

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor utama untuk menaikkan penjualan perusahaan khususnya dalam bidang barang maupun jasa. Pemasaran juga merupakan salah satu alat untuk mengukur kesuksesan sebuah perusahaan dan merupakan proses mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang kemudian menciptakan suatu produk ataupun pelayanan yang dapat memuaskan konsumen tersebut. Aktivitas pemasaran lebih dikenal sebagai aktivitas untuk menawarkan dan menjual suatu produk atau jasa. Tetapi apabila dikaji lebih dalam, aktivitas pemasaran merupakan kegiatan yang meliputi proses analisa dan evaluasi mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler & Armstrong (2012), pemasaran ialah suatu proses dimana perusahaan menciptakan suatu produk yang bernilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

### 2.2 Pengertian Digital Marketing

Menurut Kotler & Armstrong (2012), *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk atau *brand* menggunakan internet, tujuannya untuk menarik konsumen dan calon konsumen dengan cepat.

Yang menjadi ciri khas dari *digital marketing* yaitu tidak terikat waktu dan tempat untuk menjalankannya. Memanfaatkan media online sebagai wadah pemasaran bisa dilakukan melalui media sosial, *website* maupun *email marketing*. Seperti yang kita ketahui, penggunaan teknologi dan internet di kalangan masyarakat

sekarang ini sangatlah luas sehingga kegiatan pemasaran secara digital menjadi pilihan utama pada saat ini.

Kegiatan pemasaran secara digital memiliki sebuah kelebihan dimana dapat membuat sesuatu menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini juga berlaku dalam dunia bisnis, dengan adanya pemasaran digital ini, kegiatan transaksi dapat dilakukan secara *online*. Kegiatan transaksi yang dilakukan secara online disebut dengan *e-commerce*. Dengan cara ini perusahaan dapat menawarkan produk atau jasanya secara langsung kepada konsumen tanpa harus bertatap muka, begitu pula dengan konsumen yang dapat melihat dan membeli produk tanpa perlu melihatnya secara langsung.

### 2.3 Jenis-jenis Bisnis *E-commerce*

Pada umumnya masyarakat mengenal *e-commerce* sebagai toko online dimana tempat menjual barang yang merupakan kebutuhan dari konsumen, namun ternyata *e-commerce* sendiri memiliki berbagai macam jenis yang melibatkan banyak pihak baik sebagai produsen maupun konsumen. Berikut penjelasan mengenai jenis-jenis *e-commerce* menurut Kotler & Armstrong (2012):

#### a. *Business to Business* (B2B)

Jenis bisnis ini merupakan yang terbesar karena melibatkan transaksi antar perusahaan secara elektronik atau online. Konsumen dari penjualan barang dan jasa ini merupakan sebuah grup yang menjalankan bisnis dan bukan konsumen perorangan. Jenis bisnis ini menyediakan kuota yang cukup besar sehingga memakan banyak biaya untuk menjalankan bisnis ini dan resiko yang ditimbulkan juga besar.

b. *Business to Consumers (B2C)*

Jenis bisnis ini merupakan jenis yang paling dikenal dikalangan masyarakat. Proses transaksi jenis bisnis ini dilakukan antara produsen langsung kepada konsumen akhir. Jenis bisnis ini menyerupai toko ritel yang mempunyai produk eceran untuk dijual dan gudang untuk penyimpanan barang, hanya saja transaksi B2C ini dilakukan secara online. B2C dinilai lebih praktis sehingga berkembang dengan sangat cepat, kemudahan dalam membuat *website* menjadikan banyak sekali toko online yang tersebar di dunia maya. Contoh bisnis B2C adalah Traveloka, Zalora, Lazada dan sebagainya.

c. *Consumers to Consumers (C2C)*

Jenis bisnis ini juga cukup populer dikalangan masyarakat karena dilakukan oleh konsumen kepada konsumen pula. Untuk jenis bisnis ini terbagi menjadi 2 model yaitu *marketplace* dan *classified*. *Marketplace* adalah sebuah *platform* yang dijadikan sebagai tempat transaksi oleh konsumen. Konsumen sebagai penjual dapat memposting berbagai macam produk untuk dilihat oleh konsumen kemudian membelinya. Contoh *platform* C2C adalah Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan sebagainya. Sedangkan *classified* memberikan kebebasan terhadap penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara langsung. *Website* yang tersedia hanya sebagai tempat untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli akan tetapi tidak memfasilitasi transaksi secara *online*. Metode transaksi dilakukan melalui COD, contoh *website* yang menggunakan model *classified* yaitu OLX, Kaskus dan sebagainya.



d. *Consumer to Business (C2B)*

Sesuai dengan namanya, jenis bisnis ini merupakan transaksi jual beli antara konsumen dengan perusahaan. Jenis ini merupakan kebalikan dari jenis B2C. Dalam jenis ini seorang individu menawarkan produk atau jasanya kepada perusahaan. Contohnya seperti para *content writer* yang menawarkan kemampuan menulisnya kepada perusahaan.