# 5 Alasan Mengapa Bisnis Kamu Perlu Hadir di Media Sosial

*Meta deskripsi: Apa saja keuntungan menggunakan media sosial untuk* ***bisnis****? Mulai dari brand awareness hingga efisiensi biaya, temukan jawaban lengkapnya di sini.*

Berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite, ada 212,9 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2023. Dari angka tadi, sekitar 167 jutanya adalah pengguna media sosial. Angka ini cukup fantastis dan menjadi dasar yang relevan kenapa **bisnis** perlu hadir di media sosial.

Selain masalah pengguna yang jumlahnya fantastis, berikut kami jelaskan alasan mengapa bisnismu perlu hadir di media sosial:

## Membangun Merek

Setidaknya ada 4 hal yang bisa kamu peroleh dengan hadir di media sosial terkait dengan *brand building* ini. Pertama, platform media sosial adalah tempat yang tepat untuk mendapat calon pelanggan baru dan sesuai target. Ketika satu orang menemukan produk yang bagus, pengguna lain bisa dengan mudah mengikutinya.

Kedua, tidak peduli sektor bisnis yang kamu jalankan, media sosial menawarkan kesempatan untuk mendirikan merekmu sebagai pemimpin. Pemimpin di sini maksudnya adalah sumber yang valid dan relevan untuk mencari tahu informasi terkait produk atau *niche* tertentu.

Ketiga, kamu juga bisa menciptakan koneksi nyata antara pelanggan dan perusahaan melalui pengenalan produk, perusahaan, dan lain-lain.

Keempat, media sosial memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk tetap terhubung dengan audiens kapan pun mereka *log in*. Ini membantu audiens untuk selalu mengingat merekmu ketika melihat produk sejenis.

## Iklan

Ada dua hal utama terkait iklan yang penting bagi perusahaan, yakni iklan tertarget dan "*retargeting".*

Media sosial adalah cara yang lebih jitu, tetapi terjangkau untuk mempromosikan bisnis dan mendistribusikan konten. Hampir semua media sosial punya opsi untuk membuat iklan dengan target tertentu sesuai kebutuhan perusahaan. Ini membuat biaya iklan yang dikeluarkan perusahaan lebih optimal karena tepat sasaran.

Bagaimana dengan *retargeting*? Ini adalah upaya untuk menarik calon pembeli potensial yang sudah tertarik dengan produk dan memasukkan incaran mereka ke keranjang, tetapi belum *check out*.

Artinya, calon pelanggan ini hanya perlu sedikit lagi dorongan untuk membuat keputusan. Kamu bisa memberikan dorongan kecil berupa promosi atau diskon melalui pesan khusus di media sosial.

Selain itu, kamu juga dapat mengingatkan calon pelanggan tadi terhadap produk yang sudah ada di keranjang dan sedang menunggu untuk di-*check out.*

## Terhubung dengan Pelanggan

Media sosial menjadi tempat yang tepat untuk terhubung dengan pelanggan. Kamu bisa berkomunikasi dua arah di sini. Contohnya, perusahaan bisa lebih cepat menangani komplain, kritik, dan saran yang disampaikan pelanggan melalui *posting*-an di media sosial.

Kamu juga dapat menggunakan media sosial untuk memantau opini audiens terhadap produk atau merek. Entah itu positif atau negatif, kamu bisa meresponsnya untuk berinteraksi langsung.

Selain itu, fitur *direct message* di media sosial juga memungkinkan perusahaan untuk membuka layanan atau dukungan pelanggan yang tersedia 24/7.

## Mengumpulkan *Insight*

*Insight* adalah hal penting yang perlu dimiliki perusahaan agar tetap bisa berkembang, memenangkan persaingan, dan bertahan. Kabar baiknya, kamu bisa mendapat data pelanggan secara *real time* dalam jumlah besar di media sosial.

Selain itu, opini positif dan negatif dari pelanggan di media sosial juga dapat menjadi *insight* untuk melakukan evaluasi atau perbaikan. Dari segi persaingan, ketika perusahaan aktif di media sosial artinya kamu dapat memantau kompetitor dari berbagai aspek. Misalkan, kompetitor banyak dikritik di poin A, maka perbaiki poin A di produk kamu dan menangkan hati pelanggan.

Kamu dapat menggunakan data-data dari media sosial ini untuk membuat keputusan yang lebih tepat.

## Perkembangan Bisnis

Melalui media sosial, kamu juga dapat mendapatkan *traffic* bagi *website*. Kamu bisa memuat sedikit konten dari *blog* lalu mengunggahnya di media sosial dan mencantumkan *link* untuk membaca konten lebih lengkap.

Selain itu, media sosial juga menawarkan cara paling mudah untuk mengetahui ketertarikan pelanggan potensial terhadap merek dan produk, yakni melalui iklan. Berbagai media sosial punya format iklan yang secara spesifik dibuat untuk mengumpulkan *leads*.

Media sosial juga mengambil peran penting dalam penjualan karena setiap tambahan pengikut baru karena ini adalah potensi penjualan selanjutnya. Opini dari satu pengguna media sosial ke pengguna lain juga turut mendongkrak perkembangan bisnis kamu.

*Wah*, ternyata media sosial punya cukup banyak manfaat untuk **bisnis**. Sekarang, kamu tidak perlu berpikir dua kali untuk mengoptimalkan penggunaannya kan?

Sumber:

<https://blog.hootsuite.com/social-media-for-business/>

<https://www.edgepicture.com/5-reasons-your-business-needs-social-media/>