

Penerapan *Digital Marketing* pada Website Toko Media Computer Jatinangor

Sarah Ula Lutfiah^{#1}, Julianti Kasih^{*2}

[#]Program Studi Teknik Informatika, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Surya Sumantri No.65, Bandung, Indonesia

Telp. (022) 2012186

¹sarahula.lutfiah@gmail.com

²julianti.kasih@it.maranatha.edu

Abstract — **Digital marketing seems to have become a part of everyday life. Companies and businesses have already used digital marketing as a promotional channel to alleviate physical constraints caused by the Covid-19 epidemic. This final project study involves the use of digital marketing. The final project intends to develop a website and social media platforms such as Instagram and TikTok for Toko Media Computer Jatinangor. This report presents the use of both primary and secondary data. In the form of business data, preliminary data was collected via owner interviews. Secondary data in digital marketing papers managed to gather from publications. The WordPress platform was used to create the website. The report's findings will be examined using Google Analytics, Google Search Console, Instagram insights, and TikTok creator tools.**

Keywords— *Digital marketing, Google Analytics, Google Search Console, Search Engine Optimization, Wordpress.*

I. PENDAHULUAN

Digital marketing sudah banyak digunakan pada era ini. *Digital marketing* menjadi salah satu solusi dalam menghadapi pembatasan kontak fisik dalam hal bisnis akibat dari Pandemi Covid-19. Dengan menggunakan *digital marketing* suatu bisnis maupun perusahaan dapat lebih menjangkau pelanggan maupun calon pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang bisnis maupun perusahaan tersebut.

Toko Media Computer adalah toko yang menjual jasa pada pelanggan tentang peralatan elektronik seperti komputer, laptop, atau *printer*. Sebelumnya toko Media Computer belum menerapkan *digital marketing* dalam kegiatan bisnisnya sehingga mengalami kendala dampak dari Pandemi Covid-19. Proses bisnis akan berjalan ketika ada pelanggan yang datang langsung ke toko tersebut.

Dengan menerapkan *digital marketing* pada toko Media Computer, toko tersebut dapat menjangkau calon pelanggan baru lebih banyak lagi serta mengenalkan toko Media Computer lebih detail kepada pelanggan yang datang maupun calon pelanggan yang akan datang.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara memperkenalkan toko Media Computer Jatinangor kepada masyarakat, bagaimana cara untuk menaikkan *ranking* dari *website* toko Media Computer Jatinangor, dan bagaimana hasil dari penerapan *digital marketing* terhadap *website* toko Media Computer.

Pembaca akan mendapat beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu, pembaca dapat mengetahui hal-hal yang diperlukan ketika menerapkan *digital marketing* pada suatu bisnis. Dimulai dari perancangan *website* serta pembuatan beberapa sosial media beserta konten, melakukan pemantauan trafik kunjungan *website*, dan melakukan evaluasi keseluruhan kegiatan *digital marketing*.

II. KAJIAN TEORI

A. *Digital Marketing*

Digital marketing yang diartikan ke dalam Bahasa Indonesia yaitu pemasaran digital adalah penerapan media digital, data dan teknologi yang terintegrasi dengan komunikasi tradisional untuk mencapai pemasaran tujuan[1].

Kelebihan *Digital marketing* bisa kita gunakan untuk membantu mencapai tujuan sebagai berikut[1].

1. *Identifying* : Internet dapat digunakan untuk riset pemasaran agar mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. *Anticipating*: Internet menyediakan saluran dimana konsumen dapat mengakses informasi dan melakukan pembelian. Dengan mengevaluasi permintaan ini adalah kunci untuk mengatur alokasi untuk sumber daya pemasaran elektronik.
3. *Satisfying* : Faktor kunci sukses adalah mencapai kepuasan konsumen melalui media elektronik.

B. Search Engine Optimization

Search Engine Optimization adalah proses untuk mendapatkan dan meningkatkan nilai indeks peringkat yang lebih tinggi untuk halaman situs *website* atau untuk meningkatkan jumlah kunjungan akses dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar pencarian dari mesin pencari[2]. Ada dua teknik dari *Search Engine Optimization*, diantaranya[3]:

1. *SEO on-page* : Teknik yang difokuskan pada optimalisasi internal *website*. Kegiatan ini menyangkut rekayasa terhadap elemen dan isi dari *website*.
2. *SEO off-page*: Teknik yang dilakukan di luar *website*. Salah satu cara optimasi *SEO off-page* ini adalah dengan media *backlink*, di mana terdapat *link* di luar *website* yang mengarahkan kembali menuju *website* tersebut.

C. Search Engine

Search engine atau mesin pencari adalah program komputer yang mencari file yang disimpan di dalam komputer[4]. Hasil mesin pencari web sering disajikan dalam bentuk daftar dan disebut sebagai SERPs (*Search Engine Result Pages*). Halaman web, gambar, dan jenis informasi lainnya dapat diakses dari hasil pencarian[5].

D. Google Analytics

Alat yang digunakan untuk membantu penilaian tersebut salah satunya *Google Analytics*. Alat ini bisa membantu melihat hasil yang lebih mendalam, yaitu[6]:

1. Bagaimana perilaku pengunjung dan cara pengunjung mengunjungi *website*.
2. Membantu dalam menentukan berbagai jenis konten favorit dari *website*.
3. Membantu dalam mengukur dampak dari penerapan teknik *Search Engine Optimization*.

E. Social Media

Media sosial didefinisikan sebagai “aplikasi Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan, pengeditan, dan penyebaran konten yang dibuat pengguna”[7]. Adapun pengertian sosial media yang lainnya yaitu, wadah bagi kumpulan gambar, teks, video, dan interaksi dalam jaringan antar individu atau kelompok seperti organisasi[8].

1) Social Media Marketing

Sosial media marketing adalah proses untuk menarik perhatian orang untuk terlibat dengan konten yang ditawarkan melalui pemasaran media sosial, jika konten sudah terikat maka kemungkinan penyebaran konten akan semakin tinggi[9].

2) Social Media Advertising

Sosial media advertising atau bisa disebut dengan iklan sosial media adalah istilah untuk iklan online atau usaha berbayar yang menargetkan situs media sosial[9]. Meskipun berbayar, iklan menggunakan sosial media ini lebih efektif digunakan karena masyarakat umum sudah banyak yang menggunakan sosial media. Karena, dalam laporan berjudul *Digital 2021: The latest Insight Into The State of Digital*, disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia 170 juta diantaranya sudah menggunakan media sosial[10].

F. Instagram

Instagram didirikan pada 6 Oktober 2010. Pendiri Instagram adalah Kevin Systrom Seorang lulusan Universitas Stanford[11]. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang dapat diunduh secara gratis di iPhone dan Android[12].

G. TikTok

TikTok adalah aplikasi video musik pendek yang ditujukan untuk anak muda, dengan konsep "merekam kehidupan yang baik", dan didedikasikan untuk membuat komunitas video musik pendek[13]. Kumpulan dari durasi singkat video TikTok banyak diminati generasi milenial, sehingga TikTok sudah memiliki banyak pengguna[14]. Di balik pertumbuhan signifikan aktivitas harian TikTok, model bisnisnya patut ditelusuri[15].

H. Content Marketing

Content marketing atau dalam Bahasa Indonesia yaitu pemasaran konten adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan kegiatan untuk memproduksi dan mendistribusikan konten. Tentu saja, teks di sini harus dapat mendefinisikan bisnis Anda dengan baik dan informatif[16].

I. Google Search Console

Google Search Console atau yang sebelumnya dikenal sebagai Google Webmaster Tools adalah suatu alat untuk mengukur bagi para pemilik website untuk memantau bagaimana kinerja website[17]. Ada beberapa manfaat yang bisa digunakan ketika menggunakan alat ini, yaitu[18]:

1. Menemukan kata kunci yang marak dicari
2. Identifikasi Halaman paling sering dikunjungi
3. Mengetahui daerah pengunjung website
4. Identifikasi perangkat yang digunakan pengunjung
5. Memeriksa link yang rusak

III. ANALISIS DAN RANCANGAN

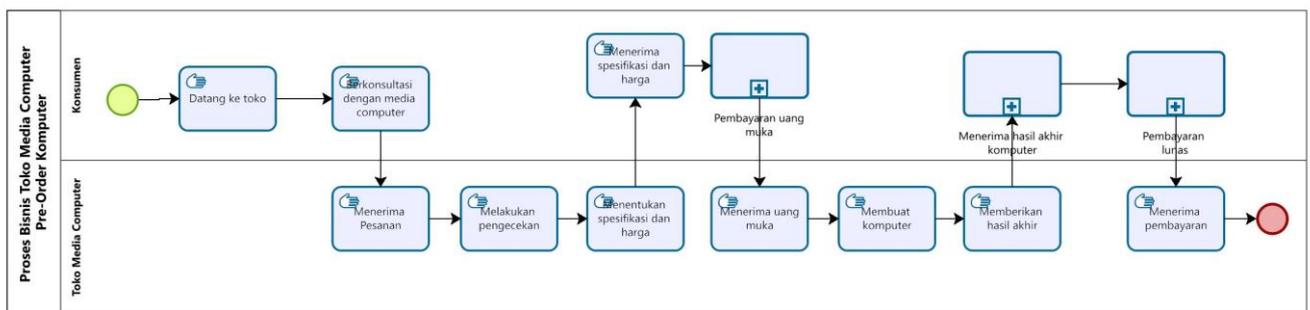
A. Toko Media Computer

Toko Media Computer adalah salah satu bisnis yang bergerak di bidang jasa. Jasa-jasa yang tersedia di sini adalah jasa membuat komputer, jasa perbaikan komputer atau laptop, dan jasa konsultasi untuk pembuatan komputer tersebut. Toko tersebut mempunyai jam beroperasi jam delapan pagi sampai dengan lima sore di setiap harinya.

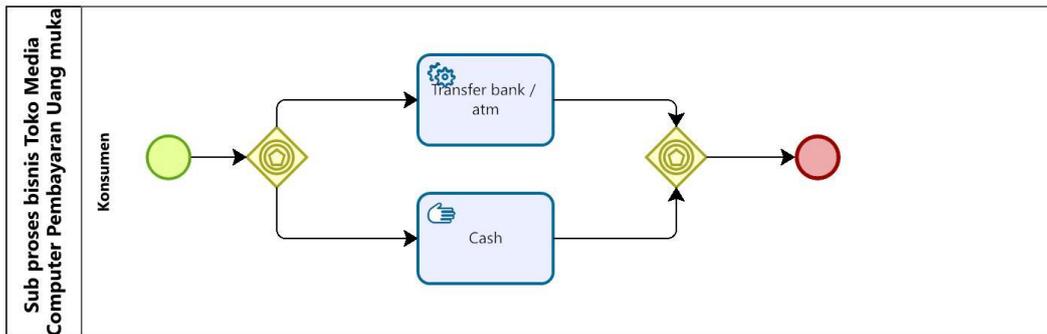
B. Proses Bisnis

1. Konsumen datang ke toko Media Computer.
2. Konsumen berkonsultasi tentang spesifikasi komputer yang diinginkan beserta dengan budget yang dimiliki konsumen.
3. Teknisi toko menerima pesanan dan mendengarkan konsultasi dengan konsumen.
4. Teknisi melakukan pengecekan ketersediaan barang dan perangkat pc tersebut.
5. Menentukan spesifikasi komputer yang cocok dan sesuai dengan budget yang diberikan.
6. Menerima spesifikasi komputer dan harga akhir dari keseluruhan komputer tersebut.
7. Membayar uang muka untuk melakukan pembuatan komputer
8. Menerima uang muka
9. Setelah menerima uang muka maka personil toko media computer akan mulai membuat komputer tersebut sesuai spesifikasi yang telah ditentukan
10. Setelah selesai, maka akan diberikan langsung kepada konsumen untuk melakukan cek terakhir agar tidak terjadi error ataupun kerusakan.
11. Setelah benar dan tidak ada kerusakan maka konsumen akan membayarkan sisa dari harga komputer tersebut.
12. Proses bisnis selesai setelah mendapatkan uang pelunasan dari konsumen.

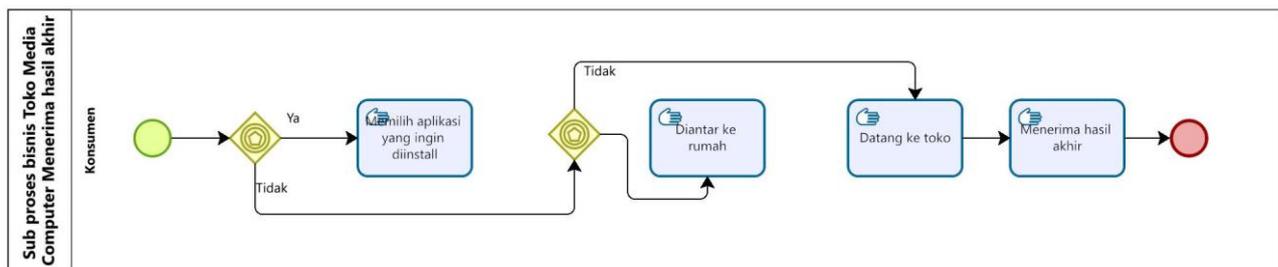
Pemaparan lebih jelas dari Business Process Modelling Notation (BPMN) bisa dilihat seperti pada Gambar 3.1



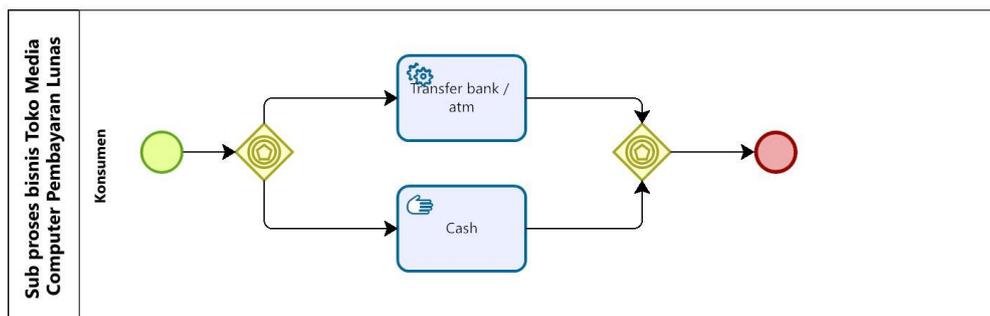
Gambar 3.1 Proses Bisnis keseluruhan toko Media Computer



Gambar 3. 2 Sub Proses Pembayaran Uang Muka



Gambar 3. 3 Sub Proses Menerima Hasil Akhir Komputer



Gambar 3. 4 Sub Proses Pembayaran Lunas

C. Rancangan Konten

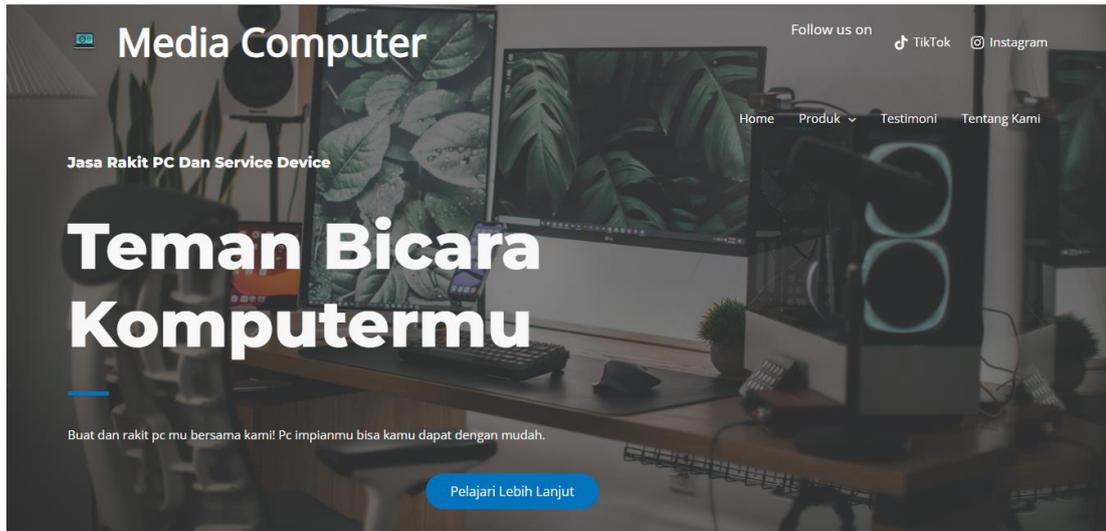
Selama pelaksanaan tugas akhir ini dilakukan pengunggahan konten untuk setiap akun sosial media dari toko Media Computer berupa Instagram dan TikTok. Pengunggahan konten dilakukan dari mulai Maret 2022 sampai dengan Mei 2022. Konten berisi tentang hal-hal yang berkaitan tentang komputer, *soft-selling* produk, *quote* inspiratif, dan edukasi tentang perangkat elektronik maupun tentang toko Media Computer.

IV. IMPLEMENTASI

A. Website Toko Media Computer

Berikut merupakan penerapan halaman-halaman *website* yang sudah dirancang. *Website* Toko Media Computer dengan link <https://mediacomputerid.com/>. Ada beberapa halaman *website*, yaitu *Home*, *Service*, *Produk*, *Blog*, *Testimoni*, dan *Tentang Kami*. Target audiens dari *website* ini adalah remaja menuju dewasa dengan umur antara 17-35 tahun. Karena komputer atau pc dan perangkat elektronik lainnya lebih sering digunakan kumpulan dari umur 17 tahun ke atas, sehingga target pemasaran menjadi lebih spesifik dan detail dan promosi yang dilakukan akan menuju pada target yang tepat juga.

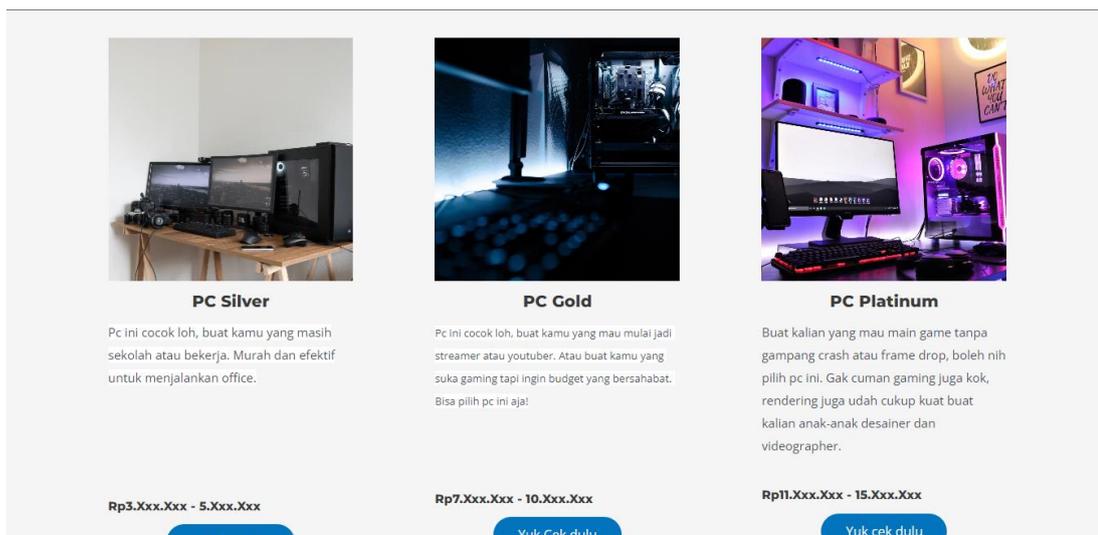
1) Home



Gambar 4.1 Halaman Home website

Pada Gambar 4.1 ini, pengunjung akan langsung diperlihatkan dengan gambar dan menu yang tersedia pada website toko Media Computer. Dan ada tombol “Pelajari lebih lanjut” akan mengarahkan pengunjung pada halaman Service, yaitu jasa yang tersedia pada toko Media Computer.

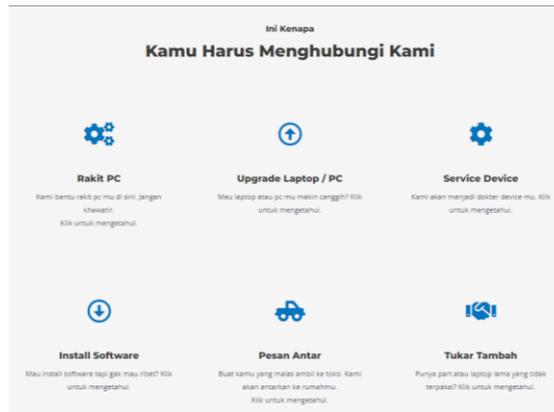
2) Produk



Gambar 4.2 Halaman Produk website

Pada Gambar 4.2 ini, adalah halaman untuk referensi bagi para pengunjung yang ingin membuat pc. Pengunjung dapat menekan tombol untuk menghubungi admin dari Toko Media Computer.

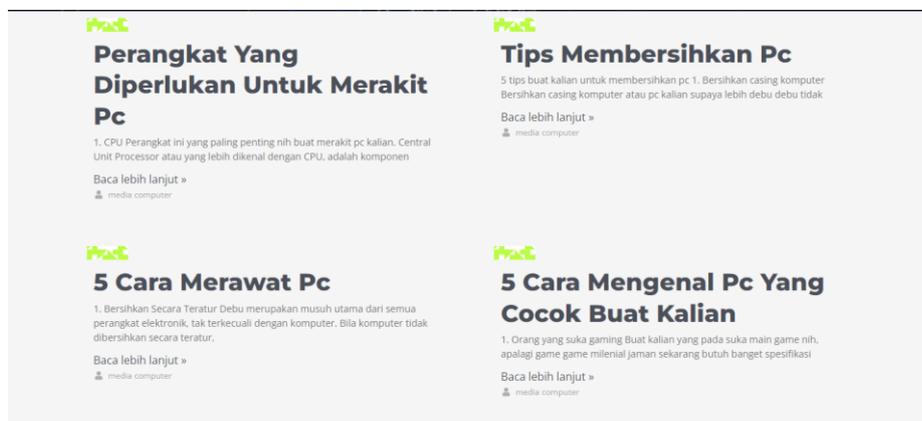
3) Service



Gambar 4.3 Halaman Service website

Pada Gambar 4.3 ini, pengunjung bisa melihat semua jasa-jasa yang tersedia pada Toko Media Computer. Tiap dari kolom jasa yang tersedia dapat ditekan dan akan mengarahkan pada halaman lebih lanjut dari tiap jasa.

4) Blog



Gambar 4.4 Halaman Blog website

Pada Gambar 4.4 ini, di mana pengunjung dapat melihat beberapa post atau blog yang telah dibuat tentang pc atau komputer untuk bacaan santai.

5) Testimoni



Gambar 4.5 Halaman Testimoni website

Pada Gambar 4.5 ini, adalah halaman di mana pengunjung dapat melihat beberapa pelanggan yang telah menggunakan jasa dari Toko Media Computer. Halaman ini untuk lebih meyakinkan kredibilitas toko dan kepada calon pelanggan untuk menggunakan jasa dari toko tersebut. Di mana pengunjung dapat memasukkan *feedback* tentang toko Media Computer.

6) Tentang Kami



Gambar 4.6 Halaman Tentang Kami website

Pada Gambar 4.6 ini adalah halaman di mana pengunjung dapat melihat lebih lanjut tentang Toko Media Computer. Terdapat cara menghubungi melalui nomor *whatsapp* atau email, alamat toko, dan jam operasional dari toko tersebut.

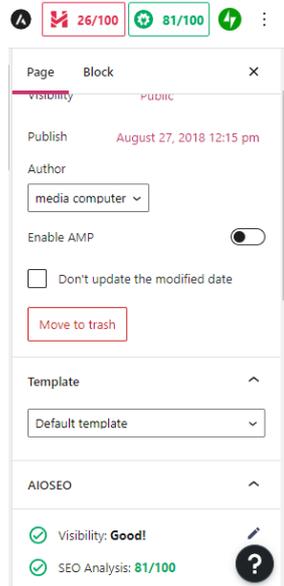
7) Footer Website



Gambar 4.7 Footer website

Pada Gambar 4.7 terdapat ringkasan jasa yang tersedia, jam operasional toko, dan cara menghubungi Toko Media Computer. Bagian ini akan selalu tampil pada tiap halaman *website*.

B. Optimalisasi Search Engine Optimization



Gambar 4.8 Hasil Optimisasi Search Engine

Pada Gambar 4.8 ini adalah hasil Pengoptimalisasian *website* menggunakan *plugin* All In SEO. Dengan menggunakan alat tersebut memudahkan pengukuran hasil optimalisasi SEO. Dari hasil nilai alat yang digunakan adalah 81/100 dan berwarna hijau, ini adalah indikasi penerapan SEO sudah cukup optimal.

V. PENGUJIAN

A. Hasil Penerapan Search Engine Optimization

Tabel I
Hasil Mesin Pencarian Google

Kata Kunci / Kueri	Hasil Temu Google Halaman Ke-
Rakit PC	-
Rakit PC Bandung	3
Media Computer Jatinangor	1
Rakit PC Jatinangor	1
Rakit PC bandung media computer	1

Tabel I merupakan hasil dari optimasi *search engine* setelah diterapkan didapatkan hasil seperti pada tabel. Dengan begitu pengunjung bias mencari dan menemukan hasil tersebut pada mesin pencari Google.

B. Hasil Penerapan Search Engine Optimization

Tabel II
Hasil Pemantauan Google Analytics

Tanggal	Total Pengguna	Direct Search	Organic Search	Rata - Rata Rasio Interaksi
13-Mar-22	0	0	0	0
19-Mar-22	10	9	1	70.59%
26-Mar-22	20	18	2	72.41%
02-Apr-22	29	26	3	31.71%
09-Apr-22	3	2	1	66.67%
16-Apr-22	19	11	8	57.14%
17-Apr-22	23	8	13	32.26%

Dari Tabel II dapat disimpulkan dari ringkasan laporan berdasarkan akuisisi pengguna pada Google Analytics pengguna yang mengunjungi *website* dengan cara langsung atau mengetikkan langsung alamat *website* pada *browser* adalah 104 pengguna. Melalui media sosial adalah 76 pengguna dan *organic search* adalah 28 pengguna dan dengan rata-rata rasia interaksi sudah lebih dari 50%. Penyebaran promosi menggunakan media sosial sudah berhasil dan mendapatkan peningkatan hasil pada grafik pencarian di *organic social* bisa menambah trafik kunjungan terhadap *website*.

C. Hasil Penerapan Search Engine Optimization

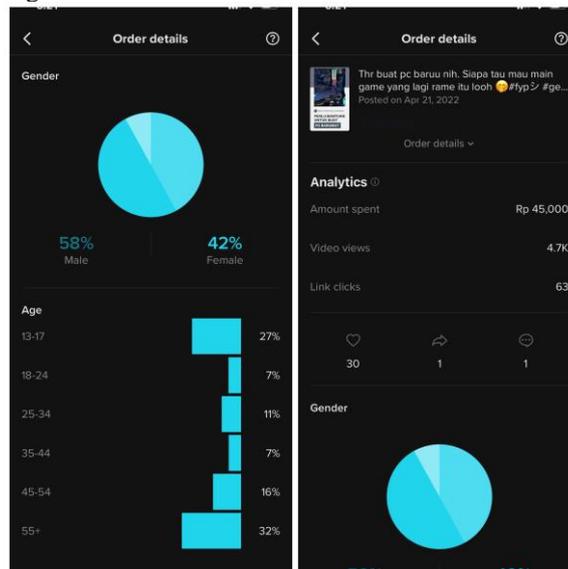
Tabel III
Hasil Pemantauan Overview Instagram

Tanggal	Followers	Accounts Reached	Accounts Engaged	Perubahan
20-Mar-22	0	0	0	0
26-Mar-22	4	45	5	100%
02-Apr-22	8	6	1	100%
09-Apr-22	125	47	12	1463%
16-Apr-22	1110	6176	29	788%
23-Apr-22	1063	118	10	-4%

Pada Tabel III disimpulkan bahwa pada tanggal 16 April 2022 adalah pencapaian terbaik karena telah menggunakan Instagram ads dan pengoptimalisasian *followers* untuk menggunakan fitur Instagram ads tersebut. Hasil dari instagram ads adalah sebagai berikut. Dari ads tersebut mendapatkan 6.176 akun yang dijangkau, 20 konten interaksi, 27 aktivitas profil, dan 18 *website taps* dengan mengeluarkan biaya sebesar Rp20.000 per 1 hari ads tayang dengan total biaya Rp60.000 selama 3 hari penayangan ads.

D. Hasil TikTok Promote

Pada Gambar 5.1 di bawah ini adalah hasil melakukan tiktok promote selama tiga hari dengan biaya sebesar Rp45,000-. Berdasarkan hasil tiktok promote pada gambar di atas, didapatkan hasil penayangan video sebanyak 4,7 ribu kali penayangan dan 63 kali kunjungan link. Pengunjung yang mengunjungi lebih banyak dari gender laki-laki dibandingkan dengan perempuan. Dengan perbandingan 58% dan 42%.



Gambar 5.1 Hasil TikTok Promote

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh proses pembuatan tugas akhir yang merupakan kegiatan nyata pembuatan *website* dan penerapan *digital marketing* pada toko Media Computer Jatinangor. Berikut ini hasil simpulan yang didapat selama pembuatan tugas akhir ini berlangsung, yaitu : Pembuatan *website* toko Media Computer berhasil dibuat, karena sudah tersedia informasi yang benar. Kemunculan pada halaman kesatu sudah berhasil didapatkan, karena sudah dilakukan optimasi *search engine* secara berkala. Dan media social sudah dilaksanakan beberapa iklan dari Instagram maupun TikTok. Sehingga ada pelanggan dan pengunjung yang berhasil mengontak dan melakukan transaksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterima kasih kepada toko Media Computer yang sudah bersedia menjawab hal-hal yang berkaitan tentang pelaksanaan tugas akhir sebagai narasumber informasi yang tersedia pada *website* dan sosial media. Serta dosen-dosen Program Studi Teknik Informatika yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Chaffey, *Digital Marketing Strategy, Implementation, And Practice*. Pearson, 2019.
- [2] S. D. H. Permana, "Analisis Hasil Improvisasi SEO dengan Metode Hybrid Modified MCDM untuk Peningkatan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website UMKM," *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 8, no. 1, pp. 85–91, 2019, doi: 10.32736/sisfokom.v8i1.611.
- [3] H. Artanto and F. Nurdiansyah, "Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk," *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.)*, vol. 2, no. 1, pp. 2–5, 2017, doi: 10.31328/jointecs.v2i1.409.
- [4] M. Hayaty and D. Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi," *J. Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 295–300, 2018.
- [5] J. Ledford, *SEO : Search Engine Optimization Bible*. 2007.

- [6] A. Shahzad, D. W. Jacob, N. M. Nawi, H. Mahdin, and M. E. Saputri, "The new trend for search engine optimization, tools and techniques," *Indones. J. Electr. Eng. Comput. Sci.*, vol. 18, no. 3, pp. 1568–1583, 2020, doi: 10.11591/ijeecs.v18.i3.pp1568-1583.
- [7] S. I. Dubbelink, C. H. Soria, and E. Constantinides, "Social media marketing as a branding strategy in extraordinary times: Lessons from the covid-19 pandemic," *Sustain.*, vol. 13, no. 18, 2021, doi: 10.3390/su131810310.
- [8] "Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazing on Facebook (And Other Social Networks): Dave Kerpen: 9780071762342: Amazon.com: Books." [Online]. Available: http://www.amazon.com/Likeable-Social-Media-Customers-Irresistible/dp/0071762345/ref=zg_bs_6133993011_2
- [9] D. Zarrella, *Dan Zarrella - The Social Media Marketing Book (2009, O'Reilly Media)*. 2010.
- [10] T. Kompas, "Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial," *Kompas.com*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>. (accessed Mar. 01, 2022).
- [11] E. Serafinelli, *Digital Life on Instagram: New Social Communication of Photography*. Emerald Publishing Limited, 2018.
- [12] B. Nuraeni, Syifa Dewi; Suryawandani, "Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada PT.Niion Indonesia Utama Pada Tahun 2017," *e-Proceeding Appl. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 280–285, 2017.
- [13] S. E. Kristia and Harti, "Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood," *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 9, no. 3, pp. 1428–1438, 2021.
- [14] D. Ruth and D. A. Candraningrum, "Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram," *Koneksi*, vol. 4, no. 2, p. 207, 2020, doi: 10.24912/kn.v4i2.8093.
- [15] Y. Peng, "TikTok's Business Model Innovation and Development - Porter's Five Forces Model, Business Model Canvas and SWOT Analysis as Tools," *Proc. 1st Int. Symp. Innov. Manag. Econ. (ISIME 2021)*, vol. 185, no. Isime, pp. 482–489, 2021, doi: 10.2991/aebmr.k.210803.066.
- [16] R. S. Hayu, "Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia," *JMK (Jurnal Manaj. dan Kewirausahaan)*, vol. 4, no. 1, p. 61, 2019, doi: 10.32503/jmk.v4i1.362.
- [17] W. A. Triyanto and N. S.-U. M. Kudus, "Optimasi Meta Tag HTML untuk Meningkatkan Search Engine Optimization (SEO) pada Website E-Commerce UMKM," *IJNS - Indones. J. Netw. Secur.*, vol. 6, no. 4, pp. 2302–5700, 2017, [Online]. Available: <http://ijns.org/journal/index.php/ijns/article/view/1475>
- [18] H. Al Faruq and H. Mustafidah, "Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai Upaya Meningkatkan Volume Lalu Lintas Website Akademik di Google Search Engine," *Cybernetics*, vol. 5, no. 02, p. 81, 2021, doi: 10.29406/cbn.v5i02.2733.