



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

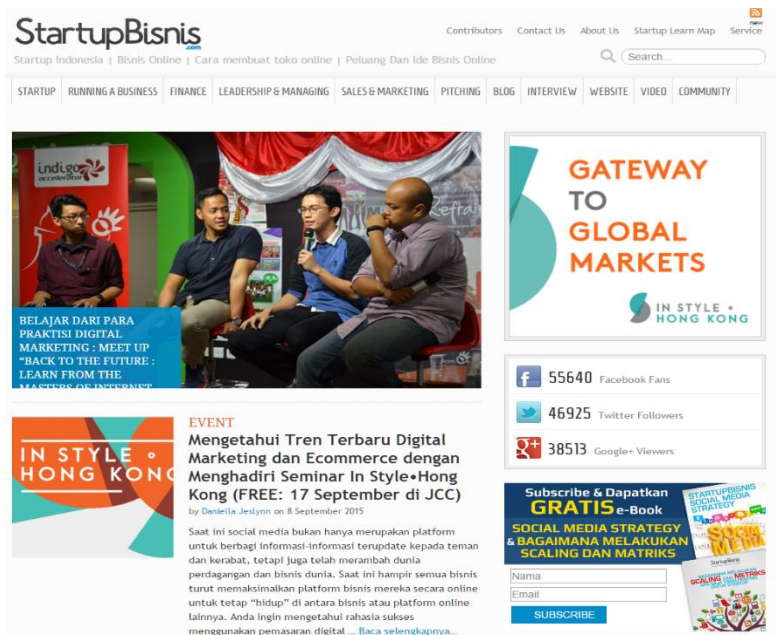
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

StartupBisnis.com merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *portal* atau media yang menyediakan informasi tentang UKM (Usaha Kecil dan Menengah) serta perkembangan *e-commerce* dan perusahaan *start-up* di Indonesia. StartupBisnis.com pertama kali didirikan oleh dua orang *co-founder* yaitu Rhein Mahatma dan Denny Santoso pada tahun 2012, namun saat ini StartupBisnis hanya dijalankan oleh Rhein Mahatma dikarenakan partner atau *co-founder* Denny Santoso memiliki kesibukan lainnya. Ada beberapa hal yang dimiliki oleh StartupBisnis seperti :

A. Website



Sumber: www.startupbisnis.com

Gambar 2.1 Website StartupBisnis.com

Gambar di atas merupakan contoh website yang dimiliki oleh StartupBisnis.

B. Content

Kemudian StartupBisnis juga memiliki konten yang berisi tentang berbagai macam kategori seperti cara membuat toko online, cara membuat sebuah bisnis, cara belajar bisnis online, *e-commerce*, dan juga *start-up* seperti contoh pada gambar di bawah ini.

Cara Membuat Toko Online : Cara untuk Memilih Model Bisnis Toko Online yang Cocok Bagi Anda

Posted 9 March 2015 by Veronica Gabriella & filed under [Bisnis Model Kanvas](#), [Cara Membuat Toko Online](#), [Ecommerce](#).

 Recommend this on Google

 Share 336

 Tweet 44

 in Share 55

 G+1 0

Ketika Anda ingin [memulai suatu bisnis online](#), Anda punya banyak pilihan untuk dilakukan. Pilihan besar akan berdampak cukup penting bagi Anda, karena itu akan membentuk bagaimana bentuk bisnis Anda dan proses ke depannya.

Di artikel ini Anda akan mengetahui pilihan mana yang harus Anda pertimbangkan ketika memulai bisnis online Anda, serta beberapa pro dan kontra yang mengikutinya. Dengan begitu, Anda bisa memutuskan pilihan yang tepat dan benar sejak awal.



Sumber : <http://startupbisnis.com/cara-membuat-toko-online-cara-untuk-memilih-model-bisnis-toko-online-yang-cocok-bagi-anda/>

Gambar 2.2 Artikel StartupBisnis.com

C. Event

Tujuan awal dari StartupBisnis.com adalah untuk membantu para *entrepreneurs* muda di Indonesia yang memiliki sebuah ide bisnis yang baik sehingga mereka memiliki informasi atau pengetahuan terhadap dunia *start-up* yang kompetitif. Bisnis model yang dimiliki oleh StartupBisnis.com yaitu dari iklan, *affiliate program*, *sponsored content*, dan *paid tweets*.

Selain menyediakan konten atau artikel premium yang diberikan secara gratis, StartupBisnis.com juga menjalankan beberapa *event* dengan kerja sama dengan *sponsor* untuk menyelenggarakan *event* tersebut.



Sumber : <http://startupbisnis.com/hadiri-seminar-open-house-bedah-dapur-ecommerce-free-sabtu-5-september-2015/>

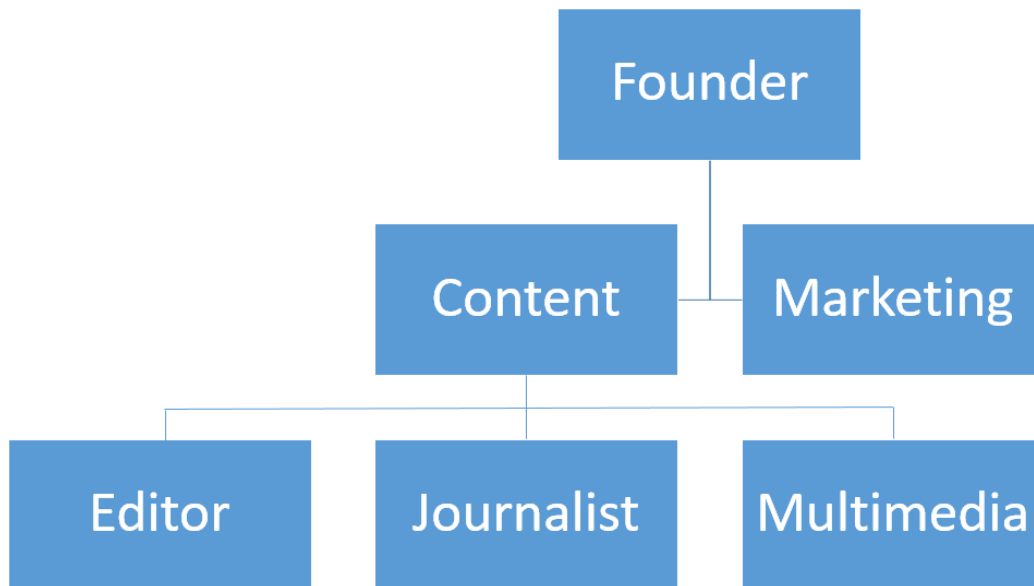
Gambar 2.3 Poster *event* Bedah Dapur *E-commerce*

Salah satu contoh *event* yang diadakan oleh *International Design School* yang bekerja sama dengan StartupBisnis.com adalah Bedah Dapur *E-Commerce* yang diselenggarakan pada tanggal

5 September 2015 di mana *founder* StartupBisnis.com yaitu Rhein Mahatma menjadi salah satu pembicara pada *event* tersebut.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi perusahaan yang dimiliki oleh StartupBisnis.



Sumber : Data primer

Gambar 2.4 Struktur organisasi StartupBisnis

Gambar di atas merupakan susunan dari struktur organisasi StartupBisnis. Berikut adalah tabel dari peran yang dimiliki oleh setiap kedudukan dalam StartupBisnis :

Tabel 2.1 Fungsi dari setiap divisi StartupBisnis

No	Divisi	Fungsi
1	<i>Founder</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengawasan terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh setiap divisi. 2. Memberikan materi <i>content</i> untuk ditulis dalam <i>website</i> StartupBisnis.com. 3. Memberikan saran dan masukan apabila terjadi kendala dalam perusahaan.
2	<i>Content :</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Editing video interview</i> yang telah dilakukan kepada narasumber.
	<i>a. Editor</i>	
	<i>b. Journalist</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menulis <i>content</i> untuk StartupBisnis.com dan melakukan kegiatan wawancara <i>event</i>.
	<i>c. Multimedia</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendokumentasikan kegiatan <i>event</i>.
3	<i>Marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>digital advertising</i> untuk mempromosikan <i>event</i> yang dibuat oleh <i>client</i> StartupBisnis. 2. Membuat <i>content</i> tentang <i>digital marketing</i>. 3. Membantu untuk membuat riset yang diperlukan oleh StartupBisnis.

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.2 E- Marketing

E-marketing atau biasa juga disebut sebagai *digital marketing* merupakan proses untuk mencapai tujuan *marketing* melalui penggunaan teknologi komunikasi elektronik seperti teknologi *internet*. Hal ini sesuai dengan konsep *digital business* yaitu pengaplikasian *digital* teknologi dapat meningkatkan *competitiveness* dari perusahaan (Chaffey, 2015).

Dalam *digital marketing* terdapat sebuah pendekatan baru yang disebut *inbound marketing*. *Inbound marketing* merupakan proses dimana *customer* secara proaktif mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka dan dapat berinteraksi dengan suatu *brand* melalui sebuah *content marketing*, *search marketing*, dan *social media marketing* (Chaffey, 2015)

Content marketing merupakan pengelolaan dari tulisan, *visual*, dan suara yang bertujuan untuk menarik *customer* dan mencapai tujuan perusahaan dengan menggunakan media *digital* seperti *website* dan *mobile platform*.

Menurut Dave Chaffey (2015), ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *content marketing* yaitu :

1. *Content management value*. Jenis *content* apakah yang dapat menarik *customer* kita, apakah mereka membutuhkan suatu informasi atau *product* tertentu, panduan untuk membeli sebuah *product*, atau sebuah *game* interaktif untuk menarik *customer*.
2. *Content media*. Penggunaan media untuk tulisan atau media interaktif lainnya seperti *Flash* atau *mobile apps*.

3. *Content syndication*. *Content* harus dapat dibagikan kepada beberapa *website* lainnya melalui *feeds*, *API's*, *microformat*, maupun *email subscription*. *Content* juga harus dapat di *embedded* pada *website* dengan menggunakan *widget* agar dapat ditampilkan oleh *feed*.
4. *Content participation*. *Content* yang efektif saat ini tidak hanya semata-mata dibagikan untuk di baca, namun *content* tersebut juga harus dapat di *comment*, *rating*, dan *review* oleh *user*. *Content* ini juga harus dikelola dan dipantau setiap saat baik dalam *website* di mana *content* tersebut dibuat maupun di tempat yang lain.
5. *Content access platform*. Akses dari *digital platform* yang berbeda-beda seperti komputer dan *laptop* yang memiliki resolusi layar yang berbeda-beda.

Kemudian ada *social media marketing* yaitu proses untuk memantau, memfasilitasi, dan berinteraksi dengan *customer* melalui sebuah *social media*, atau dengan *website* pihak ketiga lainnya (Chaffey, 2015).

Ada beberapa jenis *social media* menurut Weinberg (2010) yaitu :

1. *Social networking*. Inti dari hal ini adalah mendengarkan orang lain dan saling berbagi satu dengan lainnya. *Facebook* merupakan contoh terbaik untuk *social networking*.
2. *Social knowledge*. Hal ini merupakan *social media* yang bersifat *informational* misalnya seperti misalnya seperti *Yahoo! Answer* di mana kita dapat membantu *audience* untuk menyelesaikan masalah mereka dengan menjawab pertanyaannya. *Wikipedia* juga merupakan contoh lainnya dalam kategori ini.
3. *Social sharing*. Hal ini merupakan *social bookmarking sites* seperti *Reddit* yang dapat berguna untuk mengetahui *content* yang paling menarik untuk setiap kategori.
4. *Social news*. *Twitter* merupakan contoh yang paling baik dalam hal ini.

5. *Social streaming*. Website yang dapat membuat orang-orang berbagi foto, video, dan suara.
6. *Company user-generated content and community*. Hal ini berbeda dengan *social media* lainnya di mana dalam hal ini sebuah perusahaan memiliki tempat khusus yang dapat diisi dengan *content* yang dibuat oleh *user* contohnya *Kaskus*.

Lalu, kemudian yang terakhir adalah *search marketing* yaitu di mana sebuah perusahaan berusaha untuk meningkatkan *page rank* dari *website* mereka sesuai dengan *keyword* yang relevan pada *search engine* (Chaffey, 2015).

Menurut Chaffey (2015) ada dua hal yang terdapat dalam *search marketing* yaitu :

1. *Pay per click* yaitu di mana sebuah perusahaan membayar untuk sebuah iklan teks dalam *search engine* yang kemudian iklan tersebut akan muncul apabila seseorang menuliskan *keyword* sesuai yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan akan dikenakan biaya setiap iklan yang muncul dalam *search engine* tersebut di *click* oleh seseorang, namun apabila iklan tersebut di *click* berulang kali maka hal ini akan dilihat sebagai sebuah kecurangan bagi *search engine* tersebut sehingga perusahaan tidak akan dikenakan biaya.
2. *Search engine optimization* adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan *page rank* dari *website* mereka dalam *search engine* dengan men-*target* sebuah *keyword* tertentu.

Dalam *search engine optimization* ada beberapa dasar-dasar yang perlu diperhatikan agar hal tersebut dapat menjadi efektif terhadap *website* yang kita miliki sehingga dapat meningkatkan *page rank* dari *website* kita dalam *search engine* Google.

Menurut Toad Malicoatt (2007) ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *search engine optimization* antara lain :

1. Usia

Usia dipisahkan lagi menjadi tiga hal yaitu :

- Usia dari *website*

Website yang memiliki usia yang lebih lama akan mendapatkan '*trust*' yang lebih baik dari Google karena memiliki kredibilitas yang lebih baik.

- Usia dari dokumen

Hal ini sebenarnya bergantung lagi terhadap seberapa besar *website* Anda saat ini.

Sebuah dokumen baru yang terdapat pada *website* yang memiliki usia yang tua dapat di *ranking* dengan baik oleh Google.

- Usia dari *link* Anda

Semakin lama usia dari *link* yang Anda miliki maka hal tersebut akan mempunyai *value* saat *link* tersebut dibagikan. Biasanya *link* baru membutuhkan waktu agar dapat mempunyai *value* yang besar saat dibagikan.

2. Domain

Domain juga menjadi salah satu faktor dalam *SEO* sehingga dapat mempengaruhi *rank page website*. Berikut hal yang harus diperhatikan dalam *domain*.

- *Keyword* dalam *domain* dapat meningkatkan *click through rate* dalam *search engine* Google sehingga hal tersebut juga dapat meningkatkan *page rank website*.
- *Keyword* dalam *domain* juga dapat membuat orang lain untuk menggunakan *domain* tersebut sebagai *anchor text*..
- *Exact match keyword* adalah hal yang terbaik. Buatlah *domain* sesuai dengan *keyword* yang banyak dicari oleh orang banyak misalnya jualbajumurah.com sehingga apabila ada

seseorang yang mencari *keyword* 'jual baju murah' maka *website* tersebut dapat muncul pada peringkat pertama Google.

- Hindari penggunaan *strip* (-) karena *strip* dianggap sebagai *space* oleh Google.

3. *URL*

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *URL* yaitu

- Penggunaan *keyword* dalam *URL* kita dapat meningkatkan *click through rate* dari *website* kita dalam *Search Engine* Google.
- Jangan menggunakan *extension* (.html, .asp, .php, dll) agar dapat membuat *URL* kita menjadi fleksibel apabila ada perubahan dalam algoritma Google di masa mendatang.
- *Anchor links* yang muncul pada akhir *URL* (` Link `) tidak menyebabkan *duplicate content*.
- *Keyword* dalam *URL* juga dapat membuat orang lain untuk menggunakan *keyword* tersebut sebagai *anchor links* seperti yang dijelaskan dalam *domain* di atas.
- Dalam *URL* tidak masalah untuk menggunakan *strip* (-) karena hal tersebut dibaca sebagai *space* oleh Google

4. *Page Title*

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *page title* yaitu

- Gunakanlah *targeted keyword* pada *page title* dan menggunakan *keyword* yang berbeda untuk setiap *page* yang ada. Lalu gunakan *targeted keyword* terlebih dahulu baru diikuti dengan nama perusahaan.
- *Page title* merupakan faktor yang sangat penting terhadap *click through rate* dalam *website*.
. Google hanya menampilkan *page title* dengan maksimal 65 karakter.

- Setiap *page* harus memiliki *keyword* yang berbeda, namun apabila ada beberapa *page* yang cocok untuk menggunakan *keyword* yang sama maka *page* yang memiliki usia yang lebih lama lah yang akan mendapatkan *value* yang lebih besar.

Dalam praktek kerja magang, penulis menerapkan konsep seluruh strategi *e-marketing* yaitu *social media marketing*, *search marketing*, dan juga *content marketing*.