

BAB II

IN CLASS TRAINING & PENYUSUNAN PROGRAM KERJA

2.1 Materi Pelatihan *Digital Marketing Academy*

2.1.1 Bagian-Bagian *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau *brand* produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang relevan, dan efisien. *Digital marketing* terbagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Online Marketing

a. Blogs

Pemasaran online yang memiliki dampak positif jangka Panjang yang kekuatannya terdapat di konten artikel.

b. Social Media

Praktik mempromosikan produk atau jasa atau content di media sosial untuk meningkatkan traffic, brand awareness, atau menciptakan lead.

c. Mobile Apps

Sebuah aplikasi untuk melakukan mobilitas dengan menggunakan perlengkapan seperti PDA, telepon seluler atau handphone.

d. Online Video atau Video Internet

Video yang dapat diakses secara online yang memperkenalkan suatu produk.

e. *E-mail Marketing*

Metode komunikasi atau pemasaran dengan mengirimkan email kepada konsumen atau pihak yang dituju.

f. *SEO (Search Engine Optimization)*

Suatu cara atau teknik untuk membuat situs atau blog berada pada halaman satu di mesin pencarian (*search engine*) seperti Google, Bing, dan Yahoo.

2. *Offline Marketing*

a. *Iklan Tv*

Pemasaran produk atau jasa dengan memanfaatkan tayangan siaran televisi dalam bentuk iklan maupun pembuatan program khusus.

b. *Radio*

Yaitu praktik memasarkan produk atau jasa dengan memanfaatkan siaran radio.

c. *Papan iklan LED*

Bentuk layar elektronik yang menampilkan informasi, iklan dan pesan lainnya.

Digital marketing saat ini mempunyai peran penting untuk melakukan komunikasi penjualan dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang tersedia agar terjangkau keseluruhan target pasar. Di era ini, jika berbicara tentang *Digital marketing* orang-orang secara tidak langsung berbicara juga tentang *online marketing*, karena *online marketing* merupakan bagian dari *digital marketing* yang saat ini

sedang ramai digunakan oleh banyak orang-orang terutama para pembisnis untuk melakukan berbagai kegiatan penjualan.

2.1.2 Istilah – istilah *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan upaya pemasaran digital yang sangat diminati banyak marketer maupun pebisnis online skala kecil hingga besar, penting banget untuk menerapkan aktivitas pemasaran melalui digital marketing untuk memikat hati para target market. Dengan menggunakan digital marketing, aktivitas pemasaran menjadi lebih mudah, hemat biaya, dan interaksi antara brand dengan target market lebih mudah dijangkau dan terukur. Saat kamu baru terjun ke dalam dunia digital marketing yang cakupannya luas. Berikut istilah – istilah pada digital marketing:

1. *Affiliate Marketing*

Sistem pembayaran komisi kepada salah satu pihak yang sudah berhasil menawarkan barang atau jasa yang dijual oleh suatu perusahaan. Misalnya, kamu menggunakan skincare A dan cocok di kulit, lalu kamu merekomendasikan dan menawarkannya ke sahabat kamu. Kalau sahabat kamu akhirnya tertarik beli, kamu bisa dapat komisi dari perusahaan skincare tersebut.

2. *Social Media Marketing (SMM)*

Social Media Marketing berbeda dengan kamu bermain media sosial pada umumnya. Karena tujuannya untuk pemasaran, social media marketing melibatkan proses agar audiens tertarik (*engaged*) dengan konten yang dibuat di media sosial.

3. *Search Engine Optimization (SEO)*

Target SEO adalah bagaimana cara tulisan atau produk yang mereka promosikan berbasis website bisa tembus ke page one di halaman pencarian dengan memasukan beberapa keyword yang sering dicari pengguna internet, Karena bersifat organik dan tanpa mengeluarkan biaya apapun, kekurangan dari search engine optimization membutuhkan waktu minimal 3 bulan agar tulisan atau produk bisnismu muncul di halaman pencarian terdepan.

4. *Search Engine Marketing (SEM)*

SEM memiliki konsep yang sama seperti SEO, tetapi memiliki perbedaan. Karena tujuannya untuk pemasaran (marketing), website dioptimasi dengan iklan agar muncul di halaman pertama mesin pencarian. Strateginya pun berbeda dengan SEO, dan membutuhkan biaya agar website yang diiklankan bisa muncul secara cepat di mesin pencarian.

5. *E-Mail Marketing*

Email Marketing dapat meningkatkan order atau contoh kecilnya adalah disaat kita mendapat ratusan notifikasi dari marketplace, ojek online, atau berbagai produk favorite, e-mail marketing sebagai pendekatan promosi kepada konsumen.

6. *Campaign*

Campaign adalah aktivitas untuk mempromosikan produk brand dalam jangka waktu tertentu.

7. *Influencer Marketing*

Influencer marketing merupakan jenis campaign yang biasa digunakan brand di media sosial untuk mencapai objektif komunikasi tertentu, seperti brand awareness, brand conversion, atau brand loyalty.

8. *Retargeting*

Kamu pernah browsing di salah satu website untuk cari tahu sepatu yang ingin kamu beli. Setelah itu, kamu browsing hal lain di berbagai website, dan iklan di website pertama terus muncul. Strategi ini tujuannya agar audiens kembali lagi mengunjungi website tersebut. Bisa sekadar untuk melihat-lihat ulang, bahkan sampai membeli produk yang diiklankan.

9. *Online Presence*

Informasi mengenai bisnis kamu tersedia dan bisa dicari melalui mesin pencarian online, ditandai dengan adanya website bisnis kamu.

10. *Call to Action (CTA)*

Pesan singkat untuk mengajak audiens melakukan tindakan tertentu berkaitan dengan bisnis kamu

11. *Conversion*

Conversion mengarah kepada persentase audiens yang melakukan aktivitas digital marketing kamu, yang hasilnya menjadi tolak ukur keberhasilan campaign digital marketing yang telah

berjalan. Misalnya, persentase pengunjung website/iklan, pembelian produk bisnis kamu.

12.Landing Page

Saat melihat Instagram atau Facebook Ads, kamu iseng klik link yang tertera dan langsung melihat halaman website dengan menampilkan beragam produk, landing page mengarahkan kamu ke website suatu brand untuk melihat informasi spesifik mengenai produk atau jasa yang mereka tawarkan.

13.Engagement Rate

Persentase berapa banyak interaksi yang didapat melalui setiap post di media sosial maupun blog. Interaksi yang dibangun melalui komentar, like, dan share. Semakin tinggi engagement rate, semakin tinggi juga kamu bisa dipercaya oleh konsumen maupun brand yang tertarik ingin bekerjasama.

14.Pay Per Click (PPC)

Saat kamu meluncur ke sebuah blog, kamu sadar melihat berbagai iklan yang terpasang. Nggak pakai lama, kamu langsung klik salah satu iklan yang membawamu ke satu website lain. Dari situlah fenomena pay per click (PPC) ini terjadi, dan website yang diiklankan mendapat uang melalui klik yang dilakukan pengunjung (visitor).

15.Adwords

Sebutan untuk Google Adwords, platform untuk mengatur iklan online yang akan dipasang, mulai dari target audiens, bahasa, sampai penempatan iklan.

2.1.3 Customer Database

Customer Database adalah suatu kumpulan data yang saling berhubungan secara logis dan penjelasan tentang data yang terhubung tersebut dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh organisasi. Dengan begitu, perusahaan pun dapat mengumpulkan informasi dari konsumen melalui berbagai media elektronik seperti komputer supaya data-data yang terkumpul dapat tertata dengan rapi di satu komputer. Database dapat dianggap sebagai tempat sekumpulan berkas dan terkomputerisasi, jadi system database menurut Date pada dasarnya adalah system terkomputerisasi yang tujuan utamanya adalah melakukan pemeliharaan terhadap informasi dan membuat informasi tersebut tersedia saat dibutuhkan. Dengan adanya database, perusahaan dapat mengakses data yang dibutuhkan untuk setiap waktu. Berikut contoh file customer database:

 mufit 6 sep	06/09/2022 9:05
 mufit 10 sep	12/09/2022 9:06
 mufit 13 sep	14/09/2022 8:43
 mufit 14 sep	16/09/2022 8:06
 mufit 16 ags	16/08/2022 9:00

Gambar 2.1.3 Database

2.1.4 Bagaimana Mengelola Database

Cara Mengelola database adalah sebagai berikut :

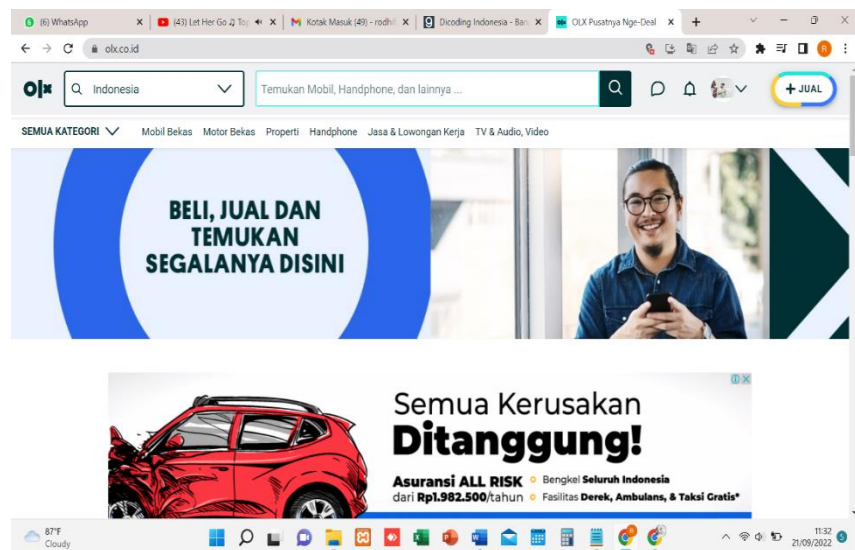
1. Mencari target marketplace yang akan digunakan untuk mencari database

Untuk pencarian database dapat dicari dibanyak media sosial seperti halnya Facebook, Instagram, Tiktok, Tokopedia, OLX, dll.

pada kasus kali ini saya akan mempraktekannya menggunakan 1 marketplace yakni **OLX**.

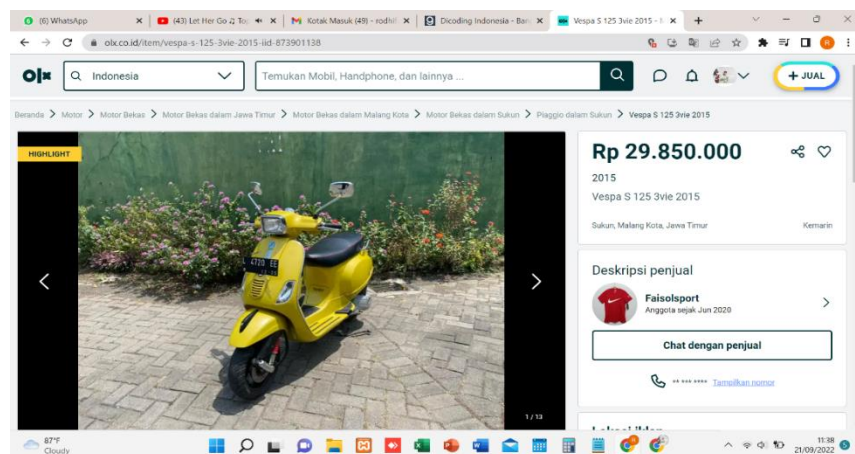
Perhatikan gambar dibawah ini:

a) Buka OLX di aplikasi smartphone atau computer anda



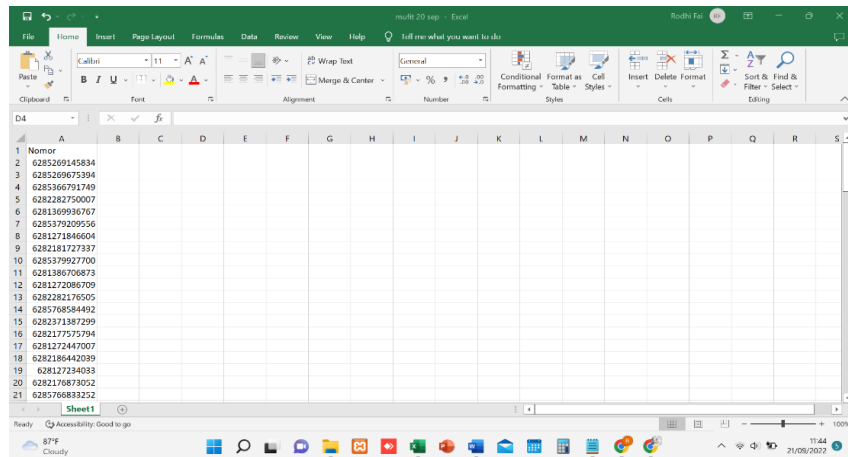
Gambar 2.1.4 Marketplace

b) Selanjutnya anda boleh mengetikkan sebagai contoh yakni “motor”, lalu anda klik tampilkan nomor yang ada dipojok kanan bawah.



Gambar 2.1.4 Pencarian Barang

c) Setelah anda mendapatkan nomornya, Langkah selanjutnya yakni memasukan data nomor tersebut ke database.

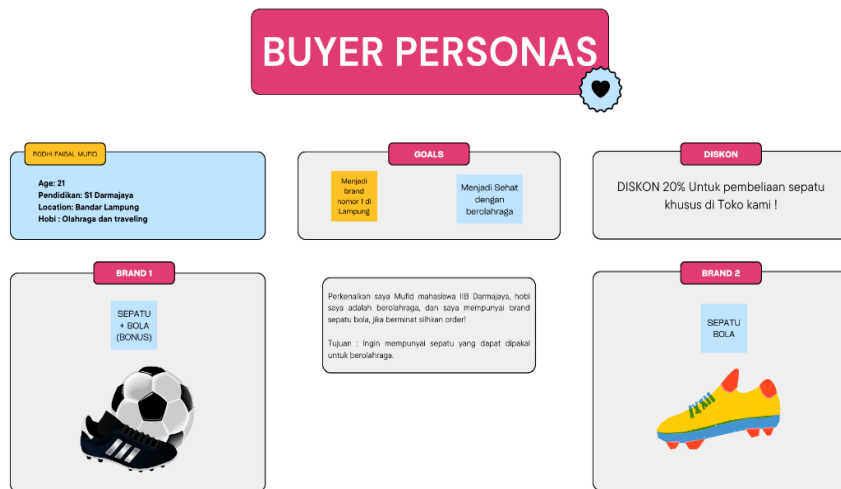


Gambar 2.1.4 Memasukan data ke database

Langkah selanjutnya jika sudah mendapatkan database nya diberbagai media sosial adalah melakukan promosi menggunakan WA Bomber / Wowa CRM, akan tetapi sebelum melakukan promosi, seorang Digital Marketing harus mempersiapkan sebuah konten berupa konten foto, video, dan copywriting sebagai bahan untuk berjualan di media sosial dan dilakukan share informasi kepada semua orang agar mencapai target ataupun penjualan yang maksimal.

2.1.5 Buyer Persona

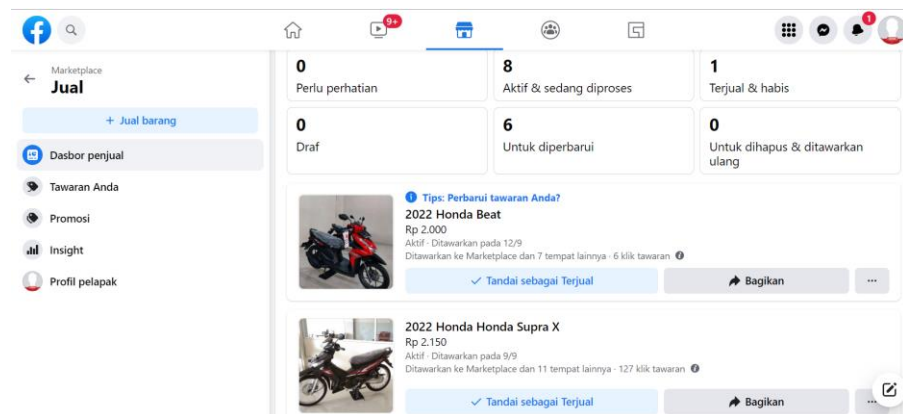
Buyer Persona adalah representasi dari target pelanggan yang didapatkan dari hasil riset yang mendalam. Contoh Buyer Persona adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1.5 Buyer Persona

2.1.6 Content Marketing

Content marketing adalah metode atau strategi pemasaran menggunakan segala jenis konten, baik tulisan, video, maupun suara. Contoh konten marketing itu bermacam-macam, kali ini ada contoh konten marketing di marketplace Facebook.



Gambar 2.1.6 Content Marketing

2.1.7 Instagram Marketing

Instagram Marketing adalah semua aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui Instagram dengan tujuan meningkatkan brand awareness, membantu brand terhubung dengan audiens atau

berinteraksi dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Contoh Instagram marketing adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1.7 Instagram Marketing

2.2 Temuan Masalah di lokasi magang

1.2.1 Temuan Masalah

Ditemukan dua masalah yang ada pada Pemasaran Digital di TDM Korpri yaitu:

1. Terbatasnya unit motor honda yang belum ready didealer, sehingga membuat konsumen harus menunggu.
2. Belum tersedianya wadah promosi dan branding berupa website

2.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, ada dua pertanyaan penelitian yang bisa dirumuskan:

1. Bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik terhadap customer?
2. Bagaimana cara melakukan promosi secara digital di sebuah website?

2.2.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah yang dilakukan saat ini yaitu dengan membuat website dan sosial media sebagai media penjualan online di Tunas Honda Korpri.

2.2.4 Tujuan

1. Untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam pelayanan bidang penjualan, khususnya pelayanan bidang penjualan, dan pelayanan teknologi informasi di TDM Korpri.
2. Untuk membandingkan dan menerapkan teori serta praktek yang didapat dengan praktek yang dilaksanakan di lapangan.

2.2.5 Manfaat

1. Dapat meningkatkan kualitas ilmu pengetahuan, keterampilan pemahaman, kreativitas, serta kinerja praktek mahasiswa dalam pelayanan bidang teknologi informasi di TDM Korpri.
2. Mahasiswa dapat secara langsung menerapkan bekal ilmu dan pengetahuan di dunia kerja yaitu penjualan, pembelian dan pelayanan jasa perbaikan di TDM Korpri.

2.2.6 Sasaran Objek

Target pemasaran ini adalah menentukan suatu kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan perusahaan dealer untuk membeli produk yang di jual. Target pasar biasanya mempunyai rentang umur, lokasi, jenis kelamin, pekerjaan dan lain sebagainya.

2.2.7 Rencana Kegiatan Individu

Rencana program dan kegiatan (berdasarkan hasil observasi, dan diskusi kelompok yang tersaji dalam bentuk tabel berikut).

a) Media Social

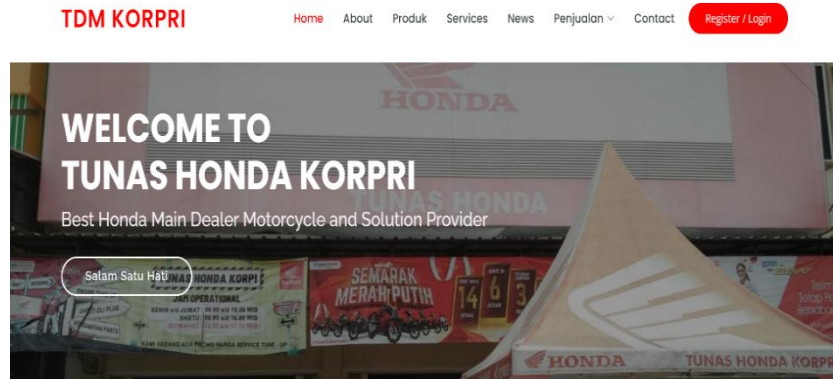
Media social yang digunakan untuk melakukan promosi sebagai digital marketing adalah Instagram, Facebook, dan Tiktok.

No	Pilar Konten	Materi Konten	Jam Posting	Tipe Konten
1	Penjualan	Brand New Honda CB 150 X	12.00 WIB	Feed
2	Penjualan	Beat Street special edition	19.00 WIB	Feed
3	Edukasi	Service Motor	12.00 WIB	Reels
4	Penjualan	Honda Beat Sporty CBS	12.00 WIB	Feed
5	Games		19.00 WIB	Feed, and story
	Quotes	Quotes Motivasi	12.00 WIB	IGS
	Hari Besar Pancasila	Kesaktian Pancasila (1 oktober 2022)	12.00 WIB	Feed, story, and wa story
	Edukasi	Jurus menghindari ban bocor	12.30 WIB	Feed
	Maulid Nabi Muhammad	Memperingati hari besar Nabi Muhammad	12.00 WIB	Feed, story, and wa story

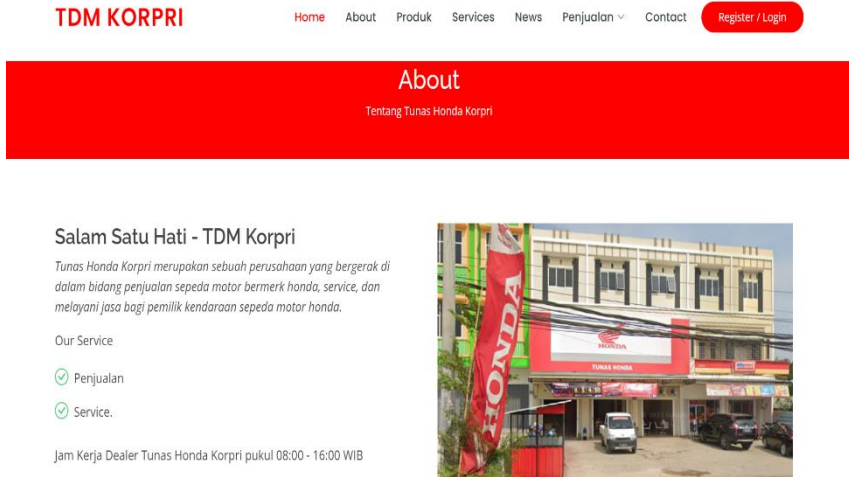
b) Website

Website kali ini merupakan wadah baru yang akan digunakan oleh Tunas Honda Korpri untuk melakukan promosi brand Honda yang akan dijual kepada banyak orang untuk mencapai pasar yang luas.

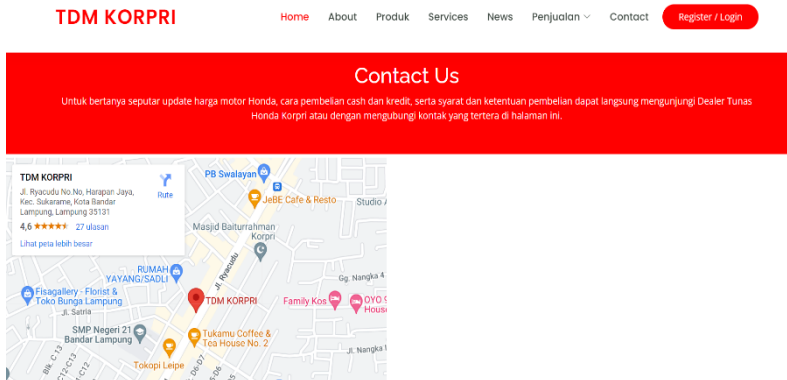
1. Menu Home



2. Menu About



3. Menu Contact



Lokasi:
Jl. Ryacudu No.No, Harapan Jaya, Kec.
Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung
35131

Email:
tunasmotorhonda@gmail.com

Hubungi:
+62 813 7975 8324

Your Name


Your Email

Subject

Message

[Send Message](#)

4. Menu Login



Username

Password

[LOGIN](#)

Remember me

[Sign Up](#)

[Forgot password?](#)

5. Menu Register

Sign Up

Please fill in this form to create an account.

Email

Password

Ulangi Password

Remember me

By creating an account you agree to our [Terms & Privacy](#).

[Sign Up](#)