



**MODUL PELATIHAN**

**STRATEGI PEMASARAN**

**DIGITAL DAN *BRANDING***

**BAGI UMKM**

**DISUSUN OLEH:**  
**ARI KURNIA**

**UNIVERSITAS BAKRIE**  
**JAKARTA**  
**2021**

## **Pendahuluan**

Sebagian besar orang, khususnya pelaku UMKM menganggap pemasaran produk atau jasa melalui digital adalah hal yang sulit, rumit dan tak bisa dilakukan. Sementara, Digital Marketing sesungguhnya memiliki banyak sisi yang memudahkan setiap orang melakukannya, bahkan justru menguntungkan. Pelatihan Digital Marketing ini menyoar pada pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan perangkat digital dalam melakukan pemasaran. Pelatihan dirancang dengan mata latih yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM yakni melakukan pemasaran secara digital dengan cara yang sederhana, mudah dan murah.

Kehadiran Teknologi Informasi dan Komunikasi Digital telah menciptakan perubahan besar pada strategi pemasaran produk dan jasa pada tataran ekonomi global. Teknologi Informasi terbukti mampu menjalankan tugas pemasaran dengan cepat, berdaya jangkau luar biasa, bisa mengusung banyak konten mulai tulisan, gambar maupun video, interaktif dan murah. Tidak sampai pada pemasaran digital saja, proses *branding* produk atau jasa juga menjadi bagian yang tak kalah penting dalam memperkenalkan produk di tengah masyarakat dan mampu bersaing.

## **Tujuan Pelatihan**

Membuka peluang dan kemampuan pemasaran bagi UMKM khususnya untuk pemasaran berbasis online agar produk-produk mereka mampu bersaing di pasar global.

## **Manfaat bagi Peserta**

Peserta akan menjadi tahu dan mampu melakukan berbagai teknik sederhana memasarkan produk mereka secara online melalui berbagai teknik dan pemahaman yang diberikan selama pelatihan.

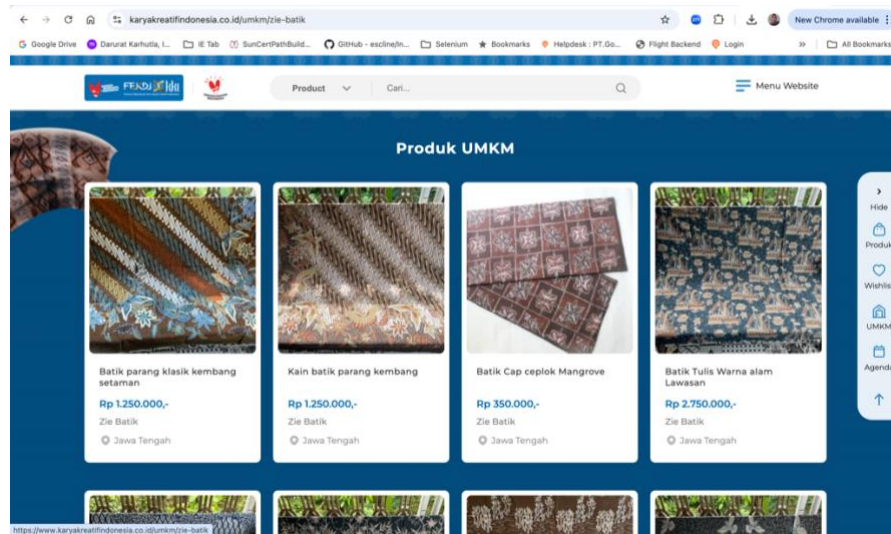
## **Materi Pelatihan**

### **1. Teknik Pemasaran Digital**

Fokus pembahasan pada teknik pemasaran digital dalam bentuk memasarkan produk hasil olahan atau kreasi UMKM lokal sebagai berikut:

- Memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai “Digital Marketing, Tujuan dan Manfaatnya dibanding Pemasaran konvensional.
- Pemanfaatan Aplikasi Online sebagai Media promosi berbasis digital

## 1. Memfungsikan Website sebagai media penjualan

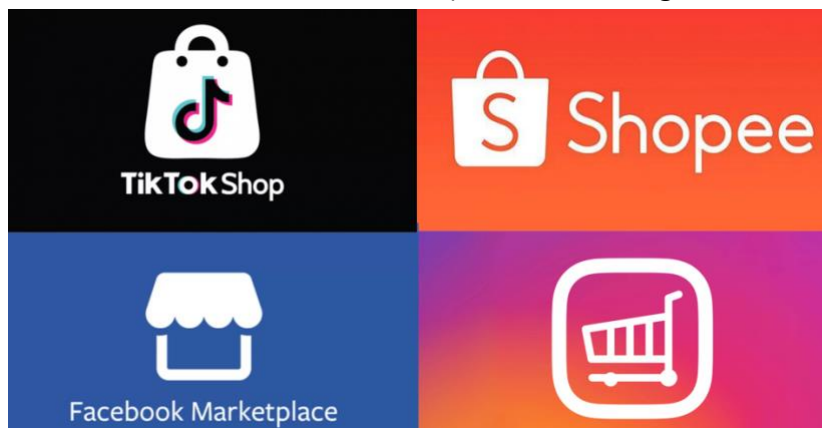


Gambar 1 Tampilan Website UMKM Usaha Batik

Sumber: <https://www.karyakreatifindonesia.co.id/umkm/zie-batik>

- Website memungkinkan perusahaan atau pelaku usaha pada segala sektor untuk tetap terhubung dengan pelanggan 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Calon pelanggan dapat mengunjungi website kapan saja sesuai dengan kenyamanan mereka, bahkan di luar jam kerja. Ini memberikan fleksibilitas bagi pelanggan untuk mengeksplorasi informasi tentang perusahaan, produk, atau layanan kapanpun mereka inginkan.
- Dalam era digital, keberadaan online menjadi faktor penting dalam membangun kredibilitas perusahaan. Pelanggan sering mencari informasi online tentang perusahaan sebelum melakukan pembelian atau kerjasama. Dengan memiliki website yang profesional dan informatif, perusahaan dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan potensial dan membangun kepercayaan.

## 2. Memfungsikan dan memanfaatkan Media Sosial (Facebook, Instagram, Youtube)



Gambar 2 Tampilan Media Sosial

Sumber: Google.com

### 3. Cara Memotret Produk dengan Kamera Sederhana (Bisa menggunakan HP)



Gambar 3 Memotret dengan Smartphone  
Sumber: <https://brandadventureindonesia.com/>

- **Ambil Foto dari Beberapa *Angle* yang Berbeda**  
Jangan mengambil foto dari satu *angle* saja tetapi mengeksplor dengan mencoba berbagai *angle* yang berbeda. Misalnya dari depan, atas, samping, serong, dan lain sebagainya. Dengan begitu kamu punya banyak pilihan dan bisa mengevaluasi *angle* mana yang bisa menghasilkan foto terbaik. Hal ini juga berkaitan dengan jenis produk yang kamu miliki. Foto produk makanan mungkin akan terlihat lebih menarik jika diambil jarak dekat dengan *angle* 45 derajat dari atas dibandingkan dengan *angle* lurus dari depan.
- **Lakukan Editing Sederhana**  
Jika dirasa hasilnya fotonya masih ada yang kurang, misalnya dari segi pencahayaan, ketajaman, saturasi warna dan sejenisnya. Kamu bisa melakukan editing sederhana. Sekarang sudah banyak tersedia aplikasi mobile untuk editing foto yang sangat membantu untuk memperbaiki hasil foto kamu. Beberapa rekomendasi aplikasi tersebut di antaranya ada Adobe Lightroom, VSCO, dan masih banyak lagi.

### 4. Cara membuat kalimat promosi yang efektif

Konsumen akan tertarik dengan kalimat sederhana dari merek yang menawarkan barang atau layanan. Kalimat promosi kreatif ini adalah salah satu strategi promosi yang dilakukan para pebisnis agar menarik perhatian calon konsumen. Para pebisnis mendorong angka penjualan dengan mengandalkan kekuatan dari kalimat. Namun, dalam membuat kalimat promosi kreatif tidak bisa dibuat secara asal-asalan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar tujuan dari promosi tersebut dapat tercapai dengan tepat. Berikut adalah Contoh Kalimat Promosi Kreatif:

- Menggunakan kalimat promosi kreatif, berupa kalimat yang singkat, padat, dan jelas. Hindari menggunakan kalimat yang terlalu panjang dan bertele-tele. Sebisa mungkin untuk langsung *to the point* sehingga calon konsumen tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama untuk mencerna konteks dari kalimat promosi tersebut. Selain itu, menggunakan kalimat promosi yang singkat dapat menarik perhatian orang yang hanya sekedar lewat. Jadinya, promosi yang kamu lakukan lebih mudah untuk menarik perhatian orang.

- Menggunakan Kalimat yang Mudah Dipahami  
Selain menggunakan kalimat yang singkat, dalam membuat kalimat promosi juga penting untuk menggunakan kalimat yang mudah dipahami. Kata-kata yang digunakan juga harus menarik dan *catchy* sehingga ketika orang melihat promosi tersebut, perhatiannya langsung teralihkan dan ingin membaca lebih lanjut kalimat promosi tersebut.
- Menentukan Target Pasar  
Dalam membuat kalimat promosi kreatif, tidak hanya berfokus ke kalimat yang kreatif dan menarik, tetapi juga harus fokus ke target pasar yang ingin dicapai. Jadi, sebelum membuat kalimat promosi kreatif, sangat penting untuk menentukan terlebih dahulu target pasar yang ingin dicapai. Target pasar ini dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu anak-anak, remaja, dan orang dewasa.
- Menggunakan Diksi yang Sesuai  
Setelah menentukan target pasar, gunakanlah diksi yang sesuai dengan target konsumen kamu dalam membuat contoh kalimat promosi kreatif.

## 5. Membangun Toko Online Sendiri

- Langkah 1. Membuat rencana bisnis toko online  
Tentukan jenis toko apa yang ingin dijadikan bisnis. Misalnya, toko online sebagai usaha bisnis pertama. Tentukan apa yang ingin dijual secara online dan memiliki rencana bisnis.
- Langkah 2. Menentukan produk yang akan dijual  
Memilih target pasar khusus akan menentukan tujuan yang spesifik dan membuatnya lebih mudah untuk mengembangkan merek yang kuat.
- Langkah 3. Pilih Model Bisnis  
Setelah memutuskan apa yang ingin dijual, tentukan bagaimana ingin menjualnya.
- Langkah 4. Pilih platform *e-commerce*  
Toko online tidak hanya untuk orang yang paham teknologi. Banyak platform *e-commerce* mudah dinavigasi dan membantu membangun, menyesuaikan, dan menggunakan toko tanpa perlu keahlian *coding*, teknis, atau desain. Caranya dengan membeli nama domain dan web hosting yang terhubung dengan WordPress sebagai platform dasar toko online.
- Langkah 5. Mengatur desain toko online  
Penting untuk membuat situs web yang mencerminkan merek.
- Langkah 6. *Update* foto produk  
Foto produk adalah salah satu hal pertama yang dilihat pelanggan saat mereka mengunjungi toko online, jadi foto berkualitas tinggi di situs web sangat penting. Pengambilan foto produk bisa dilakukan sendiri melalui *smartphone* maupun menggunakan jasa fotografer profesional.
- Langkah 7. Hubungkan toko online dengan media sosial bisnis  
Jika ingin memperluas jangkauan toko online, integrasikan toko dengan platform media sosial.

## 6. Berjualan Online Modal HP

Jika elemen dari data kelima sudah terpenuhi, maka siapapun dapat melakukan penjualan dengan *smartphone*.

### **Metode**

Pelatihan dirancang agar peserta mampu memahami seluruh materi secara komprehensif sehingga mampu mengimplementasikan materi yang didapatnya secara langsung dan terutama dalam usaha masing-masing peserta. Metode yang digunakan untuk pelatihan ini antara lain:

#### 1. Presentasi

Setelah pemahaman tentang *Product Display* dijelaskan, kemampuan menganalisis berbagai jenis produk dan jasa, maka tahapan yang dilakukan adalah melakukan sejumlah strategi pemasaran berbasis digital. Hal ini dilakukan mulai dari peserta memahami dasar pemasaran online hingga mampu mengeksekusi menggunakan telepon pintar peserta dengan mudah, sederhana dan praktis.

#### 2. Diskusi

Diskusi berisi proses tanya jawab berkaitan dengan materi yang dipresentasikan, juga mendengarkan hal-hal apa saja yang menjadi kendala atau terbatasnya peserta melakukan sejumlah pemasaran berbasis digital dan branding.

#### 3. Praktik

Setelah pemahaman pemasaran berbasis digital dan branding sudah dipahami, maka peserta akan langsung mempraktikkan produk yang sudah didesain dengan berbagai pemahaman peserta pada pelatihan mengenai jenis produk dan desain, untuk dipasarkan secara online.

#### 4. Evaluasi

Sesudah peserta melakukan praktik dari aktivitas pemasaran berbasis digital di media sosial dan platform lain yang digunakan, maka setiap peserta akan dievaluasi mengenai berbagai desain, caption atau kalimat promosi hingga teknis publikasi di Media Sosial atau platform digital lain.

#### 5. Simulasi

Sesudah peserta melakukan praktik, maka peserta bisa langsung mempraktikkan semua konsep pemahaman mereka mengenai pemasaran digital dan cara mereka melakukan aktivitas branding, dan setiap peserta akan dievaluasi mengenai *feedback* yang mereka dapatkan, mulai dari yang tidak ada respons, kendala hingga yang berhasil mendapatkan *feedback* dari konsumen.