



UPH Universitas
Pelita
Harapan

fit



PPK ORMAWA
HIMPUNAN MAHASISWA INFORMATIKA

MODUL SESI 4
OPTIMALISASI DIGITAL UMKM KELAPA DUA

PENGGUNAAN MEDIA PUBLIKASI & MANAJEMEN DASAR PELANGGAN

Katalog Digital dan *Strategic Coaching*
untuk Menggerakkan Ekonomi Lokal



hmp.informatics@cs-uph.net



Himpunan Mahasiswa
Informatika UPH Lippo Village



HMIF UPH

I. Mengapa UMKM Perlu Go Digital?

UMKM sering dianggap bisnis kecil, tapi justru sektor ini punya daya tahan tinggi dan jumlah pelaku paling banyak di Indonesia. Tantangannya, banyak UMKM masih mengandalkan cara lama: promosi lewat mulut ke mulut atau brosur. Padahal sekarang sebagian besar konsumen mencari produk lewat internet dan media sosial.

Dengan masuk ke ranah digital, UMKM akan mendapatkan banyak keuntungan, antara lain:

- Biaya promosi lebih murah - Tidak perlu pasang iklan koran atau baliho, cukup dengan konten di Instagram atau WhatsApp Business.
- Jangkauan lebih luas - Produk bisa dilihat orang dari luar kota bahkan luar negeri.
- Membangun kepercayaan - Konsumen lebih yakin pada bisnis yang punya media sosial aktif dan website resmi.
- Data mudah dipantau - Fitur seperti Instagram Insight atau YouTube Analytics membantu melihat jumlah orang yang tertarik dengan produk.

Intinya, go digital bukan pilihan, tapi kebutuhan.

2. Langkah Awal Membangun Bisnis Digital

Sebelum membuka akun media sosial, ada beberapa pertanyaan dasar:

1. Mau buat bisnis apa?

Jangan asal ikut tren. Pilih produk/jasa yang sesuai kemampuan, minat, dan kebutuhan pasar.

2. Siapkah konsisten membuat konten?

Media sosial butuh update rutin. Sekali posting lalu berhenti berbulan-bulan akan membuat pelanggan lupa.

3. Mau belajar dan memperbaiki diri?

Dunia digital cepat berubah. Hari ini ramai TikTok, besok bisa muncul tren lain. UMKM harus fleksibel.

Setelah pertanyaan itu terjawab, barulah masuk ke tahap praktis:

- Tentukan ide bisnis yang punya nilai tambah (misalnya makanan sehat, bukan sekadar makanan biasa).
- Tentukan target pasar (siapa calon pelanggan, apa kebutuhannya, dan bagaimana cara menjangkaunya).
- Rancang strategi promosi sesuai karakter pasar.

3. Membangun Identitas Bisnis

Identitas bisnis adalah wajah yang akan dikenali pelanggan. Jika identitas kuat, pelanggan akan mudah mengingat.

Unsur identitas bisnis meliputi:

- Nama usaha: Singkat, mudah diingat, dan mencerminkan produk. Bisa brainstorming sendiri atau pakai bantuan AI seperti ChatGPT.
- Logo: Visual sederhana yang mewakili bisnis. Misalnya logo kopi bergambar cangkir untuk kedai kopi. Tools gratis seperti Canva sangat membantu.
- Moto/slogan: Kalimat singkat yang menggambarkan nilai bisnis. Contoh: “Hangatkan harimu dengan kopi asli Indonesia.”

Tips:

- Pastikan nama & logo konsisten dipakai di semua platform (Instagram, WhatsApp, Website).
- Gunakan warna tertentu agar mudah dikenali.

4. Media Publikasi yang Efektif untuk UMKM

UMKM tidak perlu langsung hadir di semua platform. Cukup fokus pada 2-3 media utama yang paling relevan.

a. Instagram

Instagram sangat visual, cocok untuk produk makanan, fashion, atau kerajinan.

- Feed/Post: Tempat permanen untuk menampilkan produk, testimoni, dan info usaha. Minimal posting 1x seminggu.
- Story: Konten ringan, behind the scene, atau promo harian. Baiknya 3-5 kali sehari agar pelanggan merasa dekat.
- Reels: Video singkat (15-60 detik) yang bisa viral dan menjangkau audiens baru. Cocok untuk memperkenalkan produk dengan cara kreatif.



Tips tambahan: gunakan hashtag populer, desain feed rapi, dan selalu balas komentar/DM.

b. Website

Website adalah toko resmi online yang membuat bisnis lebih kredibel.

Isi website sebaiknya mencakup:

- Profil bisnis.
- Katalog produk/jasa dengan foto & harga.
- Kontak pemesanan (WhatsApp, email, marketplace).

Jika modal terbatas, bisa mulai dengan platform gratis seperti Google Sites atau WordPress.

c. YouTube

YouTube cocok untuk konten berdurasi panjang:

- Tutorial cara pakai produk.
- Testimoni pelanggan.
- Dokumentasi proses pembuatan produk.

Kelebihannya,
video YouTube
juga bisa muncul di
hasil pencarian
Google, sehingga
lebih banyak orang
menemukan usaha
Anda.



Promosi digital harus cerdas dan relevan. Ada tiga langkah sederhana:

1. Rethink Your Value - Apa nilai utama dari produk Anda? Apakah lebih murah, lebih sehat, lebih cepat, atau lebih unik?
2. Focus on Demand - Jangan jual sesuatu yang tidak dibutuhkan. Sesuaikan dengan tren dan permintaan pasar.
3. Capture the Momentum - Manfaatkan momen tertentu. Misalnya:
 - Menjual hampers saat Lebaran.
 - Diskon menu berbuka saat Ramadan.
 - Promo ulang tahun toko.



5. Manajemen Dasar Pelanggan

Pelanggan adalah aset utama. Tanpa manajemen yang baik, pelanggan bisa kabur ke kompetitor.

a. Kenali Lingkaran Pelanggan

- Ring 1: Keluarga & Teman Dekat → Mereka bisa jadi pembeli pertama sekaligus promotor gratis.
- Ring 2: Teman & Kenalan → Target berikutnya, biasanya lebih mudah percaya jika ada testimoni dari Ring 1.
- Ring 3: Orang Asing → Calon pelanggan baru. Inilah target utama jangka panjang.

b. Rawat Hubungan

- Balas pesan dengan ramah, walau hanya pertanyaan sederhana.
- Buat database pelanggan (nomor HP/email) untuk promo rutin.
- Berikan hadiah kecil atau diskon untuk pelanggan setia.

Dengan hubungan baik, pelanggan lama bisa menjadi promotor alami yang merekomendasikan usaha Anda ke orang lain.

Konsistensi Adalah Kunci! Konten yang konsisten akan menjaga kepercayaan pelanggan.

Jadwal sederhana:

- Feed Instagram: 1x seminggu.
- Story Instagram: 3x sehari.
- Reels: 1x seminggu.
- Update Website: 1x sebulan.

Lebih baik sedikit tapi rutin daripada banyak di awal lalu berhenti.

Beberapa aplikasi bisa sangat membantu UMKM:

- Canva → Desain logo, flyer, dan konten Instagram.
- ChatGPT / Bing AI → Cari ide nama, slogan, caption, hingga strategi promosi.
- Google Form & Spreadsheet → Mengumpulkan data pelanggan.
- WhatsApp Business → Membuat katalog produk & auto-reply pesan.



6. Studi Kasus Sederhana

Seorang ibu rumah tangga membuka usaha catering kecil.

1. Dia membuat akun Instagram untuk memposting menu harian.
2. Menggunakan WhatsApp Business untuk menerima pesanan.
3. Membuat logo sederhana di Canva agar terlihat profesional.
4. Menyimpan nomor pelanggan dalam spreadsheet untuk mengirim promo.

Hasilnya, hanya dalam 6 bulan, penjualannya naik tiga kali lipat. Semua dicapai tanpa modal promosi besar, hanya dengan konsistensi digital marketing.

UMKM tidak perlu menunggu besar untuk go digital. Justru dengan memanfaatkan media sosial, website, dan YouTube, UMKM bisa terlihat profesional sejak awal.

Ingat tiga hal penting:

1. Tentukan ide bisnis yang jelas.
2. Bangun identitas (nama, logo, slogan).
3. Gunakan media digital secara konsisten.

Dengan strategi sederhana ini, UMKM bisa menjangkau lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, dan tumbuh berkelanjutan.



hmp.informatics@cs-uph.net



Himpunan Mahasiswa
Informatika UPH Lippo Village



HMIF UPH