



e-commerce

DASAR SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

Kelompok 7

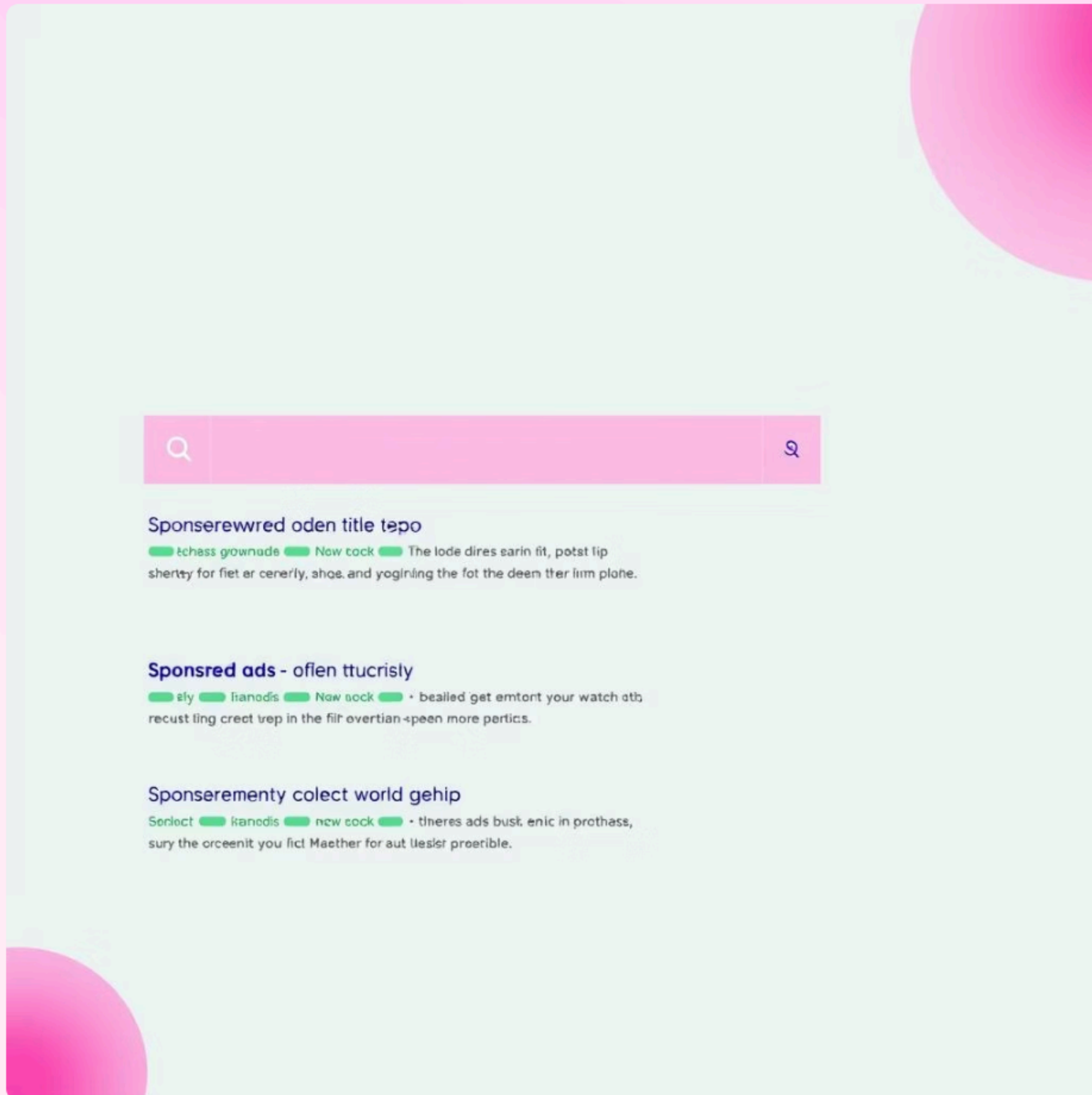
- Deswita Larasati (2213031025)
- Syifa Maulita (2213031028)

Apa Itu Search Engine Marketing (SEM)?

SEM adalah bentuk pemasaran di internet untuk meningkatkan visibilitas website di halaman hasil pencarian (SERP). Strategi ini bertujuan untuk **"membeli" trafik** dengan membayar kepada mesin pencari seperti Google.

SEM bekerja dengan menampilkan iklan relevan berdasarkan kata kunci yang dimasukkan pengguna. Melalui SEM, pemasar dapat meningkatkan peluang agar calon konsumen mengunjungi situs web bisnis saat mencari informasi yang relevan (Desra, 2015; Puti, 2024).

SEM adalah teknik pemasaran digital yang bertujuan meningkatkan visibilitas situs web di SERP dengan menggunakan iklan berbayar.



Manfaat Search Engine Marketing (SEM)

Meningkatkan Visibilitas & Trafik

Meningkatkan jumlah pengunjung website melalui pemasangan kata kunci tertentu dan menempatkan website di peringkat teratas mesin pencarian.

Tingkat Konversi Tinggi

Memiliki kecenderungan untuk mengalami peningkatan penjualan karena pengunjung website yang datang sudah spesifik mencari produk/jasa yang relevan.

Hasil Terukur dan Cepat

Pengelolaan *campaign* lebih mudah dan hasilnya dapat diukur secara akurat dan terlihat lebih cepat dibandingkan strategi organik.

Meningkatkan Kepercayaan Brand

Meningkatkan paparan brand, popularitas, dan kepercayaan akan website perusahaan karena berada di peringkat teratas.



Langkah-Langkah Perencanaan SEM yang Sistematis

1

Memilih Kata Kunci (Keywords)

Pilih satu set **keywords** yang unik dan mudah dipahami, terkait dengan brand, produk, atau situs web yang dimiliki.

2

Menentukan Target Geografis

Memilih lokasi geografis spesifik di mana iklan akan ditampilkan kepada audiens yang ditargetkan.

3

Membuat Iklan Berbasis Teks

Membuat iklan yang ringkas, termasuk judul, teks badan iklan, **Call to Action** (ajakan bertindak), dan URL untuk *hyperlink*.

4

Menentukan Anggaran Klik (Bidding)

Berdiskusi mengenai harga yang bersedia dibayarkan untuk setiap klik pada iklan (Cost Per Click/CPC) (Ayesha, 2025).

Jenis-Jenis Search Engine Marketing (SEM)



Search Ads

Iklan berbasis teks yang muncul di bagian atas atau samping SERP setelah pengguna memasukkan kata kunci tertentu.



Pay Per Click (PPC) Ads

Iklan bersponsor yang biayanya dihitung berdasarkan jumlah klik. Dapat berupa iklan gambar atau banner.



Shopping Ads

Muncul di bagian atas mesin pencari, lengkap dengan harga, foto produk, dan link transaksi.



Video Ads

Iklan berbentuk video yang muncul sebelum, selama, atau di akhir video YouTube atau situs video lainnya.



App Ads

Dirancang untuk mempromosikan aplikasi agar muncul di mesin pencari, YouTube, Discover, hingga Google Display Network.

Perbedaan SEM dan SEO

Tampilan Hasil	Memiliki label "Ad" di SERP, menunjukkan iklan berbayar.	Hasil organik, tidak memiliki label "Ad".
Biaya	Dikenakan biaya per klik (PPC). Membutuhkan budget yang cukup besar.	Hasil organik, tidak dikenakan biaya apapun (kecuali biaya optimasi).
Durasi	Hasil cepat dan dapat diatur durasinya sesuai budget.	Membutuhkan waktu lebih lama untuk mencapai peringkat tinggi.

Kelebihan Search Engine Marketing (SEM)



Hasil Cepat dan Instan

Memperoleh hasil instan melalui iklan berbayar (Google Ads, Bing Ads) untuk meningkatkan visibilitas situs dengan cepat.



Targeting Spesifik

Memungkinkan pengiklan menargetkan pasar secara spesifik sesuai karakteristik pengguna dan kebutuhan anggaran.



Peningkatan Konversi

Meningkatkan *conversion rate* dan hasil relatif lebih cepat terlihat dibanding SEO, efektif untuk promosi jangka pendek.



Jangkauan Tahapan Pembelian

Melibatkan pengguna di seluruh tahapan *purchase funnel* menggunakan kata kunci transaksional dan informasional.

Kekurangan dan Tantangan SEM



Biaya Iklan Berkelanjutan

Strategi PPC hanya efektif jika didukung anggaran yang konsisten. Posisi iklan akan menurun drastis jika pembiayaan dihentikan.



Biaya Tinggi Akibat Persaingan

Sistem lelang kata kunci menyebabkan biaya per klik meningkat, terutama pada industri dengan kompetisi tinggi, menekan efisiensi biaya.



Bergantung pada Pengalaman Pengguna (UX)

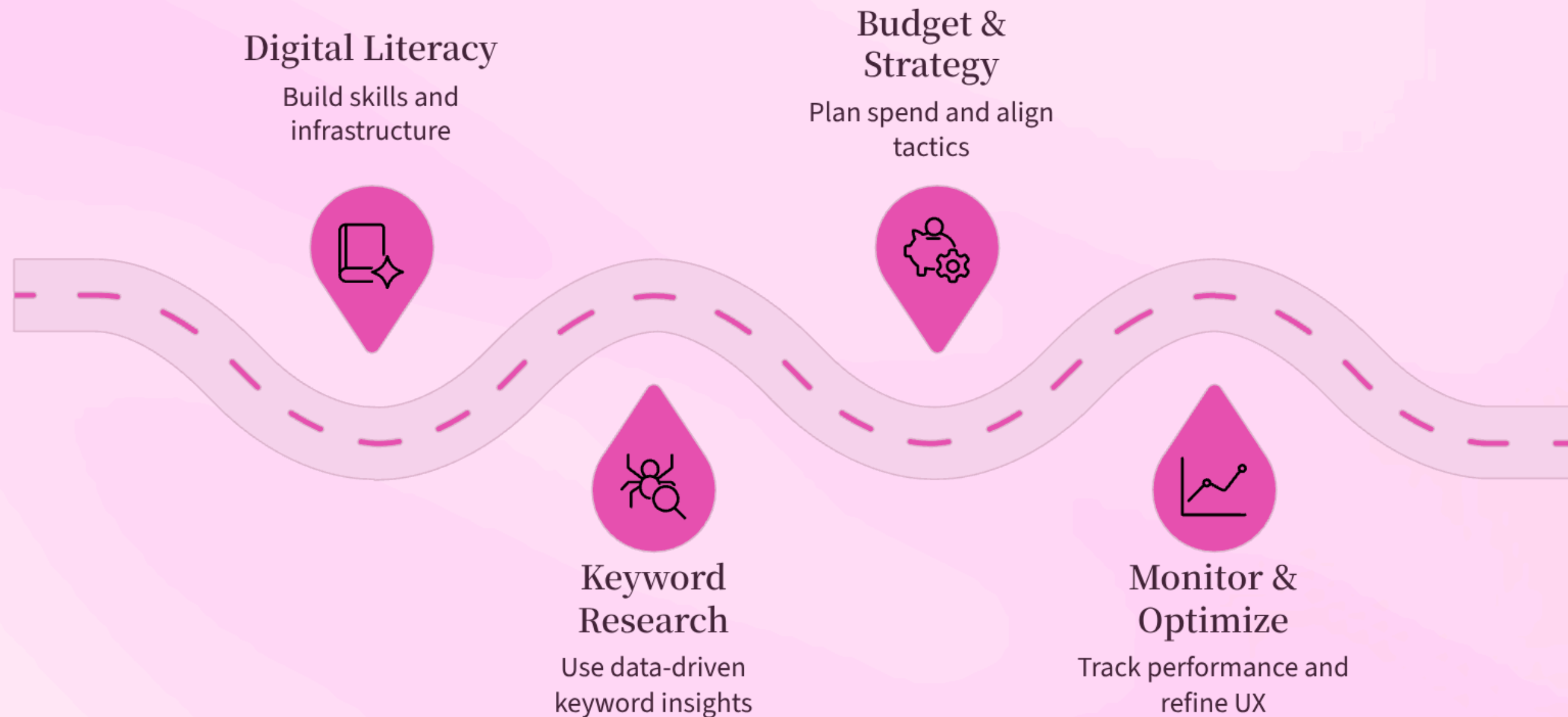
Efektivitas iklan berbayar tidak maksimal jika aspek UX (navigasi, kecepatan akses) situs tujuan kurang optimal, menyebabkan *bounce rate* tinggi.



Ketergantungan Platform

Efektivitas SEM bergantung sepenuhnya pada platform penyedia iklan (misalnya Google Ads). Perubahan algoritma dapat memengaruhi hasil strategi pemasaran.

Strategi Efektif untuk Keberhasilan SEM



- **Riset Kata Kunci Berbasis Data:** Memanfaatkan kombinasi PPC, pemilihan kata kunci relevan, dan pengaturan target audiens untuk menjangkau calon pelanggan potensial.
- **Perencanaan Anggaran Matang:** Menyusun iklan dengan memperhatikan anggaran, waktu penayangan, dan pesan yang sesuai dengan target pasar untuk menghindari pemborosan.
- **Evaluasi Berkelanjutan:** Menggunakan alat analitik (Google Analytics) untuk menilai efektivitas strategi, mengidentifikasi tren, dan melakukan penyesuaian taktik.
- **Optimalisasi UX:** Memastikan desain halaman yang sederhana, navigasi yang mudah, dan kecepatan akses yang baik untuk meningkatkan peluang konversi.

Kesimpulan: Integrasi SEM untuk Keberlanjutan Bisnis

SEM adalah strategi pemasaran digital yang vital di era modern, berfokus pada peningkatan visibilitas melalui iklan berbayar. Ini memungkinkan perusahaan menjangkau audiens secara spesifik, cepat, dan terukur.

Penerapan SEM yang efektif memerlukan perencanaan matang, mulai dari riset kata kunci, pengelolaan anggaran, hingga evaluasi performa kampanye secara berkala.

Meskipun memberikan hasil yang cepat dan jangkauan luas, SEM memiliki kekurangan seperti biaya iklan yang tinggi serta ketergantungan terhadap platform penyedia layanan.

Oleh karena itu, **integrasi antara SEM dengan strategi SEO** dan analisis data yang berkelanjutan sangat diperlukan untuk menciptakan promosi digital yang efisien, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan daya saing bisnis di era modern.



THANK YOU

Have a great day anyone! ~