

Memahami Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Keuntungan dengan Pengeluaran Efisien

by Muhammad Dimas

Submission date: 16-Jun-2024 10:16PM (UTC-0500)

Submission ID: 2403849959

File name: VOL.2_JULI_2024_HAL_31-42.docx (50.9K)

Word count: 3267

Character count: 21331

Memahami Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Keuntungan dengan Pengeluaran Efisien

Muhammad Dimas

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

md3708444@gmail.com

Muhammad Irwan Padli Nasution

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

irwannst@uinsu.ac.id

Jl. Lapangan Golf, Desa Durian Jangak, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang
Provinsi Sumatera Utara

email korespondensi : md3708444@gmail.com

ABSTRACT: In the rapidly developing digital era, online businesses face increasing challenges to achieve significant profits without sacrificing spending efficiency. To overcome this challenge, an optimal online marketing strategy is needed that can reach the right target market without significantly increasing operational costs. This journal discusses several online marketing strategies that are effective in increasing profits relevant to expenditure. From a deep understanding of the target market to the use of social media and careful data analysis, every step taken is based on the principles of efficiency and effectiveness. By implementing the right marketing strategies, businesses can increase their visibility online, attract more potential customers, and increase sales conversions without having to exceed their available budget. Thus, this journal provides practical guidance for business owners and marketers to achieve success in their online sales without sacrificing profitability.

Keywords: Online sales, marketing strategy, efficient spending

ABSTRAK: Dalam era digital yang berkembang pesat, bisnis online menghadapi tantangan yang semakin besar untuk mencapai keuntungan yang signifikan tanpa mengorbankan efisiensi pengeluaran. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi pemasaran online yang optimal yang dapat menjangkau target pasar yang tepat tanpa meningkatkan biaya operasional secara signifikan. Jurnal ini membahas beberapa strategi pemasaran online yang efektif dalam meningkatkan keuntungan yang relevan dengan pengeluaran. Dari pemahaman yang mendalam tentang target pasar hingga penggunaan media sosial dan analisis data yang cermat, setiap langkah yang diambil didasarkan pada prinsip efisiensi dan efektivitas. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, bisnis dapat meningkatkan visibilitas mereka secara online, menarik lebih banyak pelanggan potensial, dan meningkatkan konversi penjualan tanpa harus melebihi anggaran yang tersedia. Dengan demikian, jurnal ini memberikan panduan praktis bagi para pemilik bisnis dan pemasar untuk mencapai kesuksesan dalam penjualan online mereka tanpa mengorbankan profitabilitas.

Keywords: Penjualan online, strategi pemasaran, pengeluaran efisien

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat saat ini, bisnis tidak lagi terbatas oleh batasan geografis atau fisik. Penjualan online telah menjadi salah satu jalur utama untuk mencapai pasar yang lebih luas, menghasilkan peluang yang tak terbatas bagi pertumbuhan dan keuntungan bisnis. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, hanya dengan memiliki produk atau layanan yang berkualitas saja tidak cukup untuk mencapai kesuksesan. Inilah mengapa strategi pemasaran online yang tepat menjadi sangat penting.

Received: Mei 01, 2023; Accepted: Juni 12, 2024; Published: Juli 31, 2024

* Muhammad Dimas, md3708444@gmail.com

Strategi pemasaran online adalah fondasi bagi keberhasilan bisnis dalam dunia digital. Ini melibatkan penggunaan berbagai alat dan teknik untuk meningkatkan visibilitas, menarik perhatian pelanggan potensial, dan mengubahnya menjadi penjualan yang menguntungkan. Dengan pendekatan yang baik, strategi pemasaran online tidak hanya dapat membantu bisnis bertahan di pasar yang kompetitif, tetapi juga membuka pintu untuk pertumbuhan yang signifikan.

Tujuan utama dari strategi pemasaran online adalah meningkatkan keuntungan. Namun, hal ini tidak selalu berarti bahwa Anda harus mengeluarkan banyak uang. Dengan menggabungkan kreativitas, pengetahuan pasar yang mendalam, dan alat-alat digital yang tersedia, Anda dapat mencapai hasil yang optimal tanpa harus melebihi anggaran yang telah ditetapkan.

Dalam jurnal ini, kita akan mengeksplorasi beberapa strategi pemasaran online yang optimal yang dapat membantu meningkatkan keuntungan tanpa meningkatkan pengeluaran secara signifikan. Dari pemahaman yang mendalam tentang target pasar hingga pengoptimalan data dan analisis yang cermat, setiap langkah yang diambil akan didasarkan pada prinsip efisiensi dan efektivitas. Dengan demikian, jurnal ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi para pemilik bisnis dan pemasar yang ingin mengambil langkah-langkah konkret menuju kesuksesan dalam dunia penjualan online.

METODE

Penelitian ini menggunakan studi literatur untuk mengumpulkan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelolah bahan penelitian mengenai pemahaman strategi pemasaran online guna meningkatkan keuntungan dengan pengeluaran yang efisien. Metode literatur memungkinkan kami dapat memahami teori-teori yang mendasari masalah dan penanganannya dalam strategi pemasaran online dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Online untuk Mengoptimalkan Keuntungan dengan Pengeluaran Efisien

A. Pemahaman Mendalam tentang Target Pasar

Menurut Hanggraito dan Sanjiwani (2020) pemahaman yang mendalam tentang target pasar merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam bisnis. Ini melibatkan

33
pemahaman yang komprehensif tentang siapa pelanggan Anda, apa kebutuhan dan keinginan mereka, bagaimana mereka berperilaku, dan bagaimana Anda dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan produk atau layanan Anda. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam memperoleh pemahaman yang mendalam tentang target pasar:

1. Segmentasi Pasar

16
Langkah pertama dalam memahami target pasar adalah membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik yang sama, seperti demografi (usia, jenis kelamin, pendapatan), geografi (lokasi geografis), psikografi (nilai-nilai, gaya hidup), dan perilaku (kebiasaan pembelian, preferensi merek). Segmentasi memungkinkan Anda untuk fokus pada kelompok yang paling mungkin tertarik dengan produk atau layanan Anda (Hariansyah, 2021).

2. Penelitian Pasar

Menurut Pinayani (2017) melakukan penelitian pasar menyeluruh untuk mengumpulkan data tentang segmen pasar yang telah diidentifikasi. Ini dapat melibatkan survei, wawancara, analisis data sekunder, dan observasi perilaku konsumen. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang kebutuhan, keinginan, preferensi, dan masalah yang dihadapi oleh target pasar Anda.

3. Analisis Persaingan

Memahami siapa pesaing Anda dan bagaimana mereka memengaruhi perilaku pasar adalah langkah penting. Anda perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing Anda, serta bagaimana produk atau layanan Anda membedakan diri dari yang lain di pasar (Hofifah, 2020).

4. Penentuan Posisi

Setelah Anda memahami segmen pasar dan persaingan, Anda perlu menentukan posisi produk atau layanan Anda dalam pikiran pelanggan potensial. Ini melibatkan diferensiasi - menunjukkan bagaimana produk atau layanan Anda berbeda dan mengapa itu lebih baik daripada pesaing.

5. Pengembangan Persona Pelanggan

Membuat persona pelanggan yang mendalam membantu Anda memvisualisasikan siapa pelanggan ideal Anda. Ini melibatkan memberikan karakteristik demografis, psikografis, perilaku, dan tujuan kepada persona

yang dihasilkan. Dengan memahami persona Anda, Anda dapat mempersonalisasi strategi pemasaran dan komunikasi untuk menjangkau mereka dengan lebih efektif.

6. Evaluasi dan Penyesuaian Terus Menerus

Pasar selalu berubah, jadi penting untuk terus mengevaluasi pemahaman Anda tentang target pasar dan menyesuaikan strategi Anda sesuai dengan perubahan dalam kebutuhan, preferensi, atau tren pasar.

B. Konten Berkualitas dan Konsistensi

Menurut Ramby (2022) konten berkualitas dan konsistensi adalah dua elemen kunci dalam strategi pemasaran konten yang berhasil. Mereka saling melengkapi dan mendukung satu sama lain untuk membangun kehadiran merek yang kuat, mempertahankan audiens yang setia, dan mencapai tujuan pemasaran Anda.

1. Konten Berkualitas

1.1 Relevansi

Konten harus relevan dengan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan target pasar Anda. Ini memastikan bahwa audiens Anda merasa terhubung dengan konten Anda dan melihat nilai di dalamnya.

1.2 Keaslian

Konten yang orisinal dan unik memiliki daya tarik yang lebih besar bagi audiens. Hindari menghasilkan konten yang sekadar meniru atau menyalin dari sumber lain. Keaslian membantu merek Anda membangun identitas yang khas dan membedakan dari pesaing.

1.3 Nilai Tambah

Konten harus memberikan nilai tambahan kepada audiens Anda. Ini bisa berupa informasi yang bermanfaat, solusi untuk masalah, hiburan, atau inspirasi. Dengan memberikan nilai tambahan, Anda dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens Anda.

1.4 Kualitas Visual dan Penulisan

Presentasi konten juga penting. Konten visual yang menarik dan penulisan yang baik akan membuat konten Anda lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

2. Konsistensi

2.1 Jadwal Publikasi yang Tepat

Menetapkan jadwal yang konsisten untuk publikasi konten membantu membangun ekspektasi di antara audiens Anda. Mereka akan belajar untuk mengharapkan konten baru dari Anda pada waktu yang konsisten, yang dapat membantu mempertahankan keterlibatan.

2.2 Pesan dan Gaya yang Konsisten

Konsistensi dalam pesan dan gaya membantu membangun citra merek yang kohesif. Ini mencakup penggunaan suara merek yang konsisten, nilai-nilai merek yang ditekankan, dan gaya visual yang seragam.

2.3 Integrasi Antarplatform

Konten harus konsisten di seluruh platform yang Anda gunakan, mulai dari situs web dan media sosial hingga email dan blog. Ini membantu membangun kesan yang seragam tentang merek Anda di mata audiens.

2.4 Respons terhadap Umpan Balik

Menanggapi umpan balik dari audiens Anda dengan konsisten menunjukkan bahwa Anda peduli dan memperhatikan kebutuhan mereka. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat hubungan merek-audiens.

C. Optimalisasi Mesin Pencari (SEO)

4
Optimalisasi Mesin Pencari (Search Engine Optimization atau SEO) adalah praktik untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas lalu lintas organik ke situs web Anda melalui hasil pencarian mesin pencari seperti Google, Bing, dan lainnya. Ini merupakan komponen penting dalam strategi pemasaran digital karena membantu situs web Anda menjadi lebih terlihat bagi calon pelanggan yang mencari produk atau layanan yang Anda tawarkan (Himawan, 2017). Berikut adalah beberapa aspek penting dalam SEO:

1. Penelitian Kata Kunci

1
Ini adalah langkah awal dalam SEO. Kita perlu memahami kata kunci yang relevan dengan bisnis Anda yang dicari oleh audiens target kita. Alat pencarian kata kunci seperti Google Keyword Planner, Ubersuggest, atau SEMrush dapat membantu kita mengidentifikasi kata kunci yang populer dan relevan (Prasetyo, 2021).

2. Optimasi On-Page

Ini mencakup semua tindakan yang Anda ambil di situs web Anda untuk meningkatkan peringkat pencarian. Ini termasuk:

a. Optimasi Judul dan Meta Deskripsi

Menulis judul halaman dan meta deskripsi yang menarik dan relevan untuk setiap halaman situs web.

b. Konten Berkualitas

Memastikan konten Anda informatif, relevan, dan bermanfaat bagi pengguna. Ini termasuk penggunaan kata kunci secara alami dalam konten.

c. Penggunaan Kata Kunci: Mengoptimalkan penggunaan kata kunci dalam judul, tag heading (H1, H2, H3), URL, dan konten.

d. Optimasi Gambar

Menggunakan deskripsi alternatif (alt text) pada gambar untuk membantu mesin pencari memahami konten gambar.

3. Optimasi Off-Page

Ini melibatkan upaya untuk meningkatkan otoritas dan kepercayaan situs web Anda di mata mesin pencari. Ini termasuk:

a. Link Building: Membangun tautan (backlink) berkualitas dari situs web lain ke situs web Anda. Backlink dari situs web otoritatif dan relevan membantu meningkatkan otoritas domain Anda.

b. Prakiraan Lokal: Jika bisnis Anda beroperasi di tingkat lokal, optimalkan profil bisnis Anda di direktori bisnis online, ulasan pelanggan, dan pengoptimalan Google My Business.

c. Mobile Optimization: Mengoptimalkan situs web Anda untuk penggunaan mobile sangat penting karena banyak orang sekarang mencari informasi melalui perangkat seluler. Pastikan situs web Anda responsif dan mudah digunakan di perangkat mobile.

d. Analisis dan Pemantauan: Penting untuk terus memantau kinerja SEO Anda dan melakukan analisis secara berkala. Melalui alat analisis web seperti Google Analytics, Anda dapat melacak lalu lintas organik, peringkat kata kunci, dan perilaku pengguna di situs web Anda. Dengan memahami data ini, Anda dapat membuat perubahan strategis yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja SEO Anda.

SEO adalah proses yang berkelanjutan dan memerlukan dedikasi serta pembaruan terus-menerus untuk tetap relevan dengan perubahan algoritma mesin pencari dan tren dalam perilaku pengguna online.

D. Pemanfaatan Media Sosial

28
Pemanfaatan media sosial telah menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam strategi pemasaran digital modern. Ini memungkinkan merek untuk terhubung dengan audiens mereka secara langsung, membangun hubungan yang kuat, dan memperluas jangkauan merek mereka (Arif, 2019). Berikut adalah beberapa cara dalam memanfaatkan media sosial secara efektif:

1. Pemahaman Platform: Setiap platform media sosial memiliki demografis yang berbeda dan gaya komunikasi yang berbeda. Penting untuk memahami platform yang paling sesuai dengan audiens target Anda dan membuat strategi yang sesuai. Misalnya, LinkedIn mungkin lebih cocok untuk bisnis dan profesional, sementara Instagram lebih cocok untuk konten visual yang menarik.
2. Konten Berkualitas: Konten adalah kunci dalam media sosial. Pastikan untuk menyajikan konten yang bermanfaat, informatif, atau menghibur bagi audiens Anda. Ini bisa berupa artikel blog, video, gambar, infografis, atau konten interaktif lainnya.
3. Konsistensi: Konsistensi dalam posting adalah kunci untuk mempertahankan keterlibatan dan membangun kehadiran merek yang kuat di media sosial. Tetaplah aktif dengan menyajikan konten secara teratur dan mengikuti jadwal posting yang konsisten.
4. Interaksi dan Keterlibatan: Media sosial adalah tentang berinteraksi dengan audiens Anda. Pastikan untuk merespons komentar, pesan langsung, dan tanggapan dari pengikut Anda. Bertindak sebagai pemimpin opini dalam industri Anda dengan berbagi pemikiran, solusi, atau tips yang berguna.
5. Penggunaan Hashtag: Hashtag memungkinkan konten Anda ditemukan oleh orang-orang yang mencari topik tertentu. Gunakan hashtag yang relevan dengan konten Anda, tetapi hindari penyalahgunaan atau penggunaan yang berlebihan.
6. Analisis dan Pemantauan: Penting untuk memantau kinerja Anda di media sosial menggunakan analisis yang tersedia dari platform tersebut atau alat

18
pihak ketiga. Dengan memahami metrik seperti tingkat keterlibatan, pertumbuhan pengikut, dan konversi, Anda dapat menyesuaikan strategi Anda sesuai dengan kebutuhan dan mencapai tujuan pemasaran Anda.

7. Pemasaran Berbayar: Selain posting organik, Anda juga dapat memanfaatkan iklan berbayar di platform media sosial untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan. 29 Ini memungkinkan Anda untuk menargetkan audiens yang spesifik dan mengoptimalkan pengeluaran iklan Anda.
8. Pengaruh dan Kemitraan: 35 Membangun hubungan dengan pengaruh dan kemitraan dengan merek lain dapat membantu memperluas jangkauan Anda di media sosial. Kerjasama dengan pengaruh yang relevan atau merek yang sejalan dengan nilai dan visi Anda dapat membawa manfaat besar dalam memperluas audiens Anda.

E. Analisis Data dan Pengoptimalan

Analisis data dan pengoptimalan adalah proses yang penting dalam pemasaran dan pengelolaan bisnis modern. 9 Ini melibatkan pengumpulan, pengolahan, dan penafsiran data untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan meningkatkan kinerja bisnis Anda. 11 Berikut adalah beberapa langkah yang terlibat dalam analisis data dan pengoptimalan:

1. Pengumpulan Data: Langkah pertama dalam analisis data adalah mengumpulkan data yang relevan untuk bisnis Anda. Ini bisa berupa data pelanggan, data transaksi, data website, data media sosial, dan banyak lagi. Data dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk alat analisis web, platform media sosial, sistem manajemen pelanggan (CRM), dan penelitian pasar.
2. Pemrosesan Data: Setelah data dikumpulkan, langkah berikutnya adalah memprosesnya agar dapat diolah dan dianalisis dengan baik. Ini melibatkan pembersihan data (misalnya, menghilangkan entri yang tidak lengkap atau tidak valid), 10 penggabungan data dari berbagai sumber, dan pengorganisasian data ke dalam format yang sesuai untuk analisis lebih lanjut.
3. Analisis Data: Setelah data diproses, Anda dapat melakukan analisis 17 untuk mendapatkan wawasan yang berharga tentang perilaku pelanggan, tren pasar, dan kinerja bisnis Anda. Jenis analisis yang dapat dilakukan termasuk

analisis deskriptif (mendeskripsikan karakteristik data), analisis eksploratif (mengeksplorasi pola dan hubungan dalam data), dan analisis prediktif (menggunakan model untuk membuat prediksi tentang masa depan).

4. Pengambilan Keputusan: Berdasarkan hasil analisis, Anda dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang strategi pemasaran, pengembangan produk, layanan pelanggan, dan banyak lagi. Keputusan yang diambil harus didasarkan pada bukti yang diberikan oleh data, bukan hanya pada intuisi atau asumsi.
5. Pengoptimalan: Setelah membuat keputusan, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan perubahan yang diperlukan dan mengoptimalkan strategi Anda berdasarkan wawasan yang diperoleh dari analisis data. Ini dapat melibatkan pengoptimalan kampanye pemasaran, penyesuaian harga, peningkatan pengalaman pelanggan, dan strategi lainnya untuk meningkatkan kinerja bisnis Anda.
6. Pemantauan dan Evaluasi: Penting untuk terus memantau kinerja bisnis Anda setelah mengimplementasikan perubahan dan mengukur efektivitasnya. Dengan memantau metrik kunci dan melacak perkembangan dari waktu ke waktu, Anda dapat menilai apakah strategi Anda berhasil atau perlu disesuaikan lagi.
7. Iterasi: Analisis data adalah proses yang berkelanjutan. Anda harus siap untuk terus mengumpulkan, menganalisis, dan mengoptimalkan data Anda secara teratur untuk tetap bersaing dan berkembang di pasar yang berubah-ubah.

F. Kemitraan dan Kolaborasi

Kemitraan dan kolaborasi adalah strategi penting dalam dunia bisnis modern yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan bersama, memperluas jangkauan, dan meningkatkan nilai bagi pelanggan. Berikut adalah beberapa cara di mana kemitraan dan kolaborasi dapat memberikan manfaat:

1. Meningkatkan Keahlian dan Sumber Daya: Kemitraan memungkinkan perusahaan untuk mengakses keahlian, sumber daya, dan teknologi baru yang mungkin tidak mereka miliki sendiri. Dengan berkolaborasi dengan mitra yang memiliki keahlian yang komplementer, Anda dapat meningkatkan kemampuan dan kapasitas bisnis Anda.

2. **Memperluas Jangkauan Pasar:** Melalui kemitraan, Anda dapat mengakses pasar yang lebih luas dan berpotensi mencapai pelanggan yang mungkin tidak terjangkau dengan sendirinya. Misalnya, bekerja sama dengan mitra distribusi atau penjualan dapat membantu memperluas jangkauan geografis atau segmen pasar Anda.
3. **Inovasi Bersama:** Kolaborasi dengan mitra dapat memicu inovasi dan penciptaan produk atau layanan baru yang lebih baik. Dengan memadukan ide, pengalaman, dan sumber daya dari berbagai pihak, Anda dapat menciptakan solusi yang lebih inovatif dan relevan bagi pelanggan.
4. **Membangun Citra Merek yang Kuat:** Kemitraan dengan merek atau organisasi yang memiliki reputasi baik dapat membantu membangun citra merek Anda dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kerjasama dengan merek yang terkemuka atau organisasi amal, misalnya, dapat meningkatkan kesan positif terhadap merek Anda di mata konsumen.
5. **Berbagi Risiko dan Biaya:** Kemitraan dapat membantu membagi risiko dan biaya antara dua atau lebih pihak. Ini dapat mengurangi tekanan finansial dan risiko yang mungkin terjadi dalam pengembangan produk baru, ekspansi pasar, atau proyek besar lainnya.
6. **Membuka Peluang Baru:** Melalui kemitraan dan kolaborasi, Anda dapat mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang baru yang mungkin tidak terlihat jika bekerja sendiri. Mitra dapat membawa wawasan baru, sumber daya, atau akses ke pasar yang dapat membuka pintu untuk pertumbuhan dan kesuksesan baru.
7. **Membangun Hubungan yang Kuat:** Kemitraan yang sukses tidak hanya tentang mencapai tujuan bisnis bersama, tetapi juga tentang membangun hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Hubungan yang kuat dengan mitra dapat membuka pintu untuk kolaborasi masa depan dan membantu mempertahankan keunggulan kompetitif Anda.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, mengoptimalkan keuntungan dengan pengeluaran yang efisien merupakan suatu upaya yang memerlukan strategi holistik dan komitmen yang kuat dari setiap aspek perusahaan. Kesimpulannya, efisiensi operasional dan manajemen keuangan yang baik menjadi kunci utama dalam mencapai tujuan ini. Dengan melakukan analisis mendalam

terhadap proses internal, berkolaborasi dengan pemasok dan mitra bisnis, serta mengadopsi praktik manajemen keuangan yang bijaksana, perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan mereka sambil menjaga pengeluaran tetap terkendali. Penting untuk diingat bahwa pengoptimalan keuntungan tidak selalu berarti melakukan pemotongan biaya secara kasar, tetapi lebih kepada pengelolaan sumber daya secara cerdas untuk mencapai hasil terbaik. Dengan demikian, dengan pendekatan yang tepat dan komitmen yang konsisten, perusahaan dapat meraih keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang efisien, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing dan kesinambungan jangka panjang perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *Dutacom*, 9(1), 43-43.
- Apriana, D., & Yuliansyah, C. (2024). Mengoptimalkan Penjualan Online Melalui Teknik Data Mining (Studi Kasus E-Commerce). *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 4(02), 514-527.
- Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan media sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34-44.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun tiktok javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Hanggraito, A. A., & Sanjiwani, N. M. G. (2020). Tren Segmentasi Pasar dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis di Era 4.0. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 43-58.
- Hariansyah, N. (2021). Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam. *Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat*, 19(2), 127-138.
- Himawan, H., Arisantoso, A., & Saefullah, A. (2017). Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat SEO Untuk Meningkatkan Peringkat dan Trafik Kunjungan Website. *Prosiding Snatif*, 783-790.

- Hofifah, S. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari perspektif etika bisnis islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37-44.
- Marjukah, A., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. (2021, November). Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. In *Prosiding Widyagama National Conference on economics and Business* (Vol. 2, No. 1).
- Mayasari, A., Afiatna, F. A. N. F., & Muflihah, N. (2024). SOSIALISASI PENGGUNAAN INTERNET MARKETING PADA UKM BATIK JATIPELEM. *ABIDUMASY Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(01), 44-50.
- Pinayani, A. (2017). Menganalisis Potensi Pasar. *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 280-286.
- Prasetyo, H. (2021). Analisis bibliometrik pada scholarly journals proquest dengan kata kunci “tourism in Indonesia” menggunakan perangkat lunak VOSviewer. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 16-21.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Ramby, K. (2022). *Konsistensi Kreator Konten Tiktok Dalam Memproduksi Video Sebagai Aplikasi Nomor Satu Di App Store* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Rani, A. E., Baihaqi, I., & Bramanti, G. W. (2017). Analisis Pengaruh Atribut Kemitraan terhadap Kolaborasi dan Kinerja pada Industri Foodservice di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), D263-D266.

Memahami Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Keuntungan dengan Pengeluaran Efisien

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

toffee.dev.com

Internet Source

4%

2

prin.or.id

Internet Source

2%

3

an-nur.ac.id

Internet Source

1%

4

m.kuliahkaryawan.nomor.net

Internet Source

1%

5

Submitted to University of Mary

Student Paper

1%

6

www.sribu.com

Internet Source

1%

7

bithourproduction.com

Internet Source

1%

8

journal.widyakarya.ac.id

Internet Source

1%

9

repository.umsu.ac.id

Internet Source

1%

10	ejournal.insuriponorogo.ac.id Internet Source	1 %
11	tatestreetart.com Internet Source	1 %
12	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	1 %
13	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1 %
14	iwanttobookmark.com Internet Source	1 %
15	fisika.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
16	jurnal.unprimdn.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.hestanto.web.id Internet Source	<1 %
18	www.suara.com Internet Source	<1 %
19	ejurnal.untag-smd.ac.id Internet Source	<1 %
20	hotel.or.id Internet Source	<1 %
21	www.red-bottom-shoes.us.com Internet Source	<1 %

22	artikelpendidikan.id Internet Source	<1 %
23	groeduacademy.com Internet Source	<1 %
24	news.indotrading.com Internet Source	<1 %
25	rmebrk.kz Internet Source	<1 %
26	workingmomjournal.com Internet Source	<1 %
27	www.hermanyudiono.com Internet Source	<1 %
28	yudhaxyz.wordpress.com Internet Source	<1 %
29	bengkel.website Internet Source	<1 %
30	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
31	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
32	keuanganlsm.com Internet Source	<1 %
33	marketingnull.blogspot.com Internet Source	<1 %

34 moneyduck.com <1 %
Internet Source

35 repository.penerbiteureka.com <1 %
Internet Source

36 www.kaskus.co.id <1 %
Internet Source

37 Mega Novita, Senowarsito Senowarsito, Rifki
Hermana, Sutomo Sutomo. "Realizing a
competitive Doplang tourist village through
institutional innovation in local potential
development", Community Empowerment,
2023 <1 %
Publication

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Memahami Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Keuntungan dengan Pengeluaran Efisien

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12