

STRATEGI PEMASARAN LEWAT INTERNET (CYBERMARKETING).

Bambang Supradono

Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Semarang

Abstraksi

Internet merupakan kumpulan jaringan komputer yang terkait satu dengan lainnya tanpa ada penguasa / pengatur utamanya. Jumlah pengguna Internet di seluruh dunia diperkirakan sekitar 1 milyar orang - merupakan potensi pasar yang luar biasa (benarkah demikian bagi usahawan Indonesia?). Besarnya potensi pasar yang ada sebetulnya dapat dengan mudah kita prediksi - bayangkan pada tahun 1997 diprediksi bahwa jumlah komputer (PC) yang akan terjual akan melebihi jumlah 100 juta buah. Jumlah ini melebihi jumlah pesawat TV yang terjual di tahun yang sama. Di samping itu, sebagian besar komputer yang terjual tersebut ternyata akan banyak dibeli oleh konsumen pribadi untuk digunakan di rumah. Artinya komputer (PC) merupakan perlengkapan biasa seperti TV atau radio - hal ini menjadi sangat strategis karena sebagian besar PC yang terjual nantinya akan dilengkapi perlengkapan Multimedia PC dengan kemampuan akses Internet. Bayangkan nantinya akan tercipta potensi pasar yang jauh lebih besar daripada TV dengan jumlah kemungkinan besar melebihi 100 juta pengguna di seluruh dunia. Sebelum memasuki materi tentang sisi praktis untuk melakukan usaha di Internet ada baiknya saya membahas sedikit tentang kondisi jaringan komputer / Internet di Indonesia secara garis besar.

PROFILE PENGGUNAAN INTERNET

Dengan berbekal pengalaman yang minim di dunia usaha & sebagian besar hanya berdasarkan intuisi & logika, ada 2 hal yang harus dicermati yakni profile pengguna Internet dan komposisi traffic Internet, keduanya sangat berguna bagi penentuan jenis bisnis apa yang mungkin dilakukan di Internet. Pengetahuan tentang berbagai hal ini sebetulnya dapat diperoleh dengan mudah di Internet dengan cara membaca berbagai statistik yang ada & dapat diakses secara cuma-cuma di Internet. Komposisi traffic Web Indonesia yang berhasil dikumpulkan dari berbagai statistik yang ada dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 60-70% traffic Web Indonesia datangnya dari / ke komputer yang ada di Indonesia. Cukup mengejutkan bagi usahawan yang ingin “go internasional” menggunakan Web di Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa untuk betul-betul melakukan “go internasional” tidak cukup hanya memasang home page di Internet; tetapi juga perlu dilakukan improvisasi dalam marketing di dunia internasional.

- Traffic di dominasi oleh domain dibawah ini:

*.com - institusi komersial di dunia (umumnya di Amerika Serikat).

*.edu - institusi pendidikan di dunia (umumnya di Amerika Serikat).

Tampak bahwa untuk saat ini potensi pasar Internet di Indonesia lebih banyak untuk kalangan Indonesia sendiri. Kemampuan untuk melakukan improvisasi di dunia Internet sangat diperlukan untuk menembus pasar Internasional - kemampuan ini hanya mungkin dilakukan oleh orang-orang (SDM) yang sehari-hari bergelut & aktif berpartisipasi di berbagai mailing list / konferensi elektronik di Internet. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah komposisi pengguna Internet. Sayangnya sekali studi tentang hal ini belum pernah dilakukan di Indonesia, akan tetapi penulis percaya bahwa komposisi pengguna Internet di Indonesia sebetulnya tidak berbeda terlalu jauh dengan komposisi pengguna Internet di dunia lainnya. Beberapa hal yang bisa di simpulkan dari beberapa market research yang dilakukan di Internet menunjukkan bahwa:

- Sebagian besar pengguna Internet berusia antara 25-40 tahun. Sebagian besar adalah single atau menikah tetapi belum mempunyai anak.
- Pria mendominasi pengguna Internet - sekitar 70-80% pengguna Internet adalah kaum pria.
- Pengguna sebagian besar berpendidikan tinggi, minimal S1. Sangat jarang pengguna aktif Internet yang hanya berpendidikan rendah seperti SD.

- Pendapatan rata-rata per tahun pengguna Internet cukup tinggi. Di Amerika Serikat sekitar US\$65.000 per tahun; sedang di Eropa sekitar US\$ 42.000 per tahun. Di Indonesia sendiri masih didominasi golongan ekonomi menengah ke atas.
- Internet di dominasi oleh orang-orang dari universitas, peneliti, engineer. Sebagai gambaran hanya 20% responden di Amerika Serikat adalah Manajer, Eksekutif & Konsultan.
- Umumnya para responden mengakses Internet dari tempat bekerja / sekolah. Hanya sekitar 30% mengakses secara pribadi dari rumah. Untuk Indonesia kemungkinan besar sekitar 50% atau lebih pengguna Internet mengakses melalui rumah masing-masing karena belum banyak kantor / sekolah yang terhubung ke Internet.

Sebetulnya apa yang dilakukan oleh para pengguna pada saat melakukan Surfing di berbagai Web di Internet?

- Ternyata sebagian besar adalah just looking, having fun mungkin semacam “game” bagi mereka. Sekedar melepas lelah barangkali lebih tepat, tetapi bukan untuk keperluan yang terlalu serius sekali.
- Jarang / hampir tidak pernah ada orang yang khusus surfing Internet untuk shopping. Hal ini merupakan tantangan bagi para usahawan yang berusaha melalui Internet untuk menciptakan pasar potensial para surfer ini dari yang sifatnya fun menjadi shopping.
- Web / Internet saat ini bukan dianggap alat utama untuk transaksi ekonomi - karena masih ada ketakutan diantara para surfer tentang masalah reliability & security jaringan.

Apa yang diharapkan surfer dari perusahaan yang memasang Web & melakukan usaha di Internet?

- Kualitas & kelengkapan informasi tentang berbagai produk / servis yang diberikan sangat diharapkan oleh para surfer. Sebetulnya 80% dari para surfer bersedia untuk membayar informasi yang terkandung di Web tersebut - tentunya hanya jika kualitas-nya sangat baik.
- Harga yang murah tidak penting - para surfer lebih banyak mementingkan kualitas.
- Reliabilitas Vendor/penjual sangat penting bagi para surfer. Para surfer sangat berharap untuk:
 1. Mudah menghubungi vendor.
 2. Cepat bereaksi terhadap permintaan / hubungan yang dilakukan oleh para surfer ini. Para surfer sangat berharap respons dapat dilakukan seketika itu juga.
 3. Mau melakukan customisasi servis / produk untuk keperluan spesifik surfer tersebut.
 4. Jangan sekali-sekali berbuat hal yang tidak baik terhadap para surfer karena akibatnya akan sangat fatal bagi kelanjutan usaha anda.

Ada sedikit cara untuk memperoleh informasi pasar / market research:

- Umumnya informasi tentang hasil survey pasar / market research di perguruan tinggi dapat diambil secara cuma-cuma. Sedang hasil market research di perusahaan komersial yang mengkhususkan diri untuk melakukan penelitian pasar hanya dapat diperoleh secara komersial.
- Belajar dari usaha sejenis di luar negeri dalam melakukan penetrasi pasar di Internet akan sangat membantu dalam menentukan kondisi pasar yang ada.
- Jika diperlukan, dapat dicoba untuk melepaskan beberapa informasi di Internet untuk memperoleh umpan balik dari pengguna jaringan di Internet.

KONSEP MARKETING DI INTERNET

Teknologi Informasi sebetulnya terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

1. Komputer.
2. Komunikasi.
3. Konten.

Sebagai pegangan untuk marketing di Internet akan banyak bermain pada konten informasi yang ditawarkan. Perlu kita sadari bersama bahwa sebetulnya servis / produk utama yang dimungkinkan di Internet adalah:

A. Iklan / Media Promosi. Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa sebetulnya Internet surfer berjalan-jalan di berbagai Web adalah untuk fun & bukan khusus untuk shopping. Kunci keberhasilan dalam melakukan marketing di Internet & menarik sebanyak mungkin para surfer untuk dari waktu ke waktu sering datang ke Web yang kita rancang sehingga akhirnya melakukan shopping adalah:

- **Kretifitas.** Dalam membuat rancangan media web harus kreatif dan menarik. Sedapat mungkin banyak informasi yang terkandung dalam Web tersebut. Lebih baik lagi Web yang kita pasang secara periodik di ubah dari waktu ke waktu. Untuk melakukan hal ini memang dibutuhkan team yang kuat dibelakangnya. Sebagai contoh Majalah Time didukung oleh 120 staff khusus untuk melakukan operasi di Web mereka sehingga kecepatan perubahan informasi terjadi setiap jam.
- **Kustomisasi.** Informasi / produk / servis yang ditawarkan sebaiknya dapat dengan mudah disesuaikan dengan kebutuhan para surfer masing-masing. Misalnya: seorang surfer yang ingin membeli komputer cukup melakukan beberapa operasi “klik” menggunakan mouse-nya untuk memperoleh perkiraan

harga komputer yang ingin dibeli dengan konfigurasi perangkat keras & perangkat lunak yang sesuai dengan keinginannya.

- Convenience. Informasi yang ditampilkan sebaiknya memudahkan para surfer melakukan navigasi & transaksi. Ada beberapa kunci informasi penting yang penting yang harus diitayangkan di Web seperti:
 - a. Frequently Asked Question (FAQ) dari para customer lain sebaiknya di tayangkan untuk memudahkan customer service.
 - b. Review berbagai produk yang ditawarkan dapat dengan mudah diperoleh. Tidak jarang para Webmaster memasang informasi yang lebih dari sekedar review tetapi cara kerjanya bahkan sering kali user manual lengkap dapat diambil dengan mudah melalui Internet dengan cara ini memudahkan para surfer untuk memilih.
 - c. Pointer kepada berbagai Web lainnya tentang produk yang sama dari pihak kompetitor tidak jarang diberikan. Kebesaran hati & keyakinan akan kualitas produk / servis yang ditawarkan lebih baik daripada kompetitor yang lain akan sangat penting untuk menarik para surfer - bahkan bukan mustahil dibuatkan semacam review perbandingan berbagai produk / servis yang sama secara fair & dapat di ambil dengan mudah oleh para surfer.
 - d. Alamat kontak sebaiknya melalui E-mail - jangan berharap terlalu banyak untuk menarik para surfer untuk berinteraksi dengan kita jika kita hanya menayangkan alamat konvensional (seperti: nama jalan, p.o. box)

Tentunya kita harus sangat selektif dalam menentukan jenis usaha yang kita lakukan melalui Internet - mengingat profile pengguna Internet saat ini yang ternyata sangat spesifik. Pengalaman yang ada di beberapa Online marketer adalah sebagai berikut:

1. Ada beberapa komoditi yang akan menarik para surfer untuk melakukan transaksi & membeli komoditi tersebut antara lain:

- Perangkat keras & lunak komputer.
 - Musik (seperti, CD & pita kaset).
 - Buku.
2. Ada beberapa komoditi yang lebih cocok untuk menggunakan Internet hanya sebagai katalog / referensi saja. Surfer akan lebih suka untuk membeli secara tradisional. Contohnya: Baju / Pakaian.

Proses penyebaran informasi tentang lokasi Informasi tentang usaha anda di Internet sebenarnya lebih banyak terjadi melalui cara konvensional seperti:

- Disebutkan dalam “hot list” seseorang dalam berbagai kesempatan diskusi. Hal ini menyebabkan para eksekutif / manager / usahawan tersebut harus secara aktif ikut dalam berbagai diskusi & secara tidak langsung memberitahukan lokasi Web-nya.
- Disebutkan dalam surat kabar / media massa. Contoh yang menarik adalah harian republik yang setiap hari memasang informasi tentang lokasi Web-nya.

Secara teknis untuk membangun Web tidak sukar berbagai perangkat lunak untuk membantu pembuatan Web telah tersedia dengan mudah di Internet - sebagian bahkan dapat diambil secara cuma-cuma. Proses untuk peletakan Web juga tidak terlalu sukar, sebagian mesin di Internet bahkan menyediakan tempat untuk Web secara cuma-cuma. Akan tetapi sebetulnya kunci utama keberhasilan marketing di Internet lebih banyak ditentukan oleh orang-orang / sumber daya manusia (SDM) yang membangun informasi tersebut. Tanpa mengandalkan SDM yang handal akan sulit untuk berkompetisi di era informasi Internet - jangan terlalu berharap untuk mencari SDM tersebut karena di Indonesia SDM yang betul-betul handal tentang Internet masih sangat langka. Cara terbaik untuk memperoleh SDM adalah mendidik sendiri / bekerjasama dengan universitas yang mampu untuk mendidik SDM yang dibutuhkan.

Melihat berbagai batasan yang ada saat ini, umumnya usaha dengan jumlah personal sedikit (<100 orang) yang mengandalkan SDM berkualitas yang akan berhasil memperoleh keuntungan secara maksimal melalui Internet. Perusahaan besar yang banyak dibatasi oleh birokrasi & berbagai kendalanya akan lebih lambat untuk memperoleh keuntungan dengan adanya Internet.

Bagi pemula dalam Cyber Marketing ada beberapa point penting yang tampaknya akan menguntungkan jika di turuti. Objektivitas utama pada saat pengambilan langkah adalah:

- Mencoba memasyarakatkan budaya Internet dalam perusahaan.
- Libatkan secara aktif divisi Marketing untuk melakukan respon secara cepat melalui E-mail.
- Libatkan secara aktif divisi Marketing untuk berpartisipasi dalam pembangunan Web page perusahaan.
- Tentunya perlu juga untuk mengaktifkan rekan-rekan di bagian komputer (EDP) untuk membantu teknis pelaksanaannya.

Dalam proses pemasyarakatan budaya Internet ke badan usaha ada baiknya untuk menggunakan alternatif yang murah dalam mengkaitkan diri ke Internet terlebih dahulu sebelum menerapkan teknologi informasi dan komunikasi yang mahal. Untuk itu alternatif yang perlu dijajaki adalah:

- Berikan account akses internet perorangan bagi kelompok sales di usaha anda. Untuk itu perlu keluar biaya sekitar Rp. 45.000-100.000 / bulan untuk setiap Account.
- Sewa Web space di berbagai server di Internet. Untuk itu membutuhkan biaya sekitar US\$ 5-20 / Mb / bulan.
- Aktifkan rekan-rekan di bagian komputer (EDP) untuk berpartisipasi membantu pembuatan file-file Hyper Text Markup Language (HTML) untuk

ditayangkan pada Web space anda. Cara menulis file HTML sangat sederhana bahkan dapat ditulis langsung melalui MSWord menggunakan template yang banyak tersedia di Internet.

B. Security & Transaksi Dagang Secara umum ada beberapa isu yang menjadi pertanyaan utama bagi sebagian besar orang yang ingin melakukan bisnis / mengintegrasikan jaringan corporatonya ke Internet. Isu tersebut adalah:

- Sekuritas / keamanan. Internet merupakan jaringan komputer publik di mana didalamnya tidak ada sama sekali jaminan keamanan.
- Transaksi Kartu Kredit. Transmisi data sebetulnya dapat dengan mudah di *trap* di berbagai tempat di Internet. Kemampuan untuk mengamankan data kartu kredit akan menjadi penting jika ingin melakukan transaksi melalui Internet.

Pada kesempatan ini akan dijelaskan secara sepintas beberapa hal yang berkaitan dengan isu di atas. Issue pertama adalah masalah security / keamanan dari jaringan corporate milik kita jika ingin disambungkan ke Internet secara on-line. Kejadian yang sering ditakutkan adalah, misalnya:

- Akses database dari corporate dari orang-orang yang tidak dikehendaki.
- Akses informasi penting & rahasia dari corporate.
- Akses file password dari mesin-mesin komputer di corporate; saat ini ada servis di Internet yang dapat membantu untuk memecahkan file password yang sudah di acak.

Hal ini tentu akan sangat menyakitkan bagi operator yang file password-nya di curi orang.

Untuk menjamin keamanan sebuah jaringan corporate yang masuk ke Internet ada beberapa alternatif & teknik pengamanan yang dapat digunakan. Salah satu yang sering digunakan adalah menggunakan teknik *Firewall & Proxy*.

Fungsi *Firewall & Proxy server* adalah sebagai berikut:

- Firewall: berfungsi sebagai filter bagi traffic dari luar untuk dapat masuk ke dalam jaringan Corporate.
- Proxy Server: bertugas untuk melakukan mapping address dari traffic dari dalam Corporate ke Internet supaya tidak diketahui secara langsung address yang berada di dalam jaringan Corporate tersebut.

Isu lain yang sering menjadi momok bagi para usahawan untuk berusaha di Internet adalah masalah security untuk pengiriman data keuangan, seperti, nomor kartu kredit. Untuk mengatasi hal ini ada cukup banyak inisiatif yang sedang dicoba & dikembangkan; beberapa diantaranya adalah:

- Dikembangkan Secure Hyper Text Transport Protocol (HTTPS) yang memungkinkan transmisi data melalui Web secara aman.
- Visa & Master Card juga penyelenggara jasa kartu kredit melakukan kerjasama untuk membuat standarisasi transaksi di internet bagi transmisi data kartu kredit. Dengan adanya berbagai standarisasi nantinya akan memudahkan bagi pengguna Internet untuk melakukan transaksi dagang.

STRATEGI MARKETING DI INTERNET

Bagaimana supaya situs World Wide Web di kenal? berikut adalah beberapa ide supaya situs WEB di kenal dengan mudah:

- ***Do a competitive analysis and remember content is king***: Apa yang diberikan oleh Web perusahaan yang tidak diberikan oleh kompetitor? Apakah tool /

servis yang akan diberikan ini dapat menambah nilai Web anda? Mungkin ada baiknya browse Links:2000 Marketing and Advertising on the Net, pada <http://www2000.ogsm.vanderbilt.edu/links.cgi>, untuk ide / masukan.

- ***The name of the game is the domain:*** Harus percaya bahwa nama yang *catchy* seperti <http://www.eat.com> akan membangkitkan traffic. Untuk mengetahui lebih lanjut apakah domain yang ada pilih sudah digunakan atau belum, anda dapat melihatnya pada the Who is Gateway, pada <http://www.htl-bw.ch/cgi-bin/whois>.
- ***Have you considered professional help?*** Tidak harus perusahaan mengembangkan web sendiri, tapi kalau ada ahli-nya & cocok dengan yang anda butuhkan mengapa tidak? coba sekali-sekali browse Web spesialis di <http://www.yahoo.com>. Sebetulnya, ada cukup banyak servis Web yang ada di Indonesia seperti tampak dibawah ini.

Tabel. 1 Daftar perusahaan penyelenggara web

Indonesia Internet Presence Providers	
Indonesia Connect	http://www.indocon.com/
Promindo Global Internet	http://www.promindo.com/
Indonesia Business Center Online	http://indonesia.clever.net/
Indonesia Media Network	http://www.imn.co.id/
Indonesia Business Center Online	http://www.indobiz.com/
AdWork!	http://www.adwork.co.id/
Indosoftindo Ciptapiranti	http://www.indosoft.co.id/
Indonesia Net	http://www.indonesianet.com/index.htm
IndoWEB	http://www.indoweb.com/

- ***Don't waste your time, do a timeline***: Umumnya banyak orang akan merasa cukup puas setelah membangun & launch-ing Web site mereka. Padahal pada kenyataannya pekerjaan belum selesai pada saat launching Web site. Para pakar akan berkata ... “publikasi, marketing & berbagai cara untuk me-refresh isi Web pada tahun pertama akan memegang peranan yang penting”. Untuk itu perlu dipikirkan jauh-jauh hari apa saja isi yang akan ditampilkan secara periodik tersebut.
- ***Encourage bookmarking and promise something new***: Jika anda ingin supaya orang memasukan URL anda ke bookmark mereka, bagaimana kalau mengingatkan mereka? Web site di rancang supaya menarik pengunjung agar datang berulang-ulang.
- ***Respond, respond, respond***: Jika seseorang telah bersusah payah menulis sesuatu pada situs web yang dikunjungi sebaiknya berusaha menjawab kembali. Sebaiknya menugaskan orang-orang di dalam perusahaan untuk menjawab berbagai topik yang akan masuk, atau mendisain situs WEB untuk mengirimkan mail tersebut kepada orang tersebut. Akan sangat menguntungkan perusahaan jika berhasil membangun “*die-hard audience*” bagi Web site anda.
- ***We've got your what's new lists right here***: Yahoo, Netscape & banyak lagi search engine di Internet tempat untuk menayangkan pointer URL - daftar cukup lengkap berisi daftar & cara memasukan URL. Sebaiknya dijaga agar daftar berbagai hal yang dapat diinformasikan dibatasi tidak lebih dari tiga paragraph.
- ***Build an honor roll***: Jika situs web di bicarakan orang, ada baiknya mencatat & memberikan acknowledgement pada orang / komentar tsb. Hal ini akan menambah reputasi situs WEB.

- ***Bundle with like-minded sites:*** Free links & barter akan membuka kemungkinan untuk membuka gateway ke situs WEB yang kita miliki. Tentunya kita perlu memastikan bahwa informasi yang di-link supportive & bermanfaat untuk pembaca Web site anda.
- ***Go on the circuit:*** Memberikan ceramah-ceramah maupun berbagai usaha untuk publikasi merupakan ladang yang sangat subur untuk menyebarkan informasi. Mulai dari berbicara di konferensi hingga ke sekolah-sekolah, ke pertemuan-pertemuan. Tentunya jika mungkin menuliskan artikel di majalah atau masuk ke TV akan sangat menguntungkan.

KESIMPULAN

Kemampuan untuk bertahan dalam pemasaran di dunia Internet maupun dunia informasi akan sangat tergantung pada kemampuan kita untuk menjadi:

Produsen informasi yang profesional & berorientasi untuk memberikan servis kepada orang lain / customer.

Para pengguna Internet percaya akan spirit / jiwa "kerjasama" (cooperation) yang kuat diantara sesama pengguna maupun operator jaringan yang akhirnya mampu mengatasi berbagai kendala yang ada. Kerjasama dilakukan melampaui batas-batas / dimensi konvensional yang banyak menghambat saat ini seperti dimensi ruang, dimensi waktu, dimensi birokrasi / struktur, batas negara. Efisiensi merupakan kunci keberhasilan untuk bergerak di dunia informasi yang mengharuskan seseorang harus melakukan navigasi / manuver informasi secara cepat; tidak heran jika justru umumnya perusahaan dengan jumlah pegawai kecil (<100 orang) yang umumnya dapat dengan mudah melakukan manuver & memperoleh hasil yang maksimal dari keberadaan Internet. Sebelum memasuki detail cara berusaha di dunia Internet, ada beberapa informasi utama yang berhasil disimpulkan dari kondisi penggunaan Internet di Indonesia:

- Menjadi pembaca yang baik akan sangat menolong dalam melakukan bisnis di Internet.
- Melakukan market research atau membaca hasil market research yang ada di Internet akan memberikan masukan yang berharga bagi penentuan langkah yang akan diambil.
- Statistik yang ada menunjukkan bahwa pasar utama dari Web Indonesia adalah ternyata orang Indonesia sendiri. Kecuali jika kita mampu melakukan manouver dengan baik dalam Web / Internet. Kita masih perlu belajar teknik internasional marketing melalu Internet untuk merebut pasar Internasional.
- Sikap total customer satisfaction - Kesiapan untuk secara tanggap & cepat untuk memberikan servis / layanan terbaik kepada customer secara elektronik melalui fasilitas Internet akan sangat memberikan nilai plus.
- Disseminasi informasi dapat dibuat dengan mudah menggunakan Hyper Text Markup Language (HTML) pada Web.