***RANGKUMAN MATERI 2 IBU VENNY SEPTIANA MONICAENTREPRENEURSHIP IN THE DIGITAL ERA***

***620252 MATERI 2 ELIA ROSA***

***SMKN 1 BANYUWANGI***

**ENTREPRENEURSHIP IN THE DIGITAL ERA**

**Welcome to the digital Era**

Per 2020 pengguna internet di indonesia mencapai 175.4 juta dimana 160 juta merupakan pengguna sosial media. Sebanyak 60% pengguna internet tersebut mengatakan youtube, instagram , facebook dan tik tok yang sering mereka lihat. Jumlah pengguna sosial media di Indonesia meningkat sebanyak 12 juta (+8.1%)antara bulan April 2019 hingga januari 2020).

Penetrasi internet berdasarkan usia diantaranya umur 13 – 18 tahun pengguna internet mencapai 75,50%. 19 – 34 mencapai 74,23% . 35-54 tahun mencapai 44,06% dan diatas 54 tahun mencapai 15,72% . dapat dilihat berdasarakan grafik berikut ini :

Apabila melihat dari tahun 2020 – 2030 indonesia akan memiliki usia produktif ( 15 – 64 tahun mencapai 70 % dan usia nonproduktif hanya 30% dari jumlah penduduk indonesia.

Tingkat pengangguran berdasarkan latar belakang pendidikan menurut pendidikan jawa timur tahun 2017 SMK merupakan penyumbang pengangguran mencapai 9% diikuti D1/D2/D3 sebanyak 7,47%, lalu SMA sebanyak 6,75% , SMP mencapai 4,33% , universitas 4,11% dan SD ke bawah mencapai 1,66% . hal ini disebabkan karena rendahnya softskill yang dimiki

Hanya 9,4 juta UMKM di Indonesia yang melakukan pemasaran digital.

Jawa timur merupakan provinsi pendapatan UKM ketiga terbesar dimana berdasarkan prosentase UK nonpertanian pengguna komputer dalam usaha tahun 2016 UMKM yang telah menggunakan komputer hanya sebesar 6,42% dan sisanya 93,58% tidak menggunakan komputer

Data penggunaan internet di UMKM Jawa Timur yaitu 11% menggunakan internet dan 89% tidak menggunakan internet. Dari total 11% pengguna internet hanya 6,24% yang telah menggunakan komputer

Faktor permasalahan dalam menjalakan usaha:

* Keterbatasan modal
* Pemasaran
* Pendaptan usaha tidak tumbuh
* Pembukuan masih manual
* Tidak mempunyai ijin usaha
* Kurangnya inovasi produk
* Pengelolaan keuangan tidak efisien
* Tidak menjalankan usaha
* Distribusi
* Suppier
* Mengelola SDM /pegawai/karyawan

Dalam digitaliasi pemasaran ada 45% pelaku UMKM di MGMP Jawa Timur belum melakukan pemasaran melalui digital. Ada 49% yang sudah melakukan pemasaran digital ini dapat disimpulkan bahwa para UMKM di jawa timur telah mengerti dengan dampak sosial media terhadap perkembangan usaha.

Minat siswa SMK di Jawa Timur terhadap wirausaha adalah <20% hingga 60% dari total jumlah siswa

Dalam sebuah pembuatan brand banyak sekali hal yang harus diketahui, ada langkah yang sangat sederhana dalam melakukan pembuatan brand salah satunya dengan teknik 5W + 1H :

Apa brand saya ?

Siapa pangsa pasar dari brand saya ?

Kapan brand saya akan masuk ke otak konsumen ?

Dimana brand saya berada ?

Kenapa brand saya harus dibeli ?

Bagaimana cara konsumen mau membeli brand saya ?

Dari pertanyaan diatas , pertanyaan yang paling menonjol adalah bagaimana cara konsumen mau membeli brand saya . pertanyaan ini sangatkan penting karena pertanyaan ini akan menghasilkan pemikiran apa sih yang konsumen butuhkan dan diinginkan dan bagaimana caranya saya untuk memasarkannya. Dari ini lahirnya pemikiran pemasaran digital. Pemasaran digital membutuhkan konten agar menarik dimata konsumen. Ada beberapa content yang dapat dibangun , informasi , inspirasi, dan interaksi .

Dalam digital marketing konten diibaratkan sebuah raja dan chanel / tempat merupakan sebuah ratu.

Dalam membangun sebuah branding wajib hukumnya untuk mengetahui target konsumen, selalu konsisten, fast respon , dan juga bekerja sama dengan e-commerce seperti gojek dan mitra pendukung. Dan juga kita diharuskan untuk mengetahui apa sih konten yang tepat, mengetahui kapan kita akan melakukan promo, channel / tempat yang tepat dan juga feeling / harapan yang harus selalu positif.