

Buku Pelatihan *Diwa* UMKM

Modul 3.

Memulai Pemasaran Digital





Pemasaran Digital

Pengertian, Manfaat, dan Strategi Memulai

Marketing

Proses untuk membuat calon pelanggan tertarik pada produk atau jasa dari sebuah perusahaan.



Digital Marketing

Proses untuk membuat calon pelanggan tertarik pada produk atau jasa dari sebuah perusahaan menggunakan media digital atau internet.



Manfaat Digital Marketing untuk UMKM

Memperluas Jangkauan Pasar

Pemanfaatan platform online memungkinkan jangkauan pemasaran tidak terbatas pada secara geografis



Menghemat Biaya Pemasaran

Pemasaran digital seringkali lebih hemat biaya dibandingkan pemasaran tradisional, karena tidak memerlukan biaya cetak atau distribusi fisik.

Kemampuan Bersaing

Pemasaran digital memberikan peluang bagi UMKM untuk bersaing dengan perusahaan besar.

Interaksi Langsung dengan Pelanggan

Melalui pemasaran digital, UMKM dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui berbagai saluran seperti media sosial, live chat, dan email.

Akses ke Pasar Baru

Pemasaran digital membuka peluang bagi UMKM untuk mengakses pasar baru yang sebelumnya sulit dijangkau.

Studi Kasus : Keripik Maichih



Maichih sukses berkat digital marketing dengan menggunakan Twitter dan strategi viral marketing, mereka berhasil menciptakan hype dan popularitas di kalangan anak muda.

Sebelum Memanfaatkan Digital Marketing

- Penjualan Lokal, tadinya hanya di Bandung
- Mengandalkan pemasaran mulut ke mulut
- Jangkauan pasar terbatas
- Pertumbuhan bisnis lambat

Setelah Memanfaatkan Digital Marketing

- Jangkauan sampai seluruh Indonesia dan luar negeri
- Merek semakin dikenal
- Peningkatan penjualan
- Mendapat loyalitas pelanggan

Tahap menetapkan strategi *marketing* yang tepat

1. **Memilih target pasar**, tentukan target market dari bisnis yang akan Anda jangkau melalui platform digital.
2. **Cari tahu kebutuhan konsumen**, pastikan produk yang Anda tawarkan harus bisa menjadi solusi kebutuhan pelanggan.
3. **Tentukan platform yang tepat**, ada begitu banyak kanal pemasaran digital yang bisa dipakai, pilihlah yang paling tepat sesuai dengan target pasar bisnis Anda.



Menentukan Target Pasar

Yuk, kenali calon pembelimu!

Apa saja yang harus diketahui dari calon pembelimu?



Biodatanya

- Usia
- Jenis kelamin
- Domisili
- Status pekerjaan
- Jumlah penghasilan



Gerak-geriknya

- Bahasa yang digunakan
- Jenis konten yang disukai
- Bentuk produk/menu yang disukai
- Sosial Media / e-commerce yang digunakan



Waktunya untuk membedah calon pembelimu!

Gunakan tabel di bawah ini!

Nama Usaha



Biodata

Demografis

- Usia : _____ tahun
- Jenis Kelamin : _____
- Domisili : _____
- Status pekerjaan : _____
- Jumlah penghasilan : _____/bulan



Gerak-gerak

Psikografis

- Bahasa yang digunakan : _____
- Konten yang disukai : _____
- Produk / promo yang disukai : _____
- Suka Medsos / Marketplace : _____
apa

Target Pasar

Produk Bubur Bayi Organik

Nama Usaha



Biodata

Demografis

- Usia : 25 - 35 tahun
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Domisili : Kota Surakarta
- Status pekerjaan : Pekerja
- Jumlah penghasilan : 3-5 juta/bulan



Gerak-gerik

Psikografis

- Bahasa yang digunakan : Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa
- Konten yang disukai : Make Up, Resep, Gosip Artis, Kpop
- Produk / promo yang disukai : Diskon waktu gaji
- Suka Medsos / Marketplace apa : TikTok, Instagram, Shopee



Platform Pemasaran Digital

Platform yang tepat akan membantu pemasaran digital lebih efektif

Jenis Platform Pemasaran Digital



Aplikasi Perpesanan

Aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, suara, video, dan berkas secara real-time.

Contoh : WA, email



Media Sosial

Platform online yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi konten, serta berinteraksi dengan satu sama lain.

Contoh : FB, IG, Tiktok



Mesin Pencari

Platform yang digunakan untuk mencari berbagai macam informasi di internet dengan menggunakan kata kunci.

Contoh : Google



E-Commerce

Platform online yang memungkinkan terjadinya penjualan dan pembelian produk secara digital.

Contoh : Shopee, Tokopedia, Lazada

Aplikasi Perpesanan



WhatsApp Business adalah aplikasi yang memungkinkan bisnis untuk berkomunikasi secara efisien dengan pelanggan mereka melalui platform yang sudah familiar bagi banyak orang.

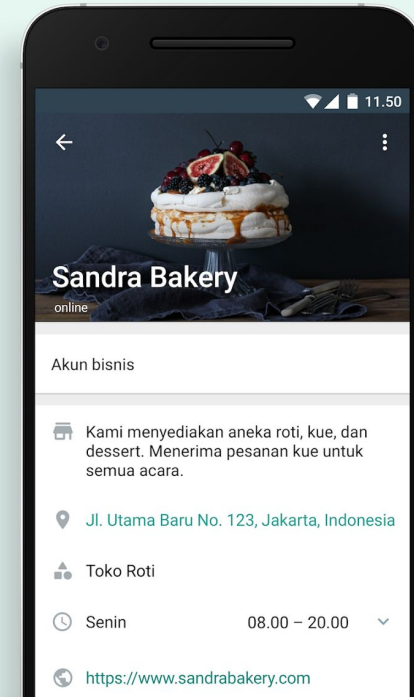
Rata-rata waktu penggunaan
→ 26j 13m / bulan

Rentang usia pengguna
→ WhatsApp populer di berbagai kelompok usia

Teknik marketing yang bisa dijalankan :

- Pesan otomatis
- Katalog produk
- Pembaruan status
- Pesan broadcast
- Penggunaan label kontak

Buat profil untuk bisnis Anda



Aplikasi Perpesanan



Gmail adalah layanan email gratis yang disediakan oleh Google. Diluncurkan pada tahun 2004, Gmail sekarang menjadi salah satu layanan email terpopuler di dunia termasuk di Indonesia.

Jumlah Pengguna di Indonesia

→ 150jt lebih

Rentang usia pengguna

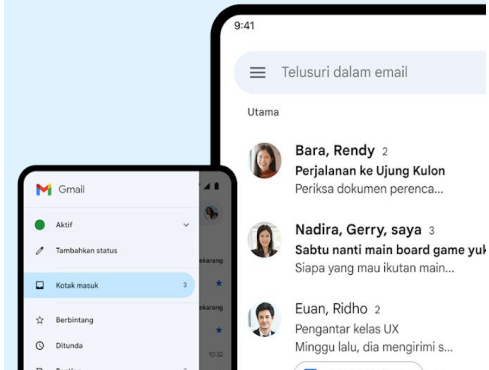
→ Gmail digunakan oleh berbagai kelompok usia, tetapi penggunaan paling aktif biasanya terlihat di kalangan usia produktif yaitu 25-44 tahun

Teknik marketing yang bisa dijalankan :

- Email Marketing Campaigns
- Automasi Email
- Integrasi dengan Iklan Google

Dapatkan Gmail di semua perangkat

Dapatkan aplikasinya



Media Sosial



Facebook merupakan salah satu platform media sosial terbesar dan paling berpengaruh di dunia dengan jaringan global yang menghubungkan miliaran orang.

Jumlah Pengguna di Indonesia

→ 174jt lebih

Rentang usia pengguna

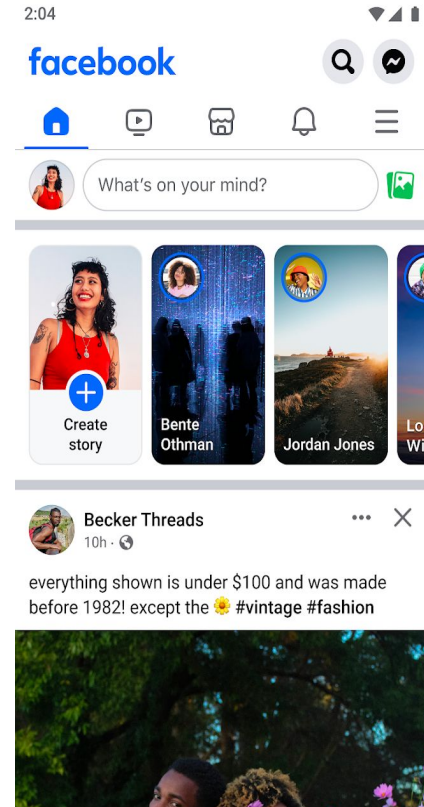
→ Pengguna paling banyak ada di usia 25-34 tahun

Rata-rata waktu penggunaan

→ 12j 56m / bulan

Teknik marketing yang bisa dijalankan:

- Content marketing
- Facebook marketplace
- Iklan berbayar



Media Sosial



Instagram adalah platform media sosial yang sangat populer, aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten yang dapat disertai dengan filter dan tagar.

Jumlah Pengguna di Indonesia

→ 90jt lebih

Rentang usia pengguna

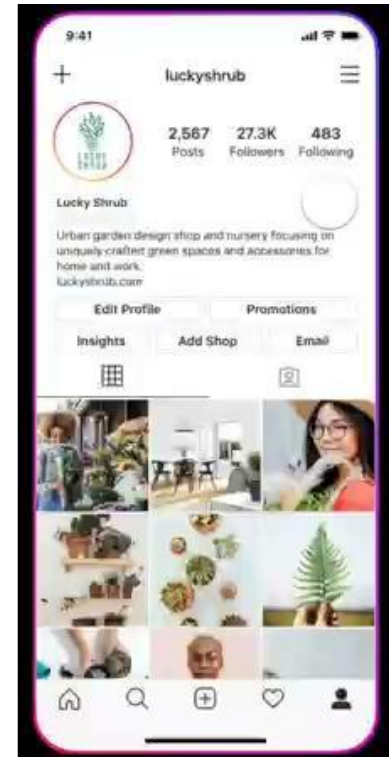
→ Pengguna paling banyak ada di usia 25-34 tahun

Rata-rata waktu penggunaan

→ 16j 10m / bulan

Teknik marketing yang bisa dijalankan

- Content marketing
- Kolaborasi dengan influencer
- Penggunaan hashtag



Media Sosial



TikTok adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan menemukan video singkat. TikTok menjadi media sosial dengan pertumbuhan pengguna paling banyak dalam beberapa tahun terakhir.

Jumlah Pengguna di Indonesia

→ 92jt lebih

Rentang usia pengguna

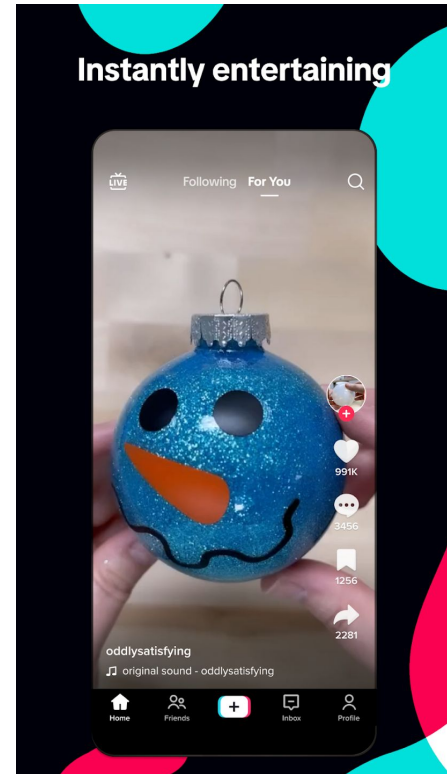
→ Pengguna paling banyak ada di usia 16-24 tahun

Rata-rata waktu penggunaan

→ 38j 26m / bulan

Teknik marketing yang bisa dijalankan :

- Content marketing
- TikTok Live
- Affiliate



Mesin Pencari



Google adalah mesin pencari internet yang dominan dan menjadi salah satu platform digital paling penting di dunia. Google dipakai lebih dari 95.3% pengguna internet di Indonesia.

Jumlah Pengunjung

→ 270jt kunjungan dalam satu bulan

Rentang usia pengguna

→ Pengguna paling banyak ada di usia 18-44 tahun

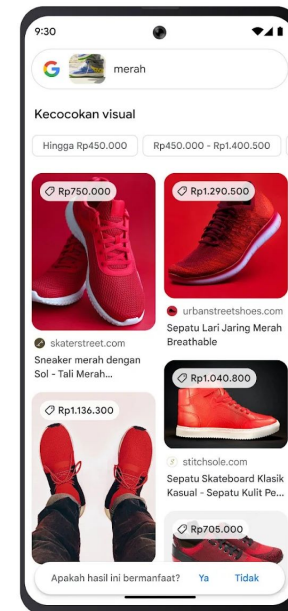
Rata-rata waktu penggunaan

→ 17m 48d / hari

Teknik marketing yang bisa dijalankan :

- Google Ads
- SEO (Search Engine Optimization)
- Google Business Profile

Lakukan penelusuran secara mendetail dengan **multi-penelusuran**



E-Commerce



Shopee merupakan platform e-commerce asal Singapura yang menyediakan platform bagi pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi secara online melalui aplikasi mobile atau website.

Jumlah Pengunjung

→ 242jt kunjungan / bulan

Gender Pengguna

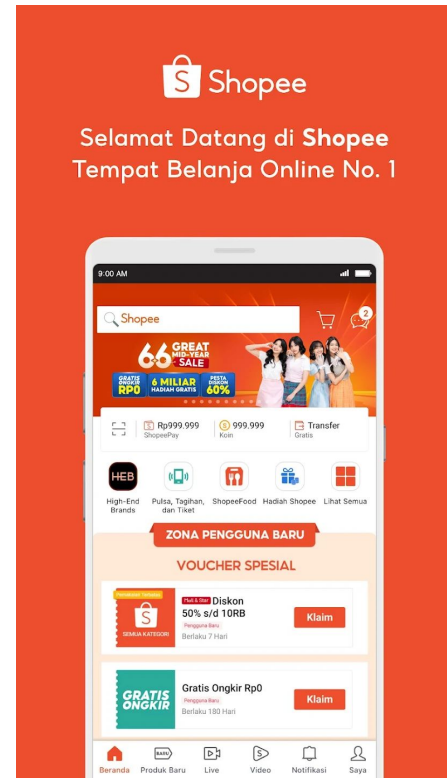
→ 56% Perempuan, 44% Laki-laki

Produk paling populer

→ Fashion, Kecantikan, Perlengkapan rumah dan dapur, Produk makanan

Teknik marketing yang bisa dijalankan :

- Flash Sales
- Shopee Live
- Shopee Affiliate



E-Commerce



Tokopedia adalah platform e-commerce yang didirikan pada tahun 2009 di Indonesia. Platform ini memungkinkan individu dan pemilik bisnis untuk membuka dan mengelola toko online mereka sendiri dengan mudah.

Jumlah Pengunjung

→ 101jt kunjungan / bulan

Gender Pengguna

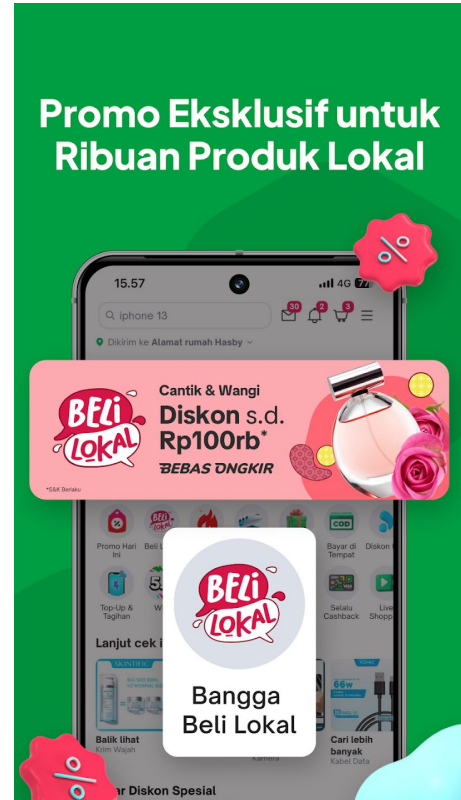
→ 42% Perempuan, 58% Laki-laki

Produk paling populer

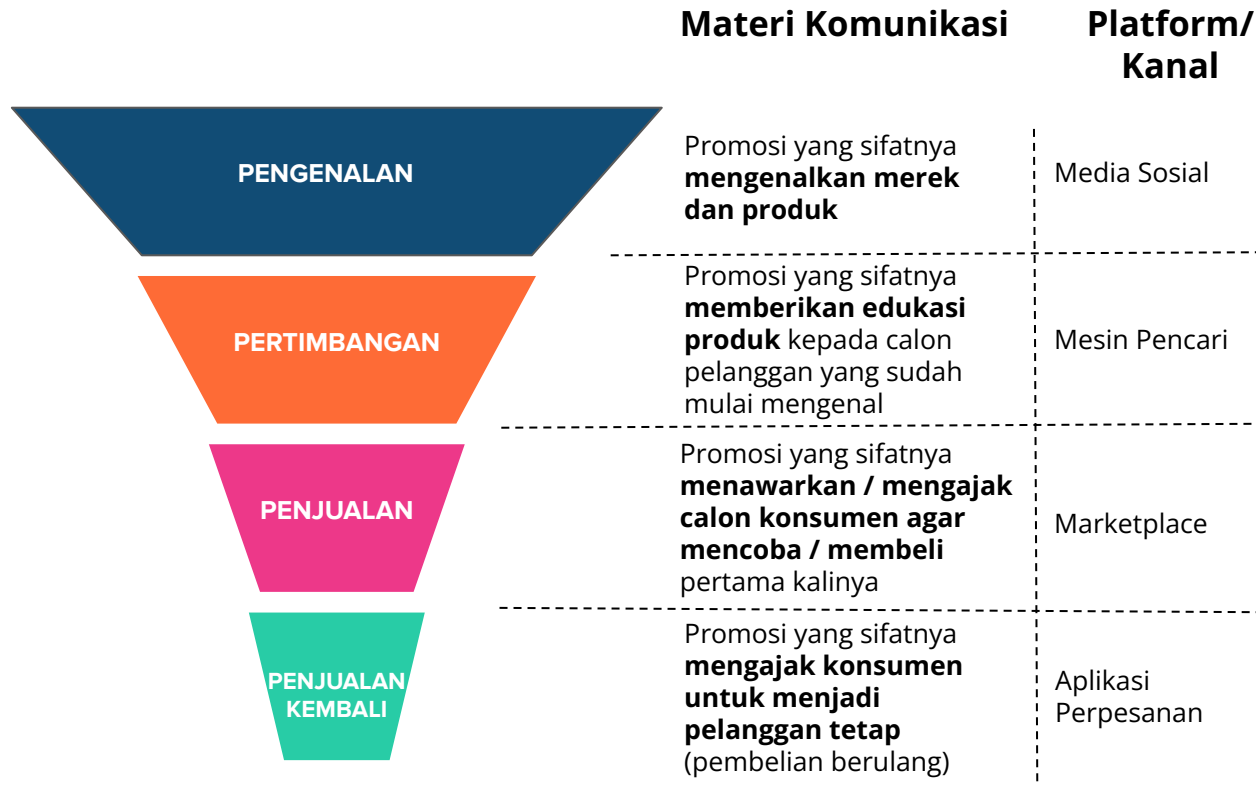
→ Elektronik, Fashion, Hobi dan Olahraga

Teknik marketing yang bisa dijalankan :

- Flash Sales dan Promo harian
- TopAds
- Official Store



Menentukan Objektif Tiap Platform



Yuk Tentukan Platform Kamu!

Dari banyaknya pilihan media sosial dan marketplace, coba pilih masing-masing satu untuk menjadi fokus kamu.



Pengelolaan Aset Digital

Apa itu Aset Digital pada Bisnis?

Aset digital untuk bisnis merujuk pada segala bentuk konten atau sumber daya yang ada dalam format digital dan memiliki nilai bagi bisnis tersebut.

Pengelolaan aset digital yang efektif sangat penting untuk memaksimalkan potensi dan nilai mereka bagi bisnis.



Beberapa jenis aset digital



Email

Kepemilikan email adalah pondasi dari semua aktifitas di dunia digital

Alamat Website

Domain atau alamat website jadi identitas global sebuah bisnis

Konten Digital

Teks, gambar, video dan dokumen yang digunakan untuk pemasaran

Data Pelanggan

Informasi pelanggan berupa identitas, preferensi, perilaku pembelian, dan lainnya

Akun Sosial Media

Akun media sosial adalah kolam marketing yang efektif dan juga tempat membangun branding

HaKI Digital

Ini mencakup hak cipta, merek dagang, logo, paten, dan aset serupa lainnya

Tips Membuat Password yang Aman tapi Mudah untuk Diingat



Gunakan Kata yang Dikenal atau Punya Arti Khusus

Contoh :
SayaSukaKopi2024!

Kombinasi Kata dan Angka yang Familiar untuk Anda

Contoh :
Bunga@Taman77

Pilih Kata yang berhubungan dengan hobi, nama hewan atau tempat favorit

Contoh :
WarkopDoyong18

Gunakan Akronim atau Kata yang disingkat

Contoh :
apmbd9406

Hindari Informasi pribadi yang terlalu jelas

Contoh :
Solo08121986

Modifikasi Kata umum yang mudah Anda ingat

Contoh :
t4ms1s88

[illegible]





[illegible]