

**Modul 1: Mengembangkan Bisnis dengan Pembayaran Digital**

<p>Kekuatan Pembayaran Digital</p>	<p><b>Manfaat pembayaran digital</b>                  Pembayaran digital adalah pembayaran yang dilakukan melalui mode digital atau daring tanpa melibatkan pertukaran uang tunai. Setidaknya ada 4 aspek yang menguntungkan dari pembayaran digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Kenyamanan</li> <li>● Kemudahan penggunaan</li> <li>● Keamanan</li> <li>● Manajemen pelanggan</li> </ul> <p><b>Peluang bagi UMKM dalam menggunakan pembayaran digital</b>                  Dengan memanfaatkan pembayaran digital, setidaknya ada 10 peluang yang bisa diperoleh UMKM:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Peningkatan efisiensi</li> <li>● Peningkatan layanan pelanggan</li> <li>● Mengurangi risiko penipuan</li> <li>● Peningkatan penjualan</li> <li>● Peningkatan arus kas</li> <li>● Keamanan yang lebih baik</li> <li>● Peningkatan privasi</li> <li>● Peningkatan mobilitas</li> <li>● Peningkatan aksesibilitas</li> <li>● Peningkatan pengalaman pelanggan</li> </ul>
<p>Menerima Pembayaran via Dompot Elektronik</p>	<p><b>Pembayaran digital</b>                  Metode pembayaran digital mengacu pada cara pembayaran barang dan jasa menggunakan perangkat digital seperti ponsel pintar, tablet, atau komputer. Metode ini menawarkan banyak manfaat bagi UMKM, karena dapat membantu meningkatkan efisiensi, menjangkau pelanggan baru, dan merampingkan proses.</p> <p><b>Jenis pembayaran digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Kartu kredit/debit</li> <li>● Teknologi NFC</li> <li>● Dompot digital</li> <li>● Faktur elektronik</li> <li>● Pembayaran seluler</li> <li>● Pembayaran daring</li> <li>● Kode QR</li> <li>● Mata uang kripto</li> </ul> <p><b>Menyiapkan sistem pembayaran daring</b>                  Berikut adalah gambaran umum tentang langkah-langkah yang terlibat dalam menyiapkan sistem pembayaran daring:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Lajur pembayaran</li> <li>● Akun pedagang</li> <li>● Integrasi situs web</li> <li>● Pengujian</li> <li>● Tersedia secara daring</li> </ul> <p><b>Pro dan kontra pembayaran digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pro: Kenyamanan, peningkatan keamanan, kecepatan, peningkatan efisiensi, peningkatan jangkauan</li> <li>● Kontra: Kesulitan teknis, biaya, jangkauan yang terbatas, risiko keamanan siber, kepatuhan hukum dan peraturan</li> </ul> <p><b>Buy-Now-Pay-Later (BNPL)</b>                  BNPL adalah jenis metode pembayaran digital yang memungkinkan pelanggan membeli barang atau jasa dan membayarnya di kemudian hari, biasanya dengan sistem cicilan. BNPL menawarkan beberapa keuntungan bagi pelanggan dan bisnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bisnis: Peningkatan penjualan, peningkatan arus kas, aliran pendapatan tambahan, retensi pelanggan yang lebih baik.</li> <li>● Pelanggan: Kenyamanan, fleksibilitas, kemudahan penggunaan.</li> </ul>
<p>Memfaatkan Data Pembayaran Digital</p>	<p><b>Data pembayaran digital</b>                  Analitik data dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola dan tren perilaku pelanggan, seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Waktu pembelian puncak</li> <li>● Produk populer</li> <li>● Lacak dan pantau penjualan</li> </ul>

	<p><b>Jenis data yang dapat dikumpulkan</b></p> <p>Salah satu manfaat terbesar dari pembayaran digital adalah banyaknya data yang dapat dikumpulkan dan dianalisis. Berikut adalah data yang dapat kamu manfaatkan:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Data transaksi</li><li>• Data pelanggan</li><li>• Data metode pembayaran</li></ul> <p><b>Manfaat kekayaan memanfaatkan data pembayaran digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Peningkatan pendapatan</li><li>• Meningkatkan manajemen persediaan</li><li>• Pemasaran yang lebih baik</li><li>• Layanan pelanggan yang lebih baik</li><li>• Pengurangan biaya</li><li>• Akses ke pembiayaan</li></ul>
--	---



Setelah menyelesaikan semua pelajaran, kini kamu mengetahui bahwa pembayaran digital menawarkan beberapa peluang dan keuntungan bagi bisnismu. Mari mulai memetakan bagaimana kamu akan menyiapkan pembayaran digital dalam bisnismu di “Bagan Peta Perencanaan Pembayaran Digital”!

**Cara melakukan aktivitas:**

Langkah 1: Lihatlah **Bagan Peta Perencanaan Pembayaran Digital** di bawah ini, kita akan menggunakan 5W + 1H untuk membantumu mulai membangun pembayaran digital.

Langkah 2: Mari kita mulai perjalanan dengan pertanyaan “Apa?”

Langkah 3: Lanjutkan perjalanan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini secara berurutan: “Mengapa?”, “Siapa?”, “Kapan?”, “Di mana” dan “Bagaimana?”

Langkah 4: Akhiri perjalanan dengan merefleksikan semua jawaban dan mulailah menyiapkan pembayaran digitalmu!

**Bagan Peta Perencanaan Pembayaran Digital**

**Apa?**  
(Jenis pembayaran digital apa yang akan kamu pertimbangkan?)

**Mengapa?**  
(Mengapa kamu mempertimbangkan jenis pembayaran digital tersebut?)

**Siapa?**  
(Siapa yang akan bertanggung jawab untuk melaksanakan penetapan ini?)

**Kapan?**  
(Kapan tanggal mulai dan selesai penetapan?)

**Di mana?**  
(Di mana itu akan berlangsung - platform yang mana?)

**Bagaimana?**  
(Bagaimana memastikan prosesnya lancar?)

***Bagus sekali! Kamu telah mengambil langkah maju untuk menetapkan pembayaran digital untuk bisnismu. Mungkin ada banyak tantangan yang dihadapi saat beradaptasi dengan digitalisasi. Seperti yang dikatakan Harit Talwar “Masa depan keuangan bukanlah teknologi; melainkan obsesi ekstrim melihat sudut pandang konsumen. Teknologi adalah alat untuk mewujudkannya”.***

**Modul 2: Konten dan Pelanggan adalah Raja**

<p>Mengembangkan Target Pasar Sebelum Menambah Produk</p>	<p><b>Kekuatan branding untuk bisnis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Menerima pengakuan yang lebih tinggi</li> <li>● Membangun kepercayaan</li> <li>● Meningkatkan iklan</li> <li>● Membangun basis pelanggan setia</li> </ul> <p><b>Strategi untuk menumbuhkan audiens menggunakan media sosial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Perbarui akun media sosial</li> <li>● Publikasikan konten</li> <li>● Manfaatkan grup media sosial</li> <li>● Memanusiakan merek</li> <li>● Gunakan pemasaran pemengaruh</li> </ul> <p><b>Platform media sosial dan jenis kontennya</b></p> <p>Memilih platform dan jenis konten yang tepat sangat penting untuk menumbuhkan audiens di media sosial. Berikut adalah daftar jenis platform yang bisa dimanfaatkan oleh UMKM:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Facebook</li> <li>● Instagram</li> <li>● Twitter</li> <li>● YouTube</li> <li>● LinkedIn</li> </ul>
<p>Membuat Konten yang Menarik dan Efektif</p>	<p><b>Apa itu konten yang menarik dan efektif?</b></p> <p>Konten yang menarik dan efektif adalah sesuatu yang ringkas, tepat sasaran, dan secara langsung membuat audiens target merasa terhubung. Ini bisa mencakup apa saja yang kita sampaikan kepada audiens yang sesuai dengan tujuan.</p> <p><b>Aturan dalam membuat konten yang menarik dan efektif</b></p> <p>Ada 3 aturan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pahami audiens</li> <li>● Bereksperimen, berinovasi, dan gunakan kembali</li> <li>● Ukur hasilnya</li> </ul> <p>Untuk memaksimalkan penerapan 3 aturan tersebut, ada beberapa kiat yang dapat diikuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tentukan audiens target</li> <li>● Tetapkan tujuan yang jelas</li> <li>● Gunakan visual berkualitas tinggi</li> <li>● Buat konten yang menarik</li> <li>● Posting secara teratur</li> <li>● Gunakan tagar</li> <li>● Terlibat dengan audiens</li> </ul> <p><b>Kiat dalam membuat konten yang menarik dan efektif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tajuk yang menarik perhatian</li> <li>● Konten kepemimpinan pemikiran</li> <li>● Konten bercerita</li> </ul> <p><b>Konten yang menarik dan efektif yang UMKM dapat gunakan untuk meningkatkan kesadaran merek mereka di LinkedIn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Konten yang bekerja di LinkedIn adalah konten kepemimpinan pemikiran. LinkedIn adalah platform profesional, orang ingin belajar darimu.</li> <li>● Konten yang kamu posting di platform harus menunjukkan siapa kamu saat ini, jenis bisnis apa yang kamu tawarkan, atau pekerjaan apa yang kamu lakukan, sehingga orang dapat menghubungimu.</li> <li>● Bercerita dan berbagi informasi mengenai siapa diri kamu adalah penting bagi orang lain.</li> </ul> <p><b>Anatomi konten yang menarik dan efektif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Miliki tajuk yang menarik</li> <li>● Gunakan foto dan video beresolusi tinggi</li> <li>● Miliki salinan pendek dan menarik</li> <li>● Tambahkan tanda</li> <li>● Tambahkan tautan/CTA</li> <li>● Jadwalkan postingan</li> </ul> <p><b>Pengalaman pelanggan dalam membuat dan menggunakan konten yang menarik dan efektif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Kesadaran</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pertimbangan</li> <li>● Pembelian</li> <li>● Layanan</li> <li>● Loyalitas</li> </ul>
<p>Promosi Pemasaran yang Menarik</p>	<p><b>Apa itu kampanye pemasaran?</b> Kampanye pemasaran adalah dorongan atau inisiatif promosi merek yang biasanya terhubung dengan tujuan komersial yang luas.</p> <p><b>Faktor keberhasilan kampanye</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tepat waktu</li> <li>● Terukur</li> <li>● Unik</li> </ul> <p><b>Menjalankan kampanye</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tetapkan tujuan bisnis yang relevan</li> <li>● Tentukan saluran dan sumber daya pemasaran</li> <li>● Tetapkan metrik dan KPI yang dapat diukur</li> </ul> <p><b>Metrik untuk kampanye</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Traffic website</i></li> <li>● Angka penjualan dan pendapatan</li> <li>● Kehadiran acara</li> <li>● Keterlibatan</li> <li>● "Suka" dan klik</li> <li>● Tayangan</li> <li>● Capaian audiens</li> <li>● Rujukan</li> </ul> <p><b>Alat untuk membangun strategi kampanye</b> Untuk membangun strategi kampanye, dimulai dengan perencanaan, penjadwalan, dan pengukuran keberhasilan kampanye menggunakan alat seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Hootsuite</li> <li>● Buffer.com</li> <li>● Metricool</li> </ul>



Membuat kalender konten media sosial sangat penting untuk setiap bisnis atau individu yang ingin membangun kehadiran daring yang kuat. Dengan merencanakan dan menjadwalkan konten sebelumnya, kamu dapat memastikan pendekatan yang konsisten dan strategis untuk pemasaran media sosialmu. Dalam aktivitas ini, kami akan memandumu melalui proses pembuatan kalender konten media sosial yang akan membantumu tetap teratur dan bertahan pada lajur upaya media sosialmu. Mari mulai perjalananmu dengan Kalender Konten Media Sosial.

**Cara melakukan aktivitas:**

Langkah 1: Mulailah dengan menentukan rentang tanggal yang kamu inginkan untuk merencanakan kontenmu di **Kalender Konten Media Sosial**.

Langkah 2: Gunakan kalender konten untuk merencanakan kontenmu setiap hari dalam seminggu

Langkah 3: Isi bidang yang sesuai untuk setiap hari, termasuk tanggal, jenis konten, dan konten itu sendiri.

Langkah 4: Tambahkan tagar atau kata kunci yang relevan untuk membantu kontenmu menjangkau audiens yang tepat.

Langkah 5: Tinjau kalender kontenmu yang sudah selesai untuk memastikan bahwa kontenmu konsisten, sesuai citra merek, dan memenuhi sasaran media sosialmu.

*Kiat: Kamu dapat menggunakan alat penjadwalan untuk mengotomatiskan proses posting dan memastikan bahwa konten diposting pada tanggal dan waktu yang sesuai.*

**Kalender Konten Media Sosial**

<b>Judul</b>	Kalender Konten Media Sosial
<b>Bulan</b>	
<b>Minggu</b>	
<b>Rentang Tanggal</b>	
<b>Platform</b>	

Hari	Tanggal	Jenis Konten	Konten	Tagar/Kata Kunci
Senin				
Selasa				
Rabu				
Kamis				
Jumat				
Sabtu				
Minggu				

*Catatan: Sesuaikan templat ini agar sesuai dengan platform media sosial spesifik dan jadwal posting. Pastikan untuk merencanakan dan menjadwalkan konten terlebih dahulu untuk memastikan strategi media sosial yang konsisten dan efektif.*

***Dengan memahami kebutuhan konsumenmu, ini membuatmu selangkah lebih maju dari pesaingmu. Saat bisnis berfokus pada dirimu dan konsumen, ingatlah bahwa "Konsumen yang puas adalah strategi bisnis terbaik untuk semua" - Michael LeBoeuf.***

**Modul 3: Menghasilkan Prospek Untuk Bisnismu**

<p>Mengembangkan Bisnis dengan Iklan Digital</p>	<p><b>Jenis iklan digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Iklan mesin pencari</li> <li>● Iklan media sosial</li> <li>● Iklan laman tampilan</li> <li>● Iklan video</li> </ul> <p><b>Menggunakan iklan untuk menghasilkan lebih banyak prospek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Iklan Google:</b> Ini adalah platform periklanan online yang memungkinkanmu menjangkau pelanggan potensial melalui iklan bertarget di hasil pencarian Google dan situs web lain di internet.</li> <li>● <b>Facebook:</b> Memiliki basis pengguna yang sangat besar, dengan lebih dari 2,7 miliar pengguna aktif bulanan, dan opsi penargetan yang memungkinkanmu menjangkau sekelompok orang tertentu berdasarkan demografi, minat, dan perilaku mereka.</li> </ul> <p><b>Kiat menggunakan iklan digital untuk menumbuhkan bisnismu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tentukan audiens target</li> <li>● Pilih platform yang tepat</li> <li>● Buat salinan dan visual iklan yang menarik</li> <li>● Gunakan opsi penargetan</li> <li>● Tetapkan anggaran dan lacak hasilmu</li> <li>● Ukur dan optimalkan iklan menggunakan alat seperti Google Analytics</li> </ul>
<p>Melacak Konversi untuk Meningkatkan Hasil</p>	<p><b>Melacak konversi</b></p> <p>Pelacakan konversi adalah proses mengukur dan menganalisis keefektifan upaya pemasaran dalam mengonversi pengunjung situs web atau halaman arahan untuk menjadi pelanggan atau prospek. Beberapa cara untuk melacak konversi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Alat analisis</li> <li>● Pelacakan konversi</li> <li>● Pemetaan dan perekaman sesi</li> <li>● Pengujian A/B</li> <li>● Pelacakan konversi multichannel</li> </ul> <p><b>Konversikan konversi menggunakan strategi penyaluran</b></p> <p>Strategi penyaluran, juga dikenal sebagai corong konversi, adalah proses memandu calon pelanggan melalui serangkaian langkah, untuk mengubah mereka menjadi pelanggan atau prospek. Tahapan strategi penyaluran:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Kesadaran</li> <li>● Minat</li> <li>● Menginginkan</li> <li>● Tindakan</li> <li>● Pasca pembelian</li> </ul> <p><b>Alat untuk melacak konversi dengan mudah dan gratis</b></p> <p>Looker Studio adalah platform data yang memungkinkanmu menganalisis dan memvisualisasikan data untuk mendapatkan wawasan dan membuat keputusan berdasarkan data. Alat ini menawarkan beberapa fitur, seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ceritakan kisah dalam data</li> <li>● Visualisasikan datanya</li> <li>● Hubungkan datanya</li> <li>● Berbagi dan berkolaborasi</li> </ul> <p><b>Enam langkah kunci untuk memulai dengan Looker Studio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Laporan</li> <li>● Sumber data</li> <li>● Bagan dan kontrol</li> <li>● Perhatikan laporannya</li> <li>● Bagikan laporannya</li> <li>● Bagikan sumber data</li> </ul>
<p>Ulasan Pelanggan: Teknik <i>Word of Mouth Marketing</i></p>	<p><b>Seberapa kuat ulasan pelanggan?</b></p> <p>Ulasan pelanggan sangatlah kuat. Dari mulut ke mulut, ini membantu perusahaan untuk mendapatkan perhatian dari media dan membuat lebih banyak orang menjangkau bisnismu. Ini kemudian juga dapat mengarah ke peluang kolaborasi dan kemitraan lainnya.</p> <p><b>Bagaimana ulasan daring dapat membuat bisnis menjadi tangguh?</b></p> <p>Testimoni membangun hubungan jangka panjang dan memberikan rasa percaya diri pada layanan yang kamu tawarkan. Tidak hanya membantu membangun hubungan, testimoni juga membantu meningkatkan reputasi</p>

perusahaan. Ini membantu perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang.

**Bagaimana cara berinteraksi dengan ulasan positif dan negatif?**

- **Ulasan positif:** Ini menjadi testimoni seberapa baik kita dalam melakukan sesuatu. Rayakan dan bagikan kepada mereka dan itu akan memotivasi mereka untuk menjadi lebih baik pula
- **Ulasan negatif:** Ketika orang memberikan ulasan, mereka mengutarakan pendapat mereka dan mereka ingin didengar. Ulasan negatif dapat menunjukkan kepada kita posisi di mana kinerja kita masih kurang baik, dan di aspek mana kita perlu meningkatkan kinerja dan kualitas. Ini dapat digunakan untuk berefleksi dan meningkatkan ke arah yang lebih baik, dan juga akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat posisi di pasar.

**Format ulasan pelanggan**

Dua pendekatan terkait ulasan pelanggan adalah:

- Ulasan datang dari guru
- Wawancara di tempat dengan guru untuk membagikan kisah pengalaman dari sudut bercerita

**Ulasan format video**

Video testimoni adalah yang terbaik karena:

- Kita bisa melihat wajah subjek video
- Kita bisa mendengar suara dan audio
- Kita bisa ikut mengalami dan membayangkan secara langsung

**Bercerita dan konten adalah kuncinya**

- Dalam hal ulasan pelanggan, bercerita itu penting. Penting untuk membuat cerita yang beresonansi dengan pelanggan.
- Konten adalah kuncinya. Kuncinya adalah bagaimana kita bisa mendorong pelanggan yang puas untuk benar-benar membagikan ulasan berkualitas tinggi.



Menghasilkan prospek adalah komponen penting dari setiap aktivitas bisnis. Untuk memastikan bahwa kamu membuat kemajuan di bidang ini, kamu perlu mengambil pendekatan strategis untuk mengidentifikasi dan menarik perhatian prospek yang tepat. Namun, proses ini dapat menghadirkan berbagai tantangan. Oleh karena itu, kami akan membantumu untuk mengidentifikasi kesulitan-kesulitan tersebut berdasarkan tingkat kesulitannya dengan "Daftar Periksa Tantangan untuk Menghasilkan Prospek untuk Bisnis".

**Cara melakukan aktivitas:**

Langkah 1: Lihat daftar tantangan di **Daftar Periksa Tantangan untuk Iklan Digital, Daftar Periksa Tantangan untuk Pelacakan Konversi,** dan **Daftar Periksa Tantangan untuk Mengelola Ulasan Pelanggan.**

Langkah 2: Pikirkan setiap tantangan yang mungkin pernah dialami dan buatlah daftar periksa.

Langkah 3: Pilih tingkat kesulitan untuk setiap tantangan, mulai dari level 1-3.

Langkah 4: Setelah menyelesaikan daftar periksa, tinjau skor pada **Tabel Lembar Skor** yang mencerminkan setiap kategori tantangan untuk mengidentifikasi tantangan mana yang paling sulit.

**Tanda Periksa Tantangan untuk Iklan Digital**

Tantangan	Tingkat Kesulitan		
	1	2	3
Membuat konten iklan yang menyampaikan pesan merek secara efektif.			
Membuat konten iklan yang menonjol dari pesaing.			
Memilih format iklan yang tepat (mis. gambar, video, korsel) untuk hasil yang diinginkan.			
Menyeimbangkan kreativitas dengan relevansi dengan audiens target.			
Menguji dan mengoptimalkan konten iklan untuk meningkatkan performa.			

**Lembar Skor Tantangan Iklan Digital**

Tingkat Kesulitan	Keterangan
1	Konten iklan mengomunikasikan pesan merek secara efektif dan menonjol dari pesaing.
2	Konten iklan memerlukan penyempurnaan untuk mengoptimalkan kinerja.
3	Konten iklan membutuhkan pengujian dan penyempurnaan yang signifikan agar menjadi efektif.

**Daftar Periksa Tantangan untuk Melacak Konversi**

Tantangan	Tingkat Kesulitan		
	1	2	3
Menerapkan alat pelacakan konversi untuk mengukur kinerja iklan.			
Memantau dan menganalisis data konversi untuk mengoptimalkan kinerja iklan.			
Mengidentifikasi indikator kinerja utama (KPI) yang paling penting bagi bisnis.			
Memastikan pelacakan konversi disiapkan dengan benar untuk mengumpulkan semua data yang relevan.			
Mengintegrasikan data konversi dengan alat pemasaran dan penjualan lainnya untuk wawasan yang lebih baik.			

**Lembar Skor Tantangan Pelacakan Konversi**

Tingkat Kesulitan	Keterangan
1	Pelacakan konversi disiapkan dan dioptimalkan secara efektif.
2	Pelacakan konversi memerlukan konfigurasi dan penyempurnaan tambahan.
3	Pelacakan konversi membutuhkan upaya signifikan agar menjadi efektif.

**Daftar Periksa Tantangan untuk Mengelola Ulasan Pelanggan**

Tantangan	Tingkat Kesulitan		
	1	2	3
Memantau dan menanggapi ulasan pelanggan di berbagai platform.			
Mengelola ulasan negatif dan merespons secara tepat waktu dan profesional.			
Mendorong pelanggan untuk meninggalkan ulasan positif.			
Mengelola ulasan untuk beberapa lokasi atau unit bisnis.			
Menggunakan ulasan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengidentifikasi area untuk perbaikan.			

**Lembar Skor Tantangan Mengelola Ulasan Pelanggan**

Tingkat Kesulitan	Keterangan
1	Ulasan pelanggan dipantau secara aktif dan dikelola secara proaktif.
2	Ulasan pelanggan memerlukan pemantauan dan manajemen tambahan agar menjadi efektif.
3	Ulasan pelanggan tidak dikelola secara efektif.

*“Keindahan media sosial adalah ini akan menunjukkan kelemahan bisnis; pertanyaan kuncinya adalah seberapa cepat kita mengatasi kelemahan ini.*

*Erik Qualman, Penulis, Pembicara Utama, Profesor*

**Modul 4: Membuka Pasar Global Melalui Operasi Digital**

<p>Mengembangkan Bisnis ke Pelanggan Global</p>	<p><b>Peluang dari memperluas bisnis ke pelanggan global</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkatkan basis pelanggan.</li> <li>• Berpotensi menjual lebih banyak produk atau layanan.</li> <li>• Tingkatkan pengenalan merek.</li> <li>• Tingkatkan loyalitas pelanggan.</li> <li>• Keuntungan yang signifikan atas pesaing.</li> <li>• Temukan peluang ekspansi baru dan berpotensi memasuki pasar baru.</li> </ul> <p><b>Langkah-langkah yang dapat diambil untuk membuat bisnis lebih mudah diakses oleh pelanggan global</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pastikan situs web tersedia dalam bahasa lokal negara yang ditargetkan.</li> <li>• Pastikan kamu menawarkan opsi pengiriman internasional untuk produk.</li> <li>• Gunakan gateway pembayaran.</li> <li>• Gunakan situs web dan media sosial.</li> <li>• Gunakan platform layanan pelanggan yang memungkinkanmu memberikan dukungan dalam berbagai bahasa.</li> <li>• Tampilkan harga dalam mata uang lokal negara target.</li> <li>• Tawarkan metode pembayaran populer di negara target.</li> </ul>
<p>Bersiap Go Internasional</p>	<p><b>Beberapa aspek dan proses yang perlu dipertimbangkan saat memperluas bisnis secara internasional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengiriman</li> <li>• Pemasaran</li> <li>• Hubungan pelanggan</li> <li>• Penjualan</li> <li>• Pembayaran</li> </ul> <p><b>Google Market Finder</b></p> <p>Google Market Finder dapat membantu mendapatkan wawasan tentang perluasan bisnis ke pasar internasional. Ini dapat membantu UMKM untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temukan pasar global baru untuk menjual produk dan layanan.</li> <li>• Identifikasi potensi pasar baru yang sesuai dengan bisnis.</li> <li>• Sesuaikan upaya pemasaran daring untuk pasar berdasarkan rekomendasi Pencari Pasar.</li> <li>• Biasakan diri dengan mata uang dan metode pembayaran di pasar internasional yang dipilih.</li> <li>• Persiapkan pendekatan layanan pelanggan agar sesuai dengan pasar internasional yang dipilih.</li> <li>• Kumpulkan informasi tentang opsi pengiriman dan saluran pengiriman.</li> </ul> <p><b>Kiat untuk menembus pasar global</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pahami perbedaan budaya dan hukum di negara tempat kamu berencana berbisnis.</li> <li>• Bangun jaringan mitra lokal yang kuat, terutama yang dapat membantu dengan lokalisasi produk/layanan.</li> <li>• Cari perjanjian atau program perdagangan apa pun yang dimiliki negaramu dengan negara tempat kamu berencana untuk berbisnis.</li> <li>• Bersiaplah untuk menavigasi perbedaan zona waktu dan mempelajari bahasa baru untuk menghadapi gaya komunikasi yang berbeda.</li> <li>• Patuhi semua peraturan dan hukum perdagangan internasional.</li> <li>• Miliki rencana untuk manajemen risiko dan fluktuasi mata uang.</li> <li>• Waspada skema penipuan umum, seperti phishing, spoofing, dan pencucian uang.</li> <li>• Berhati-hatilah terhadap penawaran yang tidak diminta, terutama yang tampaknya terlalu bagus untuk menjadi kenyataan.</li> <li>• Verifikasi identitas klien dan mitra baru sebelum berbisnis dengan mereka.</li> <li>• Bersabarlah dan ulet karena menembus pasar internasional membutuhkan waktu, tenaga, dan modal untuk melihat hasilnya.</li> </ul>
<p>Mengirimkan Produk ke Seluruh Dunia</p>	<p><b>Apa langkah-langkah untuk mengirimkan produk secara global?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teliti opsi pengiriman</li> <li>• Mitra pengiriman terkemuka</li> <li>• Bea Cukai dan peraturan</li> <li>• Rencana dan persiapan</li> <li>• Pelacakan pengiriman</li> <li>• Komunikasi pelanggan</li> </ul> <p><b>Bagaimana layanan pemenuhan membantu mengelola biaya pengiriman yang tinggi?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skala ekonomi</li> <li>• Akses ke beberapa opsi pengiriman</li> <li>• Keahlian dalam bea cukai dan peraturan</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimasi pengemasan dan pengiriman yang lebih baik</li> <li>• Manajemen persediaan</li> <li>• Otomatisasi proses pemesanan</li> </ul> <p><b>Penyedia pemenuhan di kawasan ASEAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qxpress</li> <li>• Ninja Van</li> <li>• J&amp;T Express</li> <li>• Redbox Group</li> </ul>
--	--



Memperluas bisnis ke pasar internasional dapat menjadi cara yang bagus untuk menumbuhkan basis pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Namun, sebelum kamu dapat mulai menjual produk secara global, penting untuk menilai kesiapanmu untuk melakukannya. Daftar periksa ini akan membantumu mengidentifikasi area utama yang perlu kamu fokuskan sebelum mengirimkan produk ke pasar baru. Di akhir daftar periksa, kamu akan mendapatkan Skor Kesiapan Ekspansi Global dan lembar skor yang akan membantumu menentukan kesiapan untuk berkembang secara internasional.

**Cara melakukan aktivitas:**

Langkah 1: Telusuri setiap item pada **Daftar Periksa Kesiapan Ekspansi Global** dan nilai kesiapanmu untuk mengirimkan produk secara global.

Langkah 2: Untuk setiap item pada daftar periksa, gunakan sistem penilaian yang disediakan untuk menilai kesiapanmu.

Langkah 3: Jumlahkan skor dari setiap item pada daftar periksa untuk menentukan kesiapan secara keseluruhan untuk berkembang secara global.

Langkah 4: Gunakan **Lembar Skor Kesiapan Global** untuk menginterpretasikan **Skor Kesiapan Ekspansi Global** dan mengidentifikasi area mana saja yang mungkin perlu ditingkatkan.

Langkah 5: Tinjau **Tabel Tindak Lanjut Kesiapan Global** untuk mendapatkan beberapa ide tentang apa yang harus dilakukan selanjutnya.

**Daftar Periksa Kesiapan Ekspansi Global**

Riset dan Analisis	
Tindakan	Daftar Periksa
Sudahkah meneliti dan mengidentifikasi pasar internasional potensial untuk produkmu?	•
Sudahkah menganalisis persaingan lokal di pasar tersebut?	•
Sudahkah mengidentifikasi hambatan potensial untuk memasuki pasar global, seperti perbedaan bahasa atau budaya?	•
Sudahkah mengidentifikasi persyaratan hukum atau peraturan yang perlu dipatuhi di pasar sasaran?	•
Sudahkah menentukan biaya dan logistik pengiriman produk ke luar negeri?	•
<b>Skor</b>	___/5

Produk dan Branding	
Tindakan	Daftar Periksa
Sudahkah melakukan modifikasi yang diperlukan pada produk untuk mematuhi peraturan internasional atau preferensi pasar lokal?	•
Sudahkah mengembangkan branding dan strategi pemasaran yang komprehensif untuk pasar sasaran?	•
Sudahkah menetapkan proposisi nilai yang jelas yang membedakan produkmu dari pesaing lokal?	•

Sudahkah mengembangkan rencana untuk mengelola layanan dan dukungan pelanggan di pasar sasaran?	•
<b>Skor</b>	___/4

Operasi dan Logistik	
Tindakan	Daftar Periksa
Sudahkah mengembangkan rencana untuk mengelola dan memenuhi pesanan di pasar sasaran?	•
Sudahkah membangun jaringan mitra atau distributor lokal untuk membantumu menjangkau pelanggan di pasar sasaran?	•
Sudahkah mengidentifikasi potensi masalah rantai pasokan atau logistik yang dapat memengaruhi kemampuanmu untuk mengirimkan produk secara tepat waktu dan hemat biaya?	•
Sudahkah mengembangkan rencana untuk mengelola pertukaran mata uang, pajak dan kepatuhan hukum, dan pertimbangan keuangan lainnya di pasar sasaran?	•
<b>Skor</b>	___/4

**Skor kesiapan global adalah** \_\_\_\_\_.

\*Hitung jumlah daftar periksa yang ditandai di atas dan bagi dengan jumlah total pertanyaan. Kalikan dengan 100 untuk mendapatkan skor kesiapan.

**Lembar Skor Kesiapan Global**

Skor	Keterangan
90-100	Kamu sangat siap untuk mengirimkan produk secara global dan memanfaatkan pasar baru.
70-89	Kamu berada di jalur yang benar, tetapi mungkin ada beberapa area yang perlu ditingkatkan sebelum berekspansi secara internasional.
50-69	Kamu memiliki beberapa aspek yang masih harus diperbaiki sebelum kamu berhasil memperluas secara global. Pertimbangkan untuk menangani area di mana kamu kekurangan panduan, pengalaman, dan informasi.
0-49	Kamu memiliki banyak upaya yang harus dilakukan sebelum berhasil berkembang secara global. Pertimbangkan untuk mencari bantuan ahli dalam bisnis internasional untuk memandu bisnismu.

**Tabel Tindak Lanjut Kesiapan Global**

Area untuk Perbaikan	Tindak Lanjut
Riset pasar	Lakukan riset pasar tentang pasar baru yang potensial dan analisis tren konsumen.
Penyesuaian produk	Sesuaikan produk untuk memenuhi persyaratan dan preferensi lokal.
Kepatuhan hukum	Tinjau persyaratan hukum untuk mengimpor dan mengekspor ke pasar baru.
Rantai pasokan	Identifikasi pemasok dan mitra logistik yang andal di pasar baru.
Strategi pemasaran	Kembangkan strategi pemasaran yang menargetkan pelanggan lokal dan mengatasi perbedaan budaya.

Catatan: Kita selalu dapat menyesuaikan tindak lanjut berdasarkan industri dan kebutuhan bisnis.

**“Tidak ada batasan yang mungkin untuk perluasan kapasitas kita masing-masing.”**  
**Charles M. Schwab, American Magnate**