

PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jl. Kemang Raya No.35, Bangka - Mampang Prapatan - Jakarta Selatan 12730

Telp. : 021-71791838, HP/WA: +62 812 83062237

website: www.ibs.ac.id e-mail: p3m@ibs.ac.id

Nomor : 036/P3M-ST-DOS/STIE IBS/XI/2022 Jakarta, 9 November 2022

Kepada Yth.

Sdr. Deni Wardani S.T., M.T.I
NIDN 0317087401
Dosen Tetap STIE Indonesia Banking School
Di Tempat

Perihal: Tugas Melakukan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

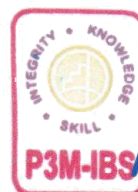
Dalam rangka mendukung upaya pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi dan berdasarkan Surat Permintaan dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia Propinsi Jambi No. 24/498/Jb/Srt/B tanggal 8 November 2022 perihal Permintaan Narasumber Onboarding UMKM Propinsi Jambi Tahun 2022, dengan ini Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STIE IBS memberikan tugas untuk melaksanakan kegiatan sebagai berikut:

Tugas : Sebagai Nara Sumber
Kegiatan : Melakukan Onboarding UMKM dengan materi "**Olahan Daging**"
Hari/tanggal : Jumat s/d Senin (tanggal 11 s/d 14 November 2022)
Waktu : 08.00 WIB s/d Selesai
Tempat : Klaster Sapi, Gapoktan Kuamang Mandiri, Kec.Pelepat Ilir , Kab.Bungo

Setelah melaksanakan tugas ini, diwajibkan untuk melaporkan hasil kegiatan tersebut kepada P3M paling lambat satu minggu setelah kegiatan.

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan, harap dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab dan yang berkepentingan menjadi maklum.

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
INDONESIA BANKING SCHOOL**



Hayu S. Prabowo
Dr. Ir. Hayu S. Prabowo, M.Hum.

Direktur P3M

Pentingnya Digital Marketing

DENI WARDANI



E-Commerce pada Metaverse (2025-2030)

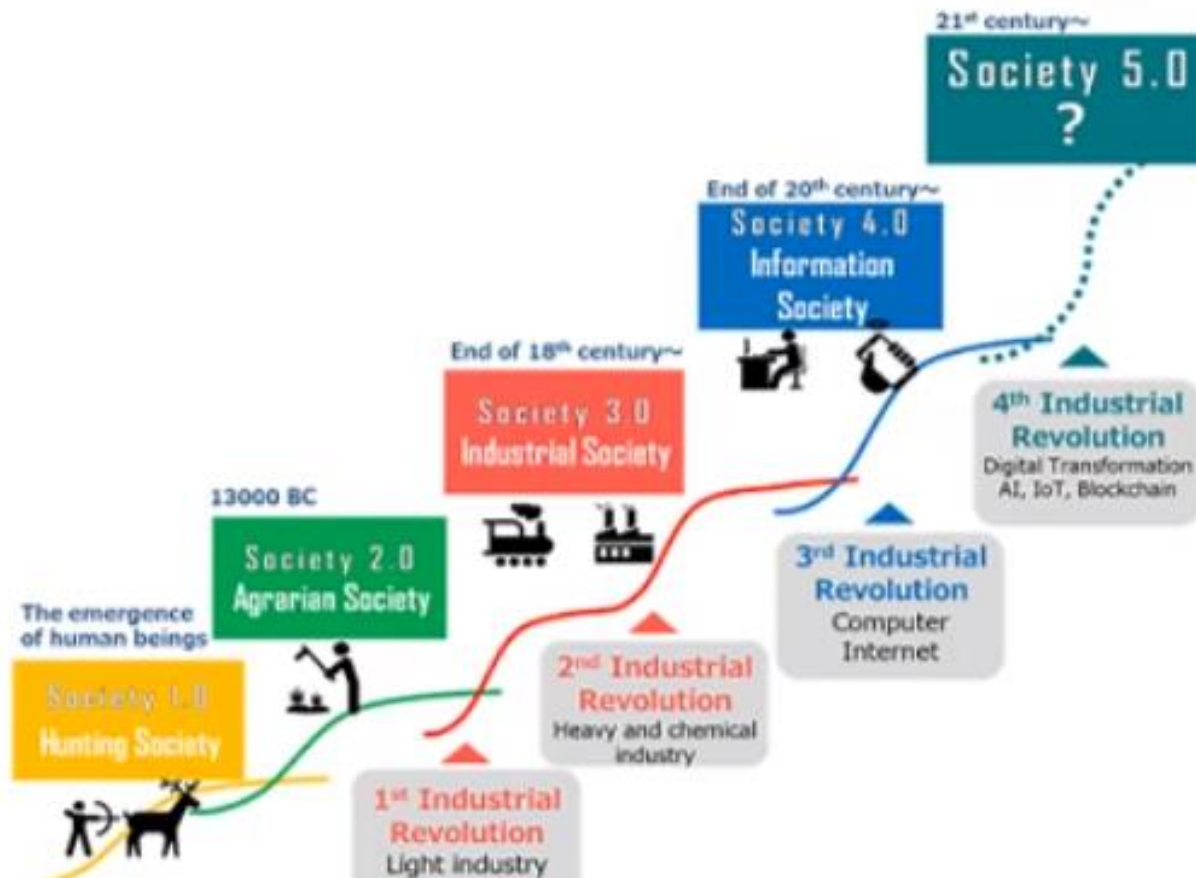


Besarnya Gelombang Perubahan

- Perubahan Teknologi
 - Dunia lagi mengalami gelombang besar inovasi teknologi digital seperti Internet of things (IOT), Robotika, Blokchains, keuangan digital
- Perubahan Ekonomi dan Geopolitik
 - Pergeseran ekonomi dunia dari Barat ke Asia. Beberapa negara menghadapi penuaan penduduk yang cepat di tengah kelahiran yang sangat rendah, sedangkan populasi global tumbuh eksplosif
- Perubahan Pola Pikir
 - Masalah isu lingkungan global dan kesenjangan social yang memburuk.
- Perubahan Dapat Membawa Peluang dan juga Ancaman
- Imajinasi adalah kunci membentuk masa depan

Perkembangan Bentuk Masyarakat

- Sampai jaman sekarang ini manusia telah menempuh empat jenis masyarakat yaitu: Masa Berburu, masa Bertani, masa industry dan masa informasi, serta sedang menuju tahap kelima



Data Pengguna Internet Indonesia 2022

FEB
2022

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



INDONESIA

TOTAL
POPULATION



277.7
MILLION

URBANISATION

57.9%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



370.1
MILLION

vs. POPULATION

133.3%

INTERNET
USERS



204.7
MILLION

vs. POPULATION

73.7%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



191.4
MILLION

vs. POPULATION

68.9%

Data Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia 2022

FEB
2022

DIGITAL GROWTH

CHANGE IN THE USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES OVER TIME



INDONESIA

TOTAL
POPULATION



+1.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.8 MILLION

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



+3.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+13 MILLION

INTERNET
USERS



+1.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.1 MILLION

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



+12.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+21 MILLION

Data Pengguna Sosial Media Indonesia 2022

FEB
2022

TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT USERS SPEND USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP



Data Aktivitas Keuangan Indonesia 2022

FEB
2022

FINANCIAL INCLUSION FACTORS

PERCENTAGE OF THE POPULATION AGED 15+ THAT OWNS OR USES EACH PRODUCT OR SERVICE



INDONESIA

ACCOUNT WITH A
FINANCIAL INSTITUTION



48.4%

FEMALE 51.1%
MALE 45.5%

CREDIT CARD
OWNERSHIP



2.4%

FEMALE 1.9%
MALE 3.1%

DEBIT CARD
OWNERSHIP



30.8%

FEMALE 32.4%
MALE 29.1%

MOBILE MONEY ACCOUNT
(E.G. MPESA, GCASH)



3.1%

FEMALE 2.7%
MALE 3.5%

MADE OR RECEIVED DIGITAL
PAYMENTS IN THE PAST YEAR



34.6%

FEMALE 35.5%
MALE 33.7%

MADE A PURCHASE ON THE
INTERNET IN THE PAST YEAR



9.9%

FEMALE 11.2%
MALE 8.5%

USED ONLINE BANKING
IN THE PAST YEAR



7.7%

FEMALE 8.3%
MALE 7.1%

USED THE INTERNET TO
PAY BILLS IN THE PAST YEAR



4.2%

FEMALE 5.7%
MALE 2.7%

Data Aktivitas Online Shopping

FEB
2022

WEEKLY ONLINE SHOPPING ACTIVITIES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO ENGAGE IN SELECTED ECOMMERCE ACTIVITIES EACH WEEK



INDONESIA

PURCHASED A PRODUCT
OR SERVICE ONLINE



GWI.

60.6%

ORDERED GROCERIES
VIA AN ONLINE STORE



36.0%

BOUGHT A SECOND-HAND
ITEM VIA AN ONLINE STORE



13.0%

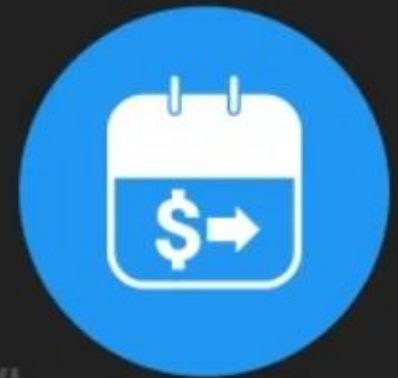
USED AN ONLINE PRICE
COMPARISON SERVICE



GWI.

18.3%

USED A BUY NOW,
PAY LATER SERVICE



43.3%

Data Sosial Media di Indonesia 2022

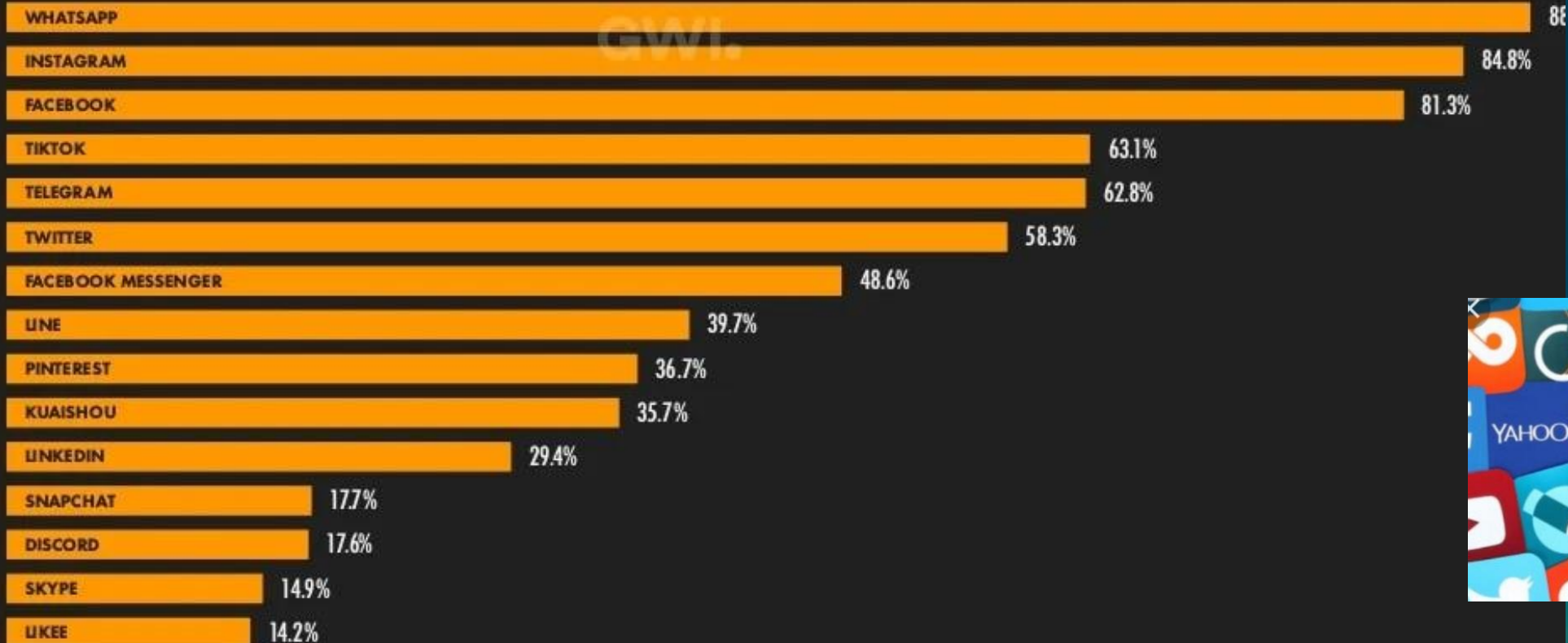
FEB
2022

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH



INDON



SOURCE: GWI (Q3 2021) FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM FOR FULL DETAILS. NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. COMPARABILITY: A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR REPORTS REPORTS WAS BASED ON A DIFFERENT QUESTION IN GWI'S SURVEY.

we

Mengapa Marketing Sangat Penting

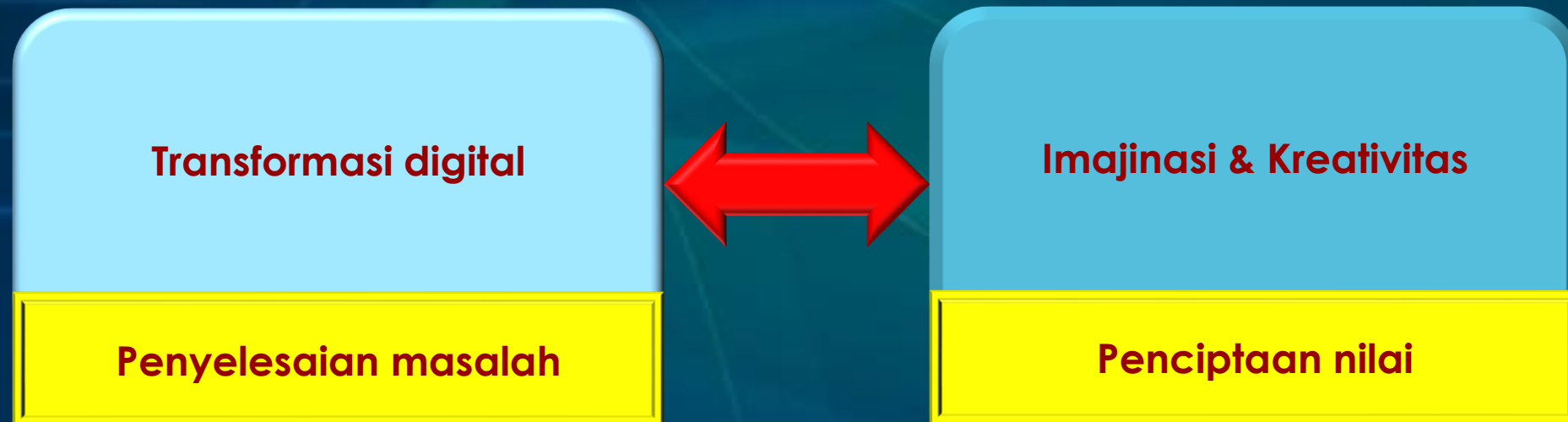
- Pemasaran berkontribusi pada bisnis dalam aspek:
 - Sebagai garis depan untuk menghubungkan merek dengan pelanggan
 - Mempertahankan keberadaan merek dan reputasi untuk jangka Panjang
 - Libatkan pengguna untuk membentuk hubungan dengan merek
 - Sebagai strategi penting untuk memastikan pertumbuhan bisnis dan keberlanjutan
- Apa Tujuan Pemasaran :
 - Kesadaran Merek
 - Pangsa Pasar
 - Pelanggan Baru
 - Pertahankan Pelanggan
 - Lalu Lintas/Kunjungan
 - Konversi
 - Nilai Seumur Hidup Pelanggan
 - Penjualan/Pendapatan

Transformasi Digital

- Transformasi digital secara dramatis akan mengubah banyak aspek masyarakat, termasuk kehidupan pribadi, bisnis, industry, dan pekerjaan
- Pemanfaatan data dan AI akan membuka banyak kemungkinan baru dalam menggunakan teknologi digital
 - IOT artinya setiap hal dapat terhubung ke internet. Peningkatan teknologi untuk mendapatkan data yang tepat dari dunia nyata akan memungkinkan data sesuai secara real time dan disebarkan di dunia maya
 - AI artinya Aspek yang penting dalam kemampuannya dalam menganalisis data
 - Robotika artinya Objek yang pintar mempunyai kemampuan AI yang dapat berinteraksi di dunia maya dan dunia nyata
 - Teknologi e-commerce yang dapat menjual secara dunia maya dengan produk berupa barang nyata ataupun digital

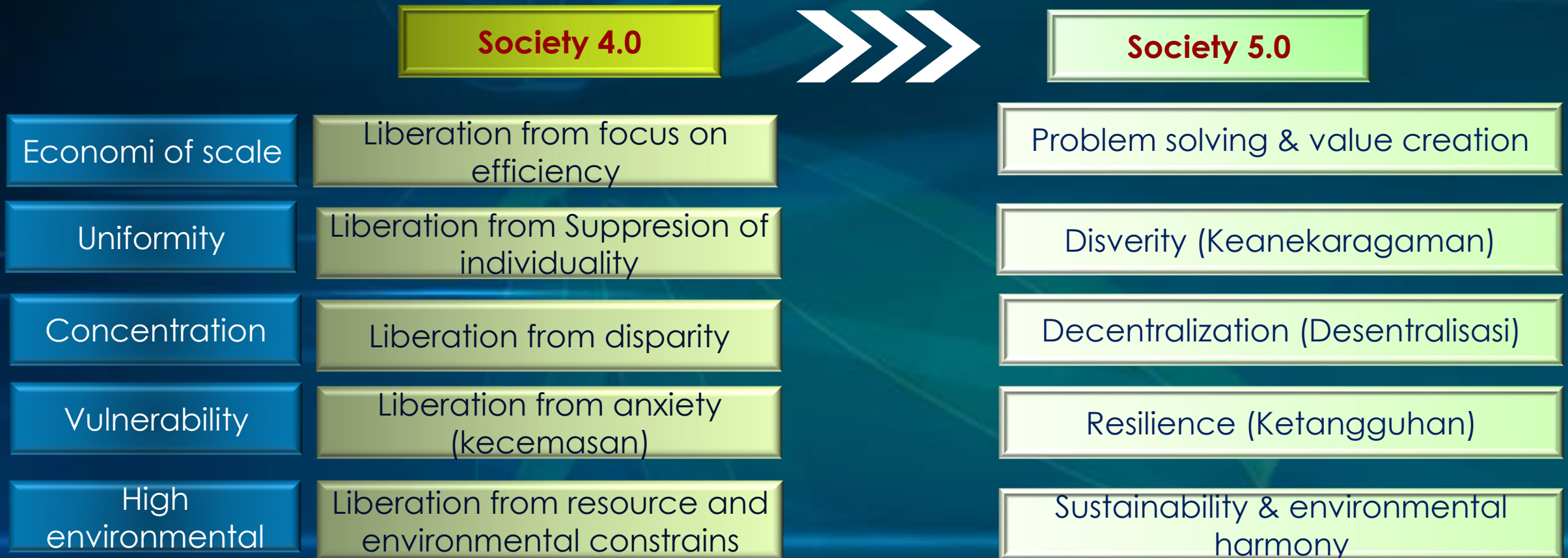
Sifat Masyarakat 5.0

- Memanfaatkan data dan teknologi digital dalam menciptakan masyarakat yang menjalani gaya hidup yang beragam dan mengejar kebahagiaan dalam diri mereka sendiri
- Kedepannya manusia akan membutuhkan imajinasi untuk mengubah dunia yang kreatif untuk mewujudkan ide-ide masyarakat 5.0 yang menjadi masyarakat imajinasi



CIRI MASYARAKAT 5.0

- Untuk membawa sebuah masyarakat dimana setiap orang dapat menciptakan nilai kapan saja yang harmoni dengan alam dan bebas dari kendala yang ada



E-Commerce Terlaris di Indonesia 2022

E-COMMERCE TOP OF MIND AWARENESS

In terms of Top of Mind Awareness, Shopee has the highest number (54%), followed by Tokopedia and Lazada.



Sumber: pikiran-rakyat.com

Layanan Gojek



Sumber: pikiran-rakyat.com

GOJEK

Home | History | Help | My Account

GOE PAY Rp 2.000.000 | **TRANSFER** | **SCAN QR** | **GOPOINTS** 55.000 pts 8

KE MANA-MANA Jadi Lebih Cepat DENGAN GO-RIDE

GO-RIDE	GO-CAR	GO-BLUEBIRD	GO-FOOD
GO-MART	GO-SHOP	GO-SEND	GO-PULSA
GO-BOX	GO-MASSAGE	GO-CLEAN	GO-GLAM
GO-TIX	GO-AUTO	GO-MED	GO-BUSWAY

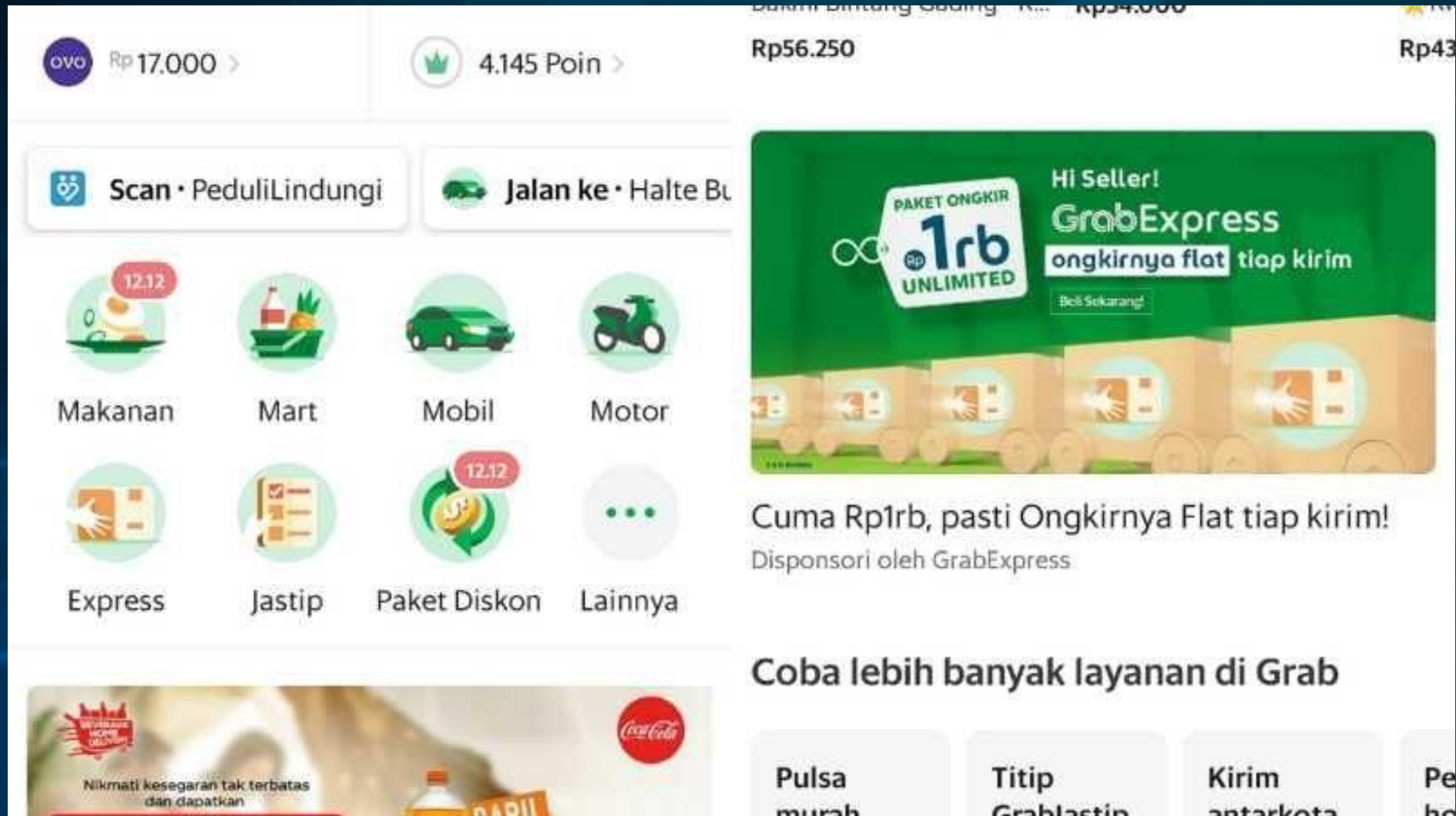
GOJEK

Beranda | Pesanan | Bantuan | Akun Saya

Tuliskan pertanyaan Anda di sini

- GO-PAY
- GO-POINTS
- GO-SEND
- GO-RIDE
- GO-CAR
- GO-BLUEBIRD
- GO-FOOD
- GO-MART

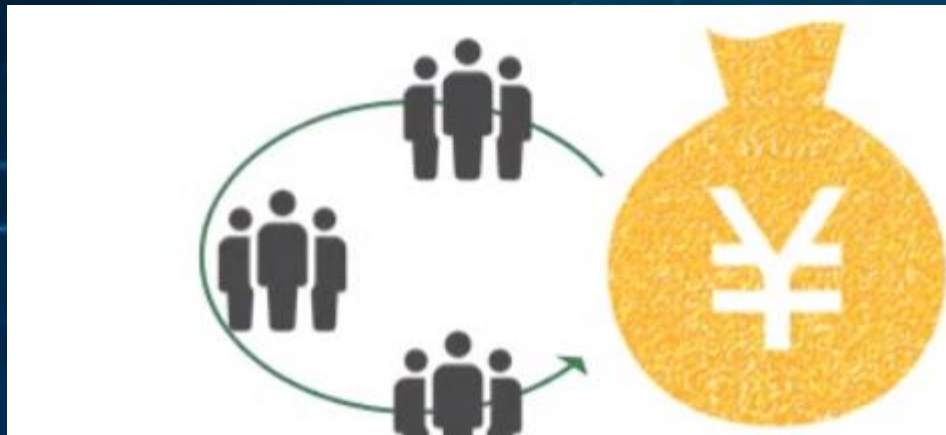
Layanan Grab



Sumber: <https://www.laros.id>

Layanan Sistem Pembayaran

- Transformasi digital menyediakan beragam jasa keuangan
- Sistem keuangan menyediakan dana secara efisien dan efektif di masyarakat
- Akses ke layanan keuangan akan memberikan kontribusi kemandirian ekonomi dan pendapatan yang lebih besar



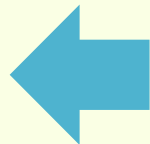
Jasa Pengiriman Paket

- Besarnya transaksi e-commerce meningkatkan beragam jasa pengiriman paket
- Sistem tracking untuk memantau status pengiriman barang



Pengecekan Pembayaran Jualan Online

- Penjualan online yang menerima dengan beberapa rekening misalnya: BCA, Mandiri, BNI, BRI



Bagaimana cara cek pembayaran yang sudah masuk rekening?

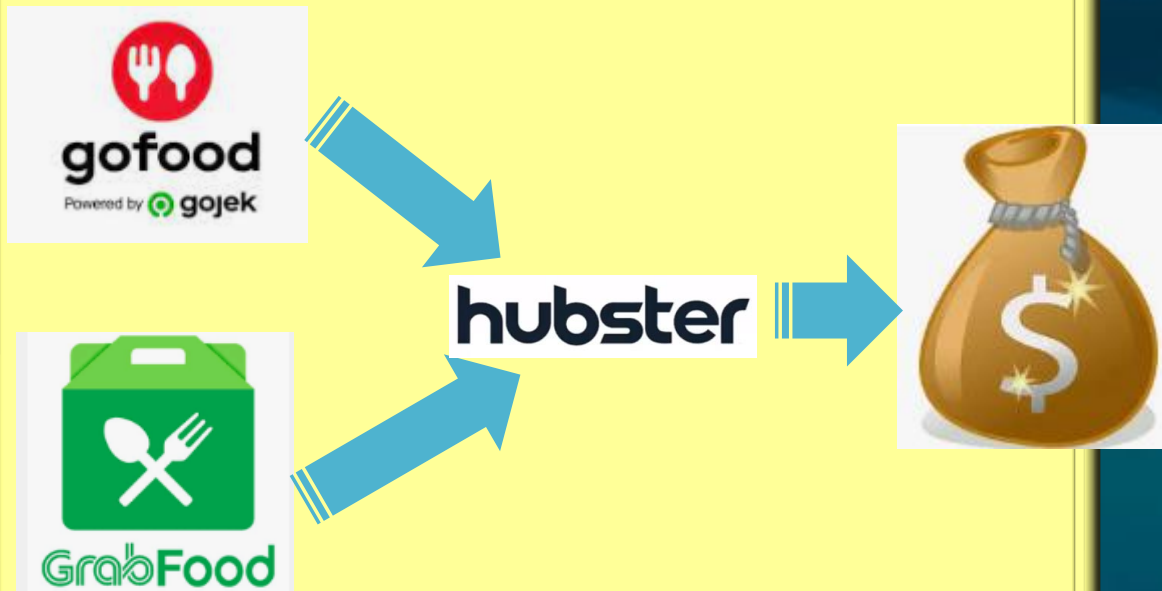
Pengecekan Pembayaran Jualan Online

- Pengecekan Penjualan online yang menerima dengan beberapa rekening misalnya: BCA, Mandiri, BNI, BRI
- Dapat dilakukan dengan system aplikasi untuk membantu melakukan pengelolaan cek mutase rekening bank paling efektif dalam satu Dashboard

- <https://mutasi.co.id>
- <https://mutasibank.co.id>
- <https://moota.co>
- <https://cekmutasi.co.id>
- <https://bukubank.com>
- <https://mutasibank.co.id>
- <https://mutasee.com>
- <https://www.mutasikita.co.id>

Contoh Pengelolaan Double Order

- Pengecekan Penjualan online yang menerima orderan dari Gofood dan Grabfood



- Bagaimana caranya mengelola order dari Gofood dan Grabfood yang efektif?
- Hubster bisa mendukung kebutuhan tersebut

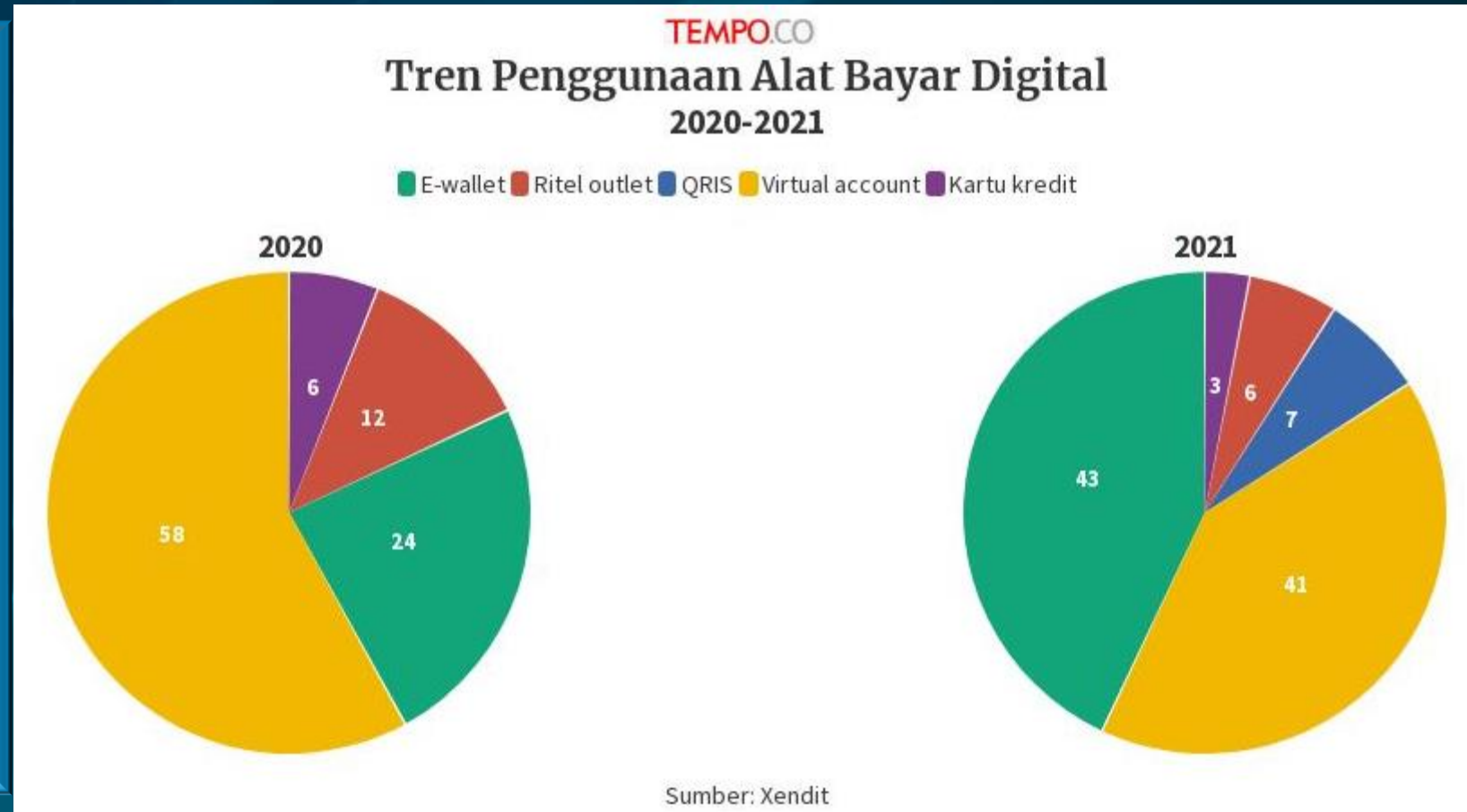
hubster

Kelola semua pesanan online dari satu aplikasi
Satukan semua pesanan online dari berbagai partner. Kelola orderan dengan lebih efisien dengan segala fitur yang memudahkan.

<https://www.hubster.co.id/order-manager>

Tren Penggunaan alat Bayar

- Virtual account mendominasi pada tahun 2020 tetapi menurun pada tahun 2021
- E-wallet mengalami peningkatan dari tahun 2020 pada tahun 2021
- Qris sudah mulai digunakan pada tahun 2021
- Ritel dan kartu kredit mengalami penurunan di tahun 2021



Strategi Bisnis Go Digital

Jika bisnis kita ingin mudah ditemukan di internet



DIGITAL PRESENCE

Menghadirkan bisnis pada pencarian internet



Jika bisnis kita ingin mudah ditemukan di social media dan mudah bertransaksi



DIGITAL ONBOARDING

Jualan online di platform e-commerce yang tepat

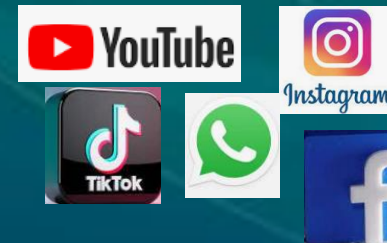


Jika bisnis kita ingin makin dikenal luas oleh pengguna internet di banyak channel



DIGITAL MARKETING

Pemasaran digital dan multichannel di pasar local atau Nasional



Jika bisnis kita ingin makin efisien dan produktif serta terkontrol dalam peningkatan bisnis



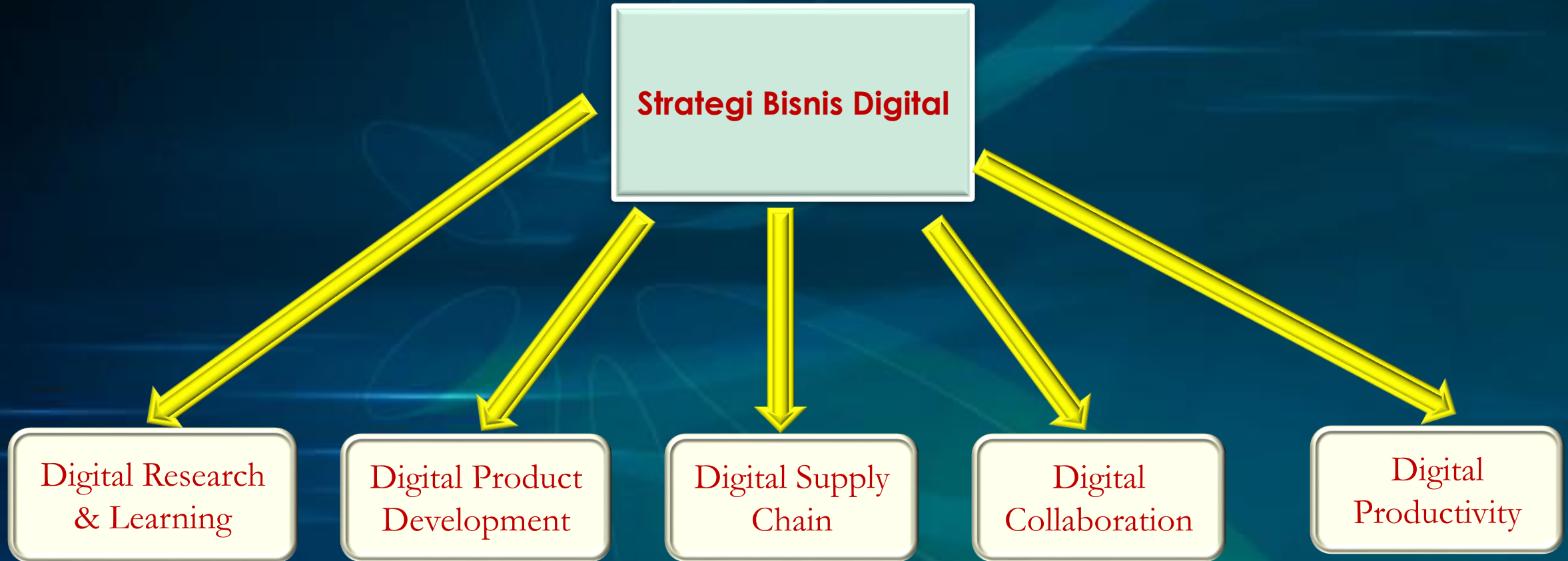
DIGITAL OPERATION

Adopsi aplikasi digital untuk operasional dan peningkatan bisnis



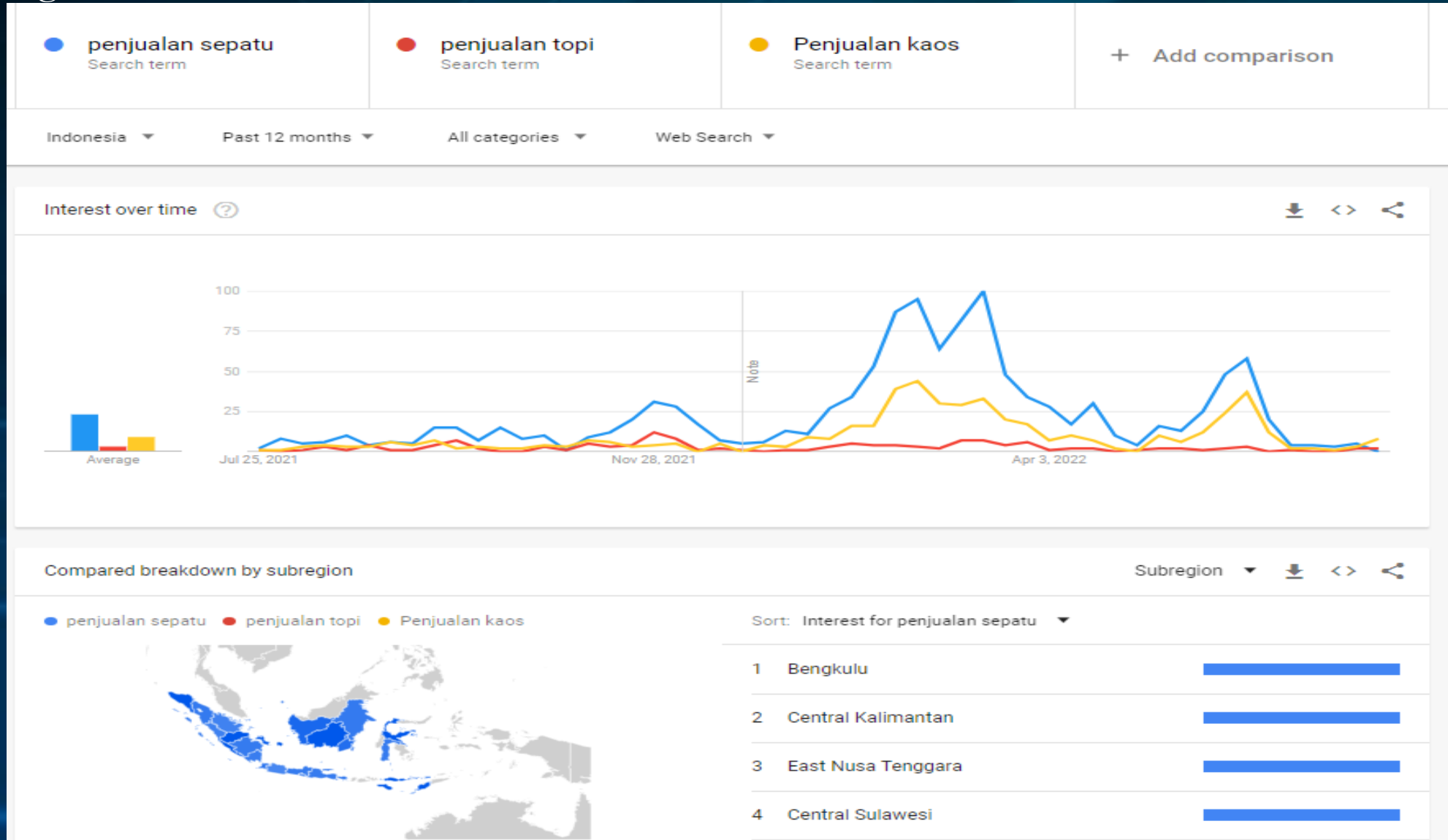
Untuk mencapai tujuan tersebut maka bisnis kita harus go to digital

Strategi Bisnis Digital Kedepan



Contoh Pemanfaatan Data Digital

- Trends.google.com



Marketing

Apa Itu Marketing?

Suatu kegiatan atau inisiatif untuk membawa/mempromosikan produk ke pasar yang meliputi penciptaan strategi yang efektif mulai dari memperkenalkan produk sampai membuat pelanggan terbiasa menggunakan produk kami dengan mengoptimalkan potensi ruang pertumbuhan

Mengapa Marketing Sangat Penting?

Pemasaran berkontribusi pada bisnis dalam aspek:

- Sebagai garis depan untuk menghubungkan merek dengan pelanggan
- Mempertahankan kehadiran dan reputasi merek untuk jangka Panjang
- Libatkan pengguna untuk membentuk hubungan dengan merek
- Sebagai strategi penting untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis

Marketing

Tujuan Marketing

- Kesadaran Merek
- Pangsa Pasar
- Pelanggan Baru
- Pertahankan Pelanggan
- Lalu Lintas/Kunjungan
- Konversi
- Nilai Seumur Hidup Pelanggan
- Penjualan/Pendapatan

Apa yang Pemasar lakukan?

Pemasar bertanggung jawab untuk mengelola positioning produk untuk bersaing di pasar dan mengembangkan strategi yang diperlukan agar produk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan

Marketing

Mendalami Peran Marketing

Lakukan Riset

- Mengetahui tujuan bisnis Anda
- Memahami persaingan pasar
- Mengetahui calon pelanggan
- Mengukur kemampuan

Kembangkan Strategi

- Menetapkan target
- Membuat program
- Pendekatan komunikasi

Jalankan Rencana

- Menyelaraskan dengan pemangku kepentingan masing-masing
- Memastikan rencana peluncuran berjalan lancar

Monitor & Review

- Review proses implementasi dan hasilnya
- Menyusun item yang dapat ditindaklanjuti berikutnya

Digital Marketing

Kedekatan Dengan Pengguna



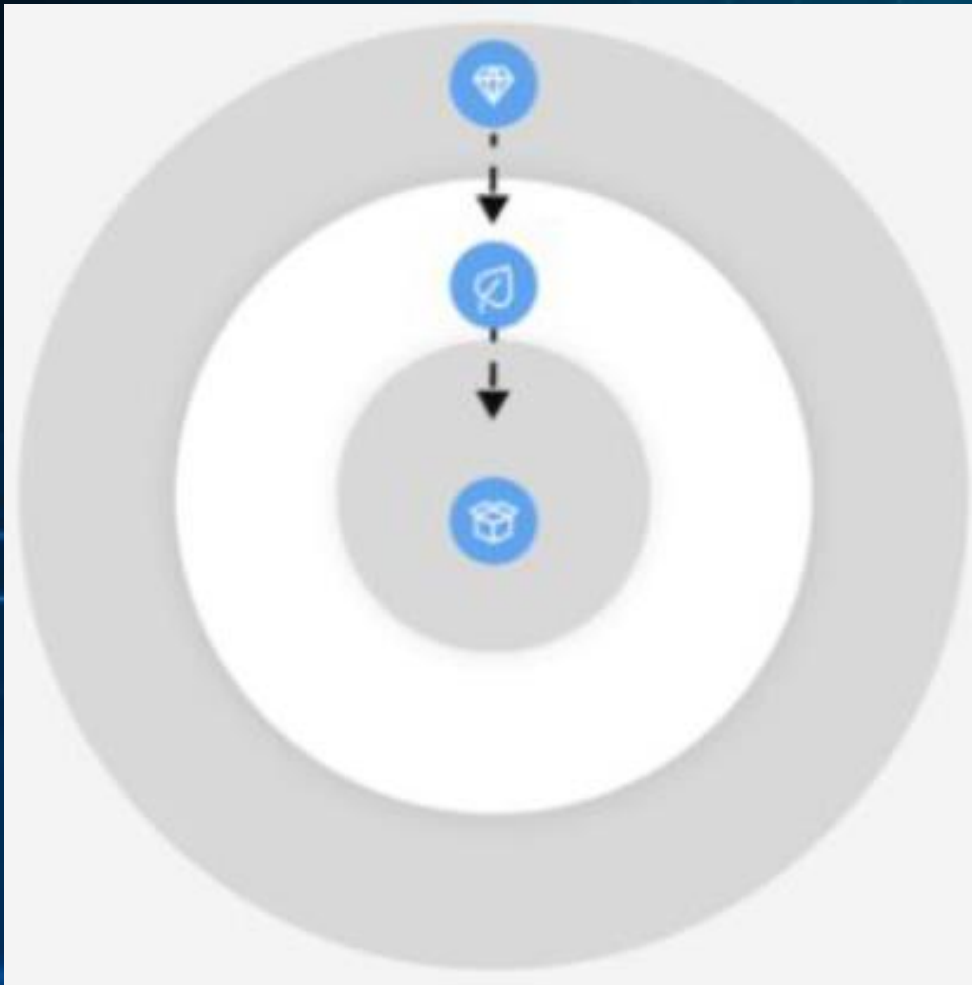
Sales

- Berorientasi Pasar
- Fokus dalam menciptakan permintaan baru
- Bertujuan untuk memaksimalkan pangsa pasar
- Fokus strategi pada komunikasi

- Berorientasi Konversi
- Fokus dalam memenuhi permintaan
- Bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan
- Fokus strategi pada distribusi

Pengembangan Digital Marketing

Kedekatan Dengan Pengguna



Brand Marketing

Menarik orang yang kurang akrab dengan produk

Growth Marketing

Fokus pada target pelanggan tetap dan menjaganya

Produk Marketing

Meyakinkan bahwa pelanggan mengerti produk kita

Komunikasi Pada Marketing

Komunikasi Marketing adalah elemen yang digunakan pemasaran untuk berhubungan dengan konsumen dimana dengan cara:

- Menghubungkan merek dengan target
- Secara persuasive untuk membujuk target
- Menjaga hubungan dengan pelanggan

Strategi Komunikasi Marketing

Segmentation

Identifikasi kelompok pelanggan: Demografis, Psikografis, Geografis

Targeting

Tentukan target kelompok spesifik yang dituju

Positioning

Tetapkan keunggulan kompetitif merek/produk

Komunikasi Pada Marketing

Strategi Komunikasi Marketing Efektif

- Memahami segmen pasar
- Konsisten dan ringkas
- Sesuaikan nada suara dan gaya pesan dengan audiens target
- Pilih saluran terbaik untuk menjangkau pelanggan

Komunikasi Marketing Mix

Offline Channel	Digital Channel	Direct Channel
OOH (Out of home)	Aplikasi marketing	Event
Media masa	Media sosial	Telemarketing
Media cetak	SEO/SEM	Tim Promosi
Toko	TV Comercial	Konferensi pers

Pengembangan Strategi Marketing

Dalam pembuatan strategi pemasaran, Pemasar perlu meramalkan potensi ruang pertumbuhan di pasar. Ini dapat didefinisikan dengan

- SWOT Analysis
- Competitor Analysis
- 4P & 4C
- Strategi ke pasar sebagai pelopor







SWOT ANALYSIS

	Kekuatan	Kelemahan
Peluang	Menghasilkan strategi dengan mengoptimalkan kemampuan bisnis dalam peluang	Hasilkan strategi dengan mengambil peluang keuntungan untuk mengatasi keterbatasan
Ancaman	Menghasilkan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari risiko eksternal	Ciptakan strategi dengan meminimalkan keterbatasan dan menghindari potensi

Pengembangan Strategi Marketing

Competitor Analysis

Menilai persaingan pasar dengan membandingkan dan menganalisis beberapa aspek bisnis utama termasuk: Fitur produk, Pangsa pasar, Harga, Saluran dan upaya pemasaran, Pembeda

						
User experience on the website	10.6%	15.8%	13.8%	11.3%	12.7%	12.9%
Time taken to deliver item	27.7%	19.9%	30.8%	25.6%	22.4%	21.7%
Payment process	4.3%	4.8%	6.2%	2.7%	4.6%	3.8%
Product selection	14.9%	13.0%	12.3%	9.8%	12.7%	13.1%
Product quality	4.3%	10.3%	7.7%	14.7%	13.4%	11.3%
Return policy	8.5%	15.1%	10.8%	16.7%	17.6%	16.3%
Customer service	6.4%	14.4%	3.1%	9.3%	11.0%	12.6%
Price of item	23.4%	6.8%	15.4%	10.0%	5.6%	8.4%

Pengembangan Strategi Marketing

4 P & 4 C

Aspek Utama	4P	Aksi	4C
Kebutuhan Apa	PRODUCT	Provides	CONSUMER SOLUTION
Biaya untuk Memenuhi	PRICE	Representasi	CONSUMER COST
Titik Membeli	PLACE	Layanan	CONVENIENT SPACE
Informasi	PROMOTION	Layanan	Komunikasi

Pengembangan Strategi Marketing

Strategi ke pasar sebagai pelopor

Tentukan target pasar

Apa yang kita coba capai?

Apakah itu bisa dicapai?

Identifikasi Daya Tarik Pasar

Apa pasar potensialnya?

Apa saja hal-hal yang bisa menarik mereka?

Tentukan Aktivitas Pemasaran

Program atau penawaran apa yang bisa menarik target?

Bagaimana skema kampanyenya?

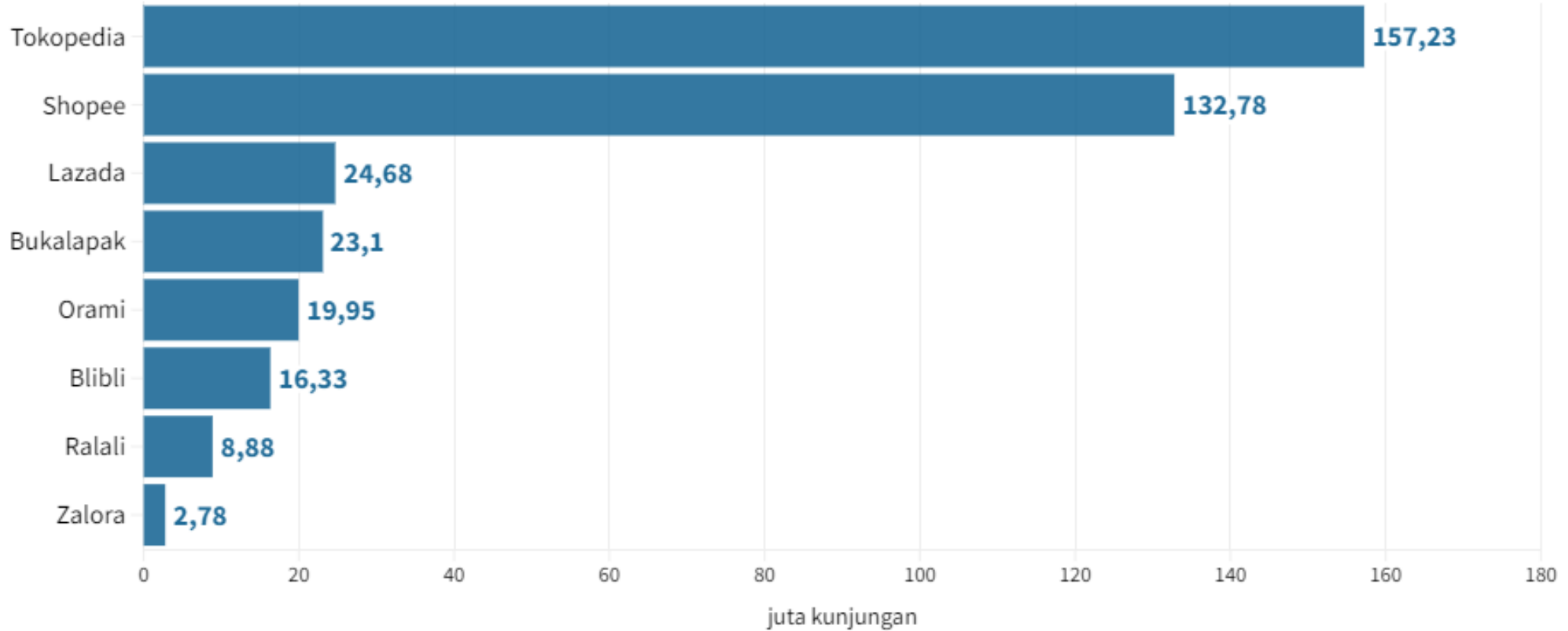
Identifikasi Saluran

Komunikasi mana yang akan bekerja paling baik?

Bagaimana kita berkomunikasi?

Marketplace (Pasar Online)

Data Pengunjung Website E-Commerce Bulanan Terbanyak
(Kuartal I/2022)



Sumber: iPrice

Marketplace (Pasar Online)

Marketplace mobile



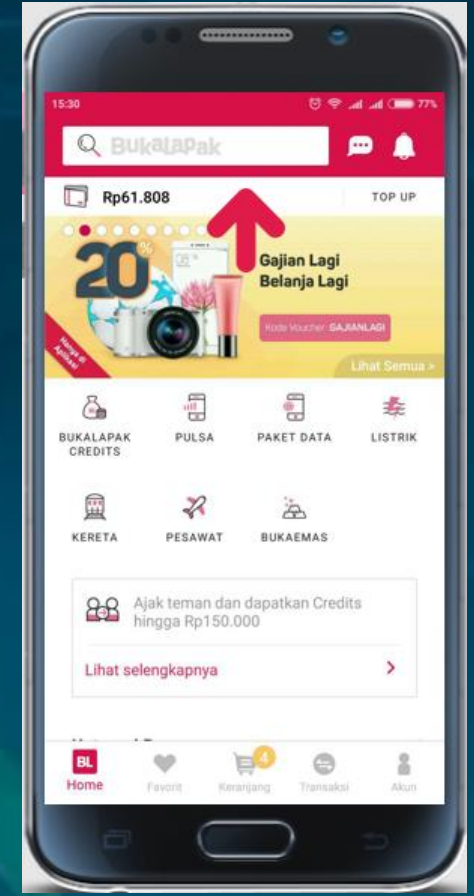
Tokopedia



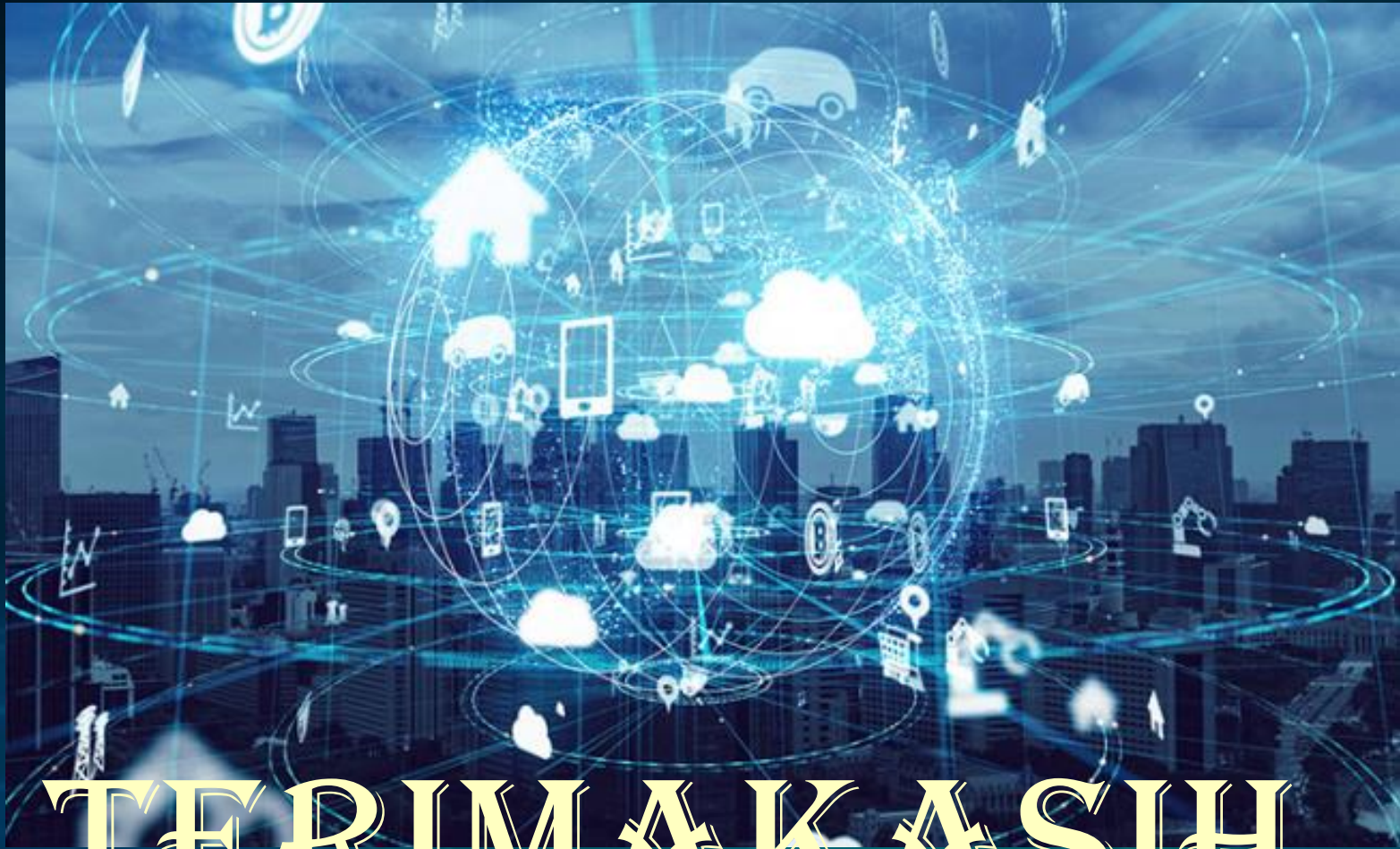
Shopee



Lazada



Bukalapak



TERIMAKASIH