

Teknik ‘That’s Not All’: Trik Persuasi Cerdas yang Bikin Kamu Sulit Menolak

Category: LifeStyle

7 Oktober 2024



Prolite – Teknik ‘That’s Not All’ dalam Psikologi: Rahasia di Balik Strategi Persuasi yang Bikin Kita Sulit Menolak!

Pernah nggak sih kamu lagi nonton iklan atau belanja online, tiba-tiba dapat penawaran tambahan yang bikin kamu berpikir, “Wah, ini sih nggak bisa ditolak!”

Misalnya, kamu beli satu barang dan tiba-tiba si penjual bilang, “Tapi tunggu, masih ada lagi!” lalu mereka menambahkan bonus yang bikin penawaran tersebut makin menggoda.

Nah, itulah yang disebut dengan teknik “That’s Not All” dalam psikologi. Teknik ini sering banget digunakan di dunia

pemasaran untuk mempersuasi atau mempengaruhi keputusan kita sebagai konsumen.

Artikel ini akan menjelaskan apa itu teknik persuasi *That's Not All*, bagaimana cara kerjanya, serta mengapa teknik ini begitu efektif dalam meningkatkan penjualan. Yuk, kita bahas lebih lanjut!

Apa Itu Teknik “That’s Not All”?



Ilustrasi berbelanja – Freepik

Teknik “*That’s Not All*” adalah salah satu strategi persuasi yang sangat populer dalam pemasaran.

Dalam teknik persuasi ini, penjual atau pemasar memberikan penawaran utama, lalu secara tiba-tiba menambahkan penawaran lain yang terlihat lebih menguntungkan.

Jadi, alih-alih memberikan seluruh penawaran secara langsung, mereka memberi kesan seolah-olah kamu mendapatkan keuntungan tambahan yang tak terduga.

Misalnya, kamu ditawari produk dengan harga tertentu. Sebelum kamu sempat memutuskan, tiba-tiba penjual menambahkan bonus lain, seperti diskon tambahan atau produk gratis.

Teknik ini sering digunakan untuk membuat konsumen merasa mendapatkan lebih banyak keuntungan dari yang mereka harapkan, sehingga mereka lebih terdorong untuk membeli.

Teknik “That’s Not All” dalam Pemasaran



Ilustrasi belanja online – Freepik

Teknik ini sudah lama digunakan dalam strategi pemasaran, terutama di industri periklanan. Iklan televisi dan online shopping platform adalah tempat favorit para pemasar untuk menerapkan teknik *That's Not All*. Misalnya:

- **Contoh 1: Iklan di TV**

Kamu pernah lihat iklan alat masak di TV yang menawarkan paket produk lengkap, tapi kemudian tiba-tiba host iklan bilang, "Tapi tunggu! Jika kamu memesan sekarang, kami juga akan memberikan satu set pisau GRATIS!" Itu adalah teknik *That's Not All*.

- **Contoh 2: Toko Online**

Saat kamu lagi belanja di e-commerce dan melihat penawaran seperti, "Beli produk ini dan dapatkan produk kedua dengan diskon 50%!" – ini adalah salah satu contoh bagaimana teknik ini digunakan dalam platform online untuk menarik konsumen.

Dengan menambahkan bonus atau diskon secara tak terduga, konsumen cenderung merasa lebih puas dan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Teknik ini bekerja karena konsumen merasa mendapatkan lebih banyak manfaat daripada yang mereka kira sebelumnya.

Mekanisme Psikologis di Balik Teknik "That's Not All"



Ilustrasi berbelanja – Freepik

Teknik persuasi *That's Not All* bekerja dengan memanfaatkan beberapa prinsip psikologi, seperti ***reciprocity*** dan ***contrast effect***. Berikut penjelasannya:

- **Prinsip Reciprocity (Timbal Balik)**

Ketika seseorang memberikan sesuatu kepada kita, entah

itu hadiah atau penawaran tambahan, kita secara alami merasa terdorong untuk membalaunya. Dalam konteks pemasaran, ketika pemasar menambahkan bonus tak terduga, kita merasa “berhutang” dan ingin membalaunya dengan membeli produk tersebut. Ini adalah bentuk dari prinsip timbal balik, di mana kita merasa harus memberi sesuatu kembali setelah menerima sesuatu yang “gratis.”

- **Contrast Effect (Efek Perbandingan)**

Efek perbandingan adalah ketika kita membandingkan penawaran awal dengan bonus tambahan, membuatnya terlihat jauh lebih menarik. Misalnya, jika awalnya kamu hanya mendapatkan satu produk, tetapi tiba-tiba ada tambahan produk lain dengan harga yang sama, secara psikologis kamu melihat penawaran tersebut menjadi jauh lebih berharga. Perbedaan antara penawaran awal dan tambahan inilah yang memanfaatkan efek perbandingan, sehingga membuat kita lebih tergoda untuk membeli.

Contoh Lain dalam Kehidupan Sehari-Hari



Ilustrasi wanita yang berbelanja di supermarket – Freepik

Teknik persuasi *That's Not All* bukan hanya berlaku di iklan TV atau toko online, lho! Kamu juga mungkin menemukan ini di kehidupan sehari-hari. Misalnya:

- **Diskon di Toko Fisik**

Kamu sedang belanja baju di toko. Saat melihat label harga, kamu melihat tanda diskon 20%. Tapi tiba-tiba kasir bilang, “Oh, kamu juga bisa dapat diskon tambahan 10% kalau kamu beli dua!” Ini membuatmu merasa seperti mendapatkan penawaran yang lebih baik, dan kamu mungkin akhirnya membeli lebih dari yang direncanakan.

- **Penawaran di Restoran Cepat Saji**

Banyak restoran cepat saji juga sering menggunakan teknik ini. Kamu memesan menu combo, dan tiba-tiba mereka menawarkan “Upgrade minuman menjadi ukuran besar dengan harga yang sama!” Kamu merasa seperti mendapatkan lebih banyak dengan penawaran tak terduga tersebut.

Mengapa Teknik Persuasi “That’s Not All” Begitu Efektif?

Ada beberapa alasan mengapa teknik persuasi ini sangat efektif dalam pemasaran:

1. Kejutan yang Menyenangkan

Manusia secara alami suka kejutan, apalagi yang menguntungkan. Ketika kita mendapatkan tambahan penawaran yang tidak terduga, otak kita merespons dengan perasaan senang, sehingga membuat kita lebih mudah setuju dengan penawaran tersebut.

2. Perasaan Mendapatkan Keuntungan

Teknik ini membuat kita merasa seolah-olah kita mendapatkan lebih banyak dari yang kita bayar, meskipun kenyataannya harga asli sudah mencakup semua bonus tersebut. Rasa puas inilah yang sering membuat kita lebih mau membeli.

3. Menciptakan Urgensi

Pemasar sering kali menambahkan elemen urgensi dalam penawaran, seperti “Hanya untuk 100 pembeli pertama!” atau “Khusus untuk hari ini saja!”. Urgensi ini membuat kita merasa harus bertindak cepat, sehingga kita lebih ter dorong untuk segera membeli.



Ilustrasi Belanja di Pusat Perbelanjaan (iStockphoto)

Teknik “That’s Not All” adalah salah satu trik pemasaran yang sudah terbukti sangat efektif dalam memengaruhi keputusan konsumen.

Dengan memanfaatkan prinsip psikologis seperti *reciprocity* dan *contrast effect*, pemasar mampu membuat kita merasa mendapatkan penawaran yang jauh lebih menarik daripada yang sebenarnya.

Jadi, lain kali saat kamu melihat iklan dengan penawaran tambahan yang tak terduga, kamu sudah tahu nih triknya!

Sekarang setelah kamu tahu tentang teknik persuasi *That's Not All*, kamu bisa lebih bijak dalam mengambil keputusan sebagai konsumen.

Ingat, nggak semua penawaran yang terlihat menguntungkan memang selalu benar-benar menguntungkan! Tetap kritis dan cerdas dalam berbelanja, ya!