



ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA
Kantoraku Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah
Abang, Jakarta Pusat 10220.

Perbandingan *Digital Marketing* dengan Marketing Konvensional untuk Pelaku Usaha

Dewasa ini teknik pemasaran suatu produk melalui media sosial menjadi *trend* atau marak dilakukan. Teknik pemasaran ini disebut juga dengan *digital marketing*, *Digital marketing* ini sendiri merupakan suatu ungkapan dalam Bahasa Inggris yang jika diterjemahkan memiliki arti Pemasaran Secara Daring atau Digital. Meski menggunakan kosa kata berbahasa Inggris, *Digital Marketing* sudah sangat familiar di telinga kita saat ini, *digital marketing* dalam konteks ini sendiri memiliki artian sebagai suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet.¹

Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009), *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh, Blog, E-mail, Adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial, seperti Instagram dan TikTok. Media sosial yang telah disebutkan dapat dijadikan sebagai media pemasaran online suatu produk. Contohnya adalah TikTok, dimana seseorang yang memiliki akun pada platform tersebut dapat membuat dan mengedit video pendek yang dapat ditambahkan musik, filter, suara, dan tulisan pada video yang bersangkutan.² Pemasaran produk dengan membuat video singkat atau iklan di platform TikTok tersebut dianggap lebih efisien dibandingkan memasarkan melalui Marketing Konvensional.

Marketing konvensional merupakan metode yang sudah ada dan berevolusi sejak lama, sedangkan *digital marketing* baru ada sejak beberapa tahun yang lalu dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat. Kedua metode merupakan metode yang baik untuk digunakan bagi segala jenis pelaku usaha, namun dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usahanya karena terdapat kelebihan dan kekurangan dari masing-masing metode.

Terdapat beberapa kekurangan mengenai marketing konvensional. Pertama, biaya iklan yang harus dikeluarkan lebih mahal apabila dibandingkan dengan biaya iklan *digital marketing*.

¹ Jurnal Entrepreneur, "Digital Marketing: Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis", <https://www.jurnal.id/id/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>, diakses pada 22 Februari 2023.

² DailySocial, "Apa Itu Tik-Tok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?", <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>, diakses pada 22 Februari 2023.



ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA
Kantoraku Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah
Abang, Jakarta Pusat 10220.

Hal tersebut disebabkan oleh *quality control* yang biasanya dijadikan sebagai standar oleh media iklan. *Quality control* tersebut merupakan persyaratan yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha untuk iklannya apabila ingin memasarkan iklannya pada media iklan sehingga membutuhkan untuk menyewa bantuan dari luar seperti agen iklan, pembuat naskah, dan desainer grafis. Selanjutnya, dikarenakan marketing konvensional mengandalkan teknologi konvensional sebagai media pemasaran, maka rentang waktu untuk iklan dipasarkan sedikit sehingga menimbulkan informasi yang dikeluarkan tidak banyak. Hal ini membuat penonton cenderung bingung terkait iklan yang disampaikan karena penyampaian terkait informasi produk tidak efektif yang dapat mempengaruhi minat penonton untuk membeli produknya.

Walaupun dianggap sudah ketinggalan zaman dibanding digital marketing, namun marketing konvensional masih memiliki keunggulan, seperti peluang untuk mendapatkan jangkauan penonton lebih jauh karena mayoritas orang dari segala kelompok masih menggunakan teknologi yang diandalkan oleh metode marketing konvensional, seperti televisi dan radio. Selain itu, iklan yang dikeluarkan dengan metode marketing konvensional lebih berkesan bagi pelanggan karena iklan yang biasanya disiarkan di televisi dan radio disiarkan cukup sering dalam interval waktu yang dekat. Marketing konvensional merupakan metode yang telah dikenal oleh banyak orang sehingga apabila mereka melihat sebuah iklan di media iklan, seperti koran, mereka akan mengetahui bahwa iklan tersebut memasarkan sebuah produk atau merek. Contoh marketing konvensional yang cukup dikenal merupakan pemasangan baliho. Walaupun banyak orang menganggap pemasangan baliho membutuhkan biaya yang tidak sedikit, metode pemasaran tersebut dapat dibilang efektif, karena ciri khas baliho yang besar dan dapat menarik perhatian banyak orang. Hal serupa juga dilakukan oleh salah satu Penyelenggara Securities Crowdfunding (“SCF”), Bizhare.



Sumber: Bizhare

Sedangkan itu, terdapat beberapa keunggulan dari *digital marketing*. Pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk memasarkan produknya dalam media sosial karena hampir semua media sosial gratis bagi penggunanya. Juga, pelaku usaha dapat memiliki interaksi langsung dengan konsumen karena sifat media sosial yang terbuka, sehingga konsumen dapat menggunakan fitur *comment* atau *direct message* apabila memiliki pertanyaan terkait produk. Hal tersebut juga mempengaruhi proses penjualan yang menjadi lebih cepat. Apalagi konsumen melihat produk yang tertarik, ia dapat langsung mengirim *direct message* kepada penjual untuk membeli produk tersangkut. Berbagai media sosial seperti Instagram dan TikTok menawarkan fitur algoritma dimana akun pelaku usaha dapat memilih target akun profil konsumen sesuai dengan target pasar mereka, sehingga pemasaran dapat berjalan lebih efektif dan tepat sasaran.



ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA
Kantoruu Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah
Abang, Jakarta Pusat 10220.

Walaupun *digital marketing* memiliki berbagai keunggulan, juga terdapat kekurangannya. Media sosial bersifat instan sehingga apabila terdapat pemasaran produk yang telah di upload di media sosial, jangka waktu produk tersebut bersifat sebentar sehingga tidak mudah diingat oleh orang. Juga, dikarenakan media sosial merupakan sebuah platform yang memiliki aksesibilitas yang tinggi, maka akan terdapat banyak pesaing usaha. Pastinya, banyak pelaku usaha menggunakan media sosial untuk mempromosikan usahanya karena media sosial gratis dan dapat digunakan oleh siapapun. Walaupun dianggap bahwa banyak orang menggunakan media sosial, hal tersebut tidak menutup fakta bahwa media sosial tidak menjangkau semua kelompok usia, khususnya bagi kelompok usia yang diatas 60 tahun.

Oleh karena itu, setelah mencermati keunggulan dan kekurangan dari masing-masing metode marketing, dapat disimpulkan bahwa tidak ada metode yang lebih unggul karena pada akhirnya, harus disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Pada dasarnya, hal yang perlu diperhatikan adalah jenis produk dan target konsumen sehingga metode marketing dapat disesuaikan dengan kedua hal tersebut.

PENULIS: Azzura Elmasri, Giszcha Vivi Zhalsya, Priyaanka Anasha Nugroho



ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA
Kantoruu Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah
Abang, Jakarta Pusat 10220.

DAFTAR PUSTAKA

Internet

DailySocial. “Apa Itu Tik-Tok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?”
<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>. Diakses
pada 22 Februari 2023.

Jurnal Entrepreneur. “Digital Marketing: Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis.”
<https://www.jurnal.id/id/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>. Diakses pada
22 Februari 2023.