



## Peran Digital Marketing dalam Memperkuat Sales Funnel untuk Meningkatkan Penjualan By.u

Dosma Angelyta

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

---

### Abstract

Received: 20 Juni 2025

Revised: 27 Juni 2025

Accepted: 01 Juli 2025

*Digital marketing telah menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran modern, terutama bagi perusahaan yang bergerak di sektor telekomunikasi seperti By.u. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digital marketing dalam memperkuat sales funnel dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan produk By.u. Dengan mengintegrasikan digital marketing ke dalam setiap tahap sales funnel—mulai dari kesadaran hingga tindakan—By.u dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan konversi penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing yang tepat dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, integrasi digital marketing dalam sales funnel merupakan langkah strategis yang penting untuk mencapai tujuan penjualan yang lebih tinggi.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Sales Funnel, Penjualan, Strategi Pemasaran*

(\*) Corresponding Author: [angelytahombing@gmail.com](mailto:angelytahombing@gmail.com)

**How to Cite:** Angelyta, D. (2025). Peran Digital Marketing dalam Memperkuat Sales Funnel untuk Meningkatkan Penjualan By.u. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7.C), 8-15. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10901>

---

### PENDAHULUAN

Digital marketing telah menjadi salah satu pilar utama dalam strategi pemasaran modern, terutama dalam konteks persaingan yang semakin ketat. Perusahaan seperti By.u, yang beroperasi di sektor telekomunikasi, perlu memanfaatkan digital marketing untuk memperkuat sales funnel mereka. Sales funnel adalah model yang menggambarkan perjalanan pelanggan dari tahap kesadaran hingga keputusan pembelian. Dengan mengintegrasikan digital marketing ke dalam setiap tahap sales funnel, By.u dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualannya.

### METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Dalam melakukan penelitian perlu mengikuti aturan atau kaidah yang berlaku, agar hasil penelitian yang diperoleh dapat dikatakan valid. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Maksud dari cara ilmiah adalah bahwa kegiatan penelitian memiliki ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, sistematis dan empiris. Secara umum ada tiga metode penelitian yang umum digunakan. Ketiga metode penelitian itu terdiri dari, metode penelitian kuantitatif, metode penelitian kualitatif, dan metode penelitian kombinasi (*mixed methods*).

- **Metode kuantitatif**

Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik. Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis, mengukur variabel, dan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi.

- **Metode kualitatif**

Metode penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial atau perilaku manusia. Pendekatan ini lebih bersifat eksploratif dan sering kali tidak terikat pada pengukuran numerik.

- **Metode kombinasi**

Metode penelitian kombinasi menggabungkan elemen dari kedua pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu fenomena dengan memanfaatkan kekuatan masing-masing metode.

Dalam menulis jurnal ini, saya melakukan penelitian dengan metode kualitatif. Dalam melakukan penelitian saya sudah mewawancarai beberapa orang yang sudah menggunakan kartu By.u dan pengguna kartu selain kartu By.u. Hasil yang saya dapatkan melalui wawancara tersebut adalah para pengguna kartu By.u merasa lebih mudah dalam menggunakan dan mengakses internet menggunakan kartu By.u daripada para pengguna kartu lainnya. Dalam proses pembelian paket internet pun para pengguna kartu By.u merasa lebih mudah dalam proses pembelian karena aplikasi By.u mudah untuk dimengerti dan diakses sehingga mempermudah proses pembelian para penggunanya. Seluruh kemudahan ini juga merupakan salah satu tujuan terciptanya kartu By.u. Belajar dari seluruh kekurangan produk - produk Telkomsel yang sebelumnya dan mencari inovasi baru akhirnya terciptalah kartu By.u yang ingin memberikan kemudahan untuk para penggunanya. Walaupun target pasar dari kartu By.u ini adalah para anak muda tetapi nyatanya para pengguna kartu By.u tidak hanya dari kalangan anak muda saja tetapi dari semua kalangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Konsep Digital Marketing dan Sales Funnel**

Digital Marketing mencakup berbagai strategi dan teknik yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan melalui platform digital. Ini termasuk SEO, media sosial, email marketing, dan iklan online. Digital marketing memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan seperti By.u, termasuk kemampuan untuk menjangkau audiens global dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode tradisional. Melalui platform digital, By.u dapat menargetkan iklan kepada demografis spesifik berdasarkan data pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan konversi. Dengan memanfaatkan alat analitik digital, By.u dapat melacak perilaku pengguna di setiap tahap sales funnel. Data ini memungkinkan perusahaan untuk memahami apa yang menarik perhatian pelanggan dan mengidentifikasi titik lemah dalam proses penjualan mereka. Misalnya, jika banyak pengunjung meninggalkan keranjang belanja tanpa menyelesaikan pembelian, By.u dapat menyelidiki penyebabnya dan melakukan perbaikan. Sebagai contoh praktis, kampanye email marketing dapat digunakan untuk mengingatkan pelanggan tentang produk yang mereka minati tetapi belum dibeli. Dengan menawarkan diskon atau informasi tambahan tentang produk

tersebut, By.u dapat mendorong pelanggan untuk kembali dan menyelesaikan pembelian mereka. Sementara itu, Sales Funnel terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Kesadaran (Awareness): Pelanggan pertama kali mengetahui tentang produk.
2. Minat (Interest): Pelanggan menunjukkan minat lebih lanjut terhadap produk.
3. Pertimbangan (Consideration): Pelanggan mempertimbangkan produk sebagai pilihan.
4. Keputusan (Decision): Pelanggan membuat keputusan untuk membeli.
5. Tindakan (Action): Pelanggan melakukan pembelian.

### **Integrasi Digital Marketing dalam Sales Funnel**

*Integrated digital marketing* bekerja dengan cara menintegrasikan berbagai saluran pemasaran digital dalam satu waktu untuk mensukseskan pemasaran sebuah bisnis. *Integrated digital marketing* ialah bentuk strategi pemasaran yang menggabungkan berbagai metode pemasaran digital, seperti email marketing, social media marketing, content marketing, dan SEO (*Search Engine Optimization*), untuk mempromosikan produk atau layanan suatu perusahaan.

Tujuan dari *integrated digital marketing* itu untuk menciptakan *brand awareness* dan membangun hubungan dengan audiens melalui berbagai kanal digital. *Integrated digital marketing* juga bertujuan untuk membantu perusahaan mencapai tujuan pemasaran yang telah ditetapkan, seperti meningkatkan penjualan atau meningkatkan *traffic* ke website.

Pemasaran digital terintegrasi memerlukan penggunaan strategi yang terpadu dan terkoordinasi untuk memaksimalkan efektivitas pemasaran. Ini termasuk mengidentifikasi target audiens yang tepat, menciptakan konten yang relevan dan menarik, dan mengoptimalkan penggunaan kanal-kanal digital untuk mencapai tujuan pemasaran yang telah ditetapkan. *Integrated digital marketing* juga memerlukan pemantauan dan evaluasi terus-menerus untuk memastikan bahwa strategi pemasaran tersebut efektif dan membantu perusahaan mencapai tujuannya. Integrasi digital marketing dalam setiap tahap sales funnel dapat dilakukan sebagai berikut:

- **Kesadaran:** Menggunakan iklan online dan konten media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- **Minat:** Menghasilkan konten berkualitas tinggi seperti artikel blog dan video yang menjelaskan manfaat produk By.u.
- **Pertimbangan:** Menawarkan testimonial pelanggan dan studi kasus untuk membangun kepercayaan.
- **Keputusan:** Memberikan penawaran khusus atau diskon untuk mendorong keputusan pembelian.
- **Tindakan:** Mempermudah proses pembelian melalui website atau aplikasi mobile yang user-friendly.

### **Manfaat Integrasi Digital Marketing**

Integrasi ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan kesadaran merek tetapi juga mengarah pada peningkatan konversi penjualan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi digital marketing yang efektif dapat melihat peningkatan signifikan dalam volume penjualan mereka. Selain itu, pemanfaatan analitik digital memungkinkan By.u untuk memahami

perilaku pelanggan dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara real-time. berikut adalah beberapa manfaat dari integrasi digital marketing :

- **Meningkatkan *Brand Awareness***

Dengan menggunakan berbagai kanal digital, perusahaan akan memiliki manfaat untuk dapat mempromosikan mereknya kepada audiens yang lebih luas dan membangun kesadaran merek yang lebih tinggi.

- **Mengoptimalkan Biaya**

Manfaat lainnya, ialah pemasaran digital dapat lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran tradisional, terutama dalam hal biaya. Dengan menggunakan strategi terintegrasi, perusahaan dapat mengoptimalkan biaya dengan memfokuskan dana pemasaran pada kanal yang paling efektif.

- **Mengukur Kinerja**

Selain itu, *integrated digital marketing* akan memungkinkan perusahaan untuk dengan mudah mengukur kinerja pemasaran mereka melalui analitik digital. Ini membantu perusahaan untuk mengevaluasi keefektifan strategi pemasaran mereka dan menyesuaikan strategi sesuai dengan hasil yang dicapai.

- **Mengembangkan Hubungan dengan Audiens**

*Integrated digital marketing* akan sangat memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan dengan *audiens* melalui interaksi yang terus-menerus di berbagai kanal digital. Ini dapat membantu perusahaan untuk memahami kebutuhan dan preferensi audiens, serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

- **Membantu Perusahaan Mencapai Tujuan Pemasaran**

Dengan menggunakan strategi terintegrasi ini, perusahaan akan dapat memastikan bahwa setiap aktivitas pemasaran mereka berkontribusi terhadap tujuan pemasaran yang telah ditetapkan. Ini dapat membantu perusahaan mencapai tujuan pemasaran secara efektif dan efisien.

### **Tujuan digital marketing pada produk by.u**

Tujuan adanya digital marketing pada produk By.u sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran dalam era digital yang terus berkembang. Digital marketing memungkinkan By.u untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam melalui berbagai platform online, seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile. Dengan memanfaatkan strategi digital marketing yang tepat, By.u dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan konsumen, yang merupakan langkah awal yang krusial dalam proses penjualan. Hal ini sejalan dengan tujuan utama digital marketing, yaitu untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian calon pelanggan.

Selain itu, digital marketing juga berfungsi untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Melalui interaksi langsung di media sosial dan email marketing, By.u dapat mendengarkan umpan balik pelanggan dan menyesuaikan penawaran mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada tetapi juga menarik pelanggan baru. Dengan menciptakan pengalaman yang lebih personal dan relevan, By.u dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada peningkatan penjualan.

Terakhir, penerapan digital marketing juga memungkinkan By.u untuk menganalisis data perilaku pelanggan secara real-time. Dengan menggunakan alat analitik, By.u dapat melacak efektivitas kampanye pemasaran mereka dan

mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Data ini sangat berharga dalam pengambilan keputusan strategis untuk merancang kampanye yang lebih efektif di masa depan. Dengan demikian, integrasi digital marketing dalam strategi pemasaran By.u bukan hanya sekadar pilihan, tetapi merupakan keharusan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang dinamis ini.

### **Cara By.u dapat meningkatkan efektivitas pemasaran melalui integrasi digital marketing dengan sales funnel**

Untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui integrasi digital marketing dengan sales funnel, By.u dapat menerapkan beberapa strategi yang terfokus pada setiap tahap dalam sales funnel. Berikut adalah langkah-langkah yang dapat diambil:

#### **1. Membangun Kesadaran (Awareness)**

**Strategi Pemasaran Konten:** By.u dapat memproduksi konten berkualitas tinggi yang relevan dengan audiens targetnya, seperti artikel blog, video, dan infografis. Konten ini harus informatif dan menarik untuk menarik perhatian calon pelanggan. **Iklan Berbayar:** Menggunakan iklan berbayar di platform media sosial dan mesin pencari untuk meningkatkan visibilitas merek. Dengan menargetkan demografis tertentu, By.u dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan. **SEO (Search Engine Optimization):** Mengoptimalkan website dan konten digital untuk meningkatkan peringkat di hasil pencarian. Dengan kata kunci yang tepat, By.u dapat menarik pengunjung yang mencari layanan telekomunikasi secara organik.

#### **2. Membangun Minat (Interest)**

**Email Marketing:** Mengirimkan newsletter atau email yang memberikan informasi lebih lanjut tentang produk dan layanan By.u kepada pelanggan yang telah menunjukkan minat. Konten ini bisa berupa penawaran khusus, tips penggunaan produk, atau berita terbaru. **Media Sosial Interaktif:** Memanfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi dengan audiens. Mengadakan sesi tanya jawab, polling, atau kontes dapat membantu meningkatkan keterlibatan dan membangun minat terhadap produk. **Webinar dan Live Streaming:** Menyelenggarakan webinar atau sesi live streaming untuk mendemonstrasikan produk atau memberikan informasi mendalam tentang layanan By.u. Ini memberi kesempatan bagi pelanggan untuk bertanya langsung dan mendapatkan jawaban secara real-time.

#### **3. Pertimbangan (Consideration)**

**Testimonial dan Ulasan Pelanggan:** Menampilkan testimonial positif dari pelanggan yang sudah ada di website atau media sosial dapat membantu membangun kepercayaan calon pelanggan. Ulasan dari pengguna lain juga memberikan perspektif yang berharga bagi pengunjung. **Studi Kasus:** Mengembangkan studi kasus yang menunjukkan bagaimana produk By.u telah membantu pelanggan lain dalam menyelesaikan masalah mereka. Ini memberikan bukti konkret tentang nilai produk. **Penawaran Khusus:** Memberikan penawaran diskon atau paket promosi untuk mendorong calon pelanggan agar lebih mempertimbangkan untuk membeli produk.

#### **4. Keputusan (Decision)**

**Proses Pembelian yang Mudah:** Memastikan bahwa proses pembelian di website atau aplikasi mobile By.u sederhana dan intuitif. Pengguna harus dapat

menyelesaikan pembelian dengan cepat tanpa hambatan. Chatbot dan Layanan Pelanggan 24/7: Menyediakan dukungan pelanggan melalui chatbot di website atau aplikasi untuk menjawab pertanyaan secara instan. Ini membantu mengatasi keraguan yang mungkin dimiliki calon pelanggan sebelum melakukan pembelian.

#### **5. Tindakan (Action)**

**Follow-Up Pasca Pembelian:** Setelah pembelian dilakukan, By.u dapat mengirimkan email ucapan terima kasih serta informasi tentang cara menggunakan produk. Ini juga bisa mencakup penawaran untuk produk tambahan atau layanan lain. **Program Loyalitas:** Mengimplementasikan program loyalitas untuk mendorong pelanggan kembali melakukan pembelian. Dengan memberikan poin atau diskon untuk setiap pembelian, By.u dapat meningkatkan retensi pelanggan.

#### **6. Analisis dan Penyesuaian**

Setelah menerapkan strategi di atas, penting bagi By.u untuk terus memantau dan menganalisis hasil dari setiap tahap sales funnel menggunakan alat analitik digital. Dengan memahami data perilaku pengguna, By.u dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara real-time untuk meningkatkan efektivitas keseluruhan dari integrasi digital marketing dengan sales funnel.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini secara konsisten, By.u tidak hanya akan mampu meningkatkan efektivitas pemasaran tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka, sehingga menciptakan loyalitas merek yang kuat dalam pasar telekomunikasi yang kompetitif.

#### **Komponen Strategi Integrated Digital Marketing**

- **Digital Advertising**

*Digital advertising* adalah istilah yang mengacu kepada penggunaan saluran digital, seperti internet, media sosial, dan aplikasi mobile, untuk mempromosikan produk atau layanan. Ini melibatkan pembuatan dan penempatan iklan online untuk menjangkau audiens sasaran dan mendorong lalu lintas ke sebuah situs web atau halaman tujuan.

- **Internet Marketing**

Internet marketing merupakan salah satu komponen dari strategi *integrated digital marketing*, untuk menjangkau audiens dan meningkatkan *brand awareness* (kenali *brand*), *traffic* (lalu lintas), *leads* (prospek), dan *conversion* (konversi). Internet marketing sendiri merupakan salah satu cara yang dapat digunakan dalam strategi *integrated digital marketing* untuk meningkatkan *brand awareness*, *traffic*, *leads*, dan *conversion* melalui penggunaan internet.

- **Social Media Marketing**

*Social media marketing* adalah salah satu komponen dari strategi *integrated digital marketing* yang menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan platform lainnya untuk menjangkau bisnis terhubung dengan audiens dan meningkatkan *brand awareness*, *traffic*, *leads*, dan *conversion*.

- **Content Marketing**

*Content marketing* adalah salah satu komponen dari strategi *integrated digital marketing* yang menciptakan dan membagikan konten yang bermanfaat bagi audiens. Tujuan dari *content marketing* adalah untuk memberikan *value* (nilai) kepada *audiens* melalui konten yang relevan dan berguna bagi mereka.

- **Search Engine Optimization (SEO)**

*Search engine optimization* (SEO) adalah salah satu komponen dari strategi *integrated digital marketing* yang bertujuan untuk meningkatkan ranking website di hasil pencarian Google dan meningkatkan *traffic* dari hasil pencarian organik. SEO merupakan proses mengoptimalkan website agar lebih mudah ditemukan oleh mesin pencarian seperti Google.

- Email Marketing

Email marketing dapat menjadi cara yang efektif untuk menjangkau audiens dan meningkatkan *brand awareness*, terutama jika dilakukan secara teratur dan terencana. Namun, penting untuk memastikan bahwa email hanya dikirim kepada pelanggan yang telah memberikan persetujuan dan mengikuti aturan anti-spam yang berlaku agar email marketing dapat efektif.

- Inbound Marketing

Inbound marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang mengfokuskan pada menarik audiens dengan menyediakan konten yang bermanfaat dan relevan bagi mereka, karena menciptakan konten yang menarik dan memberikan *value* kepada *audiens*, sehingga mereka tertarik untuk mengunjungi website atau bergabung dengan email list.

## **KESIMPULAN**

Secara keseluruhan, integrasi digital marketing dengan sales funnel bukan hanya sebuah pilihan tetapi suatu keharusan bagi perusahaan seperti By.u untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berubah ini. Dalam era digital saat ini, konsumen semakin mengandalkan platform online untuk mencari informasi dan melakukan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan yang tidak memanfaatkan strategi digital marketing yang efektif berisiko tertinggal dari pesaing mereka. Dengan mengadopsi pendekatan yang tepat dalam mengintegrasikan digital marketing ke dalam setiap tahap sales funnel, By.u dapat memastikan bahwa mereka tidak hanya menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berkembang.

Dengan pendekatan yang tepat, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan penjualannya tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka. Digital marketing memungkinkan By.u untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, email, dan aplikasi mobile. Interaksi ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mendengarkan umpan balik pelanggan dan menyesuaikan penawaran mereka sesuai dengan harapan konsumen. Dengan menciptakan pengalaman yang lebih personal dan relevan, By.u dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali melakukan pembelian di masa depan.

Dengan memperkuat sales funnel melalui integrasi digital marketing, By.u dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualannya secara keseluruhan. Strategi ini tidak hanya akan membantu dalam menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan pengalaman yang lebih baik. Misalnya, melalui penggunaan konten berkualitas tinggi dan kampanye iklan yang ditargetkan, By.u dapat menarik perhatian calon pelanggan di tahap kesadaran. Selanjutnya, dengan memberikan informasi yang berguna dan penawaran menarik di tahap pertimbangan, perusahaan dapat mendorong keputusan pembelian yang lebih cepat. Dengan demikian, integrasi ini tidak hanya berfokus

pada peningkatan angka penjualan tetapi juga pada pembangunan hubungan yang kuat dengan pelanggan, yang sangat penting untuk keberlanjutan bisnis jangka panjang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

1. "Pengaruh Implementasi Strategi Marketing Funnel Terhadap Penjualan Produk Graha Office." 2024. Semantic Scholar.
2. "Penerapan Ranah Digital Marketing Funnel Untuk Meningkatkan Strategi Penjualan Graha Office Dengan Analisis SWOT." 2024. Semantic Scholar.
3. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Volume Penjualan Baby Hut Catering MPASI di Kota Makassar." 2023. Semantic Scholar.
4. "Mengenal Integrated Digital Marketing, Manfaat & Komponen Strateginya" 2022. Ivosights.
5. "Bagaimana cara By.u dapat meningkatkan efektivitas pemasaran melalui integrasi digital marketing dengan sales funnel". 2024. Mekari