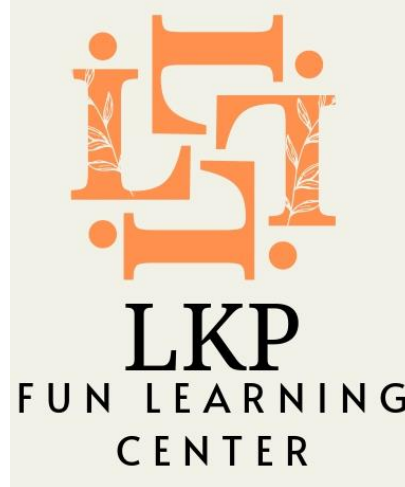


MELAKUKAN AKTIVITAS PEMASARAN DAN PEMASARAN DIGITAL



Standar Kompetensi:

1. Mengidentifikasi pasar dan pelanggan potensial.
2. Melakukan kegiatan promosi dan pemasaran produk atau jasa.
3. Menerapkan strategi pemasaran digital.

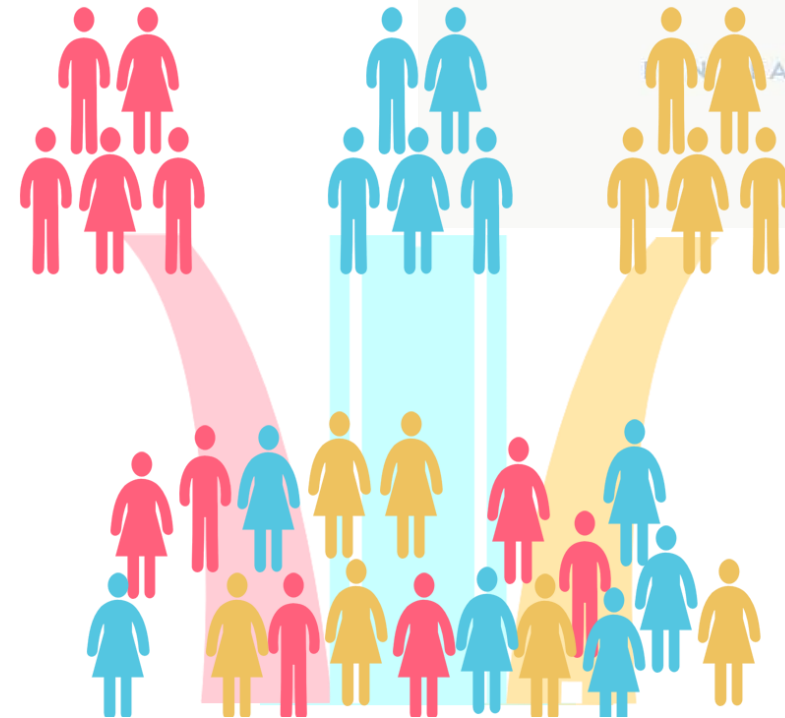


Kompetensi Dasar 1: Mengidentifikasi pasar dan pelanggan potensial

1.1 Memahami konsep pasar dan segmentasi pasar.



Konsep Pasar : Konsep pasar adalah cara pandang di mana perusahaan berfokus pada kepuasan pelanggan.



Segmentasi Pasar : Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok kecil berdasarkan kesamaan karakteristik tertentu.

1.2 Analisis karakteristik pelanggan potensial.

Analisis karakteristik pelanggan potensial adalah proses memahami ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh individu atau kelompok yang mungkin menjadi pelanggan suatu produk atau layanan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku pelanggan potensial.

Secara sederhana, proses ini melibatkan pengumpulan dan evaluasi informasi tentang calon pelanggan untuk memahami apa yang mereka cari, bagaimana mereka membuat keputusan pembelian, dan faktor-faktor apa yang memotivasi mereka untuk memilih suatu produk atau layanan.

Contohnya, karakteristik pelanggan potensial dapat mencakup faktor seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, pendidikan, pekerjaan, minat, dan kebiasaan belanja. Dengan memahami karakteristik ini, perusahaan dapat mengarahkan strategi pemasaran mereka untuk lebih tepat sasaran dan efektif dalam menarik pelanggan potensial.



1.3 Menggunakan alat analisis pasar seperti survei dan penelitian.

Metode: Penelitian pasar dapat melibatkan pendekatan kualitatif (seperti wawancara mendalam, fokus kelompok) dan pendekatan kuantitatif (seperti survei). Ini juga bisa mencakup analisis tren pasar, penelitian pesaing, dan evaluasi potensi pasar.





Kompetensi Dasar 2: Melakukan kegiatan promosi dan pemasaran produk atau jasa

2.1 Membuat rencana promosi produk atau jasa.

Langkah 1: Pemahaman Target Pasar

1. Identifikasi Target Pasar:

1. Tentukan siapa target pasar Anda.
2. Kenali kebutuhan, keinginan, dan perilaku konsumen potensial.

2. Analisis Persaingan:

1. Pelajari strategi promosi pesaing.
2. Tentukan keunggulan produk atau jasa Anda.

Langkah 2: Tujuan Promosi

1. Spesifik dan Terukur:

1. Tetapkan tujuan yang jelas dan dapat diukur.
2. Contoh: Meningkatkan penjualan sebesar 20% dalam tiga bulan.

Langkah 3: Penyusunan Anggaran

1. Tentukan Anggaran:

1. Alokasikan dana untuk setiap kegiatan promosi.
2. Pastikan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Langkah 4: Pemilihan Media Promosi

1. Online dan Offline:

1. Pilih media promosi yang sesuai dengan target pasar.
2. Contoh: Sosial media, iklan online, cetak, radio, atau televisi.

Langkah 5: Pengembangan Pesan Promosi

1. Menggambarkan Keunggulan:

1. Sampaikan nilai tambah produk atau jasa.
2. Fokus pada solusi yang ditawarkan kepada konsumen.

2. Penggunaan Kata Kunci:

1. Gunakan kata kunci yang menarik perhatian dan relevan dengan target pasar.

Langkah 6: Pelaksanaan

1. Waktu dan Tempat yang Tepat:

1. Tentukan waktu pelaksanaan yang strategis.
2. Sesuaikan dengan siklus pembelian konsumen.

2. Kerjasama dengan Pihak Ketiga:

1. Bekerjasama dengan pihak ketiga yang dapat memperluas jangkauan promosi.

Langkah 7: Evaluasi dan Pembaruan

1. Pemantauan dan Analisis:

1. Gunakan metrik untuk mengukur efektivitas kampanye.
2. Analisis hasil penjualan, respons pelanggan, dll.

2. Pembaruan Strategi:

1. Sesuaikan rencana promosi berdasarkan evaluasi.
2. Pelajari keberhasilan dan kegagalan untuk meningkatkan strategi di masa depan.

Langkah 8: Kesiambungan

1. Komunikasi Berkelanjutan:

1. Jaga interaksi dan komunikasi dengan pelanggan.
2. Rencanakan kegiatan promosi berkelanjutan.

2.2 Mengidentifikasi media promosi yang efektif.

2.3 Melakukan kegiatan promosi dan pemasaran secara kreatif.

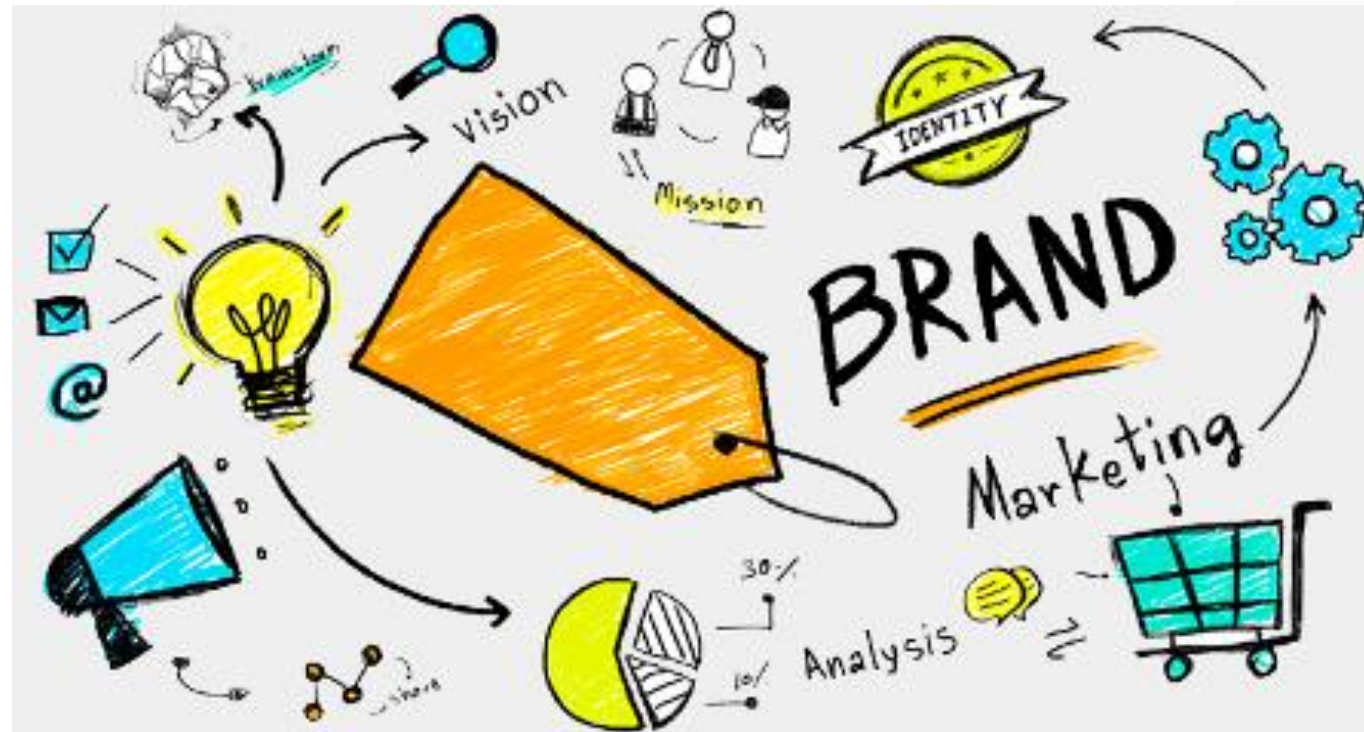
Modal pemasaran			
Produk, price, place			
Uji coba produk	Rp		
Pembagian sampel	Rp		
Pemberian diskon	Rp		
Pemberian bonus	Rp		
Paket hemat	Rp		
Lain-lain	Rp		
Total biaya		Rp	
Promotion			
Pembuatan alat promosi	Rp		
Beriklan di media	Rp		
Promo online	Rp		
Web dan blog promosi	Rp		
Tenaga sales	Rp		
Dropship dan reseller	Rp		
Total biaya		Rp	
Total modal pemasaran			Rp



Lkp
FUN LEARNING CENTER

KESIMPULAN

Aktivitas pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengenalkan, mempromosikan, dan menjual produk atau jasa mereka kepada konsumen. Aktivitas pemasaran yang efektif dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis mereka, seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan pangsa pasar, dan membangun loyalitas pelanggan.



Kompetensi Dasar 3: Menerapkan strategi pemasaran digital

3.1 Memahami konsep pemasaran digital.

Pemasaran digital adalah penggunaan platform digital dan media untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan. Ini termasuk menggunakan internet, media sosial, dan perangkat seluler untuk menjangkau audiens yang ditargetkan.



Pemasaran digital memiliki beberapa keuntungan dibandingkan dengan pemasaran tradisional, seperti:

- **Cakupan yang lebih luas:** Internet memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas daripada media tradisional, seperti televisi atau radio.
- **Target yang lebih akurat:** Pemasar digital dapat menargetkan iklan mereka ke audiens tertentu berdasarkan minat, lokasi, atau demografi.
- **Pengukuran yang lebih mudah:** Pemasar digital dapat mengukur hasil kampanye mereka dengan lebih mudah daripada pemasaran tradisional.

Ada banyak saluran pemasaran digital yang berbeda yang dapat digunakan bisnis, termasuk:

- **Search engine optimization (SEO):** SEO adalah proses meningkatkan visibilitas situs web Anda di hasil pencarian.
- **Pemasaran mesin pencari berbayar (SEM) :** SEM adalah proses membeli ruang iklan di hasil pencarian.
- **Media sosial:** Media sosial adalah cara yang bagus untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan mempromosikan bisnis Anda.
- **Email marketing:** Email marketing adalah cara yang efektif untuk menjangkau pelanggan dengan informasi terbaru tentang bisnis Anda.
- **Pemasaran konten:** Pemasaran konten adalah tentang menciptakan konten berkualitas yang menarik bagi audiens Anda.
- **Pemasaran influencer:** Pemasaran influencer adalah tentang bekerja sama dengan influencer media sosial untuk mempromosikan bisnis Anda.



3.2 Menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran.

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Sekitar 69% penduduk Indonesia menggunakan media sosial, dengan rata-rata waktu penggunaan 3 jam 23 menit per hari. Hal ini menjadikan media sosial sebagai peluang yang besar bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk atau jasanya.

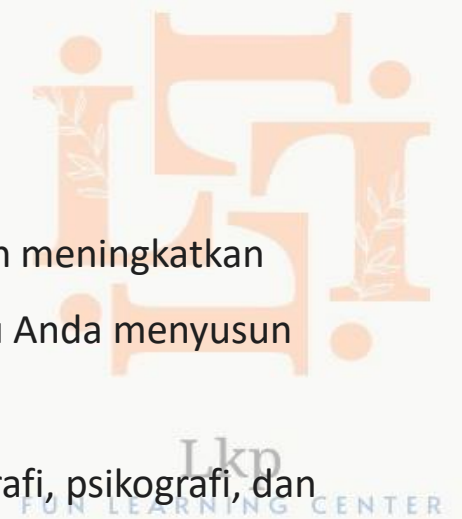
Media sosial dapat digunakan sebagai alat pemasaran untuk mencapai berbagai tujuan, di antaranya:

- Meningkatkan kesadaran merek (brand awareness)
- Menjangkau audiens yang lebih luas
- Membangun hubungan dengan pelanggan
- Meningkatkan penjualan



3.3 Melakukan kampanye pemasaran digital.

- 1.Tentukan tujuan kampanye Anda.** Apa yang ingin Anda capai dengan kampanye ini? Apakah Anda ingin meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek, atau mendorong penjualan? Tujuan yang jelas akan membantu Anda menyusun strategi dan mengukur keberhasilan kampanye Anda.
- 2.Kenali target audiens Anda.** Siapa yang Anda coba jangkau dengan kampanye ini? Mengetahui demografi, psikografi, dan perilaku target audiens Anda akan membantu Anda membuat konten dan pesan yang relevan.
- 3.Pilih saluran digital yang tepat.** Ada berbagai saluran digital yang tersedia, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. Pilih saluran yang paling sesuai dengan target audiens Anda dan tujuan kampanye Anda.
- 4.Buat konten yang menarik dan relevan.** Konten adalah inti dari setiap kampanye pemasaran digital. Buat konten yang menarik dan relevan untuk target audiens Anda. Konten Anda harus informatif, menghibur, atau inspiratif.
- 5.Optimalkan kampanye Anda untuk hasil terbaik.** Gunakan data dan analitik untuk melacak kinerja kampanye Anda dan membuat penyesuaian yang diperlukan.



3.4 Menganalisis kinerja kampanye digital.

Berikut adalah beberapa metrik kinerja kampanye digital yang umum digunakan:

- **Jangkauan (reach)** : Jumlah orang yang telah melihat atau terpapar kampanye.
- **Frekuensi (frequency)** : Jumlah kali rata-rata seseorang melihat atau terpapar kampanye.
- **Impresi (impressions)** : Jumlah tampilan keseluruhan kampanye.
- **Klik (clicks)** : Jumlah kali orang mengklik iklan atau tautan kampanye.
- **Konversi (conversions)** : Jumlah tindakan yang diambil oleh orang setelah mengklik iklan atau tautan kampanye.
- **ROI (return on investment)** : Jumlah uang yang dihasilkan dari kampanye dibandingkan dengan jumlah uang yang dihabiskan untuk kampanye.



jelajah_jawabarat

588
Postingan

14,2RB
Pengikut

548
Mengikuti

JELAJAH JAWABARAT

Majalah

All about west java #jelajah_jawabarat

Part of @kawanplesirbdg

Official Account Tabloid Jelajah Jawabarat

kawanplesir.com/

Dasbor profesional

100 akun dijangkau dalam 30 hari terakhir.

Edit profil

Bagikan profil

Kontak

KAWAH REN...

Gg. Padang

hilir citarum

Citambur

end y

Pencapaian

2.5K kali diputar

22 Sep

Reel Anda memiliki lebih dari 2.5K pemutaran!
Pencapaian selanjutnya bisa dicapai pada 3K pemutaran.

Tampilkan wawasan

Hiduuuup ceu Popong #ceupopong #ceupopongotjedjun...

jelajah_jawabarat · Audio asli

Agustus 8, 2021 · Durasi 0:14

3213

79

3

0

4

Sinopsis

Akun yang dijangkau178

Interaksi Reel86

Jangkauan

178

Jangkauan

30 Hari Terakhir

28 Okt - 26 Nov

100

Akun yang dijangkau

+150%

5

Pengikut

+9,1%

95

Bukan pengikut

Impresi

125

-18,9%



HATUR NUHUN

Dani Hamdani, S.E.

Trainer LKP Fun Learning Center

Email : dani260310@gmail.com

WA : 0838.6390.3339