**Tugas Latihan**

**Kategori Usaha Calon Mitra OJT :**

**1. Konsultan Teknik & Infrastruktur**

**2. Digital Kreatif Agency**

**3. F&B**

**4. Retail**

**5. Koperasi**

**6. UMKM**

**7. Sosial, Keagamaan, Filantropi**

**Tujuan Produk Herbal Natural Nusantara**

**Bangun Website & Toko Online**

1. **Empathize (Membangun Empati Pelanggan)**

**Tujuan:** Memahami kebutuhan, kebingungan, dan kebiasaan calon pembeli sebelum menyusun strategi pemasaran berbasis website.

**Langkah:**

* Buat pertanyaan riset untuk interview pelanggan potensial:
  + Apa keluhan kulit yang paling sering kamu alami?
  + Bagaimana kamu biasanya mencari skincare yang cocok?
  + Apa yang bikin kamu ragu beli skincare secara online?
  + Apakah kamu pernah mendengar tentang produk NASA sebelumnya?
  + Apakah kamu lebih suka belanja via chat atau langsung checkout di web?

**Hasil yang Diharapkan:**

* Dapat insight langsung dari user seperti:
  + “Saya bingung cocoknya produk yang mana.”
  + “Saya takut produknya palsu.”
  + “Males DM-DM, maunya langsung beli.”
  + “Saya perlu tahu testimoni dulu sebelum beli.”

**2. Define (Merumuskan Masalah Berdasarkan Data Lapangan)**

**Tujuan:** Menyusun pernyataan masalah yang jelas berdasarkan temuan dari interview.

**Contoh Masalah (Problem Statement):**

* Calon pelanggan **bingung memilih produk sesuai jenis kulit**.
* Pelanggan merasa **tidak yakin dengan keaslian produk**.
* Proses pembelian lewat chat **terlalu lama dan tidak efisien**.
* Kurangnya edukasi tentang cara pakai produk secara benar.

**Target User Persona:**

* Wanita usia 18–35 tahun
* Ingin kulit bersih dan sehat, tapi bingung cari produk aman
* Lebih nyaman belanja online tapi ingin dipandu

**3. Ideate (Menemukan Solusi Kreatif & Relevan)**

**Solusi yang Dihasilkan:**

* Website yang menyediakan **fitur filter produk** berdasarkan jenis kulit & keluhan.
* Fitur **“Konsultasi Gratis”** via WhatsApp/form online.
* Label **“100% Produk Resmi NASA”** di seluruh halaman.
* Halaman edukatif (artikel, panduan, video) untuk membantu pemilihan produk.
* Testimoni asli + rating pelanggan di bawah tiap produk.
* Checkout otomatis & sistem pemesanan langsung (tidak lewat DM).

**Tujuan Utama:**

Membangun kredibilitas dan tempat transaksi yang bisa terkontrol 100%.

Mengubah sistem pemasaran yang awalnya hanya berbasis sosial media (story, DM manual, dll.) menjadi sistem pemasaran berbasis **website toko online**, dengan tujuan:

**1. Meningkatkan Penjualan Produk Secara Konsisten**

* Memperluas jangkauan pasar di luar followers sosial media.
* Memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman dan profesional.
* Menyediakan akses 24/7 untuk melihat dan membeli produk.

**2. Memudahkan Customer dalam Pemesanan**

* Customer bisa memilih produk langsung dari katalog di website.
* Sistem pemesanan otomatis

**3. Memberikan Konsultasi Kulit yang Terstruktur & Mudah Diakses**

* Fitur konsultasi kulit langsung via WhatsApp
* Panduan pemilihan produk sesuai keluhan (misalnya jerawat, kusam, kering, dll).
* Artikel edukatif & FAQ tentang perawatan kulit yang mendampingi proses pembelian.

**4. Menyediakan Kategori Produk Sesuai Kebutuhan Kulit**

* Website mengelompokkan produk berdasarkan:
  + Jenis kulit (berminyak, sensitif, kering)
  + Masalah kulit (jerawat, kusam, flek)
  + Jenis produk (cleanser, serum, krim malam, dll)
* Memudahkan customer menemukan produk yang tepat tanpa harus bertanya satu-satu.

**5. Menampilkan Promo & Testimoni Secara Lebih Profesional**

* Menonjolkan produk unggulan & best seller.
* Menampilkan promo atau diskon secara jelas & menarik.
* Menampilkan testimoni real dari customer untuk meningkatkan kepercayaan.

**6. Membangun Brand Image yang Lebih Kredibel**

* Website memberi kesan bisnis yang lebih serius, resmi, dan terpercaya.
* Memperkuat branding sebagai **Distributor Resmi NASA**.
* Meningkatkan peluang repeat order dan loyalitas pelanggan.

**Ringkasan Tujuan:**

**Dari Story → Menuju Website**, tujuannya adalah untuk:

* Mempercepat proses pembelian
* Memberi solusi kulit dengan konsultasi yang jelas
* Menampilkan katalog lengkap & edukatif
* Menarik kepercayaan pelanggan baru secara digital
* Menyediakan pengalaman belanja yang modern, mudah, dan aman

**Ideate Inti dari Pengambilan Kategori Pemasaran Produk NASA:**

1. Fokus pada Kepercayaan & Keaslian Produk

Produk NASA sering dijual melalui jalur distributor resmi, sehingga keaslian dan kepercayaan konsumen sangat penting. Maka kategori pemasaran harus menonjolkan:

* Produk 100% ASLI
* Distributor resmi & terpercaya
* Ada jaminan & garansi uang kembali

Tujuan: Bangun rasa aman bagi konsumen — terutama di tengah maraknya produk palsu di pasaran.

2. Segmentasi Berdasarkan Kebutuhan Kulit / Masalah Konsumen

Kategori pemasaran dipilih agar mudah mengelompokkan produk sesuai masalah utama yang dihadapi calon pembeli, seperti:

* Anti Acne / Jerawat
* Brightening / Pencerah
* Anti Aging / Peremajaan
* Skincare Remaja / Ibu Hamil
* Perawatan Harian

Tujuan: Membantu konsumen menemukan solusi yang *relevan langsung* dengan kebutuhan mereka.

3. Penekanan pada Bahan Alami dan Halal

Karena NASA mengusung nilai-nilai natural, aman, dan halal, maka kategori pemasaran juga mencerminkan:

* Skincare Natural / Organik
* Aman untuk Kulit Sensitif
* Halal & BPOM Registered

Tujuan: Menarik minat konsumen muslim, ibu hamil, dan pecinta produk herbal.

4. Konsultatif & Edukatif (Bukan Sekadar Jualan)

Dalam strategi NASA, banyak distributor berhasil karena mereka memberikan edukasi & konsultasi gratis soal perawatan kulit.

Maka dalam pemasaran:

* Disediakan kategori edukatif (tips, artikel, rekomendasi produk)
* Ada CTA seperti: "Konsultasi Gratis Kulitmu Sekarang"

Tujuan: Bangun hubungan & trust jangka panjang, bukan cuma jual-beli sesaat.

5. Pemasaran Berbasis Promo & Testimoni

Kategori pemasaran juga perlu memberikan ruang untuk:

* Produk Promo Bulanan
* Bundling Hemat (misalnya Paket Glow Up, Paket Acne)
* Testimoni Konsumen sebagai bukti sosial

Tujuan: Dorong keputusan pembelian cepat lewat urgency (diskon), serta bukti nyata dari pelanggan lain.

Kesimpulan:

Kategori pemasaran pada produk NASA dipilih berdasarkan prinsip:

| Aspek | Tujuan Utama |
| --- | --- |
| Keaslian & Aman | Bangun kepercayaan konsumen |
| Berbasis Masalah | Sesuai kebutuhan kulit masing-masing |
| Natural & Halal | Daya tarik produk yang aman & alami |
| Edukasi & Konsultasi | Hubungan jangka panjang, bukan jualan cepat |
| **Promo & Testimoni** | **Dorong pembelian cepat & bukti sosial** |

**4. 🧪 Prototype (Merancang Desain Solusi/Website)**

Tujuan: Membuat visual awal (wireframe atau desain) dari solusi website.

✅ Elemen Desain yang Disiapkan:

* Homepage:  
  Hero Banner, Keunggulan, CTA “Belanja Sekarang”, Produk Unggulan/best Seller, Testimoni, Promo
* Halaman Produk:  
  Gambar produk, deskripsi lengkap, manfaat, harga, tombol beli
* Fitur Konsultasi:
  + Tombol WhatsApp "Konsultasi Sekarang"
  + Atau form dengan input: nama, umur, jenis kulit, keluhan
* Navigasi Kategori:
  + Berdasarkan jenis kulit (berminyak, sensitif, kering)
  + Berdasarkan keluhan (jerawat, kusam, flek)

✅ Tools yang Digunakan:

* Desain awal: Figma
* Prototyping

Ide Tampilan Mocup

* 1. Tampilan Homepage

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.

* 1. Tampilan Shop All

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.

* 1. Tampilan Free Consultan

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.

* 1. Tampilan About

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.

* 1. Tampilan Carrer

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.