

# Penerapan Online Marketing pada NS Store website

Steven Fernando Purba<sup>#1</sup>, Julianti Kasih<sup>\*2</sup>

*#Sistem Informasi, Universitas Kristen Maranatha  
Jl Prof. Drg. Surya Sumantri No 65, Bandung*

<sup>1</sup>stevenfernandopurba@gmail.com

<sup>2</sup>julianti.kasih@it.maranatha.edu

**Abstract - Online marketing implementation is a more efficient way and gets more measurable results in a company in promoting its products. NS Store is a men's clothing store that is sold through Instagram Social Media as well as a means of promotion, all the management and recording processes are still manual, namely with paper media and sales that are still less effective. Therefore, this article will contain the creation of websites and steps taken to implement online marketing carried out at the NS Store with the help of search engine optimization, content marketing and Google analytics.**

**Keywords - search engine optimization, content marketing, online marketing**

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media Sosial saat ini sangat berkembang pesat dan hampir setiap pelaku usaha ingin menggunakan media sosial dalam mendukung dan mengembangkan perusahaan mereka. Dalam kegiatan jual beli dan promosi suatu produk perusahaan, tidak sedikit orang dapat memanfaatkan media sosial untuk berjualan secara online yang saat ini banyak digemari orang.

Instagram adalah salah satu media social yang sangat populer dan banyak digunakan saat ini, dimana instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video serta memiliki kelebihan seperti pengguna dapat beralih ke akun bisnis yang dilengkapi dengan fitur seperti insight dan promosi yang memudahkan pengguna untuk berjualan online.

Selain itu, Facebook juga banyak digunakan untuk berjualan online yang memiliki banyak fitur selain berbagi foto dan video, juga ditambah dengan fanspage dan grup yang memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan sesama anggota serta dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk.

Salah satunya yang terjadi pada toko NS store, yaitu toko pakaian khusus pria yang merencanakan membuat website untuk bertransaksi, namun pemasaran belum berjalan sesuai dengan baik, karena keterbatasan pengetahuan mengenai penerapan digital marketing, membuat NS store belum efektif dalam memasarkan produknya.

Oleh sebab itu, pembuatan website dan penerapan pemasaran Digital Marketing untuk toko NS store, dapat membantu pengelolaan kegiatan jual beli serta dapat meningkatkan pemasaran produk di NS store menjadi lebih baik.

### B. Tujuan Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat website untuk membantu dan memudahkan konsumen dalam bertransaksi.
2. Menggunakan Google Analytics untuk hasil menganalisa digital marketing diterapkan pada toko NS store.
3. Mengetahui cara memaksimalkan penerapan Digital Marketing pada toko NS Store menggunakan SEO.

## II. KAJIAN TEORI

### A. Website

Website adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah website biasanya dibangun atas banyak halaman web yang saling berhubungan. Hubungan antara satu halaman web yang lainnya disebut dengan hyperlink, sedangkan teks yang dikaitkan media penghubung disebut hypertext [1].

### B. Wordpress sebagai framework pembuatan website

Wordpress adalah platform yang awal mulanya di gunakan sebagai blog. Tetapi seiring dengan perkembangannya, Wordpress berkembang menjadi CMS yang canggih dan mampu di kustomisasi untuk keperluan website yang lebih rumit seperti e-Commerce, perbankan, media, real estate, dan sebagainya [2] .

### *C. Digital Marketing*

Digital Marketing adalah promosi produk atau merek melalui satu atau lebih bentuk media elektronik. Digital Marketing sering disebut juga online marketing, Internet Marketing atau web marketing. Meskipun dibuat dengan computer dan bentuknya elektronik, promosi melalui radio, televisi, dan cetak digital dalam bentuk billboard atau spanduk tidak termasuk digital marketing karena tidak menawarkan umpan-balik dan laporan secara instan [3].

### *D. Content Marketing*

Content Marketing merupakan strategi pemasaran dimana harus merencanakan dan mendistribusikan konten yang mampu menarik audiens dengan tepat sasaran, serta mendorong target audiens untuk menjadi konsumen [9].

Content Marketing memiliki 2 tujuan antara lain [4]:

1. Menarik audiens baru untuk mengenali bisnis produk atau jasa perusahaan yang beriklan.
2. Mendorong audiens untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut dan menjadi konsumen.

Terdapat berbagai macam bentuk dari strategi konten marketing dimana sebetulnya seringkali melihat bentuknya. Banyak orang mengikuti akun sosial media milih sebuah brand besar dan ketika brand tersebut mengirimkan konten sebagai update maka disinilah konten itu berada. Konten bisa berupa foto, video, artikel atau paling sedikit hanya sebuah pesan baris saja [4].

Sifat dari content marketing dapat menghibur, mendidik, emosional, dan sebagainya. Menjelaskan konten yang baik harus dapat melakukan hal-hal berikut [4]:

1. Mendidik  
Mengajarkan pada pelanggan mengenai hal-hal apa saja yang perlu ia ketahui tentang produk dan cara menggunakannya.
2. Menghibur  
Menyajikan informasi dengan cara yang menyenangkan dan menarik.
3. Membujuk  
Membantu pelanggan menghilangkan keberatan-keberatan yang mungkin mereka miliki sehingga kemudian membeli produk.
4. Mengisahkan sebuah cerita  
Menyajikan informasi yang akurat dan dapat disesuaikan sesuai dengan kebutuhan tiap-tiap pelanggan.
5. Berbagi  
Membuat orang ingin membagikan konten kepada orang lain. Diawali dengan ketertarikan, maka orang akan membantu menyebarkannya.
6. Temuan  
Buatlah keyword yang mudah dalam SEO (Search Engine Optimization), dekatlah keyword anda dengan keseharian orang banyak.

### *E. Sosial Media Marketing*

Sosial media marketing adalah salah satu bentuk pemasaran menggunakan media sosial untuk memasarkan suatu produk, jasa, brand atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut. Social media marketing adalah sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi didalamnya untuk tujuan pemasaran [5].

Social media marketing mengacu pada proses mendapatkan kunjungan situs Web atau perhatian melalui situs media sosial. Program social media marketing biasanya berpusat pada usaha untuk menciptakan konten yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk berbagi dengan jaringan sosial mereka [5].

- Keuntungan Sosial Media Marketing

Berikut ini adalah beberapa keuntungan menggunakan sosial media sebagai media pemasaran [10]:

1. Menyediakan ruang dengan tidak hanya untuk memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan tetapi juga untuk mendengarkan keluhan dan saran.
2. Mempermudah untuk mengidentifikasi berbagai kelompok atau pengaruh antara berbagai kelompok, yang dapat menjadi pemberi informasi tentang merek dan membantu dalam growth of brand (pertumbuhan merek).
3. Biaya rendah kerana sebagian besar situs jejaring sosial gratis.

### *F. Search Engine Optimization(SEO)*

Search Engine Optimization atau SEO adalah proses berkesinambungan dan kontinu yang merupakan sebuah best practice untuk membuat website yang sukses di internet [6]. Jadi tujuan utama SEO adalah menarik pengunjung baru via search engine yang benar-benar mencari karena keyword tertentu. Dengan kata lain, pengunjung yang didapat berupa pengunjung yang tertarget, yang nantinya bisa dikonversi menjadi pembeli dari produk atau jasa di internet.

Search Engine Optimization adalah sebuah teknik atau cara untuk mengoptimalkan halaman website agar website mendapat peringkat teratas dalam daftar mesin pencarian. Pengoptimalan halaman website dengan teknik SEO dilakukan dengan cara memperkuat kata kunci dari sebuah konten halaman yang ingin bagikan [7].

#### G. *Google Analytics*

Google Analytics merupakan layanan menyajikan informasi sehubungan dengan pengunjung dari suatu website.

- *Pengunjung*

Pada bagian ini dapat melihat mengenai persentase pengunjung diantaranya sebagai berikut [8]:

- a) Total kunjungan baru
- b) Total kunjungan
- c) Rata-rata waktu
- d) Pengunjung yang kembali berkunjung
- e) Presentasi pengujung baru dengan total pengunjung
- f) Asal dan bahasa pengunjung
- g) Perangkat yang digunakan pengunjung
- h) Kecepatan
- i) Provider yang digunakan pengunjung

- *Sumber Trafik*

Pada bagian ini memberikan laporan detil tentang dari mana pengunjung menemukan website. Hal yang dapat dilihat adalah sebagai berikut [8]:

- a) Pengunjung asal
- b) Persentase pengunjung asal
- c) Keyword yang paling banyak digunakan.

- *Konten*

Pada bagian ini untuk melihat laporan mengenai [8]:

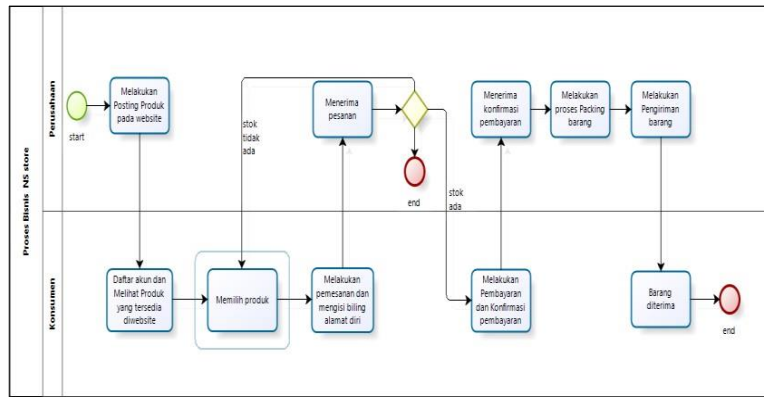
- a) Postingan yang paling banyak di kunjungi
- b) Postingan mana yang terakhir di lihat pengunjung

### III. ANALISIS DAN HASIL

#### A. *Proses Bisnis*

Berikut adalah proses bisnis yang terjadi di NS store:

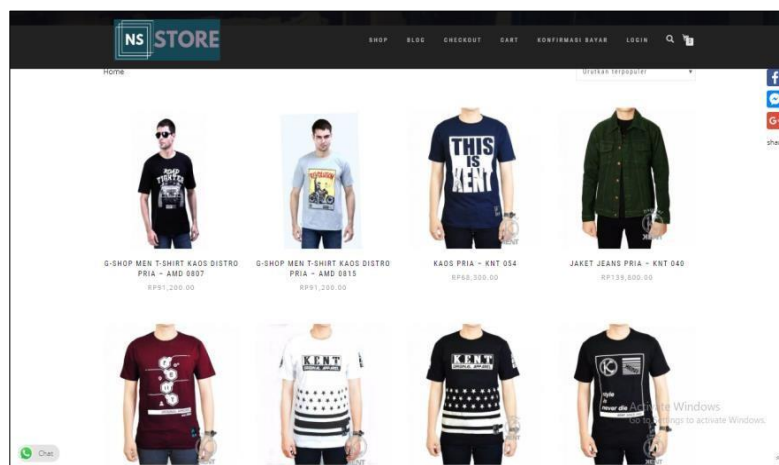
1. NS store melakukan posting produk pada website.
2. Konsumen mengunjungi website dan melakukan daftar akun serta melihat produk-produk yang tersedia di website.
3. Konsumen memilih barang atau produk yang akan di beli.
4. Konsumen melakukan pemesanan barang dan mengisi data diri dan alamat.
5. NS store menerima pesanan, jika stok barang tersedia akan melanjutkan ke proses pembayaran dan jika barang tidak tersedia konsumen dapat memilih barang kembali dan melakukan pemesanan atau mengakhir transaksi.
6. Melakukan pembayaran total pesanan dan mengisi konfirmasi pembayaran sebagai tanda bahwa sudah membayar.
7. NS store menerima konfirmasi pembayaran.
8. NS store melakukan proses packing barang.
9. NS store melakukan pengiriman barang lewat ekspedisi pengiriman
10. Konsumen menerima barang.
11. Proses selesai.



Gambar 1 Proses Bisnis NS store

B. Website

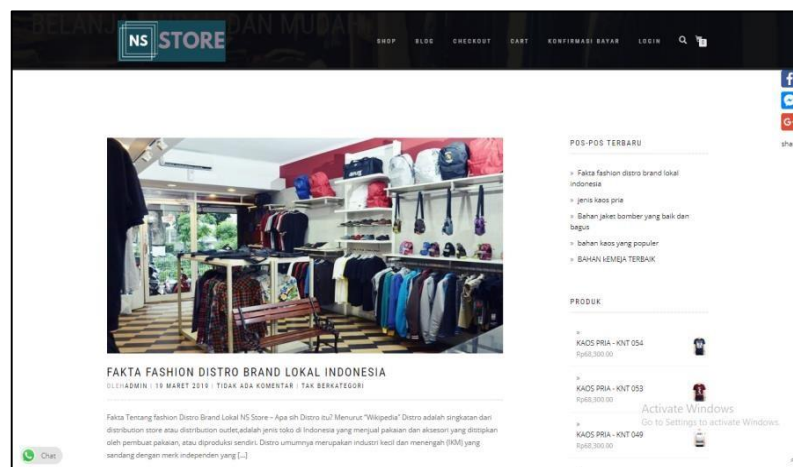
□ Shop



Gambar 2 Halaman shop

Pada halaman shop yang terdapat pada Gambar 2 ini merupakan tampilan dari produk atau e-catalog dari toko. NS store. Terdiri dari foto, nama dan harga setiap produk yang memudahkan pelanggan untuk mencari produk pada website.

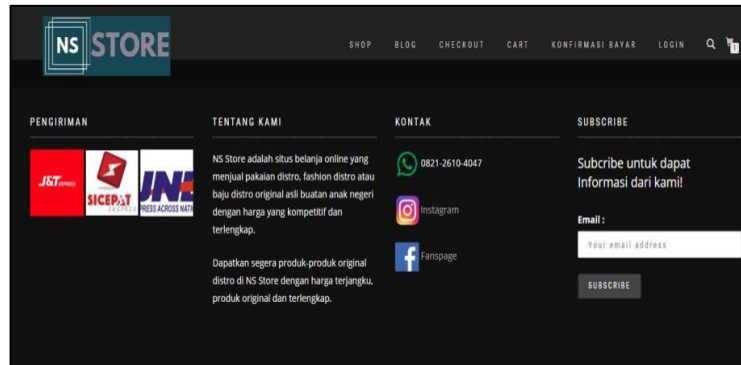
□ blog



Gambar 3 Halaman blog

Pada Gambar 3 berikut ini menunjukkan artikel-artiker blog NS store yang ini merupakan informasi yang berhubungan dengan NS store. Terdiri dari judul, gambar dan artikel yang juga berfungsi untuk menaikkan SEO pada mesin pencari.

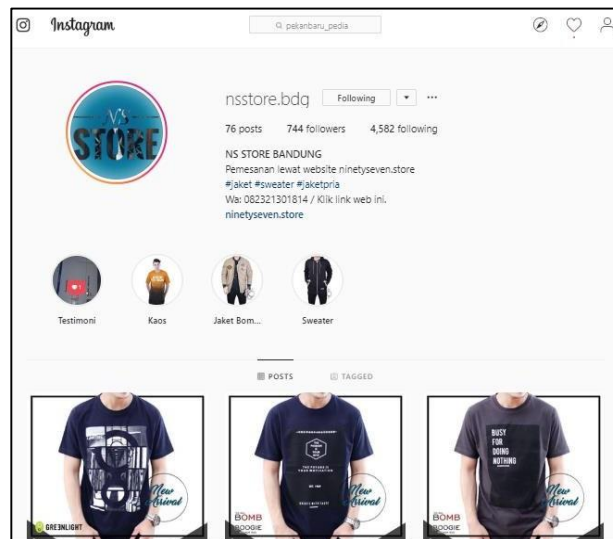
□ Informasi Website



Gambar 4 Informasi

Pada Gambar 4 merupakan semua informasi yang ada di website seperti jasa pengiriman yang digunakan, deskripsi toko, sosial media yang digunakan yaitu Whatsapp, Instagram dan Fanspage Facebook dan subscriber.

C. Instagram setelah Penerapan Digital Marketing



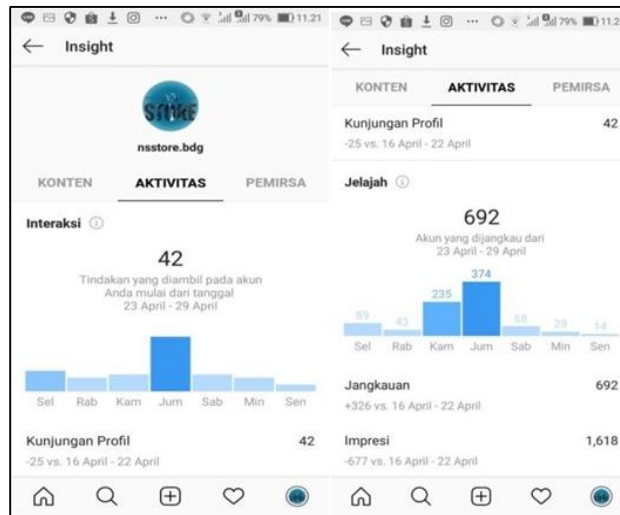
Gambar 5 Instagram

Pada Gambar 8 berikut ini adalah tampilan aktivitas social media Instagram NS store. Terdapat perubahan ukuran social media instagram dari NS store adalah sebagai berikut.

1. Pengikut instagram sebanyak 744 *followers*.
2. *Posting* konten sebanyak 76 konten.
3. Periode 12 maret 2019 – 29 april 2019.

• **Insight Instagram (12 maret 2019 – 29 april 2019 )**

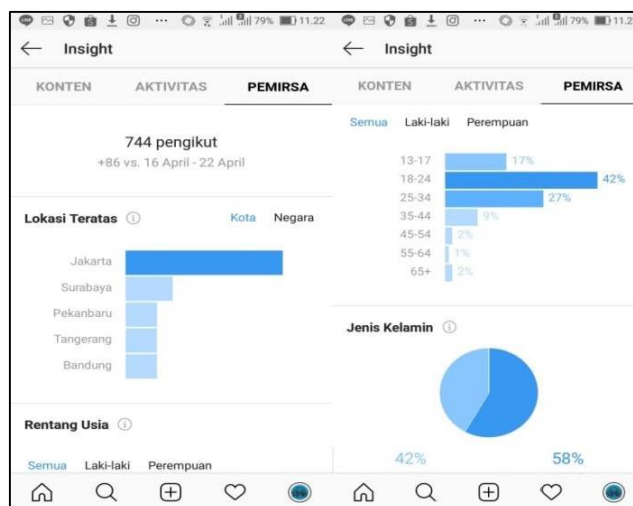
Adapun ini berikut adalah tampilan kondisi Insight Instagram setelah penerapan digital marketing dilakukan yang memiliki data sebagai berikut:



Gambar 6 *instagram* (12 maret 2019 – 29 april 2019)

Simpulan dari gambar 9 menunjukkan aktivitas interaksi dan menjelajahi *instagram* NS store mengalami peningkatan dari periode sebelum penerapan *digital marketing* dilakukan dan menghasilkan data sebagai berikut:

1. Memiliki aktivitas interaksi: 42.
2. Memiliki aktivitas yang menjelajahi: 692.
3. Memiliki Impresi: 1,618.



Gambar 7 pemirsa *instagram* (12 maret 2019 – 29 april 2019)

Pada gambar 11 menunjukkan pemirsa atau *audiens* pada media sosial *Instagram* memiliki data sebagai berikut:

1. Lokasi terbanyak yang mengunjungi: Jakarta.
2. Rata-rata yang mengunjungi memiliki umur: 18-24 tahun di ikuti 25-35 tahun.
3. Mengunjungi berdasarkan jenis kelamin yaitu: laki-laki 58% dan perempuan 42%.

#### D. Kegiatan Campaign Pertama

Kegiatan campaign pertama ini dilakukan adalah untuk tujuan meningkatkan penjualan dan pengunjung website sebanyak-banyaknya. Campaign ini dibuat dengan cara memberikan diskon 15% untuk setiap pembelian jaket zipper menggunakan kupon APRLZIP yang berlaku selama tanggal 19 april 2019 sampai dengan 20 april 2019.

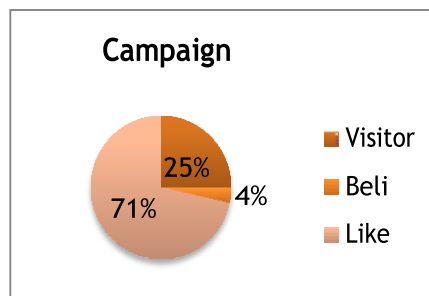


Gambar 8 kegiatan *campaign* pertama

#### E. Hasil Campaign Pertama

Adapun hasil dari campaign yang telah dilakukan selama periode pertama pada tanggal 9 april sampai dengan tanggal 20 april 2019 yang telah menggunakan kupon APRLZIP untuk membeli jaket zipper ini adalah sebagai berikut:

- Instagram
  - Like postingan: 40 like.
- Website
  - Konversi penjualan: 2 produk.
  - Visitor: 14 pengguna.



Gambar 9 grafik campaign pertama

#### F. Kegiatan Campaign Kedua

Kegiatan campaign yang kedua ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan pengunjung. Dengan cara memberikan promo diskon potongan harga untuk yang membeli jaket jeans melalui website.

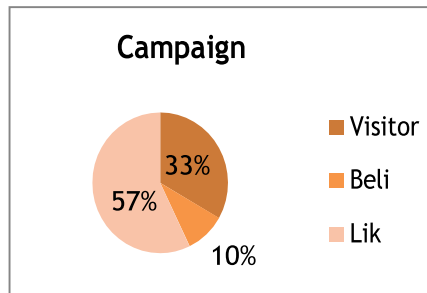


Gambar 10 kegiatan *campaign* kedua

#### G. Hasil Campaign Kedua

Adapun hasil dari campaign yang telah dilakukan selama periode pertama pada tanggal 14 april 2019 sampai dengan tanggal 22 april 2019 yang telah untuk membeli jaket zipper ini adalah sebagai berikut:

- Instagram
  - Like postingan: 12 like.
- Website
  - Konversi penjualan: 2 produk
  - Visitor: 7 pengguna.



Gambar 11 grafik campaign kedua

#### H. Kegiatan Campaign ketiga

Kegiatan campaign yang ketiga ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan pengunjung. Dengan cara menggunakan kupon NSSTOREDISKON untuk mendapatkan diskon harga sebesar Rp.10.000 yang bisa digunakan untuk semua barang kecuali barang yang sudah memiliki diskon khusus di website.

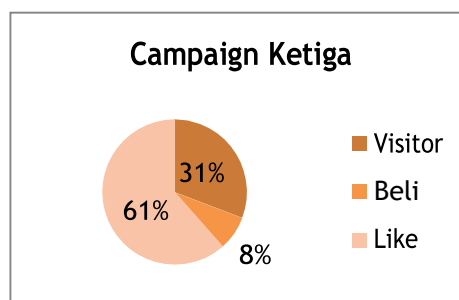


Gambar 12 kegiatan campaign ketiga

#### I. Hasil Campaign Ketiga

Adapun hasil dari campaign yang telah dilakukan selama periode ketiga yang telah menggunakan kupon NSSTOREDISKON pada tanggal 21 april 2019 sampai dengan 23 april 2019 ini adalah sebagai berikut:

- Instagram
  - Like postingan: 12 like.
- Website
  - Konversi penjualan: 1 produk.
  - Visitor: 4 pengguna.



Gambar 13 kegiatan campaign ketiga



**J. Target Campaign Website**

Tujuan dilakukannya campaign digital marketing pada website NS Store diharapkan dapat meningkatkan traffic dan reach serta penjualan NS store. Oleh karena itu, campaign pada website ini dapat membantu mencapai target yang diharapkan dapat menghasilkan data sebagai berikut:

1. Target pengunjung website adalah 2000 visitor.
2. Posting 2 artikel per minggu.
3. Target Penjualan melalui website adalah 20 produk (1% dari total visitor).

**K. Campaign website periode (Maret 2019)**

Adapun hasil yang diperoleh dari campaign selama maret 2019 adalah sebagai berikut:

1. Pengunjung website sebanyak 92 user.
2. Posting artikel sebanyak 8 artikel.
3. Penjualan produk melalui website sebanyak 0 produk.



Gambar 14 campaign website (Maret 2019)

**L. Campaign website periode (April 2019)**

Adapun hasil yang diperoleh dari campaign selama april 2019 adalah sebagai berikut:

1. Pengunjung website sebanyak 168 user.
2. Posting artikel sebanyak 16 artikel.
3. Penjualan produk melalui website sebanyak 12 produk.



Gambar 15 campaign website (April 2019)

**M. Hasil data penjualan berdasarkan produk**

Adapun berikut adalah data penjualan yang telah berhasil diperoleh selama Penerapan Digital Marketing pada NS Store yang berdasarkan produk adalah sebagai berikut:

Top sellers	
2	<a href="#">KAOS PRIA – KNT 048</a>
1	<a href="#">JAKET SWEATER ZIPPER PRIA – KNT 111</a>
1	<a href="#">JAKET JEANS PRIA – KNT 040</a>
1	<a href="#">JAKET PRIA KASUAL – MAC 569</a>
1	<a href="#">KAOS PRIA – KNT 049</a>
1	<a href="#">Jaket Running/ Jaket Jogging – D/B 006 Murah</a>
1	<a href="#">JAKET SWEATER ZIPPER PRIA – KNT 103</a>
1	<a href="#">KAOS PRIA – KNT 047</a>
1	<a href="#">JAKET JEANS PRIA – KNT 042</a>
1	<a href="#">KAOS PRIA – KNT 045</a>
1	<a href="#">KAOS PRIA – KNT 043</a>

Gambar 16 data penjualan berdasarkan produk

#### N. Content Marketing

Berdasarkan dari total 16 konten artikel yang telah dibuat pada blog website NS Store, website telah dikunjungi melalui pencarian google hasil dari organic search sebanyak 41 pengguna. Sedangkan yang mencari berdasarkan keyword atau kata kunci menggunakan kata kunci sebagai berikut:

- Kemeja kasual: 1 pengguna.
- Apa itu parasut ns: 1 pengguna.
- Bahan kemeja terbaik: 1 pengguna.
- Trend style pria 2019: 1 pengguna.

#### O. Penggunaan Google Analytics pada Website

Adapun tools yang digunakan dalam memantau traffic pada website adalah Google Analytics. Google Analytics merupakan layanan gratis yang disediakan mesin pencari google. Cara kerjanya dan penggunaan Google Analytics sangat mudah, hanya dengan menyisipkan kode javascript ke halaman website yang sudah tersedia dari Google Analytics setelah mendaftarkan akun di Google Analytics . Dengan Google Analytics dapat memantau traffic pada website, untuk dapat menganalisa apakah semua campaign yang telah dilakukan dapat mempengaruhi traffic dan penjualan website.

Untuk analisa penggunaan Google Analytics pada website NS Store digunakan periode waktu yang dilakukan adalah per 1 minggu. Alasan periode ini agar lebih memudahkan dalam memantau adanya pengunjung pada website.

#### P. Total Hasil Penggunaan Google Analytics

- Audience

TABLE -1  
TOTAL AUDIENCE

Periode	Pengguna/ baru	Sesi	Jumlah h sesi	Tayangan Halaman	Halaman /sesi	Durasi rata- rata	Rasio pantulan
Periode 1	0/0	0	0	0	0	0	0%
Periode 2	4/4	10	2,50	104	10,40	06:40	20,00%
Periode 3	5/3	25	5,00	276	11,04	16:21	20,00%
Periode 4	7/4	21	3,00	220	10,48	10:07	9,52%
Periode 5	6/3	19	3,17	182	9,58	15:08	26,32%
Periode 6	25/22	42	1,68	273	6,50	03:57	30,95%
Periode 7	19/25	35	1,84	397	11,34	04:08	0%
Periode 8	25/21	50	2,00	548	10,96	03:24	2,00%

Periode 9	16/14	41	2,56	1.063	25,93	08:93	0%
Periode 10	32/30	51	1,59	394	7,73	03:38	0%
Periode 11	38/36	59	1,55	932	15,80	06:40	1,69%
Periode 12	43/41	76	1,77	1.419	18,67	05:14	0%
Periode 13	58/55	78	1,34	901	11,55	02:34	3,85%

Pada Tabel 1 diatas menunjukkan total hasil audience dari website NS Store per 1 minggu terdapat beberapa data yang berbeda-beda setiap minggunya, berikut adalah analisa dari audience tersebut diantaranya:

- Pada periode 1 data dari google analytics belum muncul dikarenakan kode javascript google analytics pada website belum disisipkan.
- Pada periode 2 data menunjukkan data yang sudah muncul yaitu 4 pengguna baru yang mengunjungi website.
- Pada periode 3 data menunjukkan ada 3 pengguna baru yang mengunjungi website.
- Pada periode 4 data yang bertambah adalah 4 dari 7 pengguna adalah baru dan rasio pantulan yang melihat website telah meningkat dari periode sebelumnya yaitu 20%.
- Pada periode 5 data menunjukkan pengunjung menurun dari sebelumnya.
- Pada periode 6 data pengunjung yang mengunjungi website meningkat sangat signifikan dari periode sebelumnya yaitu 25 pengguna dan 22 diantaranya adalah pengguna baru.
- Pada periode 7 data menunjukkan pengunjung menurun dari sebelumnya namun rasio pantulan meningkat yaitu 0%.
- Pada periode 8 data menunjukkan pengunjung meningkat kembali dari sebelumnya dan memiliki rasio pantulan yang baik yaitu hanya 2%.
- Pada periode 9 data menunjukkan pengunjung menurun dari sebelumnya namun rasio pantulan meningkat yaitu 0% ini dikarenakan jumlah tayangan yang cukup besar yaitu 1.063 dari total 16 pengunjung.
- Pada setiap minggunya dari periode 10 sampai dengan 13 pengguna selalu meningkat setiap periodenya dan diakses lebih dari 2 menit dengan rasio pantulan yang bagus yaitu dibawah cukup kecil dan minggu ini juga website berhasil menjual produk.

• *Demografi*

TABLE-2  
 TOTAL DEMOGRAFI

Kota	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio pantulan	Halaman/s esi	Durasi rata-rata
Jakarta	71	65	107	6,54%	8:93	02:26
Bandung	57	54	234	5,13%	20,03	10:38
(not set)	32	32	32	12,50%	2,97	00:03
Surabaya	20	20	22	0%	5,00	00:52
Medan	20	20	28	3,57%	16,18	03:57
Cirebon	12	7	35	2,86%	20,54	07:18
Hemet	9	9	9	0%	2,22	00:01
Kolkata	6	6	6	0%	2,00	00:01
Makasar	6	6	6	0%	2,83	00:05
Amsterdam	5	5	5	0%	3,00	00:00

Pada table 2 menunjukkan total hasil pengunjung website berdasarkan kota pengunjung berada, berikut adalah analisa kota pengunjung:

- Total pengunjung berdasarkan demografi yaitu kota selama periode 1 februari 2019 sampai dengan 29 april 2019.
- Pengunjung website menghasilkan pengunjung yang cukup banyak dimana yang paling banyak berasal dari kota Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Cirebon dan Makasar dengan data seperti table di atas.
- Sementara ada juga yang berasal dari luar negeri yaitu kota Hemet, Kolkata dan Amsterdam.

- *Teknologi*

TABLE-3  
TOTAL TEKNOLOGI

Browser	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio pantulan	Halaman/sesi	Durasi rata-rata
Chrome	104	104	328	6,10%	17,01	8:24
Android webview	95	96	103	1,94%	8,58	01:57
Safari	22	22	24	20,83%	4,92	00:44
Opera	11	10	40	5,00%	12,45	03:04
Edge	8	8	8	0%	2,12	00:01
Firefox	6	6	6	0%	2,00	00:00
Samsung Internet	6	6	6	0%	3,50	00:35
UC Browser	6	6	7	0%	19,00	07:53
Android Browser	4	4	5	40,00%	2,20	00:05
Opera Mini	2	2	2	0%	2,50	00:01

Pada table 3 menunjukkan total hasil pengunjung website berdasarkan browser yang dipakai mengakses website oleh pengunjung, berikut adalah analisa pengunjung:

- Total pengunjung berdasarkan teknologi yaitu browser selama periode 1 februari 2019 sampai dengan 29 april 2019.
- Pengunjung website rata-rata menggunakan browser Chrome dalam mengakses website dan urutan ke-2 adalah Android webview dengan rata-rata rasio pantulan di bawah 50% yang artinya web cukup menarik diakses.

- *Perangkat*

TABLE-4  
TOTAL PERANGKAT

Perangkat/mobile	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio pantulan	Halaman/sesi	Durasi rata-rata
Asus Zenfone 4 Max	22	22	95	9,47%	11:47	03:00
Apple iPhone	19	19	21	23,81%	5,24	00:50
Xiaomi Redmi 5A	9	9	10	0%	6,70	00:47
Samsung SM-G532G Galaxy Grand Prime+	8	8	9	0%	6,11	00:34
OPPO CPH1803 A3s	6	6	6	0%	2,50	00:02
LG F160L Optimus LTE2	5	5	5	40,00%	1,60	00:01
OPPO A37f	5	5	5	0%	6,20	00:00
OPPO A1601 F1s	4	4	5	0%	17,20	01:40
Samsung SM-J500G Galaxy J5	4	4	4	0%	30,50	03:28
Vivo Y53 1606	4	4	5	0%	2,60	00:05

Pada table 4 menunjukkan total hasil pengunjung website berdasarkan mobile yang dipakai mengakses website oleh pengunjung, berikut adalah analisa mobile pengunjung:

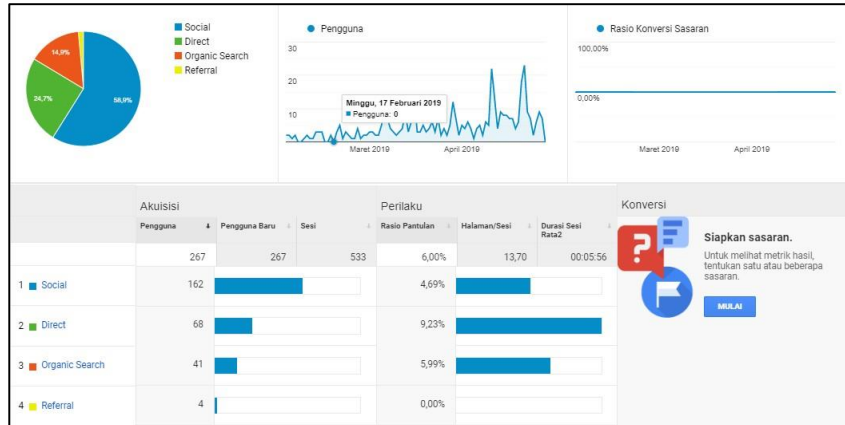
- Total pengunjung berdasarkan mobile selama periode 1 februari 2019 sampai dengan 29 april 2019.

- Website NS Store juga dapat diakses melalui perangkat smartphone atau mobile dimana website selalu diakses melalui banyak jenis smartphone salah satunya adalah Asus Zenfone 4 Max adalah yang digunakan dalam mengakses website yang berarti website cukup bagus diakses melalui smartphone.

• **Acquisition**

Dalam Acquisition ini merupakan yang memperlihatkan data bagaimana pengunjung dapat menemukan website dan dari mana saja website NS Store diakses. Data yang telah didapatkan berdasarkan google analytics dari penerapan digital marketing tanggal 1 februari 2019 – 29 april 2019 adalah sebagai berikut:

- **Overview**



Gambar 17 overview acquisition

Berdasarkan pada Gambar 17 menunjukkan data yang mengakses website NS Store berasal dari mana saja, sebagai berikut:

- **Social**
  - Pengguna: 162.
  - Rasio pantulan: 4.69%.
- **Direct**
  - Pengguna: 68.
  - Rasio pantulan: 9.23%.
- **Original Search**
  - Pengguna: 41.
  - Rasio pantulan: 5.99%.
- **Referral**
  - Pengguna: 4.
  - Rasio pantulan: 0%.

• **Social**

Jejaring Sosial	Akuisisi			Perilaku		
	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio Pantulan	Halaman/Sesi	Durasi Sesi Rata2
	162 % Total: 60,67% (267)	161 % Total: 60,30% (267)	213 % Total: 39,96% (533)	4,69% Rta. untuk Tampilan: 6,00% (-21,80%)	11,17 Rta. untuk Tampilan: 13,70 (-18,42%)	00:03:17 Rta. untuk Tampilan: 00:05:56 (-44,65%)
1. Facebook	120 (74,07%)	119 (73,91%)	148 (69,48%)	6,76%	7,32	00:02:06
2. Instagram	32 (19,75%)	32 (19,88%)	55 (25,82%)	0,00%	22,85	00:07:03
3. Instagram Stories	10 (6,17%)	10 (6,21%)	10 (4,69%)	0,00%	3,90	00:00:08

Gambar 18 acquisition social

Pada gambar 18 diatas adalah trafik berasal dari tautan yang di bagikan media social atau dari website yang telah disematkan pada profil media social diantaranya dari facebook, instagram stories dan instagram.

- *Direct*

Halaman Landing	Akuisisi			Perilaku		
	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio Pantulan	Halaman/Sesi	Durasi Sesi Rata2
	68 % Total: 25,47% (267)	68 % Total: 25,47% (267)	130 % Total: 24,39% (533)	9,23% Rta. untuk Tampilan: 6,00% (53,75%)	11,87 Rta. untuk Tampilan: 13,70 (-13,34%)	00:07:12 Rta. untuk Tampilan: 00:05:56 (21,48%)
1. /	51 (57,95%)	47 (69,12%)	84 (64,62%)	13,10%	11,14	00:07:09
2. /?LSCWP_CTRL=before_optm	4 (4,55%)	4 (5,88%)	4 (3,08%)	0,00%	3,75	00:00:03
3. /cart/	3 (3,41%)	1 (1,47%)	7 (5,38%)	0,00%	5,14	00:00:27
4. /bahan-kemeja-terbaik/	2 (2,27%)	0 (0,00%)	2 (1,54%)	0,00%	38,50	00:12:13
5. /checkout/	2 (2,27%)	1 (1,47%)	3 (2,31%)	0,00%	18,00	00:30:30
6. /my-account/	2 (2,27%)	1 (1,47%)	5 (3,85%)	0,00%	12,20	00:04:13
7. /page/2/	2 (2,27%)	1 (1,47%)	3 (2,31%)	0,00%	27,67	00:04:47
8. /page/3/	2 (2,27%)	1 (1,47%)	2 (1,54%)	50,00%	2,00	00:00:00
9. /produk/jaket-sweater-hoodie-kekinian-pria-wanita-navy-dirb-015/	2 (2,27%)	2 (2,94%)	2 (1,54%)	0,00%	2,50	00:00:04
10. /tren-fashion-pria/	2 (2,27%)	2 (2,94%)	2 (1,54%)	0,00%	3,00	00:00:01

Gambar 19 *acquisition direct*

Pada Gambar 19 merupakan *acquisition* berdasarkan *direct* yaitu pengunjung yang sudah mengetahui alamat website dan langsung mengetikkan alamat website

- *Organic Search*

Kata kunci	Akuisisi			Perilaku		
	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio Pantulan	Halaman/Sesi	Durasi Sesi Rata2
	41 % Total: 15,36% (267)	36 % Total: 13,48% (267)	167 % Total: 31,33% (533)	5,99% Rta. untuk Tampilan: 6,00% (-0,26%)	17,59 Rta. untuk Tampilan: 13,70 (28,45%)	00:07:48 Rta. untuk Tampilan: 00:05:56 (31,54%)
1. (not provided)	37 (90,24%)	32 (88,89%)	163 (97,60%)	6,13%	17,93	00:07:59
2. Apa itu parasut ns	1 (2,44%)	1 (2,78%)	1 (0,60%)	0,00%	6,00	00:00:21
3. bahan kemeja yang terbaik	1 (2,44%)	1 (2,78%)	1 (0,60%)	0,00%	3,00	00:00:07
4. Kemeja Kasual	1 (2,44%)	1 (2,78%)	1 (0,60%)	0,00%	3,00	00:00:01
5. trend style pria 2019	1 (2,44%)	1 (2,78%)	1 (0,60%)	0,00%	3,00	00:00:06

Gambar 20 *acquisition organic search*

Pada Gambar 20 diatas merupakan *organic search* hasil pencarian secara murni yaitu pengguna yang mencari atau mengetikkan menggunakan kata kunci melalui melalui mesin pencari seperti google, bing, yahoo dan lain-lain.

- *Referral*

Sumber	Akuisisi			Perilaku		
	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio Pantulan	Halaman/Sesi	Durasi Sesi Rata2
	4 % Total: 1,49% (269)	3 % Total: 1,12% (269)	23 % Total: 4,29% (536)	0,00% Rta. untuk Tampilan: 5,97% (-100,00%)	19,09 Rta. untuk Tampilan: 13,63 (39,99%)	00:09:40 Rta. untuk Tampilan: 00:05:54 (63,99%)
1. easyhits4u.com	3 (75,00%)	3 (100,00%)	3 (13,04%)	0,00%	2,00	00:00:00
2. welcome.indihome.co.id	1 (25,00%)	0 (0,00%)	20 (86,96%)	0,00%	21,65	00:11:07

Gambar 21 *acquisition referral*

- Pada gambar 21 diatas merupakan *referral* yaitu pengunjung website yang berasal dari website lain.

#### IV. KESIMPULAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan seluruh yang telah dilakukan dalam upaya untuk menerapkan digital marketing pada NS Store, berikut adalah hasil yang dapat diperoleh:

- Penggunaan *platform WordPress* sebagai sarana pembuatan website yang memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian.
- Penggunaan social media instagram, content marketing dan tools *Google Analytics* sebagai sarana untuk memantau pengunjung website dalam menerapkan digital marketing
- Website dan juga *campaign* pada sosial media yang sudah dilakukan dalam rangka penjualan telah berhasil membuat penjualan pada toko NS Store menjadi lebih baik.

##### B. Saran

Saran yang dapat dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Memberikan promosi yang menarik pada konsumen yang dilakukan secara rutin dilakukan untuk meningkatkan penjualan.
- Memaksimalkan penggunaan media sosial dengan cara membuat konten yang menarik agar tidak terjadi pengurangan pada follower dan likers.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yuhefizar, Moduto. Hidayat, HA. Rahmat, *CMM Website Interaktif MCMS Joomla(CMS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.
- [2] Deczen. (2019, Februari) WordPress Adalah? Seluk Beluk dan Pengertian WordPress. [Online]. <https://deczen.com/wordpress-adalah-seluk-beluk-dan-pengertian-wordpress/>
- [3] Rusmanto, *Manajemen Pemasaran Berbasis IT.: Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri*, 2017.
- [4] Nurfebriaraning, Sylvie, *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2017.
- [5] Alif Ryan Zulfikar, "Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Trust pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta," Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2017.
- [6] Helianthusonfri, Jefferly, *Facebook Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016.
- [7] academia. (2019, April) Tugas Komunikasi Multimedia Marketing Berbasis Multimedia (Digital Marketing). [Online]. [https://www.academia.edu/35342639/Tugas\\_Komunikasi\\_Multimedia\\_Marketing\\_Berbasis\\_Multimedia\\_Digital\\_Marketing](https://www.academia.edu/35342639/Tugas_Komunikasi_Multimedia_Marketing_Berbasis_Multimedia_Digital_Marketing)
- [8] Eko Priyo Utomo, *Jadi Bos UKM Online Panduan berbisnis via Online*. Yogyakarta: Multicom, 2010.
- [9] e-Media Solusindo, *Cara Gampang Memuat Website dengan Joomla untuk pemula*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2008.
- [10] Fernando RJ Simbolon. (2012, Nov.) [blogs.uajy.ac.id](https://blogs.uajy.ac.id). [Online]. <https://blogs.uajy.ac.id/fernando/2012/11/19/etika-dampak-dan-keamanan-sistem-informasi/>
- [11] Jefferly Helianthusonfri, *Toko Online Canggih dan Praktis dengan WordPress*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013.
- [12] Hanif AL Fatta, *Rekayasa Sistem Pengenalan wajah*, C. Widyo Hermawan, Ed. Yogyakarta: ANDI, 2009.
- [13] Fathurrahman, *Membuat Website Mudah dan Praktis dengan Weebly*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- [14] Wicaksono, Seotam Rizky, *Rekayasa Perangkat Lunak.: Seribu Bintang*, 2017.
- [15] sudarmaster, *Email Marketing Gratis!* 2018: ebookid.
- [16] academia. (2019, April) Business Process Modeling Notation [ BPMN ] Introducing Business Process Analysis. [Online]. [https://www.academia.edu/4758904/Business\\_Process\\_Modeling\\_Notation\\_BPMN\\_Introducing\\_Business\\_Process\\_Analysis](https://www.academia.edu/4758904/Business_Process_Modeling_Notation_BPMN_Introducing_Business_Process_Analysis)
- [17] Hendriadi, Ade Andri. Didih, "Analisis Web Memgggunakan Google Analytics untuk Menyajikan Laporan Data situs dalam Proses optimasi," *Jurnal ilmiah Solusi*, vol. I, pp. 21-22, Desember- Februari 2014-2015.
- [18] Wahyuningsih, Ratna. (2019, Maret) 10 Media Online untuk Melakukan Promosi Bisnis. [Online]. <https://www.cermati.com/artikel/10-media-online-untuk-melakukan-promosi-bisnis>
- [19] Harminingtyas, Rudika, *Analisis layanan website sebagai media promosi, media transaksi dan media informasi dan pengaruhnya terhadap brand image perusahaan pada hotel ciputra di kota semarang*, vol. VI, p. 46, Oktober 2014.