

PELATIHAN

Digital Marketing

untuk UMKM



Diana Novita, ST., MM, Agus Herwanto S.Kom, MM, Eko Cahyo Mayndarto SE, MM, CMA, CSRS, Andri Waskito, S.Kom., M.Kom, Jeni Andriani, S.S., S.E., M.M, Dr. Roosdiana, SE, Ak. MM, CA, Bida Sari, S.P., M.Si, Roy Budiharjo, SE, M.Ak, Diah Pramestari, ST., MT, Mas Ning Zahroh S.Pd, I M.Pd, Susanto, SE., MM, Teguh Arifianto, S.Kom., M.T, Yudi Irawan Chandra, SKom., MMSI., Dr.Sufyati HS, SE, MM, Dr. Sri Kurniawati, SE, MM, Muhammad Laras Widyanto, SE, MM, Ak, CA, Jayanti Apri Emarawati, SH, MM, Desyi Erawati, SE, M.Ak, Maemunah Nurmaya Sari, S.Pd., M.S.Ak, Ramadhani Hamzah, S.Si, M.M, Erni Nurjanah, M.Pd, Ir.Hanifah, M. M, Rudy, S.E., M.M, Dr.Tanti Kustiari, S.Sos, M.Si, Nur Syamsiyah, ST. MTI., Dr. Sofia Maulida, SE, MM, Nafisah Yuliani, S.Pt, MM, Agustina indriani, SE, MAK, BKP, Dr. Aprilianti Pratiwi, S.S., M.I.Kom, Yahya, ST. M.Kom., Ir. Hj. Sri Purwati, MSi, Tri Sulistiani, SE, MM, Khasanah, S.Pd., M.Kom., M.Pd, Hansen Louisther, S.Kom, M.M.S.I, Ghurabillah, SKom, MMSI, Ir. Halimah Tunafiah, MT, Eva Novianti, S.Kom., M.MSI, Dra. Nastiti Edi Utami, MM

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKKM

Diana Novita, ST, MM
Agus Herwanto S.Kom, MM
Eko Cahyo Mayndarto SE, MM, CMA, CSRS
Andri Waskito, S.Kom., M.Kom
Jeni Andriani, S.S., S.E., M.M
Dr. Reosdiana, SE, Ak. MM, CA
Bida Sari, S.P., M.Si
Roy Budharjo, SE, M.Ak,
Diah Pramestari, ST, MT
Mas Ning Zahroh S.Pd, I, M.Pd
Suisanto, SE., MM
Teguh Arifianto, S.Kom., M.T
Yudi Irawan Chandra, Skom., MMSI.
Dr. Suliyati HS, SE, MM
Dr. Sri Kurniawati, SE, MM
Muhammad Laras Widyanto, SE, MM, Ak, CA
Jayanti Apri Emarawati, SH, MM
Desyi Erawati, SE, M.Ak
Maemunah Nurmaya Sari, S.Pd., M.S, Ak
Ramadhani Hamzah, S.Si, M.M
Erni Nurjanah, M.Pd
Ir. Hanifah, M. M, Rudy, S.E., M.M
Dr. Tanti Kusdari, S.Sos, M.Si
Nur Syamsiyah, ST. MTL.
Dr. Sofia Maulida, SE, MM
Nafisah Yuliani, S.Pt, MM
Agustina Indriani, SE, MAK, BKP
Dr. Aprilianti Pratiwi, S.S., M.I.Kom
Yahya, ST, M.Kom.
Ir. Hj. Sri Purwati, Msi
Tri Sulisthani, SE, MM
Khasanah, S.Pd., M.Kom., M.Pd
Hansen Louisther, S.Kom, M.M.S.I
Ghurabilah, Skom, MMSI
Ir. Halimah Tunafiah, MT
Eva Novianti, S.Kom., M.MSI
Dra. Nastiti Edi Utami, MM

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, sholawat dan salam kami panjatkan kehadiratMU Nabi kita Muhammad Rasulullah SAW, maka buku ini dapat kami selesaikan dengan baik dan semoga dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk teman-teman dan rekan-rekan sesama profesi. Dan melalui buku ini, kami berharap agar semua ilmu yang ada didalam buku ini dapat bermanfaat untuk masyarakat pada umumnya dan kami para penulis buku ini pada khususnya.

Sekali lagi kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat didalam buku ini. Dan juga terima kasih kami kepada komunitas porang yang kami libatkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Semoga silaturahmi kita dapat terus berjalan dan menjadi jembatan pengabdian kami kepada seluruh UMKM yang ada di Indonesia.

Terima kasih,

Penulis

Diana Novita, ST, MM

Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM

Indramayu © 2022, Penerbit Adab

Penulis:

Diana Novita, ST, MM dkk

Editor: Diana Novita, ST, MM dkk

Perancang Sampul: Nurul Musyafak

Layouter: F. Raharjo

Diterbitkan oleh Penerbit Adab

CV. Adanu Abimata

Anggota IKAPI: 354/JBA/2020

Jl. Kristal Blok F6 Pabean Udik Indramayu Jawa Barat

Kode Pos 45219 Telp: 081221151025

Surel: adanuabimata@gmail.com

Referensi | Non Fiksi | R/D

vi + 218 hlm. ; 15,5 x 23 cm

No ISBN: 978-623-5314-23-5

Cetakan Pertama, Maret 2021



PENERBIT ADAB

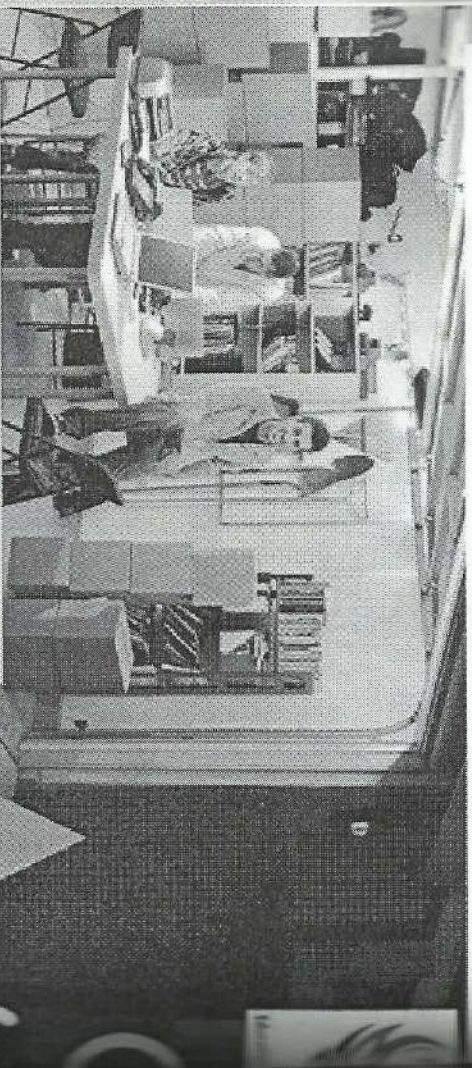
Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis termasuk fotokopi, merekam atau dengan teknik perolehan lainnya tanpa izin tertulis dari penerbit.

All right reserved

DAFTAR ISI

DATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I Buat Toko di Salah Satu MP Tokopedia Hingga Promo Produknya	1
BAB II Buat Akun Bisnis di Instagram Hingga Paid Promonya	15
BAB III Membuat Halaman Akun Bisnis Facebook dan Paid Promo.....	29
BAB IV Membuat Laporan Keuangan Melalui HP II	49
BAB V Tiktok, Model Bisnis Baru yang Begitu Menggemaskan	75
BAB VI Jadi Bos dari Rumah Bersama SHOPEE.....	101
BAB VII Strategi Pemasaran Tanaman Porang Melalui Channel yang Optimal pada Platform YouTube	117
BAB VIII Membuat Akun Mitra Di GoFood Online.....	145
LAMPIRAN LAMPIRAN	183
BIOGRAFI PENULIS	209



Pengabdian Kepada Masyarakat

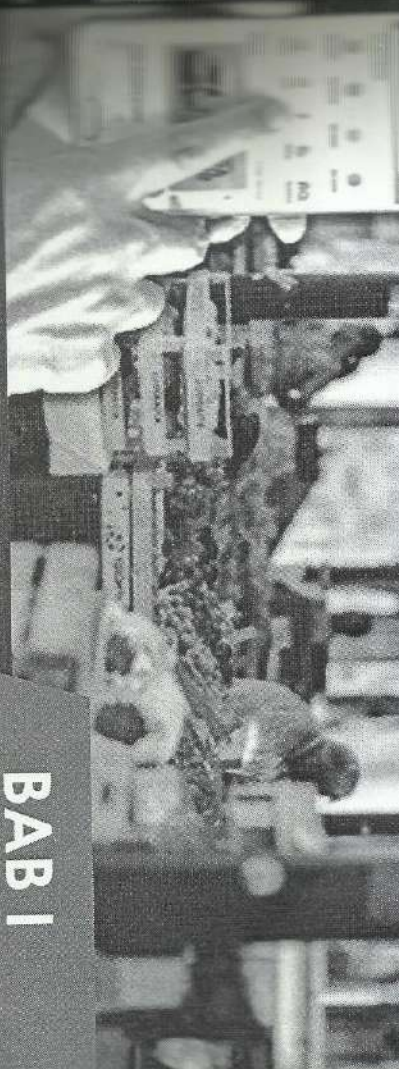
SABTU & MINGGU, 20 & 21 November 2021

PHONEX INSTITUTIONS

Background Zoom Session

Kegiatan ini terlaksana berkat dukungan dari

Supported by.



BAB I

BUAT TOKO DI SALAH SATU MP TOKOPEDIA HINGGA PROMO PRODUKNYA

Desyi Erawati, S.E., M.Ak. (Universitas Tama Jagakarsa)

erawatidesyi@gmail.com

Nafisah Yuliani, S.Pt., M.M. (Universitas Persada Indonesia YAI)

nafisah.y@gmail.com

Jeni Andriani, S.S., S.E., M.M. (Universitas Pamulang)

dosen00436@unpam.ac.id

Ir. Hallimah Tunafiah, M.T. (Universitas Persada Indonesia YAI)

htunafiah@gmail.com

Dr. Sri Retnaning Sampurnaningstih, M.Sc. (Universitas Pamulang)

Dosen01366@unpam.ac.id

PENDAHULUAN

Banyaknya masyarakat yang ingin membuka usaha sendiri menjadi salah satu penyebab bertumbuhnya usaha perdagangan. Kemunculan usaha pertokoan yang terus tumbuh membuat banyak pertokoan yang menyebabkan padatnya arus lalu lintas. Orang berbondong-bondong mendatangi pertokoan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Hal ini berdampak pada waktu yang banyak terbuang di jalan karena kemacetan untuk mendatangi toko fisik milik penjual yang menawarkan barang kebutuhan jika dilihat dari sisi pembeli. Dari sisi penjual, semakin banyak persaingan dalam menawarkan beragam kebutuhan konsumen, maka tidak jarang banyak toko yang gulung tikar karena tidak kompetitif dan tidak dapat bersaing antara satu dan lainnya. Tidak sedikit toko-toko yang tutup karena tidak bisa mengelola dengan baik sehingga mengalami kerugian.

Tetapi kini semakin majunya media internet, baik pengusaha yang ingin membuka toko maupun pembeli sudah dimanjakan dengan beberapa kenyamanan. Bagi pengusaha, sekarang mereka dapat berjualan dengan membuka toko online menggunakan internet melalui website. Beban biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha menjadi ringan, biaya pengiriman produk pun ditanggung oleh pembeli.

Dengan semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia hal ini menjadi terciptanya pasar dunia online baru yang banyak memancing para pengusaha untuk dalam pasar dunia online. Salah satu pasar dunia online yang sedang naik daun saat ini adalah jual beli online. Jual beli online itu sendiri merupakan aktifitas jual beli berupa transaksi penawaran dan permintaan barang oleh pembeli yang dilakukan secara online.

Di Indonesia 5 tahun kebelakang ini mulai tumbuh start up atau perusahaan bisnis berbasis teknologi seperti toko online di Indonesia sedang meningkat dan naik daun contohnya Bukalapak, Tokopedia, Lazada, Blibli. Dari contoh start up toko online adalah tokopedia yang merupakan salah satu online market place terkemuka di Indonesia seperti halnya situs layanan jual beli menyediakan sarana jual-beli dari konsumen ke konsumen. Dari faktor-faktor tersebut dibutuhkankannya strategi promosi sangatlah penting bagi perusahaan. PT. Tokopedia merupakan salah satu mall online di Indonesia yang mengusung model bisnis marketplace dan mall online.

Siapapun dapat membuka toko online di Tokopedia.com dan melayani pembeli dari seluruh Indonesia untuk transaksi satuan maupun banyak

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Dasar Strategi Pemasaran

Strategi

Strategi adalah pola keputusan perusahaan yang menentukan dan mengungkapkkan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang dikejar perusahaan (Andrews, Kenneth, R. 2011). Pendapat ini sesuai pendapat bahwa strategi adalah serangkaian tindakan besar yang menggambarkan bagaimana perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya (Hermawan, Kartajaya. 2002). Jadi, secara umum, pengertian strategi merupakan penetapan arah keseluruhan dari bisnis.

Pada dasarnya terdapat 9 strategi yang dapat dijalankan dalam menghadapi persaingan, yaitu:

- Kualitas tinggi dan harga tinggi,
- Kualitas tinggi dan harga menengah/ sedang,

- c. Kualitas tinggi dan harga murah,
- d. Kualitas menengah dan harga tinggi,
- e. Kualitas menengah dan harga menengah/sedang,
- f. Kualitas menengah dan harga murah,
- g. Kualitas rendah dan harga tinggi,
- h. Kualitas rendah dan harga menengah/sedang,
- i. Kualitas rendah dan harga murah.

Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan melalui proses pertukaran barang atau jasa (Assuari, Sofjan. 2011). Definisi lain menyatakan pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu insiator kepada stakeholder-nya (Hermawan, Kartajaya, 2002).

Jadi, pemasaran adalah kegiatan yang menghubungkan penjual dan pembeli sesuai dengan kebutuhan dan bukanlah sekedar perluasan penjualan tetapi keseluruhan bisnis dengan keuntungan sebagai imbalannya.

Pada dasarnya pemasaran adalah aktivitas perusahaan yang melibatkan serangkaian institusi dalam proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Secara garis besar terdapat 5 tahapan pemasaran sebagai berikut (Alma, Buchari, 2011):

- a. Tahap pertama, menganalisa peluang atau kesempatan yang dapat dimanfaatkan dalam usaha untuk mencapai tujuannya.
- b. Tahap kedua, penentuan sasaran pasar yang akan dilayani.
- c. Tahap ketiga, menilai posisi perusahaan dalam industrinya dan menetapkan strategi peningkatan posisi dalam persaingan.

- d. Tahap keempat, mengembangkan sistem pemasaran dan rencana pemasaran.
- e. Tahap kelima, menerapkan atau melaksanakan rencana pemasaran yang telah disusun dan mengendalikannya.

Jadi, strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan karena merupakan cara mencapai tujuan perusahaan. Karena itu dalam setiap usaha, khususnya usaha skala kecil, diperlukan pengembangan melalui strategi pemasaran.

Konsep Dasar Penjualan

Penjualan adalah kegiatan pelengkap dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi barang atau jasa (Assuari, Sofjan, 2011). Karena itu kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan meliputi penciptaan permintaan, menemukan calon pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran.

Penciptaan permintaan produk merupakan usaha penjualan yang harus dilakukan pertamata untuk pengenalan produk baru dan menstimulasi keinginan konsumen untuk produkproduk yang telah ada. Adapun usaha mencari dan menemukan calon pembeli dilakukan untuk memungkinkan bertemunya penjual dan pembeli dan terjadinya transaksi penjualan.

Konsep Dasar E-Commerce

E-Commerce adalah cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan secara online (Hermawan, Kartajaya, 2002). Pendapat lain menyatakan E-Commerce berarti pemasaran iklan, penjualan dan dukungan pelayanan terbaik menggunakan sebuah

webshop 24 jam sehari bagi seluruh pelanggan yang dilakukan pada jaringan internet (Komputer, Wahana, 2006)

Jadi, *E-Commerce* adalah website yang menyediakan/melakukan transaksi online atau merupakan cara berbelanja/berdagang online yang memanfaatkan fasilitas internet melalui website yang menyediakan layanan "get and deliver". *Ecommerce* dapat mengubah kegiatan marketing dan memangkas biaya operasional perusahaan.

E-Commerce mengacu pada internet untuk berbelanja secara online dan dengan jangkauan lebih sempit. Dimana *E-Commerce* adalah sub perangkat dari *E-Bisnis*. Pembayaranannya melalui transfer uang secara digital seperti melalui account paypal atau kartu kredit.

- Beberapa proses dalam *E-Commerce* adalah:
- Presentasi elektronik (pembuatan website) untuk produk dan layanan.
 - Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
 - Secara otomatis account pelanggan dapat secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit).
 - Pembayaran yang dilakukan secara langsung (online) dan penanganan transaksi.

Keuntungan menggunakan transaksi melalui *E-Commerce* bagi perusahaan adalah:

- Meningkatkan pendapatan dengan online channel yang biayanya lebih murah.
- Mengurangi biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya.
- Mengurangi keterlambatan dengan transfer elektronik/ pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
- Mempercepat layanan pada pelanggan dengan layanan yang lebih responsif

Secara umum *E-Commerce* diklasifikasikan menjadi 2 jenis, yaitu *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C). B2B adalah komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis, sedangkan B2C merupakan mekanisme toko online (electronic shopping mall), yaitu transaksi antara e-merchant dengan e-customer. Dalam B2B, umumnya transaksi dilakukan oleh trading partners yang telah saling kenal dengan format yang telah disepakati. Sedangkan B2C sifatnya terbuka untuk publik, sehingga setiap individu dapat mengaksesnya melalui suatu web server (Jonathan, Albertus, 2012)

Tokopedia adalah salah satu marketplace online lokal yang sangat populer. Menjadi pembeli ataupun penjual di tokopedia sama umumnya. Bagi pembeli, belanja di tokopedia akan lebih aman karena fitur escrow atau rekening bersama. Sebaliknya, bagi penjual akan sangat terbantu karena fitur di tokopedia sangat lengkap mulai dari inventori hingga ke promosi.

Penjualan di online marketplace seperti tokopedia adalah salah satu peluang bisnis yang masih prospektif. Kita bisa berjualan dengan memanfaatkan marketplace ini untuk menjangkau pelanggan seluas-luasnya. Selain itu, untuk berjualan di tokopedia kita tidak perlu membayar alias gratis (meski ada biaya jika anda ingin upgrade ke *gold member*). Fitur dasar yang ditawarkan juga sangat mempermudah kita mengorganisir barang, menjadwalkan pengiriman, hingga mempromosikan produk.

Tokopedia mempunyai 4 skema keanggotaan seller: Regular Merchant, Power Merchant, Power Merchant PRO, dan Official Store. Regular Merchant: keanggotaan yang ditujukan untuk Seller pemula yang ingin mengembangkan bisnis di Tokopedia. Power Merchant: skema keanggotaan untuk Seller yang siap meningkatkan penjualan dan kepercayaan pembeli dengan berbagai fitur untuk memaksimalkan bisnis.

- Power Merchant PRO: skema keanggotaan khusus untuk Seller terpilih yang konsisten memberikan pelayanan terbaik ke pembeli dan berhak mendapatkan berbagai keuntungan eksklusif.
- Official Store: keanggotaan untuk brand resmi atau pemegang hak merek yang sah.

Berbisnis dan berjualan memang penuh tantangan. Seller harus memperhatikan pergerakan pasar, kompetitor, kualitas produk yang dijual, pelayanan ke pembeli, dan lainnya. Dapatkan kemudahan dalam mengelola toko dengan menjadi Power Merchant, beserta fitur-fitur eksklusif untuk menjangkau banyak calon pembeli. Tingkatkan kepercayaan pembeli dari badge khusus Power Merchant. Terbukti, Power Merchant lebih sering dikunjungi hingga 4,3x lipat, menerima pesanan lebih banyak hingga 5x lipat, dan meningkatkan penjualan hingga 5,5x lipat berdasarkan data Tokopedia tahun 2020.

Nah, bagi anda yang belum berjualan di tokopedia, kenapa tidak segera mencoba membuka toko di toped (*tokopedia-red*). Untuk berjualan di tokopedia pun mudah kok, anda hanya perlu mendaftar akun tokopedia dan membuka toko. Kalau ingin lebih jelas, berikut ini step-by-step cara membuka toko di tokopedia.

Cara Jualan di Tokopedia

1. Persiapan

Untuk persiapan berjualan di tokopedia, hal yang pertama dibutuhkan adalah anda harus mempunyai akun tokopedia terlebih dahulu. Penjelasannya ada di bagian bawah artikel ini. Untuk syarat membuka akun toped, anda perlu sebuah *email* yang masih aktif dan nomor ponsel. Jika sudah siap, mari melangkah ke step berikutnya.

1. Membuat Akun Tokopedia
Silakan buka situs tokopedia.com dan klik tombol daftar, atau klik di sisi untuk membuka langsung. Isi formulir isian, mulai dari nama, nomor ponsel, email dan lain-lain. Pastikan data yang anda isikan benar, kemudian klik tombol *Register Account*.
2. Membuka Toko di Tokopedia
Setelah anda mempunyai akun tokopedia, sekarang saatnya membuka toko untuk berjualan online. Setelah anda log in, klik simbol toko di kanan atas layar, kemudian klik tombol *Buka Toko* yang berwarna hijau

HASIL DAN PEMBAHASAN

Halaman Pendaftaran Toped

Selain itu, anda bisa juga mendaftar tokopedia menggunakan akun Facebook, Google, atau Yahoo. Cukup klik salah satu tombol yang ada di samping kiri layar.

Step 1 Buka Toko di Toped

Setelah terbuka halaman baru, buat nama toko dengan mengisikannya pada kotak *Nama Toko*. Pastikan nama toko anda unik dan belum dipakai oleh orang lain. Caranya klik tombol *Cek Nama Toko* di sebelah kanan kotak isian sampai muncul tulisan *Nama toko yang Anda pilih tersedia berwarna hijau*.



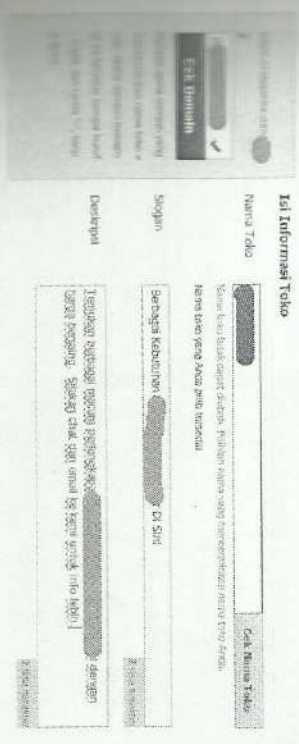
Step 2 Membuka Toko di Toped

Begitu pula dengan domain, buatlah nama domain yang unik dan pastikan dengan meng-klik tombol *Cek Domain*. Nama domain ini akan menjadi alamat web toko online anda, oleh karena itu buatlah sesederhana mungkin dan mudah diingat misal <https://tokopedia.com/tokobajuku>.

Setelah itu, isikan pula slogan toko anda misalnya seperti "*murah dan berkualitas*". Demikian pula dengan kotak deskripsi, isikan yang paling sesuai menurut anda.

Selanjutnya, siapkan sebuah foto untuk logo toko anda dan unggah dengan menekan tombol *Browse File*. Pilih kotak *Asal Pengiriman* dan isikan juga kode pos toko anda. Untuk alamat pickup bisa anda isi dengan alamat toko fisik anda. Tetapi jika anda tidak punya toko fisik atau hanya jualan online saja, kotak ini boleh dikosongkan.

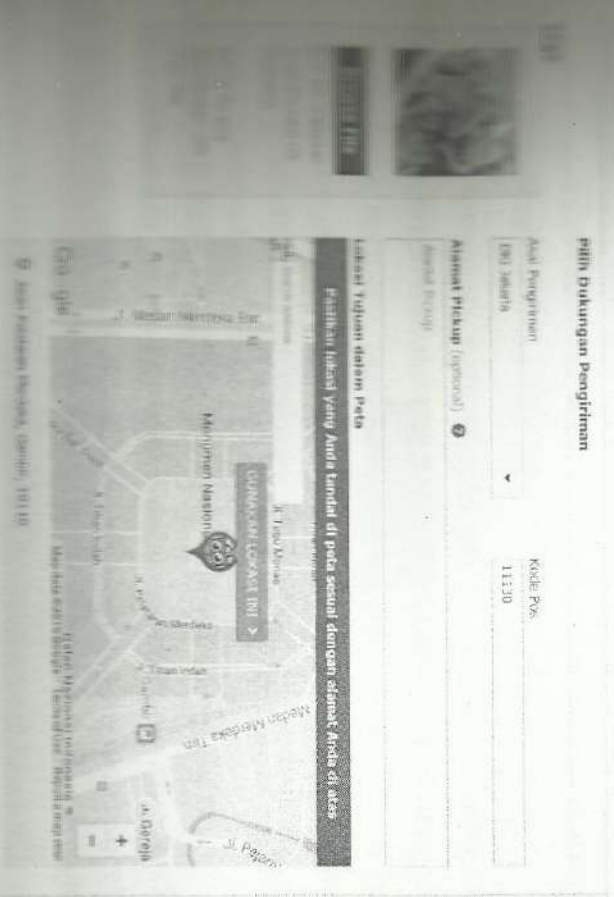
Buka Toko



Step 3 Membuka Toko di Toped

Pilih Dukungan Pengiriman

Centang semua jasa pengiriman yang paling sesuai menurut anda. Lebih banyak pilihan pengiriman tentu lebih baik, namun pastikan anda mempunyai akses ke lokasi cabang ekspedisi tersebut. Jika tidak, pilihlah setidaknya 3 ekspedisi paling banyak dipakai yaitu JNE, TIKI, dan Pos Indonesia. Untuk wilayah kota besar tertentu juga tersedia pilihan kurir dengan ojek online Gojek.



<input checked="" type="checkbox"/> Aktifkan JNE <input type="checkbox"/> Sistem AWB Okoratis Pesangir leleh berlut <input checked="" type="checkbox"/> Reguler <input checked="" type="checkbox"/> YES	<input type="checkbox"/> Aktifkan 3RD <input checked="" type="checkbox"/> Over Night Service <input checked="" type="checkbox"/> Reguler <input type="checkbox"/> Biaya Tambahan Pengiriman TKI Rp. <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Aktifkan 4PX <input type="checkbox"/> Next Day Package <input type="checkbox"/> Reguler Package	<input type="checkbox"/> Aktifkan Welpos <input type="checkbox"/> Service Normal
<input checked="" type="checkbox"/> Aktifkan Pos Indonesia <input checked="" type="checkbox"/> Pos Kilat Khusus <input checked="" type="checkbox"/> Paket Biasa	<input type="checkbox"/> Aktifkan China <input type="checkbox"/> Service Normal

* Escrow Account adalah fasilitas rekening Toko Online, dan pastinya akan membuat ** Pembayaran instant via Mandiri Click

Buka Toko

Pilihan Kurir Tokopedia Buka Toko

Setelah semua formulir anda isi, periksa kembali dan pastikan data yang dimasukkan sudah benar dan sesuai. Jika sudah yakin dengan data yang dimasukkan, klik tombol *Buka Toko* yang berwarna hijau di bagian bawah formulir tadi.

Selamat! Anda telah berhasil membuka toko

Selamat! Anda sudah dapat membuka toko di Tokopedia.

Bulan pertama Untuk Memulai

Insentif lebih besar untuk membantu Anda berjualan.

Siap berjualan di Tokopedia

Di halaman selanjutnya akan tampil informasi bahwa anda telah berhasil membuka toko di tokopedia. Nah, sekarang tinggal tambahkan produk dan anda siap berjualan online. Semoga sukses

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap strategi pemasaran dan penjualan pada tokopedia maka diketahui bahwa *Website Tokopedia* merupakan *pasar/mall online* terbesar di Indonesia yang memungkinkan individu maupun pemilik usaha di Indonesia untuk mengolah toko *online* secara mudah dan gratis, sekaligus memberi pengalaman berbelanja online lebih aman, nyaman, dan yang menyenangkan.

Website Tokopedia menyediakan peluang bisnis dan menjual berbagai macam produk elektronik, peralatan kantor, rumah tangga, dan olahraga, kosmetik, perlengkapan bayi, dan lainlain karena itu dilengkapi dengan mesin pencari (*search engine*) yang memudahkan pencarian produk yang diinginkan, dan fitur direktori yang dapat dimanfaatkan sebagai katalog belanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo.
- Andrews, Kenneth, R. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Hermawan, Kartajaya. 2002. *Mark Plus on Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Assuari, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Jonathan, Albertus. 2012. *Strategi Business To Business (B2b) Dalam Manajemen Bisnis Perusahaan*. Surabaya: Universitas Khataolit Widya Mandala.



BAB II

BUAT AKUN BISNIS DI INSTAGRAM HINGGA PAID PROMONYA

Nur Syamsiyah, ST., MTI.-Universitas Darma Persada-

nur_syamsiyah@ft.unsada.ac.id

Yahya, ST., M.Kom.-Universitas Darma Persada-

yahya@ft.unsada.ac.id

Eva Novianti, S.Kom., MMSI.-Universitas Darma Persada-

eva_novianti@ft.unsada.ac.id

Fitri Sulistiani, SE., MM.-Universitas Darma Persada-




fitsee31isee39@gmail.com

Agustina Indriani, SE., M.Ak.-Universitas Darma Persada-

agustinareni01@gmail.com

Pemasaran digital atau digital marketing adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (dalam hal ini internet) untuk memasarkan suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh sebuah bisnis. Menurut seorang ahli bernama Denny Santoso, pemasaran digital adalah sebuah strategi untuk meraih jumlah orang yang masif untuk menciptakan ketertarikan dan permintaan terhadap suatu produk. Saat ini, strategi pemasaran digital sangat disarankan untuk diterapkan di hampir seluruh jenis bisnis. Berikut beberapa alasan kenapa kamu harus mencoba memanfaatkan platform digital marketing untuk memanfaatkan bisnismu. Dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan Dapat diukur dengan data yang akurat. Didalam buku ini kamu akan menemukan beragam media yang digunakan untuk memasarkan beragam produk dengan kelebihan dan kekurangannya masing – masing.



 Penerbit Adab
 @penerbitadab
 www.PenerbitAdab.id

Pabean Udik - Indramayu - Jawa Barat
Telp. 081221151025 | penerbitadab@gmail.com

PENDIDIKAN
ISBN 978-623-5314-23-5

