

Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Branding

Salsa Bila Fitri Rochmaniah*¹

Awin Mulyati²

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya, Indonesia

*e-mail: salsabilafitri447@gmail.com¹, awin@untag-sby.ac.id²

Abstrak

Society 5.0 merupakan gambaran dimana teknologi digunakan untuk mengatasi permasalahan serta membawa dampak positif pada masyarakat secara keseluruhan. Salah satu bentuk dari dampak positifnya yaitu adanya pemanfaatan teknologi yang disebut dengan digital marketing. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform online untuk meningkatkan branding produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai peningkatan branding produk. Jenis penelitian adalah deskriptif dengan metode kualitatif. Dengan kesimpulan yang dapat diambil bahwa dalam peningkatan branding suatu produk menggunakan strategi digital marketing merupakan strategi yang tepat. Strategi tersebut sebagai bentuk pemasaran di platform digital yang menekankan nama brand sehingga dikenal secara luas oleh masyarakat.

Kata kunci: Digital Marketing, Peningkatan Brand, Strategi Pemasaran

Abstract

Society 5.0 is a picture where technology is used to overcome problems and have a positive impact on society as a whole. One positive form is the use of technology called digital marketing. Digital marketing is a marketing strategy that means using online platforms to improve product branding. The aim of this research is to examine the use of digital marketing to improve product branding. This type of research is descriptive with qualitative methods. Thus, the conclusion that can be drawn is that in improving the branding of a product using a digital marketing strategy is the right strategy. This strategy is a form of marketing on digital platforms that emphasizes the brand name so that it is widely known by the public.

Keywords: Digital Marketing, Brand Enhancement, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Dalam zaman modern yang mengembangkan teknologi modern, dimana teknologi bisa dimanfaatkan salah satunya yaitu di bidang bisnis. Dalam era tersebut strategi digital marketing telah menjadi pilar utama sebagai strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, e-commerce dan website. Dengan memahami digital marketing, perusahaan dapat mengoptimalkan persaingan antar brand serta mencapai tujuan pemasaran agar produk dikenal secara luas.

Keberlangsungan suatu bisnis bergantung pada strategi pemasaran mereka dalam menguasai pasar dan mendekati konsumen. Semakin terkenal brand maka semakin besar tantangan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut untuk menjadikan produk mereka semakin kreatif dan inovatif agar mampu bersaing dengan brand lainnya. Di sisi lain, perusahaan juga harus memahami titik lemah dalam produk tersebut sehingga dapat mengambil tindakan secara tepat jika suatu saat ada permasalahan dalam produk tersebut.

Dalam dunia bisnis tentu saja terdapat kompetitor atau pesaing. Dalam menghadapi kompetitor tersebut perlu menggunakan strategi agar dapat bersaing di pasaran. Menurut Kloter and Armstrong (2006) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai sebuah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk dapat mencapai sasaran pemasaran yang diinginkan perusahaan. Mereka juga diketahui sebagai pengagas strategi pemasaran kompetitif. Strategi pemasaran kompetitif adalah strategi yang menempatkan perusahaan secara kuat di tengah para pesaing dan hal ini sangat dimungkinkan terciptanya keunggulan strategis perusahaan yang kokoh.

Menurut Hendrick dan Struggles (2009) bahwa pemasaran secara digital meliputi penggunaan teknologi digital untuk kegiatan iklan. Sistemnya lebih tenang, mudah dan terencana, sehingga dapat memberikan dampak yang luar biasa. Yang dimaksud dengan kondisi lebih tenang adalah perusahaan tidak perlu melakukan sounding secara aktif untuk menarik konsumen. Pemanfaatan platform digital atau media sosial merupakan salah satu strategi yang paling ampuh dalam peningkatan suatu nama merek atau brand, melalui platform atau media sosial kita dapat mengenalkan produk kita kepada masyarakat luas sehingga masyarakat akan tertarik pada produk yang kita promosikan. Dalam hal ini tentu saja diperlukan ide yang kreatif seperti pembuatan video atau konten yang unik, pengiklanan melalui podcast atau website. Pengenalan melalui media tersebut lebih cepat untuk menaikkan suatu nama brand dibandingkan dengan cara yang kuno seperti mengedarkan brosur dan menempelkan iklan di poster.

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya membangun nama besar suatu brand melalui strategi digital marketing. Pengenalan dengan cara yang unik dan menarik dapat membangun ciri khas dari brand tersebut. Jika brand sudah dikenal luas maka konsumen akan dengan sendirinya tertarik untuk membeli produk tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

(Nerkar dan Roberts 2004) memiliki argumen bahwa pemasaran secara signifikan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen tentang kinerja produk untuk menentukan kemungkinan minat daya beli pada konsumen. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa iklan sangat penting untuk menjangkau prospektif pemasaran. Prospektif pemasaran menjadi salah satu penghubung relasi antar manusia dan antar pemasar dan target. Digital marketing menjadi salah satu contoh perkembangan teknologi dalam membangun peningkatan target atau penjualan produk.

Menurut Wsi (2013) Digital Marketing menjadi salah satu cara yang inovatif untuk menjangkau konsumen secara individu, hal ini berdampak positif dikarenakan hemat biaya dan tepat waktu. Selain pergerakan pemasaran yang cepat Digital Marketing juga dapat menghemat biaya promosi perusahaan. Perusahaan cukup membuat sosial media dan mengiklankan produk mereka sendiri. Cara tersebut sangat tepat dilakukan dalam era yang modernisasi seperti saat ini, karena orang-orang akan lebih banyak melihat sosial media dibandingkan dengan membaca poster atau koran.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif yang dengan tujuan memberikan gambaran yang sedang terjadi di zaman modernisasi saat ini. Dalam metode penelitian deskriptif memberikan gambaran yang akurat sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Berdasarkan analisa penulis maka dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi Digital Marketing menjadi penentu strategi terbaik dan menjadi pondasi melalui identifikasi atas bisnis, pesaing, pelanggan, target, dan progres (Ryan, 2014:24)

Identifikasi Bisnis-Identifikasi Pesaing-Identifikasi Pelanggan-Identifikasi Target Bisnis-Identifikasi Progres

1. Identifikasi Bisnis

Dalam hal ini kita akan mempersiapkan apa saja perencanaan yang ada dalam bisnis kita, Antara lain yaitu dari aspek kesiapan penjualan produk, aspek marketing, aspek target penjualan serta menganalisa trending yang sedang di minati masyarakat.

2. Identifikasi Pesaing

Di dunia bisnis kompetitor dengan penjualan produk yang sama menjadi motivasi serta dorongan untuk lebih berkreasi dan inovasi agar produk kita tidak kalah saing dari brand brand tersebut. Kita juga dapat membandingkan apa saja kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh produk kita.

3. Identifikasi Pelanggan

Identifikasi Pelanggan dapat membantu kita dalam memasok produk kita di pasaran. Melalui identifikasi pelanggan kita dapat menganalisis seberapa banyak minat konsumen untuk membeli produk tersebut di berbagai daerah yang dipasarkan.

4. Identifikasi Target

Menganalisis target menjadi tolak ukur untuk mencapai target penjualan produk tersebut. Identifikasi target tersebut juga berguna kita dalam mengklankan produk kita melauai strategi Digital Marketing

5. Identifikasi Progres

Kelebihan dari pemanfaatan Digital Marketing sendiri iala cepatnya dalam analisis pengukuran pemasaran. Setiap aktivitas yang dilakukan melalui Digital Marketing akan direkam dengan sendirinya sehingga memudahkan kita untuk mengetahui perkembangan atau proges dalam mempromosikan produk tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Media dari Digital Marketing lebih diminati oleh masyarakat luas. Dalam hal ini justru memudahkan konsumen untuk mencari tahu lebih dalam tentang produk kita melalui sosial media sehingga konsumen akan memiliki daya tarik untuk membeli.
2. Digital Marketing yang bersifat praktis, Dalam pemasaran ini dapat disimpulkan bahwasannya mempromosikan produk melalui media sosial lebih cepat dan hemat biaya.
3. Kecepatan pelayanan berguna untuk peningkatan kepuasan konsumen . Jika konsumen memiliki masalah pada produk kita konsumen dapat melakukan complain di website yang tersedia hal ini juga sangat berguna bagi brand untuk meningkatkan serta menjaga kualitas produk mereka agar konsumen tidak membeli dari produk konpetitor tersebut.

KEIMPULAN DAN SARAN

Strategi Digital Marketing merupakan strategi paling tepat untuk menjadi media pemsaran sehingga berdampak bagi besarnya nama produk atau disebut branding produk. Tujuan utama dari pemanfaatan strategi tersebut adalah untuk mengenalkan brand kita sehingga para konsumen akan mulai tertarik dan mencari tahu tentang produk tersebut, sehingga dari rasa keingintahuan akan menjadi rasa ingin membeli produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, Farah Diba, Puji Muniarty, 2021 Digital Marketing Konsep dan Strategi*
Diana Rapitasari (2016) Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan
Nayebzadeh, S., Jalaly, M., & Shamsi, H. M. (2013). The realationship Between Customor Satisfaction And Loyalty With The Bank Performance In Iran.
Ryan, D. (2014). Understanting Digital Marketing Great Britain: Kogam Page Limitid