



*Buku Saku*

# BRANDING DAN PEMASARAN ONLINE UNTUK USAHA KECIL

# KATA PENGANTAR

## ***Assalamu'alaikum Wr. Wb.***

Puji syukur kami ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya kepada kami sehingga kami dapat menyusun Buku Saku *Branding* dan Pemasaran *Online* untuk Usaha Kecil masyarakat yang ada di Dusun Ngaglik, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Penulisan Buku Saku *Branding* dan Pemasaran *Online* untuk Usaha Kecil ini dilakukan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan usaha kecil yang ada dengan cara berjualan secara *online*.

Penting atau tidaknya *branding* produk untuk usaha kecil serta pengaruh media sosial untuk usaha masyarakat adalah pengetahuan dasar yang harus di miliki oleh seorang yang akan merintis sebuah usaha nantinya. Oleh karena itu kami berharap melalui Buku Saku *Branding* dan Pemasaran *Online* untuk Usaha Kecil ini dapat membantu terhadap upaya peningkatan dalam merintis atau yang sudah memulai menjalankan sebuah usaha bagi usaha kecil atau UMKM masyarakat, khususnya yang ada di Dusun Ngaglik, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta.

Pembuatan buku panduan ini tentunya masih jauh dari kata sempurna, baik secara konteks maupun konten, untuk itu kami membuka diri untuk saran dan kritik demi perbaikan ke depan. Terimakasih kami ucapkan kepada semua pihak yang telah banyak memberikan kontribusi dalam penyusunan buku panduan ini, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku panduan ini bermanfaat bagi peningkatan usaha kecil yang ada di masyarakat.

***Walaikumsalam Wr.Wb***

Yogyakarta, 24 Februari 2021

Tim Penyusun

# REDAKSI

## **Penanggung Jawab**

*M. Nur Syuhada S.psi, M.Psi, Psikol*

## **Pengarah**

*Muhamad Arfinda*

## **Tim Penyusun**

*Dea Putri Dewi*

*Fauziah Nurzeny A*

*Kholifatul Hasanah*

*Lusita Putri Fatikhasari*

*Nurmalinda Puspa W*

*Raka Elda Meyfian*

*Wendi Ari Wilianto*

## **Creative and Design**

*Ela Melania*

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Redaksi	ii
Daftar Isi	iii
Apa itu <i>branding</i>	1
Mengapa <i>branding</i> itu penting	2
Fungsi <i>Branding</i>	4
Tujuan <i>Branding</i>	5
Apa itu digital <i>branding</i>	6
Cara memasarkan produk secara <i>online</i>	7
Daftar Pustaka	14



# APA ITU

## BRANDING?

*Branding* adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk-

membedakan dari barang atau jasa pesaing (Hotler, 2009). Singkatnya, *branding* adalah segala usaha untuk menciptakan sebuah *brand/merk* (nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya). Jadi *Brand* merupakan sebuah cara pandang atau pengalaman konsumen yang terasosiasi dengan suatu produk ataupun jasa.

# MENGAPA BRANDING ITU PENTING

Seseorang seharusnya tidak mengabaikan betapa pentingnya *branding* dan membangun identitas. Membangun citra *merk* atau *branding* merupakan hal terpenting jika anda ingin membangun kepercayaan merk yang tinggi pada produk anda. Dengan melakukan *branding*, kita dapat membangun citra positif terhadap identitas Anda atau usaha yang akan anda jalankan nantinya.

Membangun *Brand* sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan dan memperkenalkan secara mendalam pada khalayak masyarakat.



Adapun proses membangun identitas dimana sebelum anda meluncurkan produk di pasar karena dianggap mampu membantu, sebagai bentuk:

*Identitas untuk penawaran.*

*Preferensi konsumen terhadap penawaran.*

*Aset baru dan membangun nilai.*

*Membangun kepercayaan.*

*Meningkatkan kebanggaan dan kepuasan.*

*Mengembangkan strategi pemasaran.*

# FUNGSI BRANDING

---

## 01

### PEMBEDA

*Usaha yang memiliki brand kuat akan mudah dibedakan dengan para pesaingnya dan akan mudah dikenal.*

## 02

### PENGENDALI PASAR

*Brand yang kuat dapat mengendalikan pasar karena masyarakat telah mengenalnya.*

## 03

### MEMBANGUN CITRA, KEYAKINAN, JAMINAN KUALITAS DAN PRESTISE (PENGARUH/REPUTASI)

*Beberapa hal ini akan membuat usaha Anda menjadi mudah diingat.*

## 04

### PROMOSI & DAYA TARIK

*Jika memiliki brand yang kuat maka promosi akan lebih mudah dilakukan. Pelanggan cenderung memilih brand yang kuat dan loyal terhadap brand yang sama. Ini jelas tentu akan menentukan keberlangsungan usaha Anda dalam dunia pasar.*



# TUJUAN BRANDING

---

Tujuan dari segala aktivitas Branding adalah menciptakan merek yang otentik. Hal yang tak kalah penting lainnya, salah satu pergeseran terbesar dalam komunikasi pemasaran adalah bagaimana mengkomunikasikan cerita tentang merek yang otentik kepada konsumen. *Brand* (merek) bisa digerakkan dan menggerakkan orang karena adanya tujuan tertentu. Merek harus bisa tampil menonjol sebagai “sesuatu” di khalayak ramai dari berbagai pesan informasi pemasaran.

Membentuk persepsi masyarakat, membangun rasa percaya masyarakat kepada *brand* dan membangun rasa cinta masyarakat kepada *brand*. Tujuan branding ini merupakan salah satu hal yang sangat bermanfaat bagi usaha anda. *Branding* yang kuat akan membuat pelanggan lebih percaya dengan produk anda dan lebih loyal terhadap usaha anda.

# Apa itu Digital Branding?

Digital adalah identitas, visibilitas, dan kredibilitas diantara konsumen yang menemukan, terkait, dan berinteraksi dengan suatu *brand* (merek) di dalam platform digital. Digital Branding menceritakan kisah dan kehadiran *brand* (merek) di ruang digital yang merupakan kunci utama dalam membangun hubungan yang bermakna dengan target audiens.

Digital Branding ataupun pemasaran secara digital memiliki tahapan respon AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyama (dalam Kurnianti: 2018) sebagai suatu proses AISAS bekerja lebih detail dimana konsumen melihat produk/jasa, iklan sebagai perhatian (*attention*), dan mendapatkan ketertarikan (*interest*) untuk mencari informasi tentang produk, service, iklan. Pencarian informasi (*search*) dilakukan dengan cara melakukan akses internet. Apabila *Attention, Interest, sukses* maka konsumen akan melakukan pembelian

(*action*) dan kemudian (*share*). *Share* yang dilakukan biasanya sebagai wujud penyampaian berbagi informasi ataupun aktualisasi.





## **BAGAIMANA CARA MEMASARKAN PRODUK SECARA ONLINE?**

Berdasarkan hasil survei digital 2020 oleh *Hootsuite* dan kemudian dilansir dari *andi.link*, bahwa ada lebih dari 4,540 milyar pengguna Internet dan 3,800 milyar pengguna media sosial aktif yang ada di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri ada lebih dari 175,4 juta pengguna internet dengan rata-rata akses sehari sekitar 7 jam, 59 menit dan 160 juta pengguna media sosial aktif dengan rata-rata akses sehari sekitar 3 jam, 26 menit.

Melihat peluang diatas yang begitu besar dan perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat,

Melihat peluang diatas yang begitu besar dan perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat, maka membuat sebagian besar penduduk Indonesia mencoba keberuntungannya dengan melakukan bisnis kecil-kecilan atau biasa dikenal dengan sebutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara online. Melalui UMKM ini, para pelaku bisnis diharapkan dan dituntut untuk dapat lebih kreatif dan inovatif, dimulai dari menciptakan produk hingga memasarkan produk jualannya karena persaingan di dunia bisnis akan semakin ketat.



Dengan melakukan pemasaran produk secara online, jangkauan promosi yang anda lakukan akan semakin luas dan tidak terbatas, bahkan konsumen dapat dengan mudahnya menemukan produk yang anda jual hanya melalui internet, mulai dari memilih produk, pembayaran bahkan anda tidak perlu re-pot-repot lagi datang ke toko yang anda inginkan karena adanya toko *virtual* atau membeli secara *online*.

Adapun strategi pemasaran produk secara *online*, sebagai berikut :



### 1. Memanfaatkan sosial media sebagai media promosi

Tidak diragukan lagi sosial media memiliki dampak yang signifikan jika digunakan untuk melakukan pemasaran. Anda harus mengetahui sosial media

Dengan membuat konten pemasaran yang tepat, maka anda akan mendapatkan calon pelanggan yang tepat dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Anda juga dapat memanfaatkan jaringan teman, keluarga atau orang yang dikenal. Kita ambil saja contoh, dengan menggunakan fitur *WhatsApp* seperti *story*, grup, dll, juga dapat menggunakan *Facebook* dengan bergabung dengan grup jual beli *online* disana, dan masih banyak lagi.

Adapun strategi pemasaran produk secara *online*, sebagai berikut :

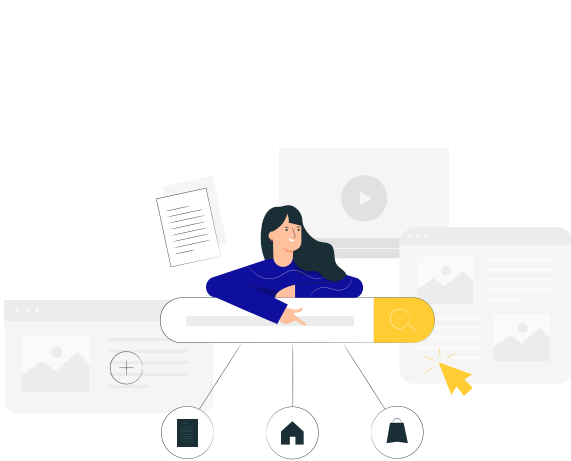


## 2. Memanfaatkan platform jual beli online atau toko virtual

Anda juga dapat bergabung atau menjadi mitra usaha *online* di beberapa toko *virtual* yang saat ini banyak kita temui. Tren jual beli *online* melalui toko atau platform

*online* sekarang sangat meningkat pesat. Proses pendaftaran menjadi mitra usaha pada platform-platform ini tidaklah terlalu sulit untuk dilakukan bahkan oleh orang awam sekalipun. Proses yang mudah serta efektif baik menjual maupun membeli menjadi poin plus dalam hal ini.

Adapun strategi pemasaran produk secara *online*, sebagai berikut :



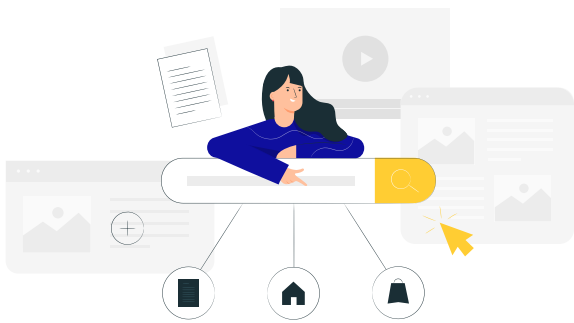
### 3. Memanfaatkan fitur mesin pencarian (*search engine*)

Dikutip dari [niagahoster.co.id](http://niagahoster.co.id), bahwa ada 2 jenis mesin pencarian yakni SEO (*Search Engine Optimization*) dan SEM (*Search Engine Marketing*).

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah salah satu strategi *marketing* yang dapat dilakukan dengan biaya yang terjangkau. Dengan melakukan optimasi pada *website* memungkinkan *website* anda muncul dihalaman pencarian *search engine* dan mendapatkan pengunjung yang kemungkinan besar menginginkan produk anda.

Sedangkan, SEM (*Search Engine Marketing*) memiliki media yang sama dengan SEO yaitu *search engine*. Namun yang membedakannya adalah ketika menggunakan SEM sebagai strategi pemasaran *online*, posisi iklan *website* anda berada paling atas sehingga kemungkinan seseorang untuk melihat iklan anda jauh lebih besar. Akan tetapi biaya yang dikeluarkan untuk melakukan pemasaran seperti ini terbilang lumayan tergantung kata kunci yang anda targetkan.

## Adapun strategi pemasaran produk secara *online*, sebagai berikut :



Pada cara kali ini, anda memang diharuskan untuk mengeluarkan sedikit uang untuk mengiklankan produk anda. Dengan cara diatas, produk anda tentu akan dikenal lebih luas lagi. Biasanya orang-orang akan

mengklik atau tertarik dengan produk yang sedang mereka cari. Dengan polesan gambar atau konten yang bagus maka akan menambah rasa ketertarikan konsumen.



## Adapun strategi pemasaran produk secara *online*, sebagai berikut :



### 4. Memanfaatkan *Google Maps*

Melalui fitur *Google Maps*, anda dapat menampilkan informasi-informasi penting bisnis anda seperti nama, alamat, titik koordinat lokasi di peta, foto produk,

kontak, jam layanan, penilaian, bahkan testimoni atau *review* dari pelanggan. Pengunjung atau konsumen biasa selalu memastikan testimoni agar mereka percaya bahwa produk anda atau barang akan mereka beli merupakan produk dan toko yang terpercaya. Bagi pemula pelaku usaha untuk mendapatkan testimoni yang positif dan bagus tentu sangat sulit, berbeda dengan toko yang sudah memiliki nama dan testimoni yang banyak. Oleh karenanya, anda bisa meminta bantuan saudara, teman atau orang-orang yang anda percayai untuk memberikan testimoni pada produk atau ulasan *Google Maps* anda.

Biasanya, ketika seseorang mencari keperluan yang mereka butuhkan melalui fitur pencarian mesin *Google*, maka akan muncul alamat *Google Maps*. Hal ini tentu akan sangat menguntungkan usaha Anda bukan?. Memiliki atau mendaftarkan toko Anda pada *Google Maps* maka juga akan dapat meningkatkan pengunjung toko *store/toko fisik/offline* anda tentunya.

# Daftar Pustaka

- Utami, W Novia. 2020. *Semua Tentang Branding yang Harus Anda Tahu*. [https://www.jurnal.id/id/blog/semua-tentang-branding-yang-harus-anda-tahu/#Pengertian\\_Branding](https://www.jurnal.id/id/blog/semua-tentang-branding-yang-harus-anda-tahu/#Pengertian_Branding) diakses pada Senin, 22 Februari 2021 pukul 09.00 WIB
- Odell, Fadhel. 2020. *Strategi Pemasaran Online UKM: Raih Omzet 50 Juta dengan Cara Ini*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/strategi-pemasaran-online-untuk-bisnis-online/?amp> diakses pada Senin, 22 Februari 2021 pukul 13.10 WIB
- Pangestika, Witdya. 2020. *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/#:~:text=Sementara%20tujuan%20dari%20branding%20sendiri,rasa%20cinta%20massa%20kepada%20brand.&text=Branding%20yang%20kuat%20akan%20membuat,lebih%20loyal%20terhadap%20perusahaan%20Anda.> diakses pada Senin, 22 Februari 2021 pukul 09.25 WIB
- Priharto, Sugi. 2020. *Apa itu Branding dan Mengapa itu Penting Untuk Bisnis Anda*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-branding-dan-mengapa-itu-penting/> diakses pada Senin, 22 Februari 2021 pukul 09.45 WIB
- Ryanto, D Andi. 2020. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. [https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#:~:text=Indonesia%20menurut%20Hootsuite-,Gambar%20dibawah%20ini%20menjelaskan%20data%20tren%20internet%20dan%20media%20sosial,penduduk\)%3A%20272%2C1%20juta&text=Pengguna%20Internet%3A%20175%2C4%20juta,Media%20Sosial%20Aktif%3A%20160%20juta](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#:~:text=Indonesia%20menurut%20Hootsuite-,Gambar%20dibawah%20ini%20menjelaskan%20data%20tren%20internet%20dan%20media%20sosial,penduduk)%3A%20272%2C1%20juta&text=Pengguna%20Internet%3A%20175%2C4%20juta,Media%20Sosial%20Aktif%3A%20160%20juta) diakses pada Senin, 22 Februari 2021 pukul 10.03 WIB
- Syuhada', N Muhammad. dkk. 2020. *Panduan Pengembangan Desa Wisata*. Yogyakarta. Fatimah Azzahrah

# BUKU SAKU

**UAD** Universitas  
Ahmad Dahlan

Universitas Ahmad Dahlan  
Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan,  
Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55191

