. Dengan adanya fitur ini, pengguna dapat dengan mudah memposting sebuah status seperti cerita, foto, dan video. Selain itu juga bisa memposting *stories* atau *story*. Selain dua fitur

tersebut, masih banyak lagi Fitur *Facebook* lain seperti *Live Streaming, Fanspage, Dark Mode*, dan masih banyak lagi. Tidak hanya digunakan sebagai medial sosial saja, *facebook* juga dapat digunakan sebagai media promosi produk atau brand bisnis. Dengan membuat *status, stories*, ataupun memanfaatkan fitur *marketplace*. Palsalnya fb memang sengaja membuat fitur yang bisa penggunaan untuk mempromosikan produk atau *brand* produk mereka, bahkan anda bisa membuat *fanspage* atau halaman khusus untuk bisnis yang kemudian dapat dipromosi secara manual ataupun otomatis dengan membayar biaya promosi ke pihak *Facebook* atau lebih dikenal dengan sebutan *Facebook Adsense*.

b. Kekurangan *Facebook*

Kekurangan dari sosial media *facebook* ini karena tidak adanya fitur pencarian konten sehingga untuk menemukan produk yang dikehendaki akan sulit. Pada *facebook* hanya menyediakan fitur pencarian akun, grup, pengguna lain, dan halaman *fanpage*. Sehingga untuk mencari produk yang dikehendaki pengguna lain harus mengetahui betul nama *fanpage* baru masuk pada halaman profil, selain itu banyaknya pengguna *facebook* dan teman yang mencapai hingga ribuan kemungkinan postigan iklan produk akan mudah tenggelam, sebaiknya akun *Facebook* menggunakan *Facebook ads*, karena dengan menggunakan *Facebook ads* akan, mempromosikan bisnis secara leluasa. Tanpa terbatas jarak apapun,

kemudian *facebook ads* mampu menargetkan kepada siapa, customer seperti apa, yang menjadi target. Mulai dari rentang usia, jenis kelamin, lokasi, *interest* dengan begitu produk atau *brand* yang dimiliki akan tersampaikan dengan baik kepada orang-orang yang mempunyai *interest* terhadap produk yang dijual.

4. *WhatsApp*

WhatsApp adalah aplikasi yang dibuat untuk mempermudah manusia untuk berkomunikasi di era perkembangan teknologi saat ini. *Whatsapp* merupakan bagian dari media sosial yang memudahkan semua para penggunanya untuk dapat saling berbagi informasi satu sama lain. Penggunaan *WhatsApp* telah digunakan oleh hampir seluruh kalangan masyarakat karena penggunaannya yang terbilang cukup mudah. *WhatsApp* merupakan aplikasi berbasis internet yang memudahkan penggunanya pada saat berkomunikasi dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia (Jumiatmoko, 2016)

a. Kelebihan *WhatsApp*

WhatsApp sangat mudah digunakan bahkan oleh pemula sekalipun. Mereka tidak akan kesulitan untuk menggunakan aplikasi ini meskipun baru pertama kali memakainya, selain itu ada beberapa fitur yang dapat mendukung kegiatan bisnis. *WhatsApp* memiliki Fitur Pesan Otomatis. Fitur pesan otomatis atau *auto reply* menjadi salah satu fitur andalan bagi para pelaku bisnis. Fitur ini memungkinkan untuk mengatur pesan otomatis yang diinginkan untuk menjawab pelanggan, terutama jika berada di luar jam

operasional. Terdapat tiga fitur dalam Fitur pesan otomatis yaitu yang pertama adalah *Greeting message*, yang dapat digunakan sebagai pesan otomatis terhadap konsumen saat mereka menghubungi akun WA bisnis untuk pertama kalinya. Kemudian *Quick replies*, yang berfungsi untuk membalas cepat seluruh pesan yang serupa atau *Frequently Asked Questions* (FAQ) dan yang terakhir adalah *Away message*, yang dapat digunakan untuk merespon pesan konsumen secara otomatis di luar jam operasional atau ketika sedang sibuk. Dengan adanya fitur tersebut maka tidak perlu untuk mengetik satu persatu yang tentu saja dapat membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menjawab chat pelanggan

b. Kekurangan *WhatsApp*

Kekurangan *WhatsApp* adalah adanya limitasi jumlah *device*. Saat ini WA Bisnis hanya dapat digunakan pada dua *device* saja. Apabila membutuhkan akses di lebih dari dua *device*, maka harus membuat akun WA Bisnis lainnya dengan nomor baru. Hal ini sangat tidak efektif untuk dilakukan oleh bisnis. Kemudian kekurangan yang selanjutnya adalah tidak dapat mengubah nomor telepon pada akun *WA Business*. Jika ingin menggunakan nomor baru, maka Anda perlu membuat akun WA Bisnis yang juga baru. Selain itu penting untuk diingat bahwa tidak bisa menggunakan satu nomor yang sama untuk akun *WA Business* dan *WhatsApp messenger* biasa.