



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202119453, 9 April 2021

## Pencipta

Nama : **Adhitya Rechandy Christian, S.E., M.M. dan Yuni Anggraeni**

Alamat : Jl. Kapas 9, Semaki, Umbulharjo, Yogyakarta, DI Yogyakarta ,  
Yogyakarta, DI YOGYAKARTA, 55166

Kewarganegaraan : Indonesia

## Pemegang Hak Cipta

Nama : **UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

Alamat : Kampus 2 Unit B Jl. Pramuka 5F, Pandeyan, Umbulharjo, Yogyakarta, DI  
Yogyakarta , Yogyakarta, DI YOGYAKARTA, 55161

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Modul**

Judul Ciptaan : **Modul Peningkatan Kapasitas UMKM Berbasis Aplikasi Digital**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 15 Februari 2021, di Yogyakarta  
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali  
dilakukan Pengumuman.

Nomor pencatatan : 000246510

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



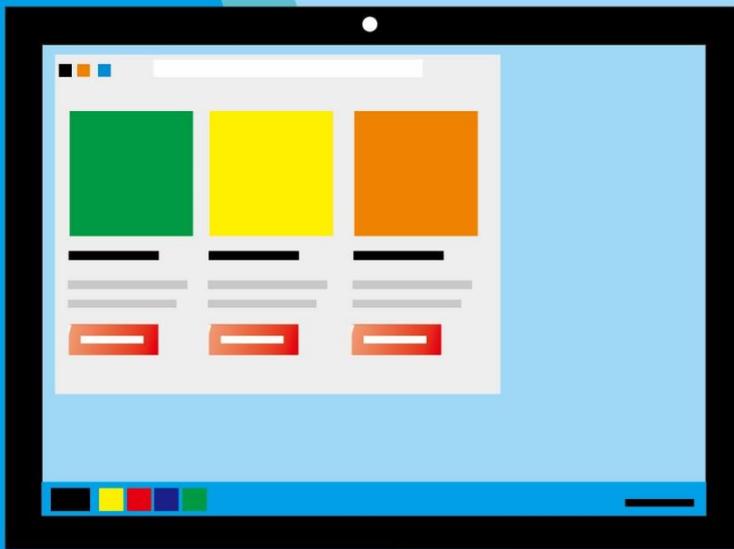
Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.  
NIP. 196611181994031001

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

# MODUL

## PENINGKATAN KAPASITAS UMKM BERBASIS APLIKASI DIGITAL



Penyusun  
Adhitya Rechandy Christian, S.E., M.M.  
Yuni Anggraeni

**UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN  
YOGYAKARTA**

## **PRAKATA**

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya serta kerja keras Penulis telah berhasil menyusun Modul Peningkatan Kapasitas UMKM Berbasis Aplikasi Digital yang bisa digunakan untuk panduan masyarakat umum untuk menciptakan sebuah peluang usaha yang mudah dilakukan oleh UMKM di masa pandemi ini. Kami mengucapkan terimakasih kepada LPPM UAD yang telah memberikan bantuan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat Non-Reguler sehingga kami dapat menyelesaikan modul ini dengan baik. Tak lupa kami ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu dalam penyusunan modul ini sehingga siap digunakan.

Kami menyadari bahwa dalam tulisan modul ini masih banyak kekurangannya. Kritik dan saran yang konstruktif sangat kami harapkan sebagai bahan pertimbangan untuk penyempurnaan modul ini di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 15 Februari 2021

Penulis

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN COVER</b> .....	i
<b>PRAKATA</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>BAB 1. PENGERTIAN BISNIS ONLINE</b> .....	1
A.    Pengertian Bisnis Online.....	1
B.    Pemasaran.....	3
C.    Internet Marketing.....	4
D.    Komponen Bisnis Online.....	5
E.    Cara Kerja Bisnis Online.....	8
<b>BAB 2. WEBSITE</b> .....	9
A.    Pengertian Website.....	9
B.    Manfaat Website.....	10
C.    Unsur-Unsur Website.....	11
D.    Jenis-jenis Website.....	14
<b>BAB 3. E-MAIL</b> .....	17
A.    Manfaat E-Mail.....	17
B.    Klasifikasi E-Mail.....	18
<b>BAB 4. MEDIA SOSIAL</b> .....	15
A.    Klasifikasi Media Sosial.....	17
<b>BAB 5. PEMASARAN DIGITAL</b> .....	20

# **UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

## **MODUL**

Peningkatan Kapasitas UMKM Berbasis Aplikasi Digital

**Adhitya Rechandy Christian, S.E., M.M. & Yuni Anggraeni**

# 1

## PENGERTIAN BISNIS ONLINE

Bisnis Online yang saat ini sedang marak dan banyak digunakan oleh konsumen terlebih di masa pandemic saat ini memberikan peluang yang besar bagi siapapun yang ingin menjalankan kegiatan tersebut. Bisnis online saat ini banyak ditekuni oleh generasi muda di Indonesia dan mungkin sudah sering terdengar oleh kita beberapa tokoh pemain Bisnis Online seperti Atta Halilintar yang sebagai seorang blogger kemudian menjadi youtuber dan memiliki penghasilan yang fantastis dari kegiatan tersebut. Contoh lain Almeyda Nayara seorang pengusaha cilik yang masih berusia 10 tahun berhasil menjalankan bisnis online berjualan slime menggunakan media youtube dan berhasil mendapatkan omzet puluhan juta per bulan, dan ada lagi seorang penyandang disabilitas yang berhasil menjalankan bisnis online menggunakan platform Amazon.com yaotu Habibie Afyah serta banyak lagi para pemain bisnis online yang memang menjadi trend saat ini.

### A. PENGERTIAN BISNIS ONLINE

**L.R. Dicksee** menjelaskan bahwa Bisnis merupakan aktivitas yang memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang melakukan atau pihak yang berkepentingan atas terjadinya aktivitas tersebut. Sedangkan menurut **Fikri dan Christian (2020)** Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk menciptakan nilai dari sebuah produk, baik barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan. Seluruh kegiatan bisnis tentu saja memiliki fungsi untuk membuat suatu produk yang awalnya kurang bernilai menjadi bernilai tinggi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Sedangkan Bisnis Online menurut **Dedik Kurniawan** mendefinisikan bahwa bisnis online merupakan kegiatan yang menggunakan fasilitas jaringan internet untuk

melakukan kegiatan bisnis. Berdasar pada pengertian tersebut, secara prinsip dapat kita pahami bahwa bisnis online dan bisnis konvensional memiliki pengertian yang sama hanya saja pada aktivitas bisnis online terdapat penggunaan media internet dalam melakukan kegiatan bisnis. Adapun aktivitas bisnis online tersebut dapat meliputi transaksi jual beli, penyediaan jasa online dan berbagai aktivitas bisnis lainnya yang menggunakan media *online*.

Penggunaan perangkat digital dan internet dalam kehidupan sehari-hari telah menciptakan trend baru di masyarakat. Karena itulah, era ini disebut pula dengan era digital, di mana perangkat digital telah merambah ke setiap aspek kehidupan masyarakat. Kecepatan, kepraktisan, dan kemudahan yang ditawarkan oleh perangkat digital dan jaringan internet telah membuat sebagian besar aktifitas kita seperti: komunikasi, hiburan, pembelajaran, dan tentu saja bidang bisnis pun mulai banyak dipengaruhi dan bergantung kepada keberadaan perangkat digital dan internet yang berada di genggaman kita. Di bidang bisnis, transaksi jual beli barang dan jasa secara online sudah menjadi gaya hidup di masyarakat, terutama di kalangan menengah ke atas dan generasi milenial. Frekuensi transaksi bisnis online melalui blog, web, marketplace, dan sosial media meningkat secara signifikan. Masyarakat mulai menikmati kemudahan berbelanja di rumah. Hanya dengan memiliki telepon genggam dan akses internet, kita dapat berbelanja kebutuhan apapun di mana saja dan kapan saja. Keberadaan layanan transaksi pembayaran secara online pun semakin membuat transaksi bisnis online menjadi mudah dan cepat. Hal ini tentu saja membuka peluang yang besar bagi siapa saja untuk ikut menjadi praktisi bisnis online dan meraup keuntungan yang besar di bisnis ini.

## **B. PEMASARAN**

Aktivitas bisnis online erat dengan aktivitas pemasaran, sehingga aktivitas ini tidak dapat dipisahkan, pemasaran menurut beberapa ahli memiliki pengertian sebagai berikut:

**Philip Kotler:** Pemasaran adalah suatu proses sosial individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan penawaran serta secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan lainnya.

**W. Stanton:** Pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk membuat rencana, penetapan harga, peningkatan penjualan, dan distribusi produk untuk kepuasan konsumen baik yang sudah menjadi pelanggan maupun belum.

**Basu Swasta D.:** Pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha untuk perencanaan, penetapan harga, promosi dan distribusi barang jasa atau ide kepada pasar untuk mencapai pasar sasaran.

Berdasar pada pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu keseluruhan system dari kegiatan bisnis yang bertujuan untuk perencanaan, penentuan harga, promosi dan distribusi barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

### **C. INTERNET MARKETING**

Pelaku bisnis saat ini mulai menggunakan konsep internet marketing, apalagi di era pandemic seperti ini, sehingga konsep internet marketing dalam bisnis online merupakan hal pokok yang harus kita kuasai untuk menjawab tetap bertahan dalam bisnis dalam pembatasan aktivitas sosial serta untuk menjawab tantangan kedepan dalam bisnis di era digital. Istilah internet marketing berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti pemasaran internet dan dapat kita tarik pengertian pemasaran yang dilakukan melalui media internet. Definisi mengenai apa itu internet marketing atau periklanan dalam jaringan (*daring*)/ *online advertising*) adalah sebuah bentuk dari pemasaran dan periklanan melalui atau menggunakan media *online* atau internet untuk mengirimkan pesan-pesan promosi suatu produk atau jasa kepada konsumen. Istilah *internet marketing* ini juga dikenal sebagai *e-marketing*, *digital marketing*, *online marketing*, dan beberapa nama lainnya.

Berikut ini merupakan contoh konsep *internet marketing* yang sering kita temukan dalam bisnis online:

#### **1. Internet Marketing melalui Website**

Situs Web (*website*) banyak menjadi andalan pebisnis untuk membantu memajukan bisnisnya. Banyak sekali website yang bertebaran di media internet yang dapat kita jumpai yang memberikan penawaran-penawaran produk yang mereka jual. Aktivitas pemasaran melalui situs web ini masuk kategori *internet marketing*. Keberadaan website dengan dukungan optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) terbukti sangat baik dalam mempromosikan produk yang dijual oleh pelaku bisnis online sehingga mampu meningkatkan jumlah konsumen dan transaksi bisnis pada website tersebut.

#### **2. Pemasaran di Media Sosial**

Media social saat ini merupakan hal yang sangat lazim kita jumpai dan rata-rata saat ini masyarakat di Indonesia sudah memiliki akun media sosial untuk menjalin komunikasi

dengan teman, keluarga, rekan sejawat, maupun rekan bisnisnya. Ada banyak *Platform* media sosial yang sering kita jumpai seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok dan yang sangat familiar dengan Handphone yang kita miliki yaitu Whatsapp yang telah dimanfaatkan oleh individu maupun perusahaan untuk dijadikan sebagai media promosi atau media pemasaran produk dan layanan jasa.

Media sosial sangat potensial dan efektif untuk meningkatkan skala bisnis karena dapat menjangkau pangsa pasar atau calon konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah, bahkan gratis.

### 3. Pemasaran Melalui *Marketplace*

*Marketplace* adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya, dalam hal ini *Marketplace* adalah pihak yang bertindak sebagai orang ketiga atau perantara dalam aktivitas transaksi *online* dengan cara menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Gambaran *marketplace* seperti swalayan yang dapat kita sewa lapaknya untuk kita gunakan sebagai tempat berjualan, hanya saja ruang yang digunakan adalah ruang *online* atau dapat dikatakan *marketplace* adalah *departement store* secara *online*. *Marketplace* adalah salah satu platform yang paling banyak digunakan untuk berjualan *online* di Indonesia. Contoh *marketplace* yang sering kita jumpai adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Olx dan lain-lain, bahkan saat ini media sosial seperti Facebook pun menyediakan kategori *marketplace* yang dapat digunakan untuk tempat jual beli. Namun facebook hanya menyediakan lapak namun tidak menyediakan layanan pembayaran.

---

## D. KOMPONEN BISNIS ONLINE

Bisnis Online memiliki beberapa komponen utama untuk mendukung kegiatan dan menciptakan terjadinya hubungan antara penjual dan pembeli.

## 1. **WEBSITE**

Website adalah media promosi yang paling populer yang digunakan pada aktivitas bisnis online. Website adalah kumpulan halaman yang saling berkaitan satu sama lain dan masing-masing halaman dihubungkan dengan *hyperlink*. Pada umumnya, tujuan pembuatan website adalah untuk mendatangkan pengunjung potensial sebanyak banyaknya agar memperoleh informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen.

## 2. **EMAIL MARKETING**

Email marketing digunakan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan atau klien dengan tujuan mengingatkan pelanggan tentang produk yang ditawarkan. Ketika pelanggan memerlukan produk yang ditawarkan. Email *marketing* ini biasanya berisi materi promosi yang ditujukan kepada pelanggan melalui email.

## 3. **KONTEN MARKETING**

Konten marketing adalah alat yang digunakan untuk menarik prospek dari pelanggan potensial untuk membuka *website*, toko *online* maupun blog. Bentuk dari konten *marketing* ini dapat berupa artikel, blog, *how-to*, *e-book*, presentasi, video, audio, maupun *podcast*. Konten yang bagus, menarik dan berkualitas akan meningkatkan kepercayaan dan mempererat hubungan antara pemilik konten dan penonton (*viewers*) dan dapat meningkatkan rating pengunjung.

## 4. **SOSIAL MEDIA MARKETING**

Sosial media *marketing* adalah sebuah media *online* yang para penggunanya bisa ikut berpartisipasi, berbagi mengenai produk yang ditawarkan. Media social merupakan alat promosi yang efektif karena dapat diakses oleh siapapun yang mengetahui akun media yang berlaku dengan jangkauan yang sangat luas hingga ke wilayah internasional.

## **5. SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)**

Mesin pencari adalah tempat pertama yang diakses oleh pelanggan untuk mencari informasi produk maupun jasa yang ditawarkan melalui internet marketing. Mesin pencari yang sering kita kenal adalah Google. Dengan memasukkan kata kunci melalui google, kita dapat mencari apa yang kita perlukan. Kata kunci ini penting untuk ditentukan secara familial agar pelanggan dapat mencari website dengan cepat.

## **6. ONLINE PUBLIC RELATION (O-PR)**

*Online Public Relations* (O-PR) atau *PR on the net* atau *Cyber PR* adalah kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Media internet dimanfaatkan oleh PR untuk membangun merk (brand) dan memelihara kepercayaan public. Strategi PR online adalah dengan membidik situs berita dan komunitas online yang berorientasi khusus.

## **7. ONLINE ADVERTISING**

*Online adverstising* merupakan metode periklanan menggunakan *world wide web* yang bertujuan untuk menyampaikan pesan pemasaran dalam rangka menarik pelanggan. Tujuan iklan ada 2 yaitu branding dan sales, dalam hal ini media iklan dapat dipilih sesuai dengan target pasara dan anggaran seperti Google Adwords dan media sosial lainnya.

## **8. CONVERSION**

*Conversion* adalah teknik memetakan kunjungan sebuah website atau toko online. Penjual harus mampu menganalisis komposisi kunjungan, antara lain jumlah pengunjung, presentasi pengunjung yang menekan tombol pembelian, dan presentase pembeli.

## **E. CARA KERJA BISNIS ONLINE**

Sistem bisnis online berbeda dengan bisnis secara offline. Cara kerja bisnis online menggunakan tahapan yang sering disebut dengan konsep AIDA, Adapun konsep AIDA adalah sebagai berikut:

### **1. AWARENESS (KESADARAN)**

Penjual dalam hal ini membangun kesadaran konsumen dengan memasang iklan terlebih dahulu di media *online*.

### **2. INTEREST (KETERTARIKAN)**

Ketertarikan muncul setelah konsumen terbangun, konsumen akan mulai mencari tahu melalui mesin pencari di internet.

### **3. DESIRE (KEINGINAN)**

Kemunculan keyakinan pada konsumen sehingga berkeinginan untuk mencoba produk atau jasa dengan mencari keterangan lengkap tentang produk atau jasa tersebut melalui situs web.

### **4. ACTION (TINDAKAN)**

Tahap terakhir adalah penentuan dari pihak konsumen terhadap produk jasa yaitu berupa pembelian barang.

Untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen, dalam bisnis online, penjual perlu memberikan pembuktian berupa testimoni dari beberapa pihak tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, desain tampilan penjualan online juga harus menarik dengan menampilkan gambar atau foto yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan.

## 2

# WEBSITE

Website atau situs juga dapat diartikan sebagai kumpulan halaman pada media yang tersambung pada dunia maya internet atau yang kita kenal saat ini dalam jaringan (daring) yang menampilkan informasi data teks, data gambar gerak atau diam, data animasi, video, audio, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis. Website berbentuk suatu rangkaian halaman yang berkaitan dengan jaringan-jaringan halaman website (hyperlink). Website bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah dan isi informasinya hanya searah dengan pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website. Website dapat memberikan manfaat kepada penjual untuk meningkatkan nilai pada penjual untuk lebih maju dari orang yang belum memiliki website karena website mampu menyebarkan ide pada orang lain (seluruh dunia), menjual ide Anda (jika orang lain tertarik pada ide Anda maka ide tersebut dapat menghasilkan uang), melayani kepuasan para fans, dan mempunyai potensi jaringan lebih luas.

### A. PENGERTIAN WEBSITE

Website bisa juga disebut dengan WWW (World Wide Web) merupakan halaman informasi yang disediakan melalui internet yang dapat diakses diseluruh dunia. Website memiliki beberapa komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara, dan animasi serta konten yang menarik untuk dikunjungi melalui media internet. Halaman-halaman dari website akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut homepage. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, hyperlink-hyperlink yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

## **B. MANFAAT WEBSITE**

Menurut Zaki (2009), Website memiliki berbagai macam manfaat sesuai dengan tujuan dan jenis website yang dibangun. Namun Zaki (2009) menjelaskan bahwa secara garis besar, website memiliki manfaat sebagai berikut:

### **1. Media Promosi**

Website dapat dijadikan sebagai media promosi baik sebagai promosi utama atau sebagai mesin pencari (search engine) seperti toko online yang kita gunakan untuk mencari barang yang diinginkan melalui website tersebut.

### **2. Media Pemasaran**

Website dapat dijadikan sebagai media pemasaran, pada toko online atau system afiliasi yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, website merupakan media pemasaran yang sangat baik dibandingkan dengan toko offline. Dengan website, kita dapat membuka toko dan memajang produk yang kita miliki dengan biaya yang relatif lebih murah dan dapat beroperasi selama 24 jam, serta dapat diakses dimanapun kita berada asalkan memiliki akses internet untuk menjelajahi website.

### **3. Media Informasi.**

Website dapat digunakan sebagai media informasi produk yang kita tawarkan. Dan saat ini dengan adanya kemudahan dalam mengakses internet menggunakan smartphone, Website lebih mudah digunakan untuk mencari informasi daripada menggunakan media konvensional seperti televisi, radio, koran dsb.

### **4. Media Pendidikan**

Website juga dapat digunakan sebagai media Pendidikan untuk mengakses artikel ilmiah, jurnal ilmiah, atau konten yang berkaitan dengan informasi ilmiah.

## 5. Media Komunikasi

Website juga dapat digunakan sebagai media komunikasi antar forum. Banyak forum yang tersedia di dalam website sebagai contoh kaskus. Forum tersebut dapat digunakan untuk saling berbagi informasi dalam membantu pemecahan masalah tertentu.

## 6. Media Transaksi.

Website dapat menghubungkan transaksi antara perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu menggunakan transaksi elektronik menggunakan system yang sudah diatur oleh penyedia layanan transaksi elektronik.

## C. UNSUR-UNSUR WEBSITE

Website memiliki beberapa unsur yang digunakan untuk menunjang sistem yang ada pada website

### 1. Nama Domain (*Domain name/ URL-Uniform Resource Locator*)

Pengertian nama domain atau biasa disebut dengan domain name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*. Nama tersebut bersifat permanen di situs internet.

Domain memiliki beberapa nama yang sering digunakan dan memiliki dua spesifikasi yaitu (1). Generic Domains, dan (2). Country Specific Domains.

#### a) *Generic Domains.*

*Generic Domain* merupakan nama domain yang berakhiran dengan .com (baca dot com), .org, .edu, .mil, .gov. Domain-domain tersebut disebut sebagai top level domain yang tidak berafiliasi pada organisasi atau Lembaga lainnya sehingga siapapun dapat membuat website dengan domain tersebut. Maksud dari nama-nama domain tersebut dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel 2.1. Keterangan Identitas nama Domain**

No.	Identitas Domain	Nama Domain	Keterangan
1.	.com	commercial	Domain yang digunakan untuk kegiatan komersial
2.	.org	organization	Domain yang digunakan untuk organisasi atau lembaga non-profit
3.	.edu	education	Domain yang digunakan untuk kegiatan pendidikan
4.	.mil	military	Domain yang digunakan untuk kegiatan yang bersifat militer
5.	.gov	government	Domain tersebut dapat digunakan untuk Lembaga pemerintahan

**b). Country Specific Domains.**

*Country Specific Domain* merupakan domain yang sudah menggunakan identitas khusus suatu negara. Sebagai contoh seperti .id (baca dot id) domain yang digunakan untuk kode Negara Indonesia, .uk (United Kingdom), .jp (Jepang). Dsb. Maksud dari kode domain tersebut adalah apabila dalam domain tertulis .id maka menandakan bahwa website tersebut beraktiitas di Indonesia.

**Tabel 2.2. Keterangan Identitas nama Domain**

No.	Identitas Domain	Nama Domain	Keterangan
1.	.go.id	Government	Domain yang digunakan untuk institusi pemerintahan di Indonesia
2.	.ac.id	Academy	Domain yang digunakan untuk Lembaga Pendidikan di level perguruan tinggi
3.	.sch.id	School	Domain yang digunakan untuk lembaga Pendidikan di level sekola dasar, menengah dan atas.
4.	.mil.id	military	Domain yang digunakan untuk militer yang ada di Indonesia
5.	.net.id	network	Domain yang digunakan untuk penyedia layanan jasa telekomunikasi atau jaringan

## **2. Web Hosting**

Web Hosting dapat diartikan sebagai rumah yang terdapat dalam hard disk untuk menyimpan data, file, gambar, video dan berkas lainnya yang ditampilkan dalam website. Hosting dapat dimiliki melalui perusahaan penyedia layanan web hosting termasuk besaran hosting yang akan dimiliki oleh pemilik website.

## **3. Scripts Program**

Script Program (Bahasa Program) adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah yang digunakan dalam website pada saat website diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah website. Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat website semakin dinamis, dan interaktif serta terlihat bagus. Bahasa program mendukung pengembangan kualitas website. Jenis-jenis bahasa program yang banyak dipakai para desainer website antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, *Java Scripts*, *Java applets* dsb. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya situs. Bahasa program ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri. Bahasa program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, e-mail, mailing list, dan lain sebagainya yang memerlukan *update* setiap saat.

## **4. Desain Website**

Desain website yang baik dapat menentukan penilaian pengunjung yang melihat website, semakin baik kualitas desain website maka ketertarikan pengunjung dalam melihat website semakin besar. Pembuatan desain web dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa desainer website.

#### **D. JENIS-JENIS WEBSITE**

Website bersifat Statis dan Dinamis, Website yang statis dapat digambarkan bahwa website tersebut kontennya bersifat konstan dan sama, tidak banyak perubahan. Website statis biasanya hanya digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi dasar seperti alamat, kontak dan profil dari perusahaan. Website dinamis, sesuai dengan namanya website tersebut bersifat dinamis dan konten yang ada selalu di update secara berkala. Website dinamis lebih mudah dikelola dibandingkan dengan website statis.

Website memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan tujuan website tersebut dibuat. Adapun jenis website adalah sebagai berikut.

1. *Website Search Engine.*

Website search engine (mesin pencari) merupakan website yang digunakan untuk mencari website lainnya. Search engine ini akan membantu pengguna untuk menemukan informasi yang diinginkan dan search engine secara otomatis akan membantu menyimpan data situs yang kita cari. Search engine juga membantu mencari informasi-informasi yang serupa sesuai dengan masukan yang diinginkan oleh pengguna. Mesin pencari yang sangat familiar yang sering digunakan adalah google.

2. Website Social Networking
3. Website Forum
4. Website Berita
5. Website Portal
6. Website Galerry
7. Blog
8. Website E-Commerce
9. Website Learning
10. Website Cloud.

# 3

## E-Mail

Email merupakan fasilitas komunikasi yang tersedia dalam internet yang digunakan untuk mengirim pesan atau surat yang dapat melampirkan dokumen, gambar, atau video secara elektronik melalui internet untuk dikirimkan ke penerima email yang berada di seluruh jangkauan internet.

### A. MANFAAT EMAIL

#### 1). Menerima dan Mengirim Pesan Elektronik

Seperti yang dijelaskan sebelumnya email adalah fasilitas untuk pengirim pesan atau surat elektronik sehingga manfaat utama adalah untuk mengirimkan dan menerima pesan maupun dokumen lainnya.

#### 2). Identitas Diri

Di dunia maya, email menjadi identitas yang digunakan untuk berkomunikasi di dunia maya. Email juga menjadi syarat untuk mendaftarkan diri pada website, social media maupun media lainnya yang digunakan untuk mengakses media tersebut.

### B. KLASIFIKASI E-MAIL

Email memiliki beberapa klasifikasi yaitu:

#### 1). Pop Mail.

Pop Mail adalah E-mail berbasis SMTP/POP (*simple Mail Transfer Protocol/Post Office Protocol*) email ini dapat diakses secara offline namun tidak dapat diakses di sembarang tempat. Sehingga ada pada tempat sendiri yang terkoneksi dengan server SMTP/ POP Mail.

## **2). E-Mail Berbasis Web.**

Email ini merupakan email yang biasa digunakan dengan cara mengakses website menggunakan browser seperti google chrome, mozilla firefox. Untuk mengakses email ini harus menggunakan koneksi internet. Contoh dari email berbasis web ini seperti Gmail.

# 4

## MEDIA SOSIAL

Media social saat ini sudah sangat familiar di kalangan masyarakat untuk mendapatkan informasi, berita atau mencari hiburan pada social media tersebut. Whatsapp, Instagram, Twitter, dll. Secara pengertian, media social merupakan media online yang digunakan untuk mendukung interaksi social dengan bantuan teknologi berbasis web.

### A. Klasifikasi Media sosial

Media social merupakan media dengan kecanggihan teknologi dengan berbagai macam bentuk layanan, dapat berupa majalah, forum, internet, gambar, foto dsb. Media social memiliki beberapa klasifikasi. Adapun klasifikasi social media adalah sebagai berikut:

#### 1. Proyek Kolaborasi

Situs web mengizinkan penggunaanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di situs web ini. Contohnya: Wikipedia.

#### 2. Blog dan Mikroblog

Pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini, seperti curhat (curahan hati) atau kritik terhadap kebijakan pemerintah. Contohnya: Twitter.

#### 3. Konten

Para pengguna situs web ini saling berbagi konten-konten media, seperti video, gambar, dan buku-el (buku elektronik). Contohnya: YouTube.

#### 4. Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang di dalamnya terdapat "izin" bagi pengguna untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa berbentuk foto-foto atau video. Contohnya: Facebook.

#### **5. Virtual Game World**

Dunia permainan virtual, merupakan replikasi "lingkungan" 3D (tiga dimensi), user atau pengguna bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan dan dapat berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya: permainan daring (online game).

#### **6. Virtual Sosial World**

Dunia virtual sosial, yang di dalamnya seorang pengguna merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan lain orang. Namun, Virtual sosial world sifatnya lebih

**5**

## **PEMASARAN DIGITAL**



**Contoh Brand Produk**

Brand merupakan identitas produk atau jasa yang dapat membedakan suatu produk dengan produk lain yang sejenis. Branding adalah proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi (Anholt, 2003:5). Branding dapat digunakan sebagai alat komunikasi antara produsen dengan konsumen dalam menawarkan produk. Fungsi dari branding diantaranya dapat menanamkan citra didalam produk yang dijual. Tujuan utamanya yaitu membentuk persepsi, membangun kepercayaan dan membangun citra atau brand.

Pembuatan nama brand, perlu memperhatikan beberapa hal agar tujuan branding tercapai. Tips membuat brand yaitu:

**1) Menarik**

Konsumen akan menilai pertama kali pada penampilan, maka diperlukan tampilan yang menarik. Tampilan yang menarik akan menambah nilai pada sebuah produk.

## **2) Ringkas, mudah diingat dan diucapkan**

Pengucapan brand disarankan agar menggunakan kata yang mudah diingat, berkesinambungan dengan produk, dan menggambarkan sebuah produk. Ringkas bukan berarti tidak menarik, perlu adanya desain agar sebuah brand yang ringkas terlihat menarik. “Abonku” adalah brand dari produk abon jamur tiram dan abon lele. “Abonku” berasal dari gabungan kata Abon dan aku. Abon merupakan penggambaran dari produk abon yang sederhana tetapi menarik, dan “ku” menggambarkan bahwa abon ini dapat dinikmati oleh semua kalangan dan memberikan rasa dimiliki konsumen.

### **Tips Mendesain Brand**

#### **1) Pemilihan font huruf dan warna**

Font huruf yang digunakan harusnya mudah dibaca namun tetap estetik. Pemilihan font juga perlu disesuaikan dengan gambaran logo brand dan warna. Warna memiliki arti-arti tertentu, untuk itu pemilihan warna juga berpengaruh dalam desain. Berikut beberapa arti warna:

- a) Merah: berani, cepat
- b) Oranye: kesenangan, keaktifan, energi
- c) Kuning: kebahagiaan, persahabatan
- d) Hijau: natural, tumbuh, seimbang
- e) Biru: pengetahuan, keamanan, percaya
- f) Coklat: serius, keandalan, duniawi
- g) Putih: bersih, perdamaian, kemurnian
- h) Hitam: formalitas, mewah

- i) Abu-abu: ketenangan, kedewasaan
- 2) Komposisi warna

Dalam memilih komposisi warna, hendaknya memilih warna-warna yang senada dan menggambarkan sebuah produk.

- 3) Sederhana atau kompleks
- 4) Sesuai dengan produk

## **B. PACKAGING**

Packaging (kemasan) produk dapat digunakan sebagai daya tarik terhadap pembeli. Selain itu, kegunaan kemasan juga untuk melindungi makanan yang terdapat didalamnya agar terhindar dari kerusakan dan tetap menjaga kualitas serta terjaminnya kebersihan makanan tersebut.

Merk digunakan sebagai pembeda produk kita dengan produk lainnya, selain itu merk juga dapat digunakan sebagai identitas usaha dan juga sebagai ciri khas produk.

Label digunakan untuk memberikan informasi tentang produk kita untuk menjelaskan dengan baik dan jelas mengenai produk yang kita pasarkan, agar dapat meyakinkan konsumen untuk membelinya.

Kemasan yang baik akan menarik minat pembeli, menggunakan warna yang cerah akan menonjol di bandingkan dengan produk yang lain Ketika diletakkan di etalase sebuah toko dan mudah terlihat oleh pembeli. Selain itu, bentuk instrument kemasan mulai dari, warna, bentuk tulisan, nama merek, ukuran, serta jenis bahan kemasan yan digunakan akan mempengaruhi pembeli dalam memilih sebuah produk. Contohnya yaitu produk abon jamur, dengan kemasan berbahan aluminium foil yang kedap udara akan memberikan perlindungan maksimal terhadap makanan

didalamnya, karena bakteri akan sulit tumbuh, kemasan yang lebih kuat, tahan air dan juga tahan terpaan sinar matahari akan memberikan keunggulan serta meyakinkan pembeli bahwa produsen mengutamakan standar kualitas produk mereka sampai ketangan pembeli, kemasan juga dapat diberikan logo atau symbol dari makanan yang ada didalamnya agar memudahkan pembeli dalam memilih produk serta menambah nilai keindahan atau daya tarik. Kemudian bentuk tulisan yang menarik juga menambah nilai plus bagi sebuah produk.

Informasi pada label kemasan sebuah produk di buat dengan jelas dan lengkap. Karena konsumen butuh keyakinan dalam membeli sebuah produk, misalnya dari segi Kesehatan dengan menyertakan produk yang terdaftar pada dinas Kesehatan atau lembaga terkait akan meyakinkan pembeli bahwa produk tersebut aman dan telah melalui uji klinis kelayakan makanan, menyertakan tanggal kedaluarsa sebagai informasi batas aman konsumsi produk tersebut, menyertakan bahan yang digunakan, saran penyajian sebagai cara untuk mengkonsumsi makanan tersebut dengan berbagai cara atau sebagai campuran makanan lainnya, mencantumkan merek sebagai pembeda dan sebagai ciri khas serta identitas produk, menyertakan logo atau gambar sebagai penambah nilai estetika atau keindahan dan keunikan produk kita dengan yang lain, menggunakan warna yang cerah, simple tapi menarik agar menarik mata para pembeli karena hal pertama yang konsumen lakukan Ketika memilih suatu produk adalah bentuk kemasannya, kemudian kandungan dan informasi yang tertera dalam produk tersebut, kemudian kelayakan atau sertifikat Kesehatan dan kelayakan makanan.

Merek dapat di tulis menggunakan huruf yang wajar, jelas dan ukuran yang pas dengan lebar atau ukuran kemasan. Merek dapat diambil dari nama bahan produk

tersebut, misal produk abon jamur dengan nama merek “abonku” menjelaskan secara singkat namun jelas bahwa isi dari kemasan tersebut adalah abon. Dan juga tidak terlalu panjang agar tidak membingungkan pembeli.

Jenis kemasan yang digunakan haruslah sesuai dengan makanan yang di produksi. Contoh: abon jamur dan lele cenderung makanan basah. Maka jenis kemasan yang di gunakan adalah yang kedap udara untuk mencegah tumbuhnya jamur dan bakteri, kemudian yang mampu melindungi makanan tersebut dari air yang menyebabkan kerusakan kemasan dan berimbas ke rusaknya makanan, kemudian yang dapat melindungi makanan tersebut dari bau bau menyengat seperti bensin, durian dll agar tidak mempengaruhi rasa dari makanan itu, kemudian yang tertutup dengan rapat agar debu dan kotoran tidak dapat masuk, kemudian tahan sinar matahari agar warna kemasan tidak mudah pudar, kemudian yang tahan lama agar Ketika disimpan tidak cepat rusak. Maka rekomendasi terbaik dari kriteria diatas untuk kemasan sejenis abon adalah yang berbahan aluminium foil yang kuat, kedap udara, tahan air dan debu, serta tidak mudah pudar akan terpaan sinar matahari.

Sementara itu, untuk jenis kemasan sayuran agar menggunakan kemasan yang tipis dan transparan, agar pembeli dapat mengetahui langsung kesegaran sayur didalam kemasan tersebut, kemudian agar tidak terlalu kedap udara dan panas yang menyebabkan sayur mudah layu, serta yang tidak terlalu rapat agar sirkulasi udara dalam kemasan tetap lancar sehingga sayur tidak cepat membusuk.

Harga produk juga di sesuaikan dengan berat konten isi makanan, ukuran sedang, kecil atau besar juga agar dapat di sesuaikan dengan baik sehingga kesan mahal namun isi yang sedikit tidak melekat di benak pembeli.

Kemasan berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen terhadap suatu produk. Informasi yang jelas dan meyakinkan akan memberikan kepercayaan terhadap konsumen untuk memilih produk tersebut, kemudian warna kemasan juga akan menentukan daya tarik pembeli untuk memilih produk kita, kemudian design kemasan yang menarik juga akan menjadikan produk kita unik dan berbeda dengan produk yang lain. Simple tapi elegan adalah moto sebuah kemasan dimana informasi lengkap namun tidak membingungkan pembeli istilahnya singkat tapi jelas. Dan juga Ketika di jual di marketplace atau online shop juga kemasan yang menonjol cenderung akan di lirik oleh pembeli, terutama warna, logo, label, jenis huruf yang digunakan. Konsumen online akan menilai produk kita dari kemasan karena tidak dapat menyentuh secara langsung jadi butuh keyakinan untuk memilih atau membeli produk yang kita pasarkan.

Kemasan juga memiliki beberapa jenis, ada tiga jenis kemasan yaitu:

a) Kemasan Fleksible

Kemasan fleksible adalah salah satu bentuk kemasan yang bersifat fleksible yang dibuat dari aluminium foil, selopan, metalized film dan dibuat satu lapis atau lebih atau tanpa bahan thermoplastic ataupun bahan perekat yang lain.

Kemasan fleksible juga tentu memiliki kelebihan dan kekurangan dalam plastic kemasan, karena unruk meningkatkan permintaan dari konsumen tentu produsen makanan dan minuman pasti terus mencari cara untuk meningkatkan dan menciptakan nilai plus bagi setiap produk mereka. Selain itu kita harus memastikan bahwa kemasan produk yang kita gunakan sesuai dengan produk yang dibuat. Berikut kelebihan dan kekurangan kemasan plastik ( kemasan Fleksible ) :

1) Kelebihan

- Daya tahan plastic lebih lama, sehingga produk lebih awet.  
Kemasan plastik mempunyai daya tahan yang cukup lama, bahkan kemasan plastik jika di lempar tidak mudah pecah.
- Kemasan tidak mudah rusak  
Jangka waktu penggunaan kemasan plastic cenderung lebih awet di bandingkan dengan kemasan kertas yang cenderung lebih cepat rusak maupun robek.
- Fleksible dan mudah di bentuk  
Berkah plastik sangatlah fleksible dan mudah dibentuk. Bahan tersebut dapat memicu produsen untuk mengubah ke berbagai macam bentuk contohnya seperti tabung,wadah dan sesuai dengan gaya yang dibutuhkan.
- Mudah di simpan dan di bawa kemanapun  
Kemasan plastik ini cenderung lebih mudah untuk dibawa kemana saja dan tidak membutuhkan ruang yang banyak sehingga tidak membutuhkan biaya yang banyak untuk transportasi.
- Bisa lebih menahan cuaca panas maupun dingin  
Kemasan fleksible ini bisa lebih tahan dnegan cuaca baik panas maupun dingin, dengan seperti itu maka makanan atau produk di dalamnya tidak perlu di khawatirkan.
- Dapat di cetak menggunakan tinta  
Lalu kemasan fleksible ini juga memungkinkan untuk di cetak dengan desain grafis. Cetakan yang bagus dan mempunyai

kualitas yang cukup tinggi dapat meningkatkan jumlah permintaan produk tersebut.

## 2) Kekurangan

- Tidak mudah untuk di uraikan.

Semua plasti tidak mudah terurai secara alami, maka plastik tidak bisa di serap langsung dengan cepat oleh bumi karena tidak bersifat hayati. Justru sebaliknya, cahaya matahari dapat memisahkan plastic menjadi potongan-potongan kecil sehingga dapat mencemarkan lingkungan sekitar.

- Dapat mencemarkan lingkungan sekitar

Penelitian di Indonesia maupun luar negeri sudah banyak yang mengatakan di dalam hasil penelitian bahwa plastik adalah ancaman besar bagi lingkungan, bahkan mengisi lautan.

- Mudah menyerap bau dan rasa

Plastic biasanya ketika digunakan untuk menyimpan makanan cenderung lebih cepat menyerap bau dan rasa pada makanan yang di simpan di dalamnya. Tidak seperti wadah yang ketika di cuci bau dan rasanya akan hilang.

### b) Kemasan kaku (Rigid)

Kemasan kaku (Rigid) adalah kemasan yang bahannya menggunakan bahan keras dan kaku, contohnya gelas, logam, kaca, kayu dan lain sebagainya. Kemasan Rigid ini juga memiliki beberapa jenis, sebagai berikut:

## 1) Rigid Box

Rigid Box adalah cetak Box kemasan yang di buat dari bahan board dilapisi jenis kertas yang telah dicetak dan menghasilkan cetakan yang lebih menarik dan terlihat kokoh. Maka dari itu konsumen tidak takut untuk meletakkan kemasan tersebut dimanapun karena kuat dan kokoh. Lalu bentuk Rigid Box ini memiliki beberapa variasi, hal itu tergantung dari kegunaannya dan mendapatkan hasil yang maksimal. Apa saja kegunaan Rigid Box adalah sebagai berikut :

- Menjaga Produk yang Dikemas

Jika menggunakan kemasan Rigit Box, membuat kemasan lebih terjaga. Hal itu dikarenakan box tersebut kuat dan kokoh sehingga terjamin keadaan produk di dalamnya. Maka dari itu banyak toko online shop yang menggunakan kemasan tersebut, karena ketika pengiriman lebih terjaga.

- Waktu pengemasan barang lebih cepat

Onlone shop yang sudah besar tentu berlimpah orderan setiap harinya. Oleh karena itu pasti membutuhkan waktu yang lumayan cukup lama untuk pengemasan. Maka dari itu bisa diatsi dengan menggunakan kemasan Rigid Box.

- Sebagai ajang promosi

Karena kemasan Rigid Box yang menarik maka dapat menarik konsumen untuk membeli produk online shop tersebut. Maka dari itu dapat memberikan kepuasan untuk konsumen maupun produsen.

## 2) Rigid Corrugated Box

Rigid Corrugated Box adalah bahan kertas yang bersifat keras, dan banyak dipakai oleh online shop juga. Karena pengerjaannya cukup mudah yang membutuhkan 3 sampai 5 hari pengerjaan. Hal tersebut tergantung pada kesulitan box tersebut. Box ini biasanya digunakan untuk produk yang kuantitasnya cukup berat dan besar. Contohnya kemasan Pizza ataupun makann yang lainnya.

## 3) Perbedaan Rigid Box dan Corrugated Box

Dari penjelasan rigid box dan Corrugated diatas disimpulkan bahwa kedua jenis box ini berbeda. Bisa dilihat bahwa kemasan Rigid Box hanya untuk mengemas produk yang sedikit atau kecil, sedangkan Corrugated untuk pengemasan produk yang lebih besar dan berat. Dari sisi keamanannya tentu saja tidak jauh berbeda namun ketahanannya tentu Corruagated lebih kuat karena berbahan tebal. Kedua kemasan ini memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing tergantung produk apa yang akan di kemas di dalamnya.

### 3.3 DIGITAL MARKETING

#### A. Pengertian Digital Marketing



##### 1) Digital Marketing

Pemasaran online atau Digital Marketing adalah kegiatan Branding sebuah produk atau jasa yang menggunakan berbagai media berbasis teknologi serta bertujuan untuk menyesuaikan perkembangan pasar sesuai dengan konsep pemasaran yang diharapkan seperti dapat berkomunikasi secara global tanpa ada batasan jangkauan dan mengubah mindset atau cara perusahaan yang melakukan bisnis dengan pelanggan.

Digital marketing merupakan cara pelaku bisnis mempromosikan sebuah produk dengan menggunakan media yang dapat menjangkau konsumen secara efisien dan kompatibel. jenis pemasaran online mencakup teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran online. Teknologi sekarang terus maju dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era sekarang dimana indonesia maupun dunia berada

pada posisi dimana media teknologi selalu hadir dimanapun dan kapanpun kita berada

Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari internet. Seperti misalnya para Marketing, narablog, blogger, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu. Dalam pernyataan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo). pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai hingga 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi. Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri

skala kecil. Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) meningkat dalam lima tahun terakhir.

Di era kemajuan teknologi ini kian menuntut pemasar untuk berpikir ke arah pemasaran dengan strategi low budget high impact. Kekuatan era ini mendorong pemasar, selain untuk mendapatkan pelanggan baru, tetapi juga berinovasi untuk mempertahankan pelanggan lama, apalagi yang berpotensi. Media sosial diciptakan sebagai sekelompok aplikasi berbasis online yang dapat mengembangkan daya pikir manusia terhadap pekerjaan apapun agar lebih mudah. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud dengan tujuan utama meraih (engage) masyarakat. Pemanfaatan digital marketing memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

- a) Target bisa diukur sesuai kebutuhan hidup serta pangsa pasar sesuai wilayah;
- b) Dalam pemasaran terdapat hasil yang cepat sehingga produsen cepat menanggapi;
- c) Adanya perbandingan biaya yang cukup signifikan;
- d) Tidak ada batasan jangkauan;
- e) Bisa diakses dimanapun dan kapanpun;
- f) Kepuasan pelanggan sangat mudah diketahui dan memudahkan pemasar dalam pemasaran;
- g) Promosi mudah dan terjangkau;
- h) Dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pelanggan menggunakan media sosial yang kita gunakan sehari-hari.

Pada pandangan lain, Pemasaran mempunyai kelemahan yaitu:

- a. Sangat Mudah di Plagiarisme;

- b. Penyalahgunaan oleh pihak tertentu;
- c. Adanya pandangan reputasi;
- d. Penggunaan Teknologi atau media digital belum di gunakan oleh semua kalangan.

## **B. Market Place**

### **1. Pengertian Marketplace**

Marketplace merupakan website atau aplikasi yang dapat memperjual belikan barang secara *online*. Proses jual beli online dari marketplace adalah salah satu alternatif yang sekarang sudah tidak diragukan lagi, karena hampir semua penjual sekarang telah menggunakan marketplace. Beberapa contoh *marketplace* adalah sebagai berikut :

#### Contoh Toko Online

##### **SHOPEE**



Shopee

**TOKOPEDIA**

Shopee adalah aplikasi *mobile commerce* berbasis *marketplace*, bergerak dibidang jual beli online dan dapat diakses dengan mudah menggunakan *smarthphone*. Shopee



**tokopedia**

Tokopedia adalah sebuah marketplace atau situs jual beli online yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan cara yang aman. Berbagai inovasi sudah banyak

## TANIHUB



TaniHub adalah e-commerce untuk hasil tani yang bertujuan untuk menghubungkan petani dengan berbagai jenis usaha dan end-user (pembeli). Sedangkan TaniFund adalah platform

### a. Cara Berjualan dengan Shopee

1. Buka aplikasi shopee.
2. Memiliki akun shopee.
3. Lengkapi profil toko pada akun di aplikasi shopee
4. Klik “saya” pada pojok kanan bawah.
5. Klik “toko saya” pada pojok kanan atas.
6. Klik “tambah produk baru” kemudian tambah foto > pilih ambil foto, galeri foto, atau dari instagram.
7. Lengkapi informasi produk yang akan dijual (nama produk, deskripsi produk, kategori, harga, stok, variasi, harga grosir jika ada, ongkos kirim, dan kondisi produk)
8. Klik “simpan” untuk menjual produk atau dapat klik “tampilan” untuk melihat produk di toko.

### b. Cara Berjualan dengan Tokopedia

1. Buka aplikasi tokopedia
2. Memiliki akun tokopedia
3. Klik “akun”
4. Klik “akun toko” kemudian buat atau masuk jika sudah memiliki akun toko

5. Klik “buka toko gratis”
6. Memasukkan nomor ponsel untuk verifikasi dengan OTP
7. Memasukkan nama lengkap pemilik akun yang sesuai dengan nama KTP
8. Mengisi nama toko dan domain
9. Mengisi survei singkat yang ada pada halaman tentang berjualan
10. Memasukkan alamat toko dengan lengkap dan benar

**c. Cara Berjualan dengan Tanihub**

1. Buka aplikasi tanihub
2. Memiliki akun tanihub
3. Klik “akun” pada pojok kanan bawah
4. Klik menu “menjadi mitra tanihub”
5. Membaca dan mempelajari persyaratan untuk menjadi mitra tanihub
6. Klik “ajukan sekarang”
7. Lengkapi informasi data yang diminta
8. Klik “ajukan” apabila data telah diisi
9. Tim tanihub akan menghubungi lebih lanjut melalui email yang telah didaftarkan, sehingga pastikan bahwa alamat email tersebut aktif



Gambar 11.1. Media Sosial

### C. Media Sosial

Media sosial adalah bentuk pembaruan dari web dengan menggunakan teknologi baru dengan sistem berbasis internet, yang mampu memberikan kemudahan bagi orang-orang dalam berkomunikasi, atau berbagi serta membuat jaringan secara online.

Media sosial memiliki jenis yang beragam yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Adapun beberapa media social populer yang banyak digunakan saat ini yaitu: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, TikTok maupun Blog. Media sosial tersebut memiliki keunikan dan kelebihan masing-masing. Setiap orang dapat membuat konten kreasi mereka melalui media sosial yang di inginkan. Menurut (Zarella, 2010) Twitter merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan dengan mudah, tidak membutuhkan waktu yang banyak serta informasi yang disampaikan cepat tersebar luas. Menurut (Madcoms, 2010) Facebook merupakan jejaring sosial yang dapat digunakan untuk menambah pertemanan dengan orang lain, tidak terbatas tempat dan mampu menghubungkan seluruh orang yang ada di dunia ini, Facebook sendiri memiliki fungsi yang dapat digunakan untuk berbagi video, foto dan berbagai hal menarik lainnya. Selain itu, Blog sendiri menurut (Heni, 2008) dapat di definisikan sebagai sebuah tempat dimana terdapat banyak artikel yang mampu di publikasikan atau di unggah untuk dapat dibaca oleh para pengguna internet, Blog sendiri memuat banyak informasi yang dapat dikelompokkan kedalam beberapa kategori atau hanya memuat satu kategori saja.

Berikut ini dapat dilihat ciri-ciri media sosial :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang tetapi lebih luas jangkauannya. Contohnya pesan melalui SMS ataupun *internet*.
2. Pesan yang disampaikan bebas atau tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Perkembangan media sosial sangat cepat dari hari-kehari, banyaknya pengguna media sosial yang kian bertambah membuat perusahaan teknologi berlomba-lomba dalam mengembangkan ragam media sosial yang mampu menarik minat pelanggan, selain itu juga semakin berkembangnya inovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang kian meningkat. Metode penyampaian informasi pun berubah dari zaman dahulu yang menggunakan Televisi, Radio, Koran atau Majalah yang membutuhkan waktu yang lama serta banyak tenaga yang diperlukan sekarang digantikan dengan adanya media sosial yang mampu memberikan efisiensi dan efektifitas dalam membantu menyebarkan informasi yang disampaikan, sekaligus sebagai tempat unjuk kreatifitas antara satu orang dengan orang lain untuk mengembangkan hobi, minat dan bakat mereka. Ada banyak sekali keuntungan yang didapatkan oleh para pengguna media sosial yang dapat dimanfaatkan apabila para pengguna mampu menggunakan untuk hal yang positif dan menciptakan peluang baru. Namun, disamping banyaknya manfaat itu ada pula kerugian yang terdapat di media sosial itu sendiri, seperti pencurian data pribadi, penipuan dan hal-hal negatif yang lainnya. Baik itu manfaat ataupun kerugian tergantung pada si pemakai apakah dapat menggunakannya dengan bijak atau ceroboh.

Para pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial yang tersedia saat ini untuk mengembangkan bisnis mereka. Di zaman digital seperti sekarang, banyak orang menghabiskan waktu untuk mengakses internet, karena hal tersebut juga sudah menjadi seperti kebutuhan pokok untuk banyak orang. Masing-masing orang tidak dapat lepas dari *gadget* dalam mobilitas sehari-hari. Hal itu membuka peluang besar untuk para pelaku usaha dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan, jejaring media sosial yang luas mampu menjangkau pemasaran produk yang lebih luas juga, pemasaran melalui media sosial juga memakan biaya yang lebih sedikit bila dibandingkan pemasaran konvensional seperti, baliho, spanduk, pamphlet dan lain sebagainya. Hal yang harus diperhatikan yaitu konten atau visual produk yang mereka pasarkan harus menarik dan mampu memikat pelanggan. Selain itu, banyak sekali jasa pemasaran produk melalui orang lain atau influencer media sosial yang sekarang dikenal dengan istilah (*endorsement*) untuk membantu produk lebih dikenal masyarakat luas.

Fungsi media sosial untuk bisnis:

1. Pemasaran produk lebih efektif dan efisien
2. Jangkauan produk yang lebih luas agar mampu dikenal oleh pelanggan
3. Kesempatan dalam mendapatkan pelanggan yang lebih banyak
4. Membantu merespon pelanggan dengan lebih cepat dan lebih baik
5. Kesempatan untuk mempopulerkan produk di media sosial

Contoh Sosial Media

## FACEBOOK



Facebook adalah sebuah [layanan jejaring sosial](#) berkantor pusat di [Menlo Park, California, Amerika Serikat](#) yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Per September 2012,

## INSTAGRAM



Instagram ( juga sering disebut IG atau Insta ) adalah sebuah aplikasi [berbagi foto](#) dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan [filter](#) digital, dan

### d. Cara Berjualan di Facebook

Facebook tidak hanya digunakan untuk menjalin pertemanan dengan orang lain saja, tapi bisa digunakan juga untuk berjualan. Berjualan di Facebook memiliki keuntungan yang besar karena lingkup pengguna Facebook sendiri hampir tersebar di seluruh dunia. Ada banyak konsumen yang dapat dijangkau dengan produk yang kita pasarkan, serta jangkauan pemasaran produk yang lebih luas. Facebook juga menawarkan kemudahan dalam proses pemasaran produk yang akan kita jual.

- a. Profil Facebook adalah laman dimana kita menampilkan identitas umum sebagai pengguna Facebook baik itu nama, alamat, status, pekerjaan, umur dan lain sebagainya.
- b. Group Facebook adalah tempat dimana para pengguna Facebook berkumpul atau membuat sebuah perkumpulan yang disebut anggota. Group Facebook ini memberikan akses bagi para anggota untuk membagikan postingan yang mereka inginkan. Masing-masing group

Facebook ini memiliki konten atau isinya sendiri-sendiri. Baik itu group berjualan, group pecinta film dan lain-lain.

- c. Pages Facebook adalah laman dimana para pemilik usaha dapat menempatkan atau mengunggah produknya di laman ini agar dapat dilihat oleh pengguna lain sehingga produk yang dipasarkan dapat lebih dikenal oleh pasar.

Layanan berjualan di Facebook juga ada yang berbayar, kita dapat memanfaatkan Facebook Ads untuk memasang iklan produk kita atau juga bisa melalui Online Storenya.

### **Perbedaan dalam Berjualan di Facebook**

Terdapat perbedaan dalam sistem berjualan di Facebook antara yang berbayar dan yang gratis, untuk dapat mengetahui perbedaan-perbedaan tersebut, dapat dilihat dibawah berikut ini:

Gratis:

- Target pembeli hanya terbatas pada pertemanan Facebook saja
- Iklan hanya muncul di dalam laman Facebook Pages dan tidak dapat muncul di beranda orang lain
- Jangkauan konsumen terbatas
- Tidak menjamin bahwa produk yang dipasarkan akan dilihat orang lain atau tidak

Berbayar:

- Target pembeli lebih luas karena tidak terbatas pertemanan saja
- Iklan dapat muncul di beranda dan dapat menjangkau lebih banyak orang untuk mengetahui produk yang kita pasarkan

- Jangkaun pemasaran produk yang lebih luas
- Lebih banyak orang yang dapat melihat produk kita

### **Cara Berjualan Gratis Di Facebook Profile**

Tentunya masing – masing orang punya cara dan strategi yang berbeda. Namun tujuannya adalah sama, agar produk nya dikenal dan terjual. Berikut ada Cara berjualan di facebook, sebagai berikut :

1. Membuat akun facebook asli. Dalam membuat akun facebook haruslah asli, dalam arti tidak membuat akun palsu. Nama yang digunakan pun nama sendiri. Karena tujuan ber facebook selain menambah pertemanan juga ada tujuan untuk mencitrakan diri serta produk yang kita jual. Maka jika akan berjualan di facebook, pakailah akun asli dan jangan dibuat – buat. Pakailah nama anda sendiri.
2. Memposting produk sekali. Akan lebih baik jika Anda tidak terlalu sering memposting produk. Artinya tidak terlalu berlebihan. Biasa saja, bisa kita memposting hal yang lucu atau yang bermanfaat untuk orang banyak. Hindari memposting mengenai Politik dan SARA, untuk menghindari ketersinggungan orang lain yang tidak sepaham dengan kita dan dapat menurunkan jumlah pembeli terhadap produk kita.
3. Buat jarak waktu antara status pribadi dan juga status jualan. Hal ini dilakukan, agar orang tidak bosan ketika membaca postingan kita. Mereka tidak terlalu banyak menerima info produk jualan di wall mereka. Salah satu cara adalah tidak runtutnya setiap postingan produk, ada jeda antara postingan yang bersifat pribadi maupun postingan yang bersifat komersil atau mencitrakan produk. Pada saat Anda melakukan

postingan pribadi, dapat juga anda masukkan soft selling dengan cara memberikan tanda pagar (#) dilanjutkan nama produk Anda atau kata kunci. Misalnya : #hijabmodern, #pasmina99, dll.

4. Memberikan komentar dan klik tombol Like pada status teman Anda. Jangan pelit untuk memberikan respon atau komentar di wall teman kita. Ketika ada teman dengan status curahan hati yang sedih, maka berikan respon sebagai bentuk penyemangat mereka. Jika teman sedang membutuhkan suatu jawaban akan pertanyaan yang disampaikan di wall mereka, maka cobalah untuk memberikan referensi jawabannya. Memberikan respon dengan klik tombol suka baik pada status kita sendiri atau status orang lain akan membuat postingan kita terupdate. Selain itu, respon dari teman kita pun pastinya juga bermanfaat. Mereka akan merasa diperhatikan juga.
5. Membuat status yang menarik tentang produk jualan kita. Status yang kita buat jangan terlalu formal, sampaikan dengan gaya bahasa sendiri yang lugas serta apa adanya. Mungkin juga bisa menggunakan bahasa daerah yang lucu, sehingga teman yang gak paham pun akan bertanya apa sih arti statusmu itu dan sebagainya. Intinya, cari perhatian mereka dengan membaca status tentang pencitraan produk anda dengan gaya bahasa yang menarik dan tidak selalu formal. Jangan lupa saat menuliskan status tentang produk Anda, lampirkan foto yang bagus mengenai produk Anda, bisa juga ditambahkan testimoni dari pengguna produk Anda. Sertakan juga diakhir postingan tanda pagar (#)

dilanjutkan nama produk Anda atau kata kunci. Misalnya : #hijabmodern, #pasma, dll.

6. Tambah teman sebanyak mungkin. Selalu menerima permintaan dari orang entah saya kenal atau tidak. Intinya adalah pikiran positif pada diri kita dalam menerima pertemanan tersebut. Semakin banyak pertemanan, maka akan semakin banyak yang mengenal diri kita dan akan berhubungan dengan produk yang kita jual.

### **Berjualan Di Facebook Groups**

Facebook Group sendiri berisi perkumpulan orang-orang yang menggunakan Facebook, para pelaku usaha dapat memanfaatkan fasilitas ini untuk membagikan produk yang mereka pasarkan. Sehingga para anggota yang berada didalam group dapat melihat postingan atau unggahan kita. Berikut ini cara yang dapat dilakukan untuk dapat berjualan di Facebook Group:

1. Bergabung dengan Group Facebook sebanyak-banyaknya, sehingga kita dapat membagikan atau memasarkan produk kita lebih luas lagi, kemudian memilih Group Facebook yang memiliki banyak anggota, dengan demikian maka akan semakin banyak orang atau pengguna Facebook yang mengetahui produk yang kita jual.
2. Memilih Group Facebook yang aktif berbagi, dengan demikian kita dapat mengetahui seberapa banyak anggota Group Facebook tersebut yang

akan menjangkau produk yang kita bagikan. Group Facebook yang pasif tidak akan membawa benefit bagi pemasaran produk kita.

3. Bagikan unggahan mengenai produk kita dalam group tersebut. Sertakan nama atau merk produk, deskripsi mengenai jenis produk yang kita jual, kemudiansertakan harga produk tersebut.
4. Mencantumkan kontak bisnis kita untuk memudahkan pembeli dalam memesan produk.
5. Jangan mengunggah produk secara bertubi-tubi karena dapat mengganggu anggota lain atau menyebabkan anggota lain merasa risi. Tetap ikuti aturan group yang berlaku karena jika tidak maka kita akan dikeluarkan dari group itu sendiri. Selain itu, Tindakan mengunggah secara bertubi-tubi atau bisa disebut spamming ini dapat menyebabkan akun kita di blokir oleh Facebook yang tentunya akan merugikan diri kita sendiri. Tetap mengutamakan adab dan sopan santun, sehingga orang lain pun tidak terganggu dengan kita.

### **Berjualan Facebook Page**

Facebook Page dapat digunakan untuk pemilik usaha yang ingin memperkenalkan produk mereka, fasilitas yang terdapat di Facebook Pages ini dapat meningkatkan jangkauan pemasaran serta menjadikan produk kita lebih populer dikalangan pengguna Facebook. Manfaat berjualan di Facebook Page:

1. Menampilkan brand atau merk kita agar membedakan dengan produk yang lain, tetapi perlu diingat bahwa penggunaan merk yang kita lakukan tidak melanggar atau menplagiasi merk dari produk lain.

2. Tidak terdapat Batasan pertemanan di Facebook Pages, berbeda dengan biasanya yang maksimal pertemanan dibatasi sebanyak 5.000 orang. Karena tidak ada batasan pertemanan maka peluang produk kita akan di lirik oleh pengguna facebook lain bisa semakin besar.
3. Keuntungan lainnya yaitu terdaftar di mesin pencari atau Google, sehingga orang-orang dapat mengakses laman Facebook kita melalui mesin pencarian tersebut. Selain itu hal tersebut juga memudahkan para konsumen untuk langsung mengunjungi situs laman Facebook kita agar lebih praktis.
4. Teman yang menyukai produk kita dapat membuat produk kita tampil di berandanya yang kemungkinan juga akan dilihat oleh pengguna lain yang berteman dengan teman kita. Ini sangat bermanfaat untuk membantu mengenalkan produk yang kita promosikan.

### **Berjualan Melalui Facebook Ads**

Facebook Ads merupakan layanan yang ditawarkan oleh Facebook bagi para pemilik usaha yang ingin mengiklankan produknya. Layanan ini adalah layanan berbayar dari Facebook yang didesain untuk membantu kita mempromosikan baik itu berupa produk atau jasa berdasarkan dengan pengguna Facebook mulai dari usia, jenis kelamin dan lokasi dari para pengguna.

## **e. Cara Berjualan Di Instagram**

### **1. Membuat akun instagram bisnis**

Jika belum mempunyai akun sintagram bisnis buatlah dan daftarkan diri, dengan cara sebgaai berikut :

- Downdload lah aplikasininstagram di playstore hp anda
- Lalu pilihlah sign up, masukkan data kalian misalnya email dll
- Jika sudah masuk ke dalam aplikasi instagram, scoll lah ke bawah dan pilih Bussines Account
- Setelah itu, jika ingin mengubah ke akun bisnis lakukan tiga cara di atas

### **2. Usernime dan Bio**

Jika ingin akun anda ditemukan dengan gampang maka samakan dengan yang ada di Bio instagram kalian.

Gunakan lah Bio anda untuk memberikan informasi tentang bisnis anda dan untuk memberikan informasi admin dan cara membeli.

### **3. Profil Akun Instagram**

Profil instagram biasanya berisi foto produsen, perusahaan, brand, logo dll. Dengan profil instagram maka orang-orang dapat lebih mudah mengenali produk anda.

### **4. Manage your Instagram Presence**

Untuk memiliki akun Instagram yang sukses, Anda harus bisa mempertahankan presence Instagram Anda. Untuk melakukan ini, Anda harus aktif di Instagram. Misalnya memposting vidio atau foto setiap beberapa waktu sekali.

## 2. Mengatur objektif Instagram Bisnis Anda

### strategi berjualan di instagram :

- meningkatkan permintaan
- Meningkatkan traffic ke website Anda
- Meningkatkan brand awareness
- Meningkatkan kepuasan pelanggan
- Membangun koneksi dengan influencers

### Strategi Konten Instagram

Untuk berjualan di intagram tentu juga mempunyai strategi saat mengonten

:

- Saat memposting  
Upload lah foto atau vidio dengan waktu yang teratur dan konsisten.  
Pilihlah jadwal hari, jam berapakah anda akan mempsoting produk tersebut.
- Tema konten  
Ketika memposting foto atau vidio berjualan, pilihlah tema dan konsep yang berbeda-beda agar tidak monoton dan selalu terlihat beda.  
Contohnya rumah, sawah, hotel, gunung, dll.
- Style di instagram bisnis anda  
Agar mudah di ingat dan mempunya khas yang bisa membedakan dari produk yang lainnya, carilah style yang menarik. Contohnya monokrom, bertema hewan dll.

### Tips untuk Membangun Instagram Bisnis Anda

Untuk berjualan di instagram tentu harus membuat para konsumen ketgaihan, tidak bosan, menarik dll. Maka dari itu berikut tipsnya :

- **Konsisten**

Pilihlah style yang terbilang konsisten agar konsumen mudah mengenali dan stay di produk anda. Misalnya menggunakan filter yang sama tetapi dengan konsep yang berbeda, itu akan menjadi ciri khas dari produk dan style instagram bisnis anda.

- **Gunakan brand hastag**

Walaupun instagram adalah media sosial yang visual tetapi pakaikan lah di setiap postingan anda dengan caption yang menarik yang enak di baca, atau berikan sedikit humor di dalam captionnya. Lalu penggunaan hastag juga penting untuk pemula agar cepat di lihat oleh konsumen.

- **Tetap perhatikan konsumen Anda**

Bisnis anda tidak akan maju jika konsumen tidak ada, maka layanilah pelanggan anda dengan baik. Lalu tetaplah membuat inovasi baru dan mempertahankan kualitas, agar pelanggan menjadi setia.

- **Jangan meremehkan caption**

Caption memiliki dampak yang cukup besar dalam produk pemasaran anda, jadi jangan meremehkan caption, jangan seperti menulis novel, cerpen, tetapi cobalah membuat dengan apa yang mungkin trand pada saat itu.

- **Buatlah vidio dan foto dengan album**

Buatlah dalam bentuk album agar orang-orang dapat melihat banyak. Misalnya 11 foto dalam satu album.

- Manfaatkan Instagram story

Dengan membuat instagram story dapat menambah keaktifan dalam berjualan, karena rata-rata penjualan melalui instagram story, yang dengan mudah di lihat oleh konsumen.

- Menjalin kerja sama dengan influencer

Jalinlah kerja sam dengan influncer karena jangkauan mereka luas, memanfaatkan fans mereka, kebanyakan fans ingin sama dengan idola, itu adalah peluang besar untuk berjualan, sehingga mereka juga memesan produk yang sama seperti idola mereka.

#### **D. Tips Berjualan Online**

1. Melakukan promosi produk dengan memanfaatkan media sosial

Era revolusi industry 4.0 memunculkan banyak media sosial dan e-commerce yang bermanfaat bagi masyarakat, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Penjual semakin mudah memasarkan produknya, bahkan saat ini penjual dapat memasarkan produknya tanpa harus menyediakan toko dan bagi pembeli dengan mudah mengubah pola konsumsi yang awalnya belanja datang ke toko menjadi belanja online atau cukup di rumah saja. Pengguna media sosial semakin lama semakin meningkat, hal ini juga menjadi peluang bagi penjual untuk melakukan promosi dengan gratis. Penjual cukup memposting foto atau video dan menambahkan keterangan produk di media sosial.

2. Membuat brand

Penguatan branding sangat perlu dilakukan untuk menunjang penjualan.

3. Melakukan pengemasan yang menarik

Salah satu daya tarik bagi pembeli adalah pengemasan atau packaging.

Packaging yang menarik akan lebih diminati oleh pembeli.

4. Menentukan harga pasar yang tepat

Dalam penentuan sebuah harga perlu mempelajari cara mengefisiensi biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk. Harga sangat penting untuk menarik perhatian customer karena pembeli akan mencari harga yang murah namun memiliki kualitas yang bagus dan membandingkan harga produk sejenis di e-commerce atau media sosial sangatlah mudah dan cepat.

3. Melayani pembeli dengan baik

Pembeli adalah raja, untuk itu sebagai penjual harus memperlakukan pembeli maupun calon pembeli dengan baik. Faktor emosi dari pembeli juga mempengaruhi kepuasan. Pembeli akan melakukan pembelian kembali jika mendapatkan pelayanan yang baik, bahkan seorang pembeli dapat secara tidak langsung akan mempromosikan produk kepada orang lain jika dia mendapatkan pelayanan yang baik. Apabila penjual melakukan kesalahan dan pembeli melakukan pengaduan, maka penjual harus merespon dengan cepat dan memberikan tanggapan. Dalam penjualan online, pengemasan dan pengiriman juga harus diperhatikan agar pembeli tidak menunggu lebih lama.