

BAB III

MANAJEMEN PEMASARAN BISNIS *ONLINE*

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Apabila masyarakat berbicara mengenai pemasaran, umumnya yang dimaksudkan adalah permintaan atau penawaran dan harga. Sedangkan apabila seorang tenaga penjualan atau manajer penjualan berbicara mengenai pemasaran, sebenarnya yang dibicarakan adalah penjualan. Pemasaran dalam arti sempit oleh para pengusaha diartikan sebagai pendistribusian, termasuk kegiatan yang dibutuhkan untuk menempatkan produk yang berwujud pada tangan konsumen rumah tangga dan pemakai *industry*.¹⁸

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, *implementasi*, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

¹⁸ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2014), hal. 2

Manajemen pemasaran mengenal empat strategi pemasaran yang biasa disebut bauran pemasaran barang 4P, yaitu produk (*product*), distribusi (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Empat komponen dalam bauran pemasaran barang, sebagai berikut:

2. Produk (*Product*)

mengubah produk dan layanan dengan menambahkan dan mengambil tindakan lain yang mempengaruhi jenis produk atau layanan. Sehingga dapat mengelola elemen produk dan layanan yang tepat untuk pasar.

3. Harga (*price*)

Sistem manajemen perusahaan akan menentukan harga dasar yang tepat untuk produk atau jasa yang diproduksi oleh pemasar berdasarkan harga diskon. Penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah penting yang dihadapi oleh perusahaan.

4. Distribusi (*place*)

Sekelompok organisasi yang saling bergantung yang berpartisipasi dalam proses penyediaan suatu produk kepada konsumen.

5. Promosi (*promotion*)

Pemasaran tidak hanya berbicara tentang produk, harga, dan distribusi produk, tetapi juga mengomunikasikan produk kepada calon konsumen yang tujuannya supaya produk dapat dikenal dan dibeli. Dalam menyampaikan produk diperlukan suatu strategi, yang disebut dengan strategi portofolio promosi (*promotion mix*). Perusahaan menggabungkan empat komponen

tersebut dan menggunakannya untuk melakukan kegiatan pemasarannya..¹⁹

6. Penerapan Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen POAC pada manajemen pemasaran bisnis online yaitu sebagai berikut :

a. Planing

Perencanaan dalam manajemen pemasaran terdapat pada riset produk yang akan dijual, kemudian metode pemasaran untuk menyalurkan produk kepada konsumen melalui media online khususnya marketplace, merencanakan toko yang akan dibuat focus pada kategori yang sesuai dengan produk dan memanfaatkan fitur marketplace secara tepat.

b. Organizing

Pengorganisasian pada manajemen pemasaran bisnis online bagi pemula cukup pada 2 pengelolaan yaitu pengelolaan toko yang di tangani oleh admin/CS dan bagian marketing yang mana tim marketing bertugas untuk mengelola toko supaya banyak calon pembeli mengunjungi toko kita, kemudian akan di *service* oleh admin yang mana adalah penentu produk terjual, serta melakukan pemrosesan pesanan.

c. Actuating

Penggerakan ini adalah membuat perencanaan dan pengorganisasian ini berjalan dengan semestinya sehingga peran *owner* sangat diperlukan

¹⁹ Armstrong, Gary & Philip, Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*, (Jakarta: Penerbit Prenhalindo. 2012), hal 18.

bagi pemula langkah-langkah tersebut dari riset produk hingga pemrosesan pesanan dijalankan sesuai SOP.

d. Controlling

Pengawasan untuk media online pastinya sudah sangat dimudahkan dengan kecanggihan teknologi yang mana dalam sector marketing dapat dilihat dari *fitur traffic* toko yang mana pekerjaan marketing sudah bisa mendapatkan pengunjung seberapa banyak ke toko kita, kemudian pada admin dapat dilihat dari *chatting* dengan konsumen berapa saja sudah mendapatkan penjualan dengan gaya bahasa yang sudah ditetapkan perusahaan dan juga tingkat performa chat serta pengiriman pesanan sudah dapat dilihat langsung pada marketplace tersebut.

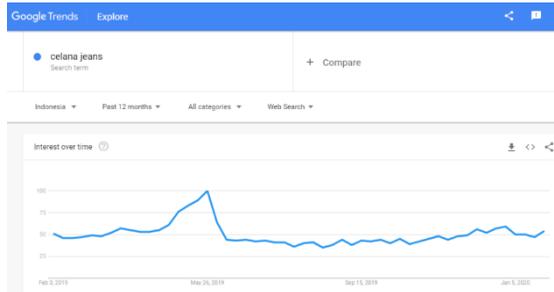
B. Riset Produk

Riset produk banyak dilewatkan banyak pemula yang hanya mencari yang mereka bisa ataupun sesuatu yang belum ada di daerah tersebut tanpa mempertimbangkan permintaan pasar jika memilih produk tersebut, maka dari itu sebelum menetapkan produk yang dijual berikut ini beberapa cara dalam meriset produk :

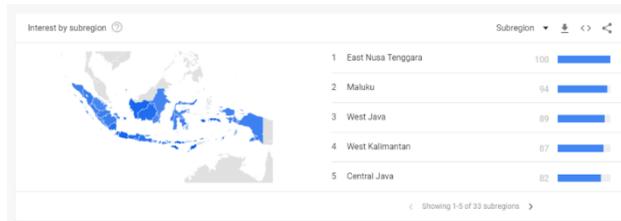
1. Menggunakan Google Trends

Google Trends berfungsi untuk mengetahui apa saja hal yang sedang populer saat ini dan apa saja topik yang paling sering dicari oleh pengguna *internet*. Sehingga data tersebut dapat kamu gunakan untuk memulai bisnis. Mengakses *google trends* dengan memasukkan *keyword* yang akan di riset menganalisis *grafik* yang ditampilkan dalam 1 tahun, kemudian menganalisis daerah dimana

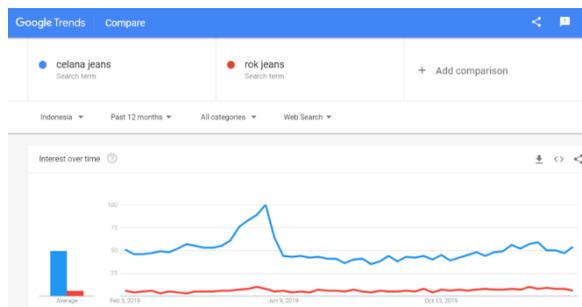
saja yang memiliki minat paling tinggi, kemudian bandingkan dengan produk lain dalam sektor sama.



Gambar 1.3
Grafik Google Trend



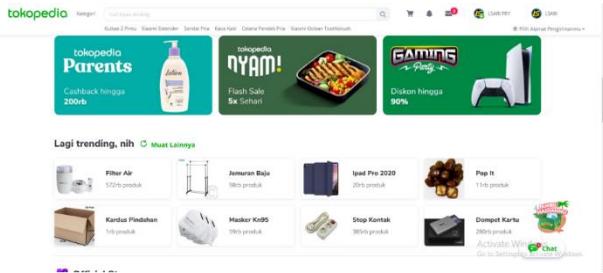
Gambar 2.3
Daerah dengan tingkat pencarian tertinggi



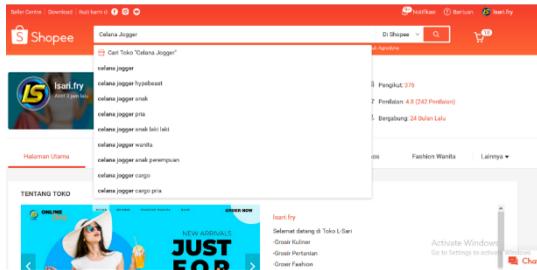
Gambar 3.3
Perbandingan Grafik

2. Survei Produk di *Marketplace*

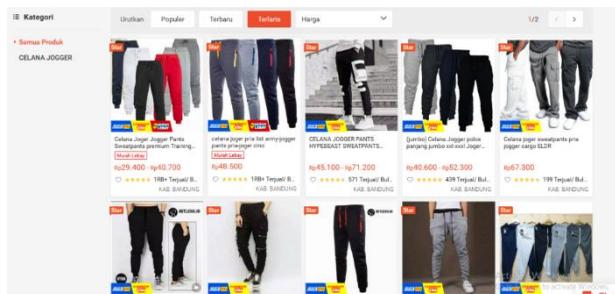
Pada poin ini *marketplace* yang dimaksud kita fokuskan pada *marketplace shopee dan tokopedia*, pada *marketplace* tersebut ada fitur-fitur yang dapat menjadi acuan seperti produk best seller dalam kurun waktu 1 bulan, kemudian jika sudah terfikirkan mengenai produk yang akan kita buat bisnis cukup dengan mengetik pada pencarian maka akan muncul saran-saran yang pencarian tertinggi paling atas, setelah masuk pada produk tersebut maka akan tampil berbagai produk serta jumlah penjualan. Kemudian masuk pada toko yang memiliki jumlah penjualan tinggi dan rating bagus, *analisis* pada tokonya produk terlaris, seberapa banyak penjualan dalam 1 bulan. Dari sini setelah mendapatkan data, seberapa banyak pesaing, jumlah minat, rata-rata penjualan, kata pencarian tertinggi, maka kita dapat mengambil keputusan untuk menjalankan bisnis serta mendapat pandangan dalam memasarkan produk.



Gambar 4.3
Data Best Seller



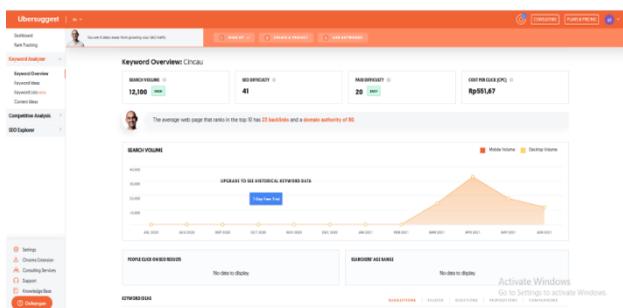
Gambar 4.3
Data Dari Pencarian Shopee



Gambar 5.3
Data Penjualan Per Bulan

3. Riset Keyword di Google

Pada dasarnya riset dengan google ini adalah dengan membandingkan data-data dari google dengan menggunakan *website* seperti *google trends*, *ubersuggest*, *keyword planer*, *keyword sitter* dengan data-data yang akan dicari, seperti peminat produk yang akan kita jadikan bisnis di sebuah daerah, banyak pesaing di daerah tersebut serta data lokasi dengan *google maps*, sasaran pasar yang tepat untuk produk tersebut, model tampilan dan lain sebagainya.



Gambar 6.3

Grafik Volume Pencarian

SEARCH TERM	SEARCH VOLUME	SEARCH INDEX	f	p
Perlu Hentikan Terus-Berikan Dengan Surf Dan Ceklis - Perilaku peralab.com	0	0	7,094	0
Daftar Ceklis Lari Kematian Bilih Sakti Dream.co.id Dream.co.id	0	0	5,70	0
Bahan Checklist Ceklis Yang Anda Mungkin Tidak Tahu infoasrmy	0	0	5,642	0
Bahan Checklist Ceklis Yang Anda Mungkin Tidak Tahu starcity	0	0	4,786	0
Musim Nelayan Terus Dalam Dunia - Karena Tak Suka Air Ceklis, Mer Silih In Daring Netcom sbabar.com	0	1	2,355	0
Bagi Pendula Pengunjung Lari Lari Dengan Bilih Di Kisi Dengan Kuisisioner Bagian Cara Mengasah... hankarman.blogspot.com	0	0	1,848	0
Bahan Checklist Ceklis Yang Anda Mungkin Tidak Tahu - ... infoasrmy	0	0	1,888	0

Gambar 7.3

Konten/kata kunci yang Sering Dicari

4. Gunakan Kuisisioner

Pada cara kuisisioner akan lebih bekerja dengan tepat jika sudah memiliki usaha yang jalan dan akan membuat produk baru, dengan memanfaatkan pelanggan atau *follower* mencari tau produk baru apa yang diminati, setelah mendapatkan produk yang diminati maka dipilih di seleksi dari banyak minatnya menjadi 2 pilihan dan bandingkan produk mana dengan *vote* tertinggi, dengan cara ini maka sesuai *vote* sudah dapat dilihat berapa persen produk ini dapat terjual.

5. Cermati Sosial Media

Pada era ini media sosial sangat berpengaruh pada *trend* di dunia bisnis walau mungkin hanya sesaat, namun dengan memanfaatkan *trend* tersebut maka tidak perlu meriset pasar cukup mencari cara mendapatkan produk tersebut, namun harus dipastikan barang tersebut memang sedang *trend*.



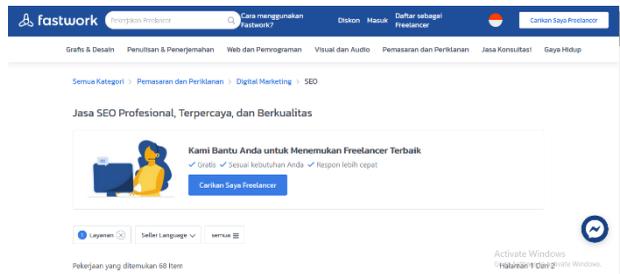
Gambar 8.3
Konten Tiktok Janda Bolong

6. Mengacu Pada Ulasan

Pada riset ini lebih pada melihat *positif* dan negatifnya produk yang akan dijadikan bisnis, dengan mempertahankan positif dan memperbaiki *negatif*, data ini dapat dicari di google maps , *marketplace* serta situs yang menampilkan jumlah rating lainnya. Selain dari ulasan trik ini dapat menjadi acuan kelemahan dan keunggulan dari pesaing.

7. Menggunakan Jasa Riset

Cara yang paling instan yaitu dengan menggunakan tenaga ahli tentunya cara ini membutuhkan modal atau dana, namun juga bisa menggunakan cara bagi hasil dari hasil riset tenaga ahli.



Gambar 9.3
Jasa Riset di Web Fastwork

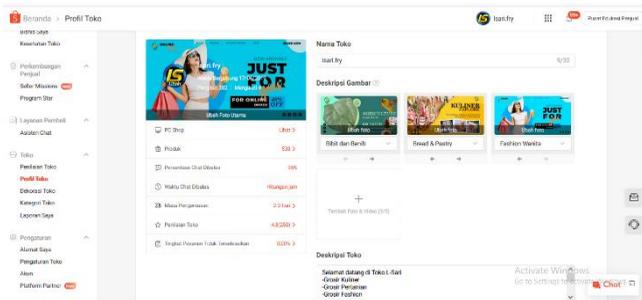
C. Optimasi Toko

Optimasi Toko adalah bagaimana mengoptimalkan toko secara baik demi tercapainya hasil yang ideal dengan tujuan menarik konsumen untuk berkunjung ke toko *online* kita. Untuk mendapatkan hasil yang ideal tentunya admin toko harus mengenal fitur dari toko *online* tersebut dari cara pengoperasiannya, fungsi dan manfaat dari fitur yang ada.

Adapun dalam mengoptimasi toko berikut adalah poin dasar yang perlu di optimasi pada toko *online marketplace* :

1. Profil Toko

Profil toko biasanya terdiri dari nama toko, *username*, deskripsi toko, jenis kelamin, tanggal lahir, *no handphone*, *email*, *social media*, alamat dan no rekening pada poin ini tidak ada trik kusus cukup mengisi data secara lengkap, pastikan data yang terisi benar, pada poin *username* ada beberapa toko yang hanya dapat diganti 1 kali maka pastikan *username* lebih *brand* yang akan kita bangun untuk kedepannya.

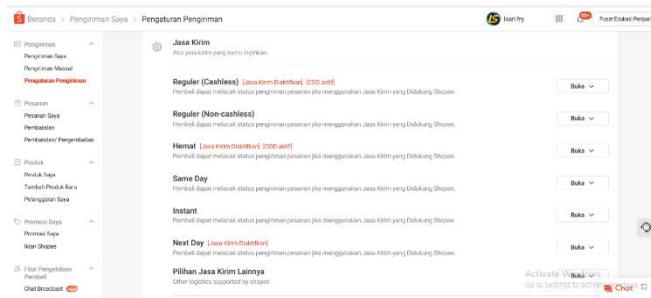


Gambar 10.3
Tampilan Profil di Shopee

2. Jasa pengiriman

Sebelum pada poin jasa pengiriman tentunya mengisi alamat secara lengkap, untuk para *dropshipper* tambahkan juga alamat *supplier* kita. Untuk para *dropshipper* lebih baik menggunakan jasa pengiriman sama dengan *supplier*, namun untuk yang *reseller* dan *supplier* yang perlu diketahui adalah pastikan jasa kurir yang dapat menerima COD harus diaktifkan seperti pada *marketplace shopee* adalah *J&T* dan untuk *marketplace*

tokopedia adalah *Sicepat* dan untuk *lazada* adalah *JNE* setelah itu aktifkan jasa pengiriman terdekat di daerah kita supaya diwaktu yang mendesak seperti kurir sudah selesai jam *pickup* maka kita bisa mengirim langsung ke *counter*. Kemudian selanjutnya aktifkan jasa pengiriman yang bisa *pickup* ke rumah serta mendapatkan nomor yang bisa dihubungi secara cepat (*fast respown*), untuk produk kusus yang cepat *expire* 1-3 hari aktifkan gojek atau grab dan lebih baik tidak mengaktifkan jasa pengiriman yang lain. Kelebihan dan kekurangan setiap jasa kurir akan kita jumpai setelah melakukan pengiriman dengan ekspedisi tersebut dan pada setiap daerah juga mempunyai pengaruh berbeda.

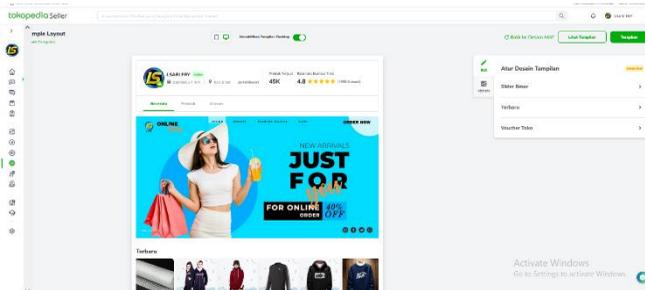


Gambar 11.3
Tampilan Jasa Kirim Shopee

3. Banner Toko

Tampilan wajah dari toko kita haruslah mencerminkan apa yang sedang dijual dan mencerminkan target pasar, dari warna serta desain yang menarik target pasar yang dituju. Untuk banner toko untuk memaksimalkan *performanya* menggunakan 3 slide, dengan ketentuan ukuran sesuai yang tertera pada

marketplace tersebut. Sajikan penawaran terbaik dalam banner toko dan *update* minimal 3 bulan sekali



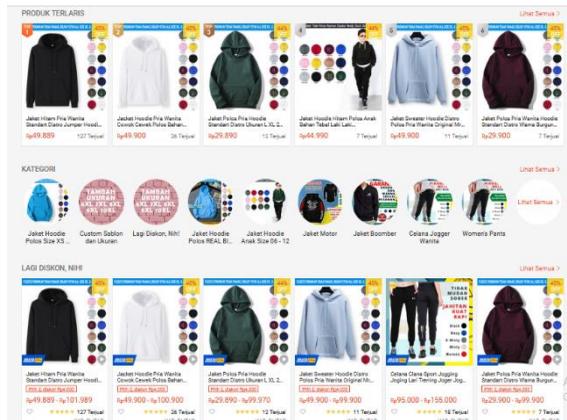
Gambar 12.3
Tampilan Dekorasi Tokopedia

4. Background dan Photo Profile

Selain dari banner toko *background* dan *photo profile* juga menjadi sorotan ketika calon pembeli masuk ketoko kita, yang diibaratkan sebagai kasir dengan wajah dan pakaian menarik mempersilahkan untuk membeli di toko kita, tentunya antara *background* dan *photo profile* harus sinkron warna.

5. Penataan produk

Fitur ini pada setiap *marketplace* akan berbeda namun dalam penataan produk yang perlu diperhatikan adalah mengelompokkan produk sejenis dan menawarkan produk best seller paling atas serta di iringi produk terbaru.



Gambar 13.3
Penataan Produk

6. Maksimalkan *Voucher Toko*

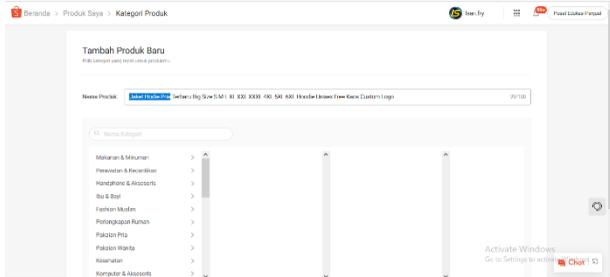
Voucher adalah daya tarik tersendiri dalam mencari konsumen maka dari itu untuk memaksimalkan *performa* toko ada beberapa *voucher* yang perlu di aktifkan yaitu, *voucher* ikuti toko agar ketika calon pembeli masuk kedalam toko langsung ditawarkan *voucher diskon* atau cashback dengan syarat *follow* toko, *voucher* toko yang dapat ditampilkan paling atas tampilan toko, diikuti dengan paket diskon, dan promo *shopee*.

7. Chat Otomatis

Chat otomatis digunakan ketika calon pembeli bertanya kepada admin maka akan ada balasan otomatis yang dimaksudkan bahwa pesan akan dibalas beberapa saat lagi, dalam chat otomatis pastikan menggunakan kata-kata yang membuat calon pembeli sabar menunggu balasan chat dari admin, namun faktor admin membalas juga sangat penting dalam hal ini, karena semakin lama admin membalas chat maka pembeli dapat mencari lagi

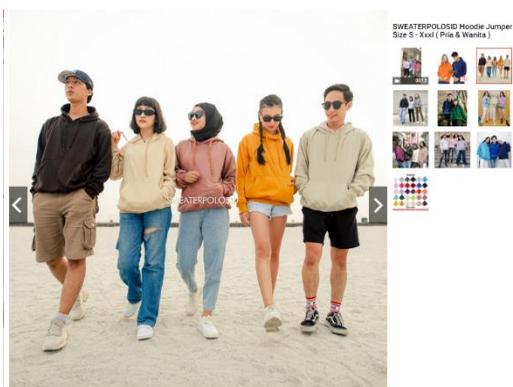
untuk di *marketplace shopee* adalah 100 huruf, pada tokopedia 70 huruf dan untuk *marketplace* lain bisa kita cek langsung pada sisi kanan kolom judul ataupun dibawah kolom judul.

Gambar 15.3
Judul Produk



2. Foto produk Menarik

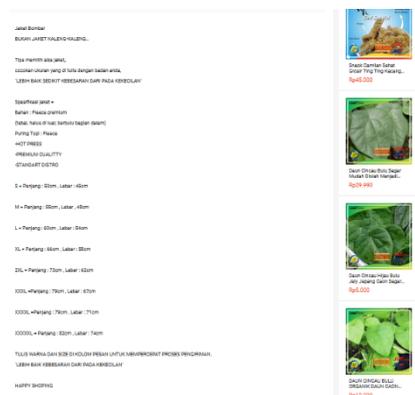
Penampilan foto produk sangat berpengaruh pada persentase klik dan jika semakin banyak persentase klik yang masuk maka *rate* penjualan juga berpotensi meningkat, foto produk menarik adalah foto yang mencirikan produk tersebut, *referensi* dapat kita dapat dari produk pesaing.



Gambar 16.3
Foto Produk

3. Deskripsi

Deskripsi menginformasikan secara detail mengenai produk yang kita jual semakin spesifik deskripsi semakin bagus, sisipkan *copywriting* yang menarik calon pembeli untuk membeli namun jangan berlebihan, gunakan poin-poin jangan terlalu fokus pada paragraf supaya menarik dibaca.



Gambar 17.3

Deskripsi Produk

E. Strategi Iklan di Tokopedia

Iklan adalah media untuk mendatangkan *trafict* yang mana semakin banyak *trafict* yang datang maka semakin besar peluang produk akan terjual, berikut ini adalah tiga keunggulan *TopAds* untuk mempromosikan pengguna iklan dengan menggunakan Iklan Toko:

1. Promosi Sekaligus

Iklankan tokomu dan produk anda serta kata-kata promosi sekaligus Melalui promosi *TopAds* Iklan Toko yang bertujuan untuk membuat toko dan produk yang ditayangkan sekaligus terdapat pada halaman teratas pada pencarian pencarian. Sehingga mendapatkan 7 hal ini.:

a. Tampil Eksklusif

Toko yang tampil lebih besar di bagian atas halaman pencarian akan memudahkan calon pembeli untuk menemukannya.

b. Meningkatkan Pengunjung

dapat meningkatkan pengunjung, *followers* serta pelanggan setia. Fungsi dari yang hampir sama dengan *TopAds* Iklan *Headline* memiliki kegunaan serta posisi dan mekanisme pembayaran yang tidak berubah membuat *TopAds* Iklan Toko mudah dipelajari ketika sudah mempraktekkan *TopAds* Iklan *Headline*. Akan tetapi, *TopAds* Iklan Toko mempunyai keunggulan fitur fungsi yaitu meningkatnya *awareness* toko, meningkatnya *followers* serta penjualan toko sehingga *performa* iklan dapat bekerja

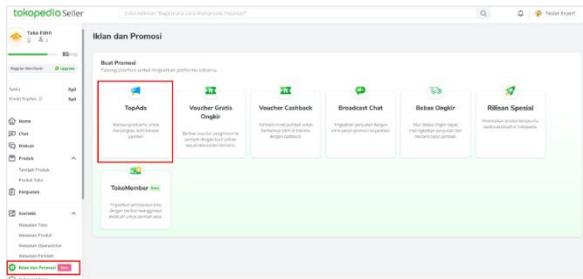
secara maksimal. kemudian, Iklan Toko tentu tidak sama seperti Iklan Produk *Seller*. Yang membedakan dari iklan toko serta tujuan promosi iklan produk melalui *TopAds* Iklan Produk bias menjadikan produkmu tayang di posisi halaman paling atas pada pencarian kata kunci produk. Sehingga dapat melakukan 2 hal ini:

- c. Meningkatnya jumlah produk dilihat (jumlah tayang) produk
- d. Meningkatnya potensi penjualan dari beberapa produk tertentu yang diiklankan
- e. Membangun kepercayaan toko dan produkmu, pada calon konsumen sehingga tokomu menjadi dikenal dan mudah diingat.
- f. Meningkatkan pengunjung toko
- g. Meningkatnya peluang pelanggan setia juga *follower* toko

Menciptakan kepercayaan terhadap tokomu, sehingga tokomu dapat menjadi lebih dikenal oleh pembeli serta menjadi pilihan pertama ketika berfikir mencari sesuatu. ketika pembeli telah mempunyai pengalaman berbelanja kemudian merasa terpuaskan atas pelayanan dan produk, anda telah meningkatkan peluang pembeli memesan ulang.

2. 4 langkah mudah untuk mengaktifkan Iklan Tokopedia di desktop pelajari langkah-langkah berikut ini:

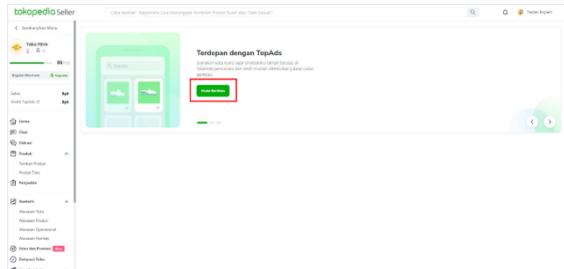
- a. Masuk ke halaman penjual tokopedia, kemudian tekan 'Iklan dan Promosi' lalu pilih TopAds.



Gambar 14.3

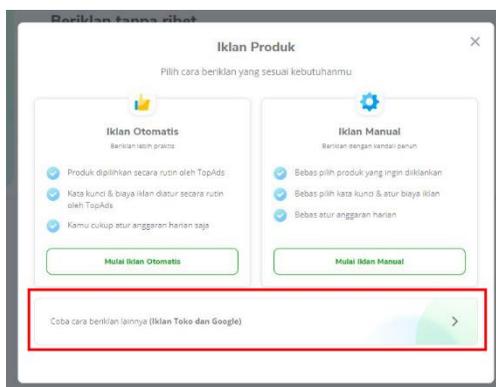
Tampilan Fitur Iklan dan Promosi

- b. klik Mulai Beriklan kemudian tekan Iklan Toko.

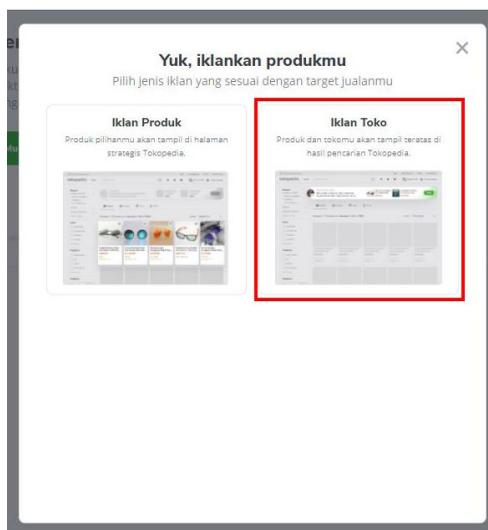


Gambar 15.3

Iklan Toko Mulai Beriklan

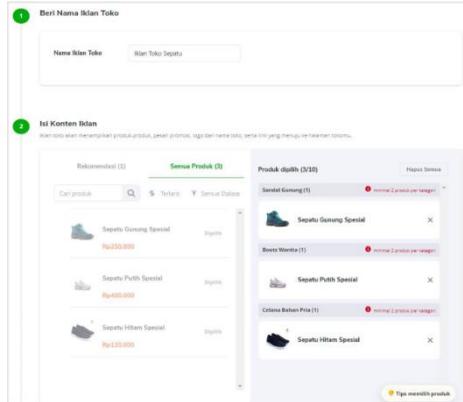


Gambar 16.3
Iklan Toko dan Google

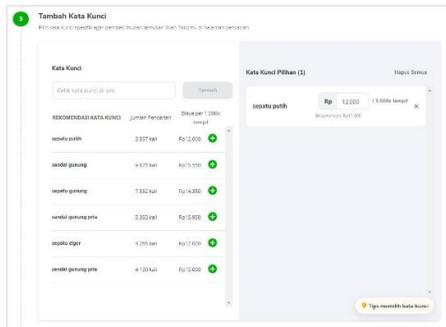


Gambar 17.3
IklaniToko

- c. Isilah nama iklan, produk yang akan ditampilkan, informasi promosi, dan tambahkan kata kunci lain.

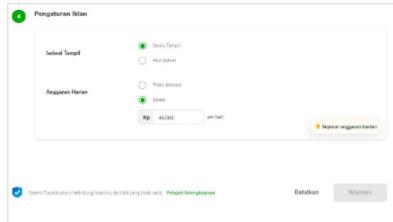


Gambar 18.3
Nama Iklan Toko



Gambar 19.3
Kata Kunci

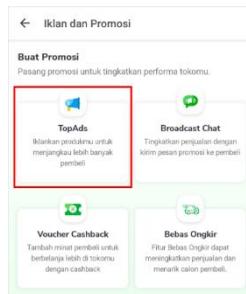
- d. Pada bagian “Pengaturan Iklan”, tetapkan jadwal menampilkannya dan batas anggaran yang anda perlukan untuk Iklan Headline-mu. Jika sudah sesuai, tekan “Iklankan”.



Gambar 20.3

Pengaturan Jadwal Iklan dan Anggaran Harian

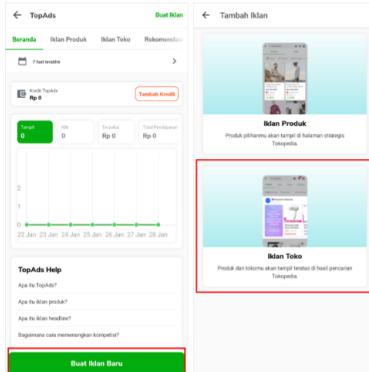
- 3. 6 Langkah mudah untuk mengaktifkan Iklan Toko melalui seluler Jika anda lebih sering menggunakan ponsel untuk mengoperasikan toko, anda juga dapat mengatur TopAds Iklan Toko melalui aplikasi Tokopedia Seller. Berikut langkah-langkahnya:
 - a. Buka aplikasi *Tokopedia Seller* kemudian tekan ‘Lainnya’ dan klik ‘Iklan dan Promosi’. Selanjutnya, tekan ‘TopAds’.



Gambar 21.3

TopAds Melalui Mobile

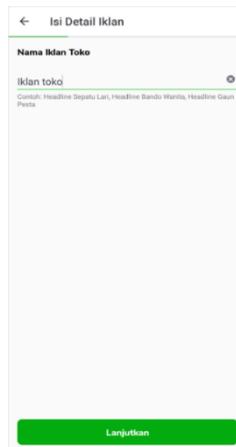
- b. Kemudian tekan 'Buat Iklan Baru' dan pilihlah iklan Toko.



Gambar 22.3

Buat Iklan Baru

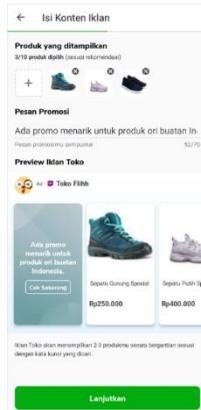
- c. Selanjutnya, tulis judul iklan anda kemudian tekan 'Lanjutkan'.



Gambar 23.3

Nama Judul Iklan

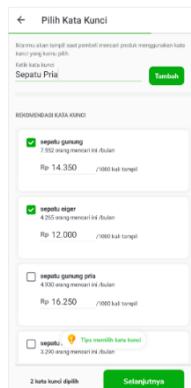
- d. Masukkan keterangan iklan seperti produk yang akan diiklankan dan informasi promosi yang menarik. Kemudian tekan ‘Lanjutkan’.



Gambar 24.3

Pilih Produk yang Diiklankan

- e. Masukkan kata kunci yang tepat lalu tekan ‘Tambah’ atau tekan ‘Rekomendasi Kata Kunci’ yang berikan Tokopedia. Setelah itu, tekan ‘Selanjutnya’.

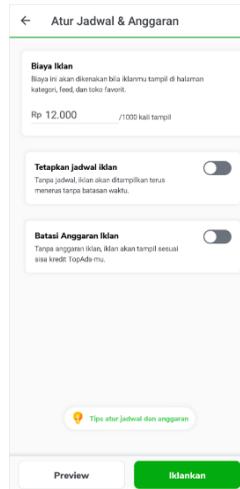


Gambar 25.3

Pilih Kata Kunci

- f. Atur waktu dan anggaran *TopAds*-mu dengan mengisi jumlah biaya iklan, Jadwal Iklan (mulai iklan hingga akhir iklan). anda juga dapat menentukan jumlah biaya iklan yang diinginkan. Lalu setelah selesai mengatur, tekan ‘Iklankan’.

Gambar 26.3



Menetapkan Waktu dan Anggaran

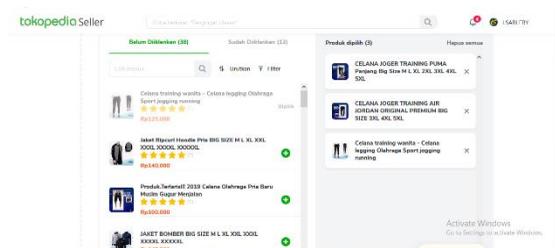
Untuk memaksimalkan *performa* iklan berikut tahap strategi dalam beriklan di *marketplace* untuk para pemula:

4. Menentukan produk yang akan diiklankan

Langkah awal ketika beriklan adalah menentukan produk yang akan diiklankan, dalam memilih produk yang akan diiklankan perlu dipertimbangkan adalah rating supaya ketika produk disejajarkan dengan produk penjualan lebih banyak masih terlihat sejajar dengan rating produk. Untuk mendapatkan rating pertama kalian dapat melakukan *fake order* ataupun mencari konsumen dari luar *marketplace* terlebih dahulu. Produk yang

diiklankan belum memiliki rating ataupun penjualan dapat dilakukan namun maksimalkan optimasi produk dan gunakan promo yang menarik. Iklan produk *best seller* dengan tujuan meningkatkan penjualan tentunya dengan pertimbangan *profit* yang menguntungkan. Jumlah produk yang akan diiklankan minimal 3 produk supaya produk akan sering terlihat di beberapa page kata kunci.

Gambar 18.3



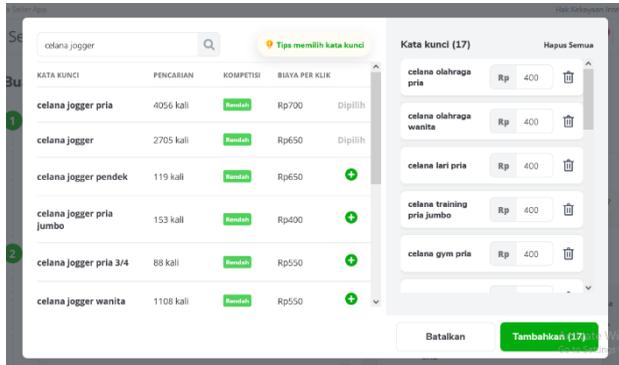
Memilih Produk yang akan Diiklankan

a. Menentukan kata kunci yang tepat

Langkah selanjutnya setelah mengiklankan produk adalah menentukan kata kunci yang tepat. Strategi iklan pada *marketplace* yang pertama yaitu tidak disarankan untuk mengambil semua kata kunci yang direkomendasikan oleh marketplace pilihlah sesuai dengan produk dan volume pencariannya. Saat memutuskan produk yang akan diiklankan, pilihlah kata pencarian yang terkait dengan produk. Pilihlah kata yang paling relevan dan mendeskripsikan dengan jelas produk Anda. Dalam mengambil kata kunci carilah kata kunci relevan yang mempunyai volume pencarian diatas 700 dibawah 5000 yang mana posisi tersebut dapat menargetkan posisi yang tepat serta biaya yang murah. Jumlah kata kunci yang dipakai

lebih dari 5 kata kunci dan dibawah 20 supaya dapat diriset untuk berkelanjutan, kata kunci yang tepat dan menguntungkan dapat digunakan terus menerus.

Gambar 19.3
Memilih Kata Kunci



b. Menentukan budget iklan

Kata kunci yang disediakan *marketplace* sudah termasuk harga per bid kata. Sebaiknya jangan menggunakan cara tersebut, ubahlah ke harga terendah. Alasan pertama karena iklan yang muncul di awal biasanya adalah yang dilihat *seller* pesaing. Oknum *seller* yang usil terkadang sengaja klik iklan Anda sebanyak-banyaknya tanpa membeli produk. Alasan kedua adalah kata pencarian yang dipilih belum tentu relevan dan efektif. Artinya, cukup siapkan budget minim saja ketika mencari kata kunci yang tepat. *Budget* iklan selanjutnya adalah *budget* iklan harian pastikan *setting* nominal Rp. 5000 per hari untuk awal, atau menggunakan nominal terkecil, namun jika sudah konsisten maka akan terlihat rata-rata penjualan setiap harinya dari situ kita dapat

meningkatkan *budget* harian namun masih di zona tidak rugi terlalu banyak meskipun tanpa ada penjualan dan akan di tutup dengan penjualan hari berikutnya dan tentukan *budget* bulanan dan maksimalkan *profit* yang didapat dengan budget tersebut.

c. Konsisten dalam beriklan

Konsisten beriklan memberikan dampak yang baik dalam posisi produk yang mana selain dari jumlah *bid* yang dimasukkan namun juga dari seberapa sering kita beriklan dan akan dirkomendasikan *marketplace* di posisi lebih atas menggantikan *bid* yang saldonya sudah habis.

F. Memaksimalkan Fitur Promosi

Banyak sekali *marketplace* demi menarik calon pembeli melakukan banyak promosi supaya pembeli beli pada *platform* mereka dan promosi ini dijadikan fitur yang dapat digunakan oleh penjual yang berjualan di *platform* mereka, maka dari itu sebagai penjual harus mengenali fitur-fitur tempat kita berjualan dan memaksimalkan fitur tersebut dengan baik.

LATIHAN SOAL

Nomor Soal	Pertanyaan	Jawaban
1	jelaskan yang dimaksud dengan riset produk !	
2	Kenapa harus riset produk sebelum berbisnis <i>online</i> ?	
3	Apa saja yang perlu diriset sebelum menetapkan produk yang akan dijual?	
4	Bagaimana cara untuk riset produk?	
5	Jelaskan pengertian dari optimasi toko!	
6	Optimasi apa saja yang diperlukan supaya toko mendapatkan hasil yang ideal?	
7	Bagaimana cara mengoptimalkan jasa pengiriman?	
8	Jelaskan maksud dari optimasi produk!	
9	Jelaskan perbedaan antara optimasi produk dengan optimasi toko!	
10	Bagaimana langkah-langkah dalam mengoptimasi produk?	

LATIHAN SOAL

11	Bagaimana cara menentukan judul yang tepat?	
12	Bagaimana tahap beriklan di <i>marketplace</i> ? Jelaskan!	
13	Bagaimana cara menetapkan kata kunci ketika beriklan di <i>marketplace</i> ?	
14	Apa saja fitur promosi yang terdapat di <i>marketplace</i> ?	
15	Bagaimana manfaat dari fitur promosi tersebut?	
16	Jelaskan mengenai fitur promosi power merchant pada <i>marketplace</i> tokopedia	
17	Sejauh mana pemahaman kalian dalam bab manajemen pemasaran bisnis <i>online</i> ?	
18	Hal apa saja yang dapat kalian terapkan dari membaca bab ini?	