



DINAS KOPERASI UMKM
DAN PERINDUSTRIAN
KOTA BALIKPAPAN

DIGITAL MARKETING FOR IKM

*PANDUAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA
DIGITAL UNTUK INDUSTRI KECIL MENENGAH*



**CREATED BY ADY SUMARDI
DAN ADAM AFRIXAL**

Daftar Isi	1
Kata Pengantar	2
Bab I Apa itu Digital Marketing?	3
Bab 2 Branding VS Advertising	6
Bab 3 Digital Marketing lewat Instagram	8
Bab 4 Tata cara membuat Instagram	9
Bab 5 Konten Instagram	12
Bab 6 Memaksimalkan Follower	16
Bab 7 Mempertahankan Follower	18
Bab 8 Contoh profil instagram yang menarik	19
Bab 9 Kesimpulan	20
Daftar Pustaka	22

Kata Pengantar

Saya yakin hampir semua orang yang menggunakan sosial media merasakan hal yang sama, yaitu terkadang merasa benci namun terkadang merasa sayang dengan media sosial yang mereka miliki. Hal ini terjadi karena mereka mendapatkan banyak pujian dari netizen ketika memposting hal yang bagus atau menarik. Namun mendapatkan cibiran atau bahkan hujatan ketika memposting hal yang sensitif atau melukai perasaan orang lain. Orang bisa bebas berkomentar langsung di media sosial tanpa beban atau memikirkan sebab akibatnya. Media sosial bisa dengan cepat menjangkau orang yang berada di seluruh dunia tanpa memikirkan jarak. Sehingga media sosial banyak digunakan untuk mengembangkan usaha atau memasarkan produk.

Kita harus menggunakan media sosial dengan bijak dan memanfaatkan seluruh kelebihanannya dengan baik. Supaya kita mendapatkan manfaat yang baik dan berguna. Media sosial ibarat pedang bermata dua. Kalau kita dapat menggunakannya dengan baik maka kita dapat menjadi alat yang baik dalam memberikan solusi terhadap permasalahan kita. Namun Jika kita menggunakannya dengan tidak bijak maka dapat menjadi alat yang langsung menghancurkan kita.

Pikirkan mengenai hal ini sejenak. Apakah anda memiliki suatu rencana pada media sosial anda?

Jika tidak, kemungkinan anda memiliki rasa sayang tetapi benci pada media sosial anda, dengan perasaan benci atau bingung yang lebih dominan. Namun, bagaimana jika anda bisa lebih menyukainya? Bagaimana jika media sosial dapat membantu anda untuk menumbuhkan usaha anda?

Buku ini mencoba untuk membuka pikiran anda dan mengenal lebih dalam tentang media sosial khususnya instagram, sehingga anda dapat menggunakan media sosial dengan baik untuk mengembangkan usaha anda.

Bab I

Apa itu Digital Marketing?

Digital Marketing adalah suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Perkembangan komputer dan selanjutnya kelahiran internet memperluas pengertian digital marketing. Digital marketing yang menggunakan internet menjadi semakin bertaring dalam menjangkau milyaran orang dengan biaya yang lebih rendah dari sebelumnya. Berbeda dengan sebelum adanya internet, aktivitas digital marketing kini tidak lagi bersifat satu arah.

a. Kelebihan digital marketing adalah :

1. Kecepatan penyebaran
2. Kemudahan evaluasi
3. Jangkauan lebih luas
4. Murah dan efektif
5. Membangun nama brand

b. Jenis Digital Marketing :

1. Website
2. Youtube
3. Facebook
4. Twitter
5. Marketplace
6. E-mail Marketing
7. WhatsApp
8. Instagram



c. Tantangan dalam digital marketing :

1. Investasi Waktu
2. Bisnis Anda Jauh Lebih Terekspos
3. Waktu untuk Pelatihan
4. Regulasi Privasi

DIGITAL MARKETING FLOW



Evolusi Digital

Indonesia Digital Landscape

- Ke-4 pasar mobile terbesar di dunia
- 338.2 juta orang koneksi mobile phone
- 175.4 million pengguna internet
- 160 million pengguna social media

INDONESIA POPULATION STRUCTURE



DIGITAL NATIVE 40%
This group grew up with technology from an early age. They tend to be most active.

DIGITAL IMMIGRANTS 40%
This group grew up before digital when they were an adult. They often see the need to learn how to adapt with new technology.

THE 4 MEGA SHIFTS

Consumer Behavior in Covid-19

Gaya hidup baru terpacu di rumah dengan aktivitas working from home, belajar online, social distancing.



Sesungguhnya korban nyawa akibat COVID-19 melibatkan masyarakat baru yang penuh empati, setia, aktif, dan caring terhadap sosial.

Dengan adanya COVID-19 konsumen menghidari kontak fisik manusia, mereka beralih menggunakan media virtual/digital.

Mengarah ke piramida Maslow, konsumen kini bergeser kebutuhannya dari "puncak piramida" yaitu aktualisasi diri dan esteem ke "dasar piramida" yaitu makan, kesehatan, dan keamanan jiwa raga.



d. Contoh kasus : Soes Crispy

Sebelum menggunakan Instagram	Setelah menggunakan Instagram
1 kg - 2 kg / produksi	4 kg - 6 kg / produksi



Bab 2 Branding VS Advertising

Branding berasal dari kata brand yang berarti merek. Branding merupakan pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen. Tujuan utama dari suatu branding adalah mengenalkan brand perusahaan, membangun citra positif dan reputasi perusahaan agar selalu bagus di mata perusahaan.

Advertising berasal dari bahasa Inggris yang artinya periklanan. Iklan adalah pesan baik tulisan maupun visual untuk mempromosikan produk.

Sehingga Branding **tidak sama dengan** advertising.

A. Tangga Keterlibatan



Strategi media sosial yang sukses bukanlah tentang menjadi viral atau memaksa orang lain agar membeli produk anda. Namun, tujuan dari media sosial bagi brand mana pun hendaknya adalah untuk membangkitkan minat dan ketertarikan dari pengikut yang sudah ada maupun yang masih potensial agar terlibat lebih jauh dengan **tangga keterlibat**

B. Identitas produk anda?

Sebelumnya, coba jawab pertanyaan-pertanyaan berikut

- ❖ Apa yang terbaik dari produk anda?
- ❖ Akan dikenang sebagai apa produk anda?
- ❖ Mau ahli di bidang apa?
- ❖ Ingin jadi no 1 di bidang apa?
- ❖ Akan dikenang sebagai apa?

Silahkan jawab pertanyaan-pertanyaan tersebut di atas. Karena jawaban anda akan menentukan prestasi apa yang harus anda torehkan. Semakin banyak prestasinya, semakin kuat personal brandnya. Sangat penting untuk memahami produk yang anda pasarkan, agar anda dapat berkomunikasi secara jujur.

C. Segmentasi Pasar

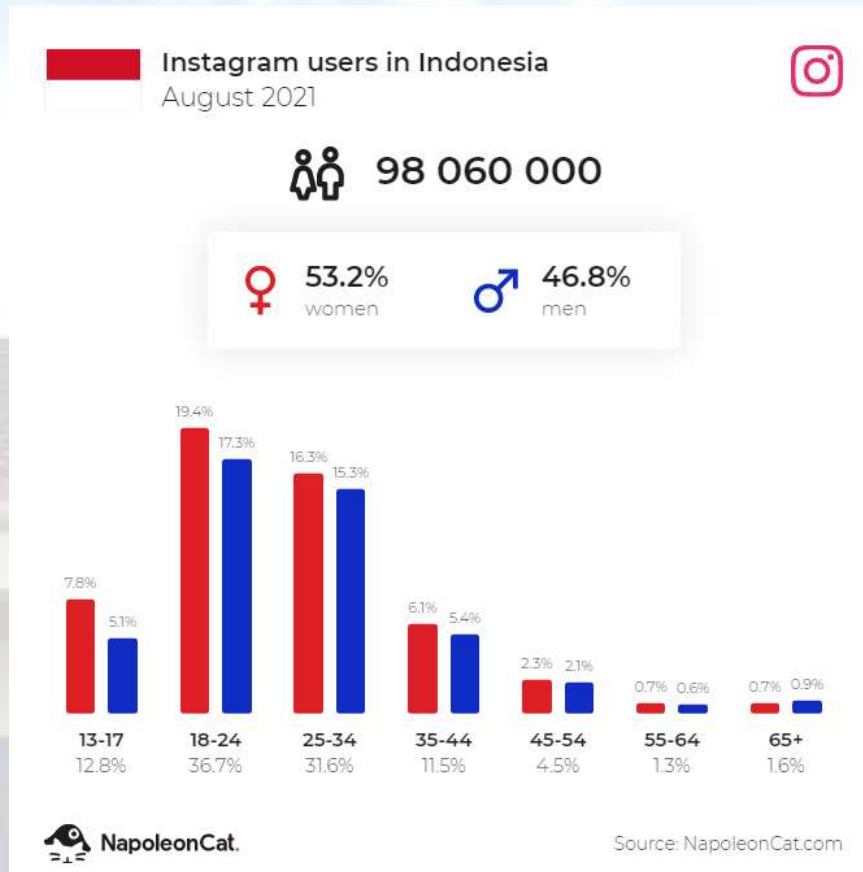
Segmentasi pasar dilakukan untuk memastikan apakah produk anda laku dengan melakukan product market fit. product-market fit sebagai konsep atau skenario di mana para pelanggan sebuah perusahaan mau membeli, menggunakan, dan menyebarkan informasi tentang suatu produk. Sehingga dapat diketahui apakah produk anda sesuai dengan selera masyarakat. Kegiatan product market fit dapat berupa Survey, tes produk, meminta feedback dari pelanggan dll.



Bab 3

Digital Marketing lewat Instagram

Kenapa Instagram dibanding media lain?



Indonesia sangat berpotensi dalam pasar Instagram, karena Indonesia bagaikan kolam yang penuh dengan ikan. Menurut web Napoleon Cat pada Agustus 2021 ada 98 Juta orang Masyarakat yang menggunakan Instagram, hal ini merupakan hal yang sangat wajar apalagi mengingat besarnya efek sosial media setelah Pandemi.

Bayangkan jika anda dapat mendapatkan minimal 0.0001% dari pengguna Instagram tersebut untuk menjadi pembeli anda setiap bulan.

$$0.0001\% \times \text{Jumlah Pengguna} \times \text{Profit} = \text{Keuntungan Anda}$$
$$0.0001\% \times 98.060.000 \times \text{Rp.10.000} = \text{Rp.980.600}$$

Bab 4

Tata cara membuat Instagram

a. **Buatlah email usaha**

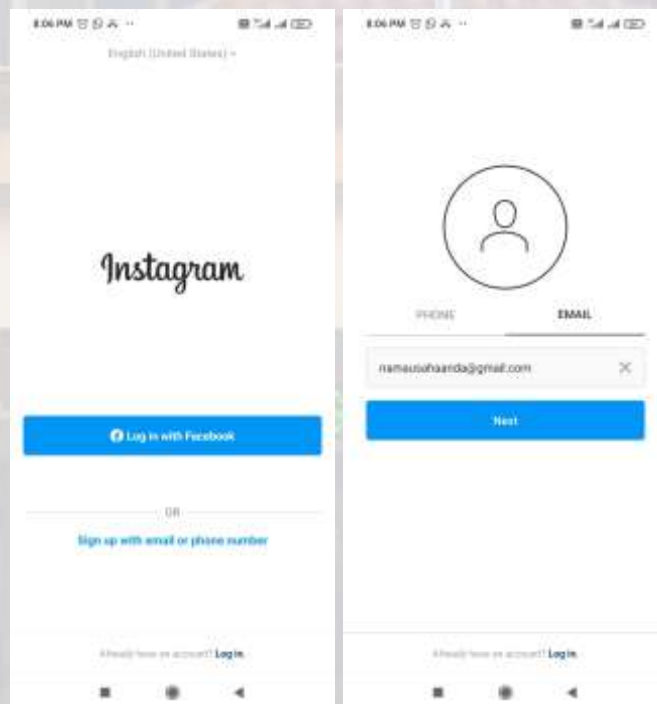
Jangan gunakan email pribadi anda untuk usaha anda. Siapkan email tersendiri untuk bisnis Anda, hal sederhana ini akan membuat usaha anda lebih terlihat profesional. Email ini akan anda gunakan untuk menghubungi konsumen hingga rekan bisnis anda, pastikan email anda memiliki nama yang jelas dan mewakili brand Anda. Lakukan hal yang sama untuk nomor kontak Anda seperti WhatsApp yang dikhususkan untuk bisnis.

Lakukan registrasi mail.com

b. **Buat akun instagram anda**

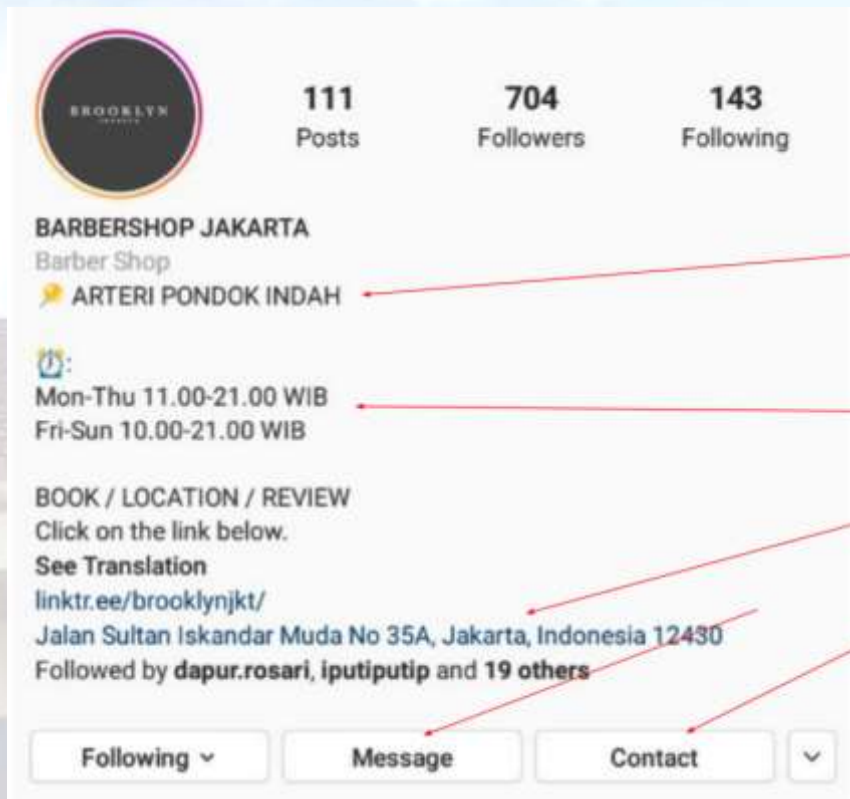
Setelah buat email, silahkan pergi ke Instagram.com atau install aplikasinya lewat playstore.

Ikuti petunjuk yang ada dan gunakan email yang telah anda buat. Setelah mendaftar anda akan diminta untuk email anda untuk verifikasi akun.



c. Ubah Instagram anda menjadi Instagram Bisnis

Setelah itu, anda akan diminta membuat nama akun dan juga memilih foto profil. disarankan untuk membuat nama akun yang sama dengan sosial media lain seperti facebook atau twitter sehingga Social media brand anda mudah dikenali.



Lengkapi profil Instagram anda dengan keterangan bisnis anda yang lebih detail.

Bikin Profile

Buat Username

Buat Bio

Sambungkan juga dengan link website dan google map anda

d. Mempersiapkan Feature Highlight

Fitur highlight merupakan salah satu media anda untuk memberikan informasi produk secara lebih lengkap. Beberapa hal yang bisa anda berikan di feature highlight antara lain



- Testimoni
- Prestasi
- Q&A
- Menu
- Pengumuman
- Promo

Bab 5 Konten Instagram

Instagram yang baik itu yang kaya apa? Indikatornya adalah likes, komen, repost dan interaksi.

- Quote



- Produk



- Video



- Trend



- Giveaway



- Voucher/promo



- Tips dan Trik



- Kolaborasi



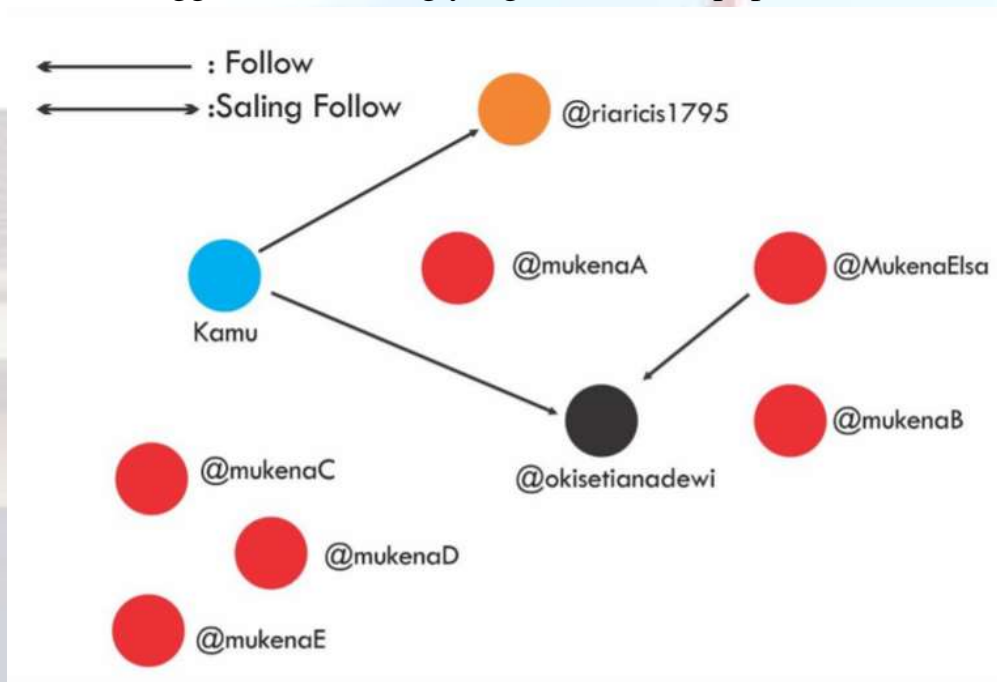
- Quiz



Bab 6

Meningkatkan Jumlah Follower

1. Kolaborasi dengan pengguna instagram yang populer.
2. Membuat konten yang menarik dengan cara memposting foto yang berkualitas dan caption yan tepat.
3. Menggunakan hashtag yang relevan dan populer.



4. Jam Posting

Jika akun instagram anda adalah akun business anda dapat menggunakan feature Insight dari Instagram untuk mencari waktu aktif follower anda, untuk dijadikan jam posting yang baik.

Kenali kebiasaan follower/target pasar anda. Sehingga anda dapat mengetahui waktu terbaik untuk memposting konten.

5. Konsistensi

Konsisten dalam memposting konten yang menarik dan Mempromosikan merek anda di platform lain

6. Copywriting

suatu metode pembuatan materi pemasaran yang mampu membujuk audiens di dalamnya guna melakukan berbagai tindakan yang memang Anda inginkan, seperti membeli suatu produk ataupun layanan, berlangganan newsletter, menghubungi sales penjelasan, dll.

Copywriting vs Content Writing

COPYWRITING	CONTENT WRITING
Membuat tulisan untuk meningkatkan sales (penjualan)	Tulisan bertujuan untuk memberikan informasi atau berita
Punya call to action yang jelas	Tidak harus mengandung call to action
Menggunakan headline yang menarik perhatian	Fokus ke branding dibanding selling

Perbedaan Copywriting vs Content Writing

Copywriting yang baik dan benar

COPYWRITING YANG BAIK MAMPU MENYAMPAIKAN TUJUAN TERSIRAT


Apa kamu sadar dari sekian banyak contoh, tidak ada satupun copywriting yang terang-terangan berjualan? Bahkan tidak ada satupun kalimat pemaksaan seperti "mari dibeli kak produknya".

Nah begitulah copywriting yang seharusnya, mampu membujuk orang secara tidak sadar.



Copywriting yang baik mampu menyampaikan tujuan tersirat

Trick-3 Copywriting – Summary



Untuk membantu pembeli yang kebingungan karena banyaknya produk yang dijual, kamu bisa mengkalinya dengan menawarkan keunggulan produk yang menjadi prioritas penjualan.

Contoh:
"Kebetulan kami punya produk unggulan yang banyak dicari nih, kak. Produk ini memiliki fitur dan performa terbaik di kelasnya. Ada garansinya juga 2 tahun. Kalo kaka beli produk ini sekarang, kaka bakal dapet diskon 50%"

Bab 7

Mempertahankan Follower

Membangun interaksi dengan follower, dan memelihara excellent service.

- Respon time cepat
- Foto yang jelas dan komposisi yang baik
- Keakraban dengan Customer (bahasa khusus)
- Mengajukan Pertanyaan
- Quiz, Survey, Giveaway
- Testimoni
- After Sales harus tetap baik
- Terus berinovasi
- Memberikan tips dan trik
- Menceritakan kisah yang hebat
- Promo
- Tutorial
- Infografis



**PESERTA WIRAUSAHA
BANK INDONESIA**

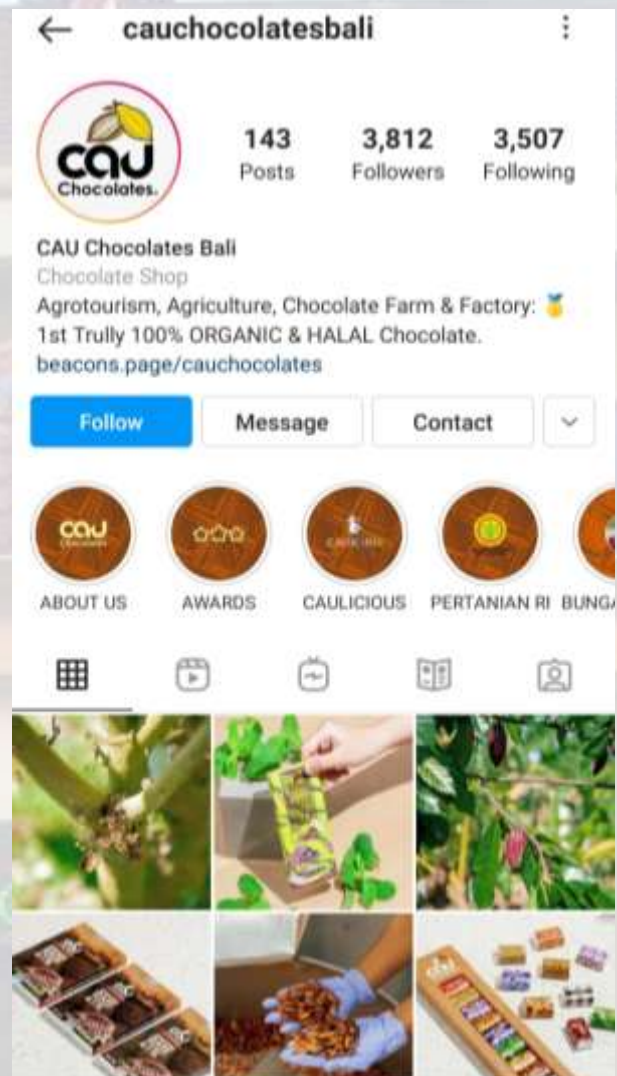
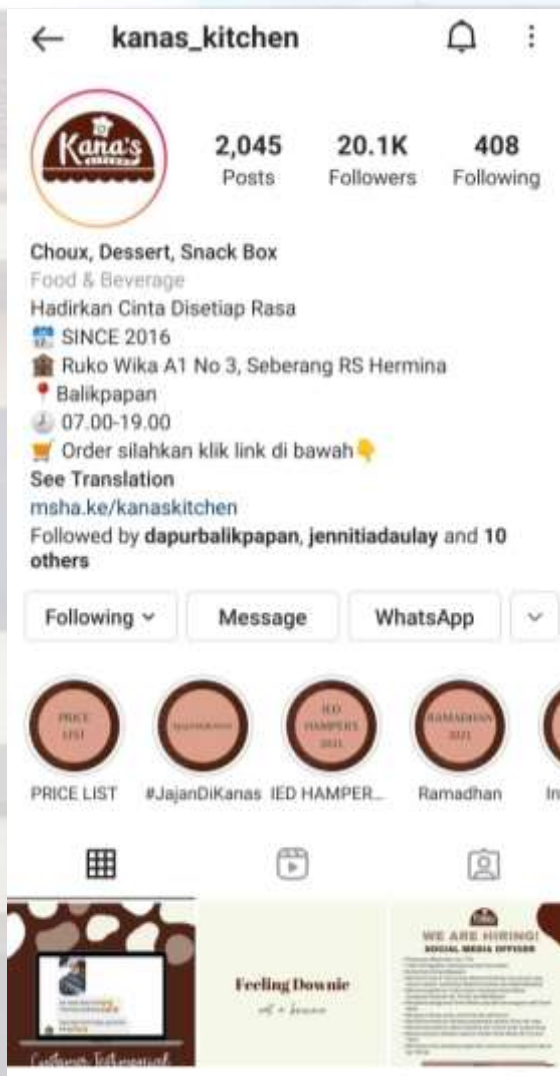
Omset penjualan : Rp. 580 juta per bulan ... Strategi utama: penjualan online

www.rendangmakyus.com @rendangmakyus_official

Bab 8 Contoh Profil Instagram Yang Menarik

Jika anda belum merasa ahli dalam membuat postingan Instagram. Lakukan proses A-T-M (Amati-Tiru-Modifikasi). Cara paling mudah adalah dengan mencari 10 desain akun yang menurut anda bagus, jadikan referensi dan buatlah postingan anda sendiri.

Berikut adalah beberapa contoh yang akun instagram yang baik dengan informasi yang cukup jelas



Bab 9

Kesimpulan

Ingat SHARE !

- **Story (Cerita)**
 - Menceritakan kisah yang hebat dan konten yang menarik.

- **How (Bagaimana)**
 - Konsisten pada jadwal editorial media sosial yang sesuai dengan audiens anda

- **Audience (Penonton)**
 - Fokus pada audience anda, bangkitkan empati dan keterlibatan

- **Reach (Jangkauan)**
 - Untuk memperkuat brand anda di media sosial, penting untuk memperluas (jangkauan) anda.

- **Excellence (Keunggulan)**
 - Setel upaya-upaya pemasaran media sosial anda untuk meraih excellence (keunggulan) jangka panjang.

Lakukan	Jangan Lakukan
Buat konten yang menarik.	Jangan spam atau share terlalu banyak
Kolaborasi, supaya semakin kuat bersama	Jangan terlalu repetitif
After sales harus tetap baik, agar konsumen loyal	Jangan membalas pesan / pelanggan terlalu lama.
Tunjukkan keunikan dan keunggulan produk anda	Jangan mengejar jumlah namun mengorbankan kualitas
Terus berinovasi agar konsumen tetap tertarik	Jangan menggunakan isu sensitif (sara) sebagai materi iklan

Memberikan pelayanan yang optimal.	Tidak memahami target audience
Mainkan voucher / promo untuk menarik konsumen	Memasarkan yang belum anda wujudkan
Mengarahkan percakapan yang negatif menjadi percakapan yang positif.	

Daftar Pustaka

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/08/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>

<https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-branding/>

Claire Diaz Ortiz. Social Media Success For Every Brand. 2021. Bhuana Ilmu Populer.

<https://sasanadigital.com/apa-yang-dimaksud-dengan-digital-marketing/>

<https://www.ekrut.com/media/tren-digital-marketing-2020>

Eko Sigit Pramudito. 3 kunci utama digital marketing bagi UMKM. 2021. UMN.