

Implementasi Pemasaran Online Pada Produk Ragnor Sport

Bobby Hartanto Wijaya^{#1}, Niko Ibrahim^{*2}

^{1,2}*Program Studi Sistem Informasi, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Surya Sumantri no.65 Bandung 40174*

¹bobbyhartanto1997@gmail.com

³niko.ibrahim@it.maranatha.edu

Abstract — At present the use of online marketing to market a product is a very good thing to do. Ragnor sport is a company engaged in the manufacture of sportswear. Ragnor Sport can use the Website, social media such as Instagram and Facebook as a medium to increase brand awareness of its products. Besides that, it can also use content marketing that is posted through Instagram and Facebook which is useful for informing and attracting audiences on social media and using articles posted on the website to attract audience visiting the website. Analysis is also done using Google Analytics, Instagram Insights, Facebook Insights to find out the progress of the Ragnor Sport audience.

Keywords— Online Marketing, Content Marketing, Analytic

I. PENDAHULUAN

Saat ini salah satu hal yang menjadi kebutuhan manusia adalah internet, banyak manusia yang sulit lepas dari penggunaan internet. Selain itu internet sangat memudahkan manusia di dalam bidang marketing, karena dengan adanya internet dalam urusan berjualan tidak lagi harus ada toko secara fisik, dan dapat dilakukan antar kota.

Dengan adanya internet maka memudahkan penjual untuk memperkenalkan produk-produk yang ia jual, serta menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang di tawarkan oleh si penjual dengan menggunakan Digital Marketing.

Ragnor Sports merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan baju olahraga. Ragnor Sports juga akan menerapkan penggunaan digital marketing di dalam penjualannya. dan diharapkan dengan diterapkannya digital marketing di dalam produk ragnor sports ini dapat meningkatkan nilai koversi, reach, followers, engagement, traffic, pageview, dan jumlah klik di website.

Dari latar belakang diatas dapat diambil kesimpulan beberapa masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan digital marketing untuk meningkatkan jumlah konversi, klik, reach, followers, engagement, dan traffic di Ragnor Sports untuk Instagram dan Facebook serta Bagaimana penerapan digital marketing melalui Website untuk meningkatkan jumlah page view, reach, dan click di Ragnor Sports

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah pembaca dapat mengetahui langkah-langkah untuk melakukan pemasaran online, yaitu dimulai dari pembuatan website, pembuatan konten di sosial media dan website, memantau traffic serta melakukan analisa traffic.

II. KAJIAN TEORI

A. *Digital Marketing*

Ada banyak cara dalam memasarkan produk atau jasa, salah satunya adalah dengan Digital Marketing. Digital Marketing menurut Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan [1] adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Karena itu pada zaman modern ini dalam memasarkan suatu produk diperlukan Internet marketing karena menurut Menurut Chaffey, Chadwick, Johnston, & Mayer, [2] suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Dengan menyadari peran strategi digitalmarketing ke arah media internet, maka dapat menjadi hal yang penting dalam mengikutiperkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik konsumen dan mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektornik dan komunikasi tradisional.

Menurut Cleland [3] ada 3 karakteristik khusus yang dimiliki internet yang dapat membawa dampak besar jika digunakan, yaitu :

1. Internet dapat mengurangi secara dramatis biaya-biaya informasi.
2. Internet memungkinkan terjadinya komunikasi 2 arah dan interaktifitas
3. Internet mengatasi rintangan-rintangan yang terbatas dengan ruang dan waktu

Jadi dengan menggunakan internet sebagai media marketing kita dapat mengurangi biaya, mengatasi masalah ruang dan waktu, serta kemudahan mendapatkan feedback dari masyarakat tentang produk yang kita pasarkan.

Jadi Berdasarkan Penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa Digital Marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Digital Marketing juga merupakan sarana pemasaran yang baik karena dapat di akses dengan mudah selain itu dengan menggunakan metode Digital Marketing untuk memasarkan suatu produk atau jasa merupakan langkah yang baik karena dengan penggunaan metode Digital Marketing ini dapat mengurangi biaya, mengatasi masalah ruang dan waktu, dan juga kemudahan berinteraksi dengan masyarakat.

Selain itu terdapat beberapa jenis aplikasi internet marketing, diantaranya yaitu: [4]

1) *Iklan (Advertising)*

Iklan ditampilkan pada situs web pihak ketiga atau blog untuk mengarahkan lalu lintas situs web perusahaan. Dengan melakukan pemasangan iklan secara langsung akan meningkatkan produksi perusahaan.

2) *Search Engine Marketing (SEM)*

Bentuk pemasaran ini yaitu untuk berusaha mempromosikan website dengan meningkatkan visibilitas dalam halaman hasil mesin pencari “SERPs” seperti Google, Bing, Yahoo dan lain sebagainya.

3) *Search Engine Optimization (SEO)*

Search Engine Optimization adalah proses meningkatkan visibilitas situs web atau halaman web di mesin pencari.

4) *Social Media Marketing*

Pemasaran ini dilakukan dengan memanfaatkan lalu lintas dalam social media website seperti facebook, twitter atau media sosial yang lain.

5) *Email Marketing*

Pemasaran melalui email dilakukan dengan melibatkan langsung pemasaran pesan dengan mengirimkan pesan melalui surat elektronik.

6) *Blog Marketing*

Situs blog perusahaan yang dimanfaatkan untuk promosi.

7) *Refferal Marketing*

Metode Refferal ini untuk mempromosikan produk atau layanan kepada pelanggan baru melalui referensi, metode ini biasanya dari mulut ke mulut.

8) *Inbound Marketing*

Pemasaran inbound ini melibatkan pelanggan untuk membuat dan berbagi.

9) *Viral Marketing*

Teknik pemasaran yang prinsipnya mirip dengan word-of-mouth dalam bentuk pesan elektronik yang disebarkan dari seseorang kepada orang-orang yang dikenalnya secara berkelanjutan.

B. *Media Sosial*

Media Sosial terdapat banyak jenis seperti instagram, facebook, twitter, youtube, dan lain-lain. Menurut varinder taprial dan priya kanwar [5] Media sosial merupakan media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain. Sedangkan Menurut Philip Kotler [6]Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan.Sedangkan Menurut Puntoadi [7]Media sosial merupakan tempat dimana kita dapat melakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran,kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan,visual maupun audiovisual.



Gambar 1 Media Sosial

Menurut Jan H. Kietzmann,dll [8] Media Sosial Memiliki 7 buah fungsi yaitu *identity, cenversations, sharing, presence, relationships, reputation, dan groups*.



Gambar 2 Fungsi Media Sosial

1. *Identity* : terdapat pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
2. *Conversations* : pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam social media.
3. *Sharing* : pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
4. *Presence* : apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
5. *Relationship* : para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
6. *Reputation* : para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.
7. *Groups* : para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.

Pengguna media social menurut Puntoadi [7] juga memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Untuk menciptakan diferensiasi yang artinya kunci utama mendapatkan popularitas di social media. Keunggulan membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audience-lah yang menentukan.
2. Social media memberikan kesempatan yang berguna untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.

Terdapat berbagai macam jenis media sosial, dan menurut Puntoadi [7] media sosial terbagi dalam 6 jenis yaitu :

1. *Bookmarking* : merupakan alamat website yang menarik minat para pengguna *bookmark sharing*. Dengan *Bookmarking* memberikan sebuah kesempatan untuk menshare link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.
2. *Content sharing* : Melalui situs-situs yang dapat menyebarkan dan berbagi konten, para pengguna menciptakan berbagai media dan publikasi untuk berbagi kepada orang lain.
3. *Wiki* : Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda misalnya situs knowledge sharing, wikipedi yang memfokuskan sebuah diri informasi tempat, dan konsep komunitas lebih eksklusif.
4. *Flickr* : mengkhususkan sebuah image sharing dengan kontributor yang ahli di setiap bidang fotografi di seluruh dunia.
5. *Social Network* : Aktivitas yang menggunakan fitur yang disediakan oleh situs tertentu menjalin sebuah hubungan, interaksi dengan sesama. Situs sosial networking tersebut adalah linkedin, facebook, dan MySpace.
6. *Creating Opinion* : Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui hal tersebut, creating opinion, semua orang dapat menulis, jurnalis dan sekaligus komentator.

C. *Content Marketing*

Content marketing adalah strategi pemasaran dengan cara menghasilkan konten yang bertujuan untuk memberi informasi kepada target (konsumen) yang bersifat persuasi, atas produk yang dipasarkan. Persuasi adalah ajakan dengan cara memberikan alasan dan prospek yang baik untuk meyakinkan.

Dengan demikian fungsi dan tujuan content marketing adalah untuk mengedukasi konsumen dan menjadi jembatan yang menghubungkan antara produsen dan konsumen untuk membentuk sebuah proses komunikasi yang menyenangkan melalui informasi-informasi dari konten yang dimiliki.

Artinya, pemasaran konten bukan sebagai strategi memasarkan produk atau jasa secara langsung melainkan usaha penciptaan konten yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, atau konten yang dipasarkan akan mempengaruhi konsumen pada keputusan pembelian. [9]

Ada 2 tujuan dari content marketing yaitu:

1. Menarik audiens baru untuk mengenal bisnis anda.
2. Mendorong (mengajak) mereka untuk menjadi kustomer. [10]

Jadi dalam pembuatan pemasaran konten akan bertujuan untuk menarik kustomer menggunakan media seperti foto,gambar,video,artikel, atau sekedar update status. Dan yang terpenting dalam pembuatan sebuah konten adalah konten tersebut harus menarik. Dan dengan pembuatan pemasaran konten juga dapat menarik kustomer melalui search engine,sosial media, situs komunitas,website milik orang lain, email, dll. [10]

III. ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

A. Profil Perusahaan

Ragnor Sportwear adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam jasa pembuatan baju olahraga yang terletak di Bandung Jalan Kadipetan 7 nomor 7. Ragnor Sportwear melayani dalam jasa pembuatan baju olahraga seperti baju futsal dan baju basket.Ragnor juga memiliki visi untuk membangun brand lokal yang kuat dan berkualitas, mengubah paradigma masyarakat Indonesia bahwa brand lokal tidak kalah dengan brand luar. Dan juga misi selalu brainstorming dalam membangun produk, dan memberikan pelatihan-pelatihan kepada setiap pekerja agar mampu membuat produk yang bisa diterima dipasaran lokal maupun internasional.

B. Profil Perusahaan

- Melakukan SMM (Social Media Marketing) yang digunakan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk kepada masyarakat.SMM dipilih karena saat ini social media saat ini merupakan salah satu fasilitas internet yang paling sering di gunakan oleh masyarakat pada masa sekarang ini. SMM yang akan digunakan adalah instagram dan facebook. Social media tersebut dipilih karena social media tersebut dipilih karena masyarakat masih sering menggunakan social media facebook dan instagram.

- Melakukan SEO(*Search Engine Optimization*) untuk mengoptimasi website di dalam pencarian di mesin pencari agar mudah ditemukan oleh audiens yang mencari lewat mesin pencari. SEO juga bertujuan untuk meningkatkan trafik dari website. Dilakukan dengan cara mencari kata-kata yang paling sering di cari di mesin pencarian dan kata-kata tersebut di jadikan sebagai bahan artikel.

- *Content Marketing* digunakan untuk menarik dan mendapatkan target audiens yang sesuai dengan sasaran, serta dengan adanya content dapat memberikan info terbaru serta mengingatkan audiens mengenai produk yang dipasarkan sehingga dapat menarik minat audiens untuk membeli produk yang dipasarkan tersebut, content akan di posting di facebook dan instagram dan content dapat berupa gambar dan artikel.

- Google Analytic digunakan memantau serta menampilkan statistik pengunjung dari website. Selain itu google analytics juga digunakan untuk menganalisis efektifitas dari jumlah pengunjung website, lama membuka website, dllnya.

- *Email Marketing* digunakan untuk menyaring calon customer dan memberikan informasi-informasi terbaru tentang produk kepada calon customer

1) Audience and Customer Analysis

Customer terutama tertuju kepada Pria berusia 15 Tahun – 35 Tahun karena gender dan usia tersebut adalah masa paling produktif dan sering untuk melakukan olahraga. Selain itu ditujukan juga terutama kepada komunitas futsal dan basket karena sesuai dengan baju olahraga yang diproduksi yaitu jersey futsal dan basket. Barang akan di pasarkan di seluruh Indonesia melalui pengiriman.

2) Competitor Benchmarking

Competitor dari Ragnor sports adalah perusahaan yang membuat baju olahraga custom seperti ragnor sportswear, contohnya adalah Elastico7ina, apparelmbb, narrowindonesia, classiconesia. Benchmarkingnya seperti Elastico7ina adalah dengan melakukan kuis tebak skor di media sosial, dan cara untuk mengikuti kuis tersebut adalah dengan cara memfollow elastico7ina, like postingan, tebak hasil skor pertandingan dan mention 3 orang teman. Pemenang dipilih berdasarkan ketepatan secara acak dan dipilih 2 orang pemenang yang masing-masing akan mendapatkan 1 buah t-shirt. Dan dari hasil kuis tersebut didapatkan 280 comment dan 1308 likes.

3) Online Partner Analysis

Aplikasi yang membantu dalam melakukan analisis digital marketing adalah Google analytic di website, facebook insight di facebook, instagram insight di instagram.

4) Own digital marketing Review

Untuk saat ini digital marketing di Ragnor sports belum ada di web, dan hanya berfokus di media sosial facebook dan instagram.

5) Mission and Vision

Untuk meningkatkan brand engagement dari Ragnor.

6) Goals

Tujuan dari dilakukannya digital marketing di Ragnor Sports ini adalah untuk meningkatkan branding, engagement, serta followers.

7) Segmentation and Targeting

Ditujukan kepada Pria berusia 15 Tahun – 35 Tahun, dan penyuka olahraga sepak bola.

8) Positioning

Keunikan yang dimiliki oleh Ragnor sports adalah custom design, sehingga design yang dimiliki itu hanya sendiri tidak sama dengan design orang lain, serta bisa membuat design sesuai dengan keinginan.

9) Engagement

Dengan dilakukannya campaign give away tersebut akan meningkatkan interaksi dengan followers dari media sosial.

10) Intregrated

Dengan menggunakan #GiveAwayRagnor

11) Digital Marketing yang digunakan untuk optimalisasi

1. Search Engine Optimisation
2. Social Media Marketing

3. Content Marketing dibuat sebanyak 2 artikel setiap minggunya, selain itu dibuat postingan di instagram dan juga facebook mengenai campaign yang akan dilaksanakan yaitu campaign give away, pre-order, dan juga discount.

C. Goal Conversion

Goal Conversion merupakan sebuah istilah yang digunakan di dalam dunia digital marketing yang artinya tujuan dari dilakukannya campaign. Dan tujuan dari dilakukannya campaign di dalam digital marketing ini ada banyak hal. Bisa untuk menambah *traffic* ataupun meningkatkan reach dari pengunjung.

Ragnor sendiri memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan jumlah pengunjung website, jumlah Subscriber email serta jumlah pembeli dari produk Ragnor itu sendiri. Oleh karena itu dilakukan campaign yang mendukung untuk mencapai *goal conversion* tersebut. Dan dapat disimpulkan *Goal Conversion* dari Ragnor adalah.

1. Meningkatkan jumlah pengunjung website ragnor sampai 150 pengunjung
2. Membuat pengunjung website mensubscribe Ragnor dengan mengisi form sebanyak 50 subscriber
3. Membuat pengunjung website Membeli produk dari Ragnor

IV. IMPLEMENTASI

A. SEO Digital Marketing

SEO yang dilakukan di dalam digital marketing kali ini adalah dengan cara melakukan research terlebih dahulu apa saja yang paling sering di cari di dalam mesin pencarian di google. Setelah dilakukan pengecekan kata pencarian apa yang paling sering di cari di google menggunakan google AdWords Keyword Planner maka akan dibuat artikel berdasarkan kata pencarian tersebut. Dan di dapatkan hasil dari kata pencarian sebagai berikut.

Keyword	Currency	Avg. monthly searches	Min search volume	Max search volume	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
jersey bola	USD	N/A	1,000	10,000	Medium	52	0.05	0.26
baju bola	USD	N/A	1,000	10,000	Medium	57	0.1	1.43
jual Jersey	USD	N/A	100	1,000	Medium	62	0.04	0.28
jersey futsal	USD	N/A	1,000	10,000	Medium	47	0.05	0.17
baju futsal	USD	N/A	1,000	10,000	High	69	0.07	1.43
jual jersey bola	USD	N/A	100	1,000	High	100	0.06	0.17
kaos bola	USD	N/A	1,000	10,000	High	88	0.09	1.44
kaos futsal	USD	N/A	1,000	10,000	High	72	0.06	0.5
jersey grade ori	USD	N/A	100	1,000	High	85	0.03	0.09
kostum futsal	USD	N/A	1,000	10,000	High	69	0.07	0.09
jersey bola original	USD	N/A	100	1,000	High	93	0.05	0.3
jersey bola murah	USD	N/A	100	1,000	High	100	0.05	0.16
baju jersey	USD	N/A	1,000	10,000	Low	26	0.08	1.58
jual baju bola	USD	N/A	100	1,000	High	99	0.07	0.44
kostum bola	USD	N/A	1,000	10,000	High	74	0.03	0.22
jual jersey murah	USD	N/A	10	100	High	67	0.07	0.19
baju bola anak	USD	N/A	1,000	10,000	High	99	0.07	1.43
jersey original	USD	N/A	100	1,000	High	100	0.02	0.09
harga jersey	USD	N/A	100	1,000	High	99	0.04	0.11
jual jersey original	USD	N/A	100	1,000	High	100	0.02	0.13
jual kaos bola	USD	N/A	100	1,000	High	98	0.07	1.87
baju bola murah	USD	N/A	100	1,000	High	100	0.05	0.12

Gambar 3 Gambar Google Adwords

Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan kata-kata yang paling sering dicari adalah baju bola, baju Persib, jersey bola, dan seterusnya. Sehingga akan di buat artikel berdasarkan kata-kata kata-kata tersebut.

B. Campaign Give Away



Gambar 4 Campaign Give Away

Campaign Give Away ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan Subscribers untuk email marketing sebanyak mungkin. Campaign ini dilakukan dari tanggal 17 Februari sampai 24 Februari dengan cara memberikan 3 buah jersey 1 set kepada 3 orang yang telah mengisi data diri di dalam website Ragnor Sport. Dan dilakukan pengumuman melalui instagram untuk memberi tahu tentang diadakannya give away ini. Setelah itu dilakukan reminder lagi untuk mengingatkan diadakannya give away ini melalui instastory.

Dan berdasarkan dari Campaign yang dijalankan didapatkan hasil sebagai berikut.



Gambar 5 Subscriber 1

Berdasarkan dari gambar 5 didapatkan data jumlah subscriber berjumlah total 20 subscriber dan rata-rata perhari bertambah 1 subscriber.



Gambar 6 Subscriber 2

Berdasarkan dari Gambar 6 didapatkan data bahwa pada hari pertama dilakukan campaign *give away* jumlah penambahan *subscriber* paling banyak bertambah. Kemudian terus menurun sampai hari ke-3 dan setelah dilakukan reminder di instagram kembali naik tetapi tidak signifikan waktu pertama kali diadakan *give away*.

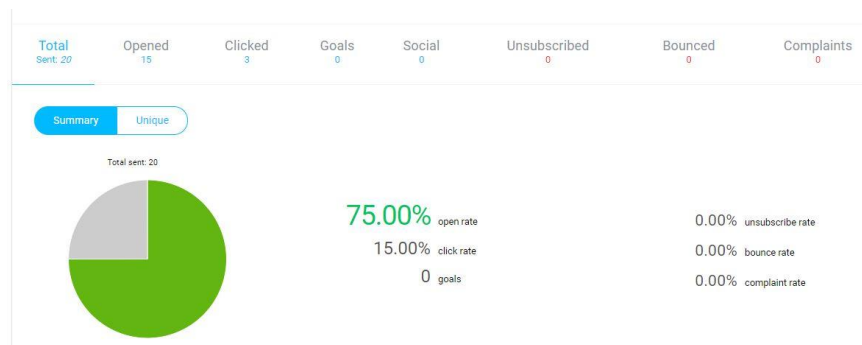
C. E-Mail Marketing



Gambar 7 E-Mail Marketing

E-mail Marketing digunakan untuk Memberikan informasi terbaru mengenai suatu barang atau promo yang diadakan di *Ragnor Sports* kepada *Subscribers* yang sudah men-*subscribe E-mail Ragnor Sport*. Pada Gambar 7 Merupakan *E-mail Marketing* yang dilakukan pada tanggal 25 Febuari dengan

tujuan untuk memberikan informasi terbaru mengenai promo *Pre-Order* yang diadakan di Ragnor Sports.



Gambar 8 Hasil E-Mail Marketing

Berdasarkan gambar 8 didapatkan hasil *e-mail* yang terkirim sebanyak 20, *e-mail* di buka sebanyak 15 kali, dan *e-mail* di klik sebanyak 3 kali. dan dari hasil tersebut dapat dikatakan *e-mail* marketing cukup berhasil memberikan informasi mengenai promo terbaru dari produk Ragnor Sports.

D. Campaign Pre- Order



Gambar 9 Campaign Pre-Order

Campaign ini dilakukan Dari tgl 25 Febuari 2019 – 11 Maret 2019. *Campaign* ini dilakukan dengan memberikan harga yang lebih murah kepada Customer yang membeli produk *Pre-Order* dari Ragnor. Selain itu khusus untuk *Pre-Order* ini juga memberikan design terbaru dari Ragnor. Dan diumumkan melalui Instagram serta facebook Ragnor Sport melalui post dan *Story*. Dan hasil dari diadakannya *campaign* ini adalah masih belum ada yg membeli produk ini.

E. Campaign Discount



Gambar 10 Campaign Discount

Pada Gambar 10 menampilkan Gambar promosi dari *Campaign Discount* yang diadakan pada tanggal 10 April 2019 – 12 April 2019. *Campaign* ini dilakukan dengan memberikan potongan harga sebesar 10% dengan menggunakan kupon diskon dengan kode RagnorDiscount. Informasi promo ini disebarakan melalui media sosial instagram dan facebook dengan tujuan agar informasi dapat tersampaikan kepada *Audience* yang aktif menggunakan instagram dan facebook. Selain itu dilakukan reminder mengenai promo ini dengan melakukan *instagram story* di instagram Ragnor Sport.

F. Hasil Google Analytic

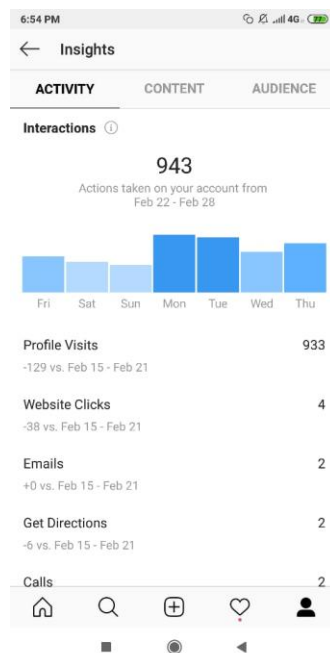
TABEL 1
TABEL OVERVIEW GOOGLE ANALYTIC

Statistik/ Periode	User	New User	Sessions	PageViews	Bounce rate	Halaman/ Sesi	Avg Duration
Periode 1	5	4	10	40	40%	4	00:00:48
Periode 2	1	1	1	1	100%	1	00:00:00
Periode 3	3	2	3	4	66.67%	1.33	00:00:01
Periode 4	2	1	2	6	0%	3	00:00:01
Periode 5	2	2	2	7	50%	3.5	00:01:23
Periode 6	1	1	2	4	50%	2	00:00:59
Periode 7	4	3	4	14	25%	3.5	00:00:22
Periode 8	2	2	13	43	7.69%	3.31	00:01:55
Periode 9	4	1	14	126	7.14%	126	00:20:11
Periode 10	4	2	9	60	11.11%	6.67	00:09:58
Periode 11	6	2	19	113	10.53%	5.95	00:10:17
Periode 12	46	43	61	135	55.74%	2.21	00:00:47
Periode 13	27	23	35	122	22.86%	3.49	00:02:59

Periode 14	13	12	17	59	41.18%	3.47	00:04:51
Periode 15	47	44	58	162	60.34%	1.23	00:02:21
Periode 16	25	22	27	48	66.67%	1.08	00:00:35
Periode 17	20	17	22	71	45.45%	1.10	00:02:19
Periode 18	14	11	17	42	58.82%	1.21	00:00:57
Periode 19	14	12	21	68	42.86%	1.50	00:04:48

Dari Hasil Tabel 1 dapat disimpulkan pada periode 15 didapatkan jumlah user dan *new user* terbanyak hal ini terjadi karena dilakukannya *instagram stories* mengenai artikel di website. Dan yang kedua pada periode 19 hal ini dikarenakan diadakannya *campaign give away* yang diadakan di website Ragnor sports.

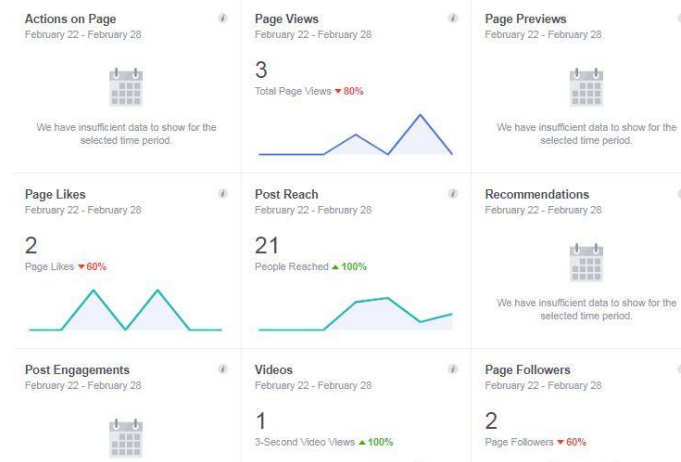
G. Insight Instagram



Gambar 11 *Insight Instagram*

Berdasarkan dari hasil gambar 11 tersebut dapat disimpulkan Interaksi yang terjadi selama seminggu di dalam akun instagram ragnor sport sebanyak 943 kali. 933 adalah *profile visit*, 4 kali website klik, 2 *emails*, 2 kali pencarian untuk mendapatkan profil, dan 2 kali telpon.

H. Insight Facebook



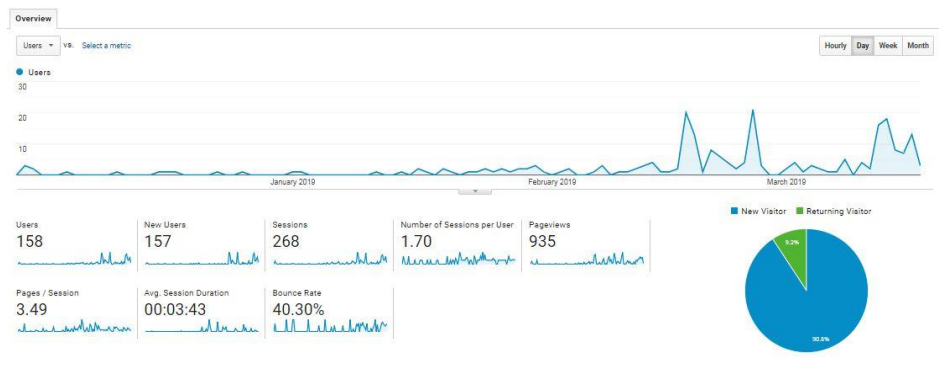
Gambar 12 *Insight Facebook*

Pada Gambar 12 di dapatkan hasil selama seminggu terdapat 3 kali orang melihat *page*. Menjangkau sebanyak 21 kali dan followers bertambah 2 orang. Dan berdasarkan dari hasil tersebut dapat dikatakan saat ini Facebook kurang efektif untuk memberikan informasi terbaru mengenai Ragnor Sport.

I. Analisis Target

Berdasarkan dari hasil yang didapatkan mulai dari jumlah *traffic*, *Subscriber*, dan *conversion rate* dapat dikatakan :

1. Traffic Website



Gambar 13 Hasil Total User

Dari Gambar 13 didapatkan hasil dari *google analytic* dari 29 November 2018 sampai 18 Maret 2019 total jumlah pengunjung website adalah 158 dari target total pengunjung yaitu 150 Pengunjung. Artinya Target pengunjung website sudah tercapai sebanyak 100%.

2. *Subscriber E-mail Marketing*

Dari hasil yang didapatkan dari *getresponse* Dari tanggal 29 November 2018 sampai tanggal 18 Maret 2019 terdapat total 20 Subscriber dari target 50 Subscriber. Artinya target Subscriber sudah mencapai 40% dari target yang ingin di capai dan target masih belum tercapai karena :

- a. Pengunjung kurang tertarik untuk subscribe Karena jumlah yang subscriber dari semenjak dimulai *campaign* pertama yaitu 17 Febuari sampai sekarang hanya terkumpul 20 subsciber.

- b. Pengunjung yang mensubscribe hanya ingin mengikuti event *giveaway* yang di adakan. Karena setelah event *giveaway* selesai tidak ada lagi yang mensubscribe.
3. Pembelian

didapatkan hasil sampai tanggal 18 Maret 2019 hanya ada 1 pembeli melalui website dari target 10 pembeli dan target belum tercapai karena :

- a. Lebih banyak yang membeli melalui WA dibanding melalui Website. Berdasarkan data yang didapatkan di bulan febuari, pembelian melalui aplikasi What's App mencapai 10 transaksi.

Nama	kode	no.invoice	Nama Barang	QTY	Harga	Total
lion parcel	100		Jersey Baju + Celana	20	190,000	3,800,000
jersey dilarang malas normal	101	2019/02/06003	Jersey Baju	22	140,000	3,080,000
jersey dilarang malas singlet	101		Jersey Baju	2	130,000	260,000
kadodorun lengan panjang	101		Jersey Baju	1	150,000	150,000
kadodorun	101		Jersey Baju	2	140,000	280,000
wong edan	101		Jersey Baju	5	140,000	700,000
al azhar kids	100		Jersey Baju + Celana	12	110,000	1,320,000
basket toxic	100		Jersey Baju + Celana	18	185,000	3,330,000
jersey criuzer anak	100		Jersey Baju + Celana	8	80,000	640,000
jersey criuzer dewasa	100		Jersey Baju + Celana	12	100,000	1,200,000

Gambar 14 Hasil Penjualan WA

Berdasarkan dari gambar 14 dapat dikatakan terdapat 10 transaksi yang berhubungan dengan jersey.

- b. Barang-barang website adalah barang ready stock dan barang yang ready stock hanya memiliki sedikit design saja.

4. Content

Dari 20 konten yang di buat berdasarkan keyword yang paling sering di cari di google hasil dari *organic search* adalah 4 orang yang mengunjungi website. Dan konten paling banyak dikunjungi adalah perubahan jersey persib dari masa ke masa. Pengunjung konten kebanyakan berasal dari instagram dan facebook. Pengunjung konten dari website ragnor sport masih sedikit *organic search* nya karena :

1. Untuk memaksimalkan pencarian dari konten diperlukan waktu yang lebih banyak.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penggunaan

- Wordpress sebagai sarana pembuatan dan pengembangan website sudah sesuai dan di bantu dengan Penggunaan google analytic untuk memantau perkembangan website untuk membantu melakukan analisis terhadap website sudah baik.
- Selain itu penyampaian informasi menggunakan sarana media sosial Instagram serta penggunaan insight Instagram untuk melakukan analisis sudah baik.
- Penyampaian informasi menggunakan facebook kurang efektif karena facebook Ragnor Sport tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap penyampaian informasi mengenai Ragnor sport dan penggunaan insight di Facebook sudah cukup baik.
- Dan berdasarkan hasil yang didapat dapat dikatakan kegiatan digital marketing dapat membantu meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap produk/ jasa yang ditawarkan melalui postingan di media sosial maupun artikel yang di buat di website. Dapat dilihat dari peningkatan

jumlah traffic di website Ragnor Sport yang meningkat setelah diadakannya *campaign give away* dan *pre-order* yang meningkatkan *traffic* website cukup signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. S. d. J. Tarigan, *Creative Digital Marketing*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo., 2009.
- [2] F. E. C. R. M. d. K. J. Dave Chaffey, *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice.4*, United States: Prentice Hall, 2009.
- [3] C. d. R. S, *Building Succesful Brands On The Internet*, no. University of Cambridge, 2000.
- [4] "<http://www.pelajaran.co.id>," Pelajaran.co.id, 06 2018. [Online]. Available: <http://www.pelajaran.co.id/2018/06/pengertian-tujuan-manfaat-komponen-dan-jenis-internet-marketing.html>. [Diakses 30 08 2018].
- [5] V. T. d. P. Kanwar, *Understanding Social Media*, London: Ventus Publishing ApS, 2012.
- [6] K. L. K. Philip Kotler, *Marketing Management 15th Edition*, Pearson Education,Inc, 2016.
- [7] D. Puntoadi, *Menciptakan Penjualan via Social Media*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011.
- [8] K. H. I. P. M. B. S. S. Jan H. Kietzmann, "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media," *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*, vol. 54, pp. 241-251, 2011.
- [9] A. Maulidi, "www.kanal.web.id," *Pengertian Content Marketing (Pemasaran Konten)*, 26 07 2017. [Online]. Available: <https://www.kanal.web.id/2017/07/pengertian-content-marketing-pemasaran.html>. [Diakses 2018 09 05].
- [10] Darmawan, "<http://panduanim.com>," *Apa itu Content Marketing?*, 2018. [Online]. Available: <http://panduanim.com/apa-itu-content-marketing/>. [Diakses 05 09 2018].