

KOMPONEN PENTING DALAM STRATEGI DIGITAL MARKETING

Perkembangan zaman dan teknologi digital saat ini merupakan salah satu momok yang cukup menakutkan bagi para wirausaha kecil, terlepas dari kurangnya tingkat kesadaran manusia untuk belajar mengikuti arus zaman dan perkembangan teknologi, dimana teknologi sangat berpengaruh erat dengan peningkatan profit yang lebih efektif. Banyak orang berfikir wirausaha itu butuh modal dan tempat lokasi yang strategis, bahkan banyak orang yang enggan berwirausaha karena hanya gagal mendapatkan lokasi yang strategis, padahal mereka bisa memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk memasarkan produk yang akan dipasarkan. Dan begitu banyak sarana-sarana teknologi tersebut yang mana mereka bisa berjualan tanpa harus mengeluarkan cost untuk tempat lokasi, bahkan jangkauan pasar yang akan didapatkan begitu luas, artinya dalam prinsip wirausaha mengeluarkan modal sekecil kecilnya dan mendapatkan keuntungan sebesar besarnya.

Tentunya menjalankan usaha dan mengeratkannya dengan teknologi digital membutuhkan waktu dan strategi-strategi khusus, berikut komponen-komponen yang perlu diperhatikan pada dalam strateginya.



1. Produk

Produk ialah sesuatu yang diciptakan oleh seseorang dengan mempunyai value atau nilai tertentu, setelah kamu membuat produk. Pastikan kamu memahami value atau nilai-nilai produk yang kamu buat, karena sebelum anda meluncurkan produk anda, anda harus tahu dahulu alasan yang kuat karena apa Seseorang tersebut mau membeli produk anda. Jadi value produk anda harus jelas dan detail, dari brand, kemasan, dan kualitas nya. Produk terbagi menjadi 2 bagian.

A. Produk konsumsi

Pengertian produk konsumsi adalah seluruh produk yang bisa digunakan oleh konsumen tingkat akhir atau end user. Produk konsumsi tersebut lantas dibedakan menjadi beberapa bagian, yaitu:

- **Produk Kebutuhan Sehari-hari**, yaitu suatu produk yang dibutuhkan dan akan lebih mudah habis jika digunakan sehingga akan lebih sering dibeli oleh konsumen, seperti bahan makanan, minuman, sabun cuci, sabun mandi, shampo, dll.
- **Produk Belanjaan**, adalah produk yang dibelanjakan dengan

cara membandingkan suatu produk dengan produk lainnya yang sama dari segi kualitas, harga, dan spesifikasi produk tersebut, seperti produk smartphone, tv, laptop, sepatu, dll.

- **Produk Khusus**, adalah produk yang mempunyai suatu karakter tertentu dan mempunyai kesan yang mewah dan juga istimewa, yang mana beberapa kelompok konsumen akan bersedia membayar produk tersebut walaupun dibandrol dengan harga yang tinggi, seperti perhiasan, mobil, atau produk lainnya.
- **Unsought Goods**, adalah suatu produk yang sebelumnya belum diketahui oleh konsumen dan walaupun mereka sudah mengetahui, mereka tidak tentu membeli produk tersebut, seperti batu nisan, peti mati, tanah pemakaman, dll.

B. Produk industri

produk industri adalah seluruh produk yang mampu dibeli oleh konsumen agar bisa digunakan sebagai bahan baku untuk selanjutnya bisa diproses menjadi produk yang baru. Produk industri ini terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

- **Bahan Baku dan Suku Cadang**, adalah produk yang diperlukan untuk diolah menjadi produk baru yang memiliki manfaat lebih. Umumnya, jenis produk ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu bahan mentah dan suku cadang. Contoh produk mentah adalah kayu (yang bisa diproduksi jadi lemari, kursi, dll), gandum (yang bisa diproduksi jadi roti), dll. Sedangkan contoh dari produk bahan atau suku cadang adalah layar lcd, dll.)
- **Barang modal**, adalah produk yang mampu membantu atau memudahkan produsen untuk mengelola atau mengembangkan suatu produk matang serta memiliki daya tahan yang tergolong lama, seperti pabrik, bangunan kantor, laptop, mobil, mesin produksi, dll.
- **Perlengkapan dan Layanan Bisnis**, adalah produk yang mampu membantu pengelolaan produk matang yang siap

dijual dan mempunyai daya tahan yang tergolong lama, seperti alat tulis kantor, oli pelumas, bahan bakar mesin, dll. Sedangkan contoh dari produk layanan bisnis adalah perwataan alat, periklanan produk, konsultasi bantuan hukum, dll.



2. Pasar atau market

Pasar atau market adalah sekumpulan orang yang akan menjadi target sasaran penjualan produk yang mana berkemungkinan beberapa akan menjadi konsumen dari produk . target awal setelah kamu membuat product adalah pasar atau market, pasar lah yang bisa kamu maksimalkan untuk menjadi costumer atau pembeli product anda ,Jadi anda bisa memprediksikan kemana dan kepada siapa product anda akan tersampaikan ,misalkan contoh : anda mempunyai product jaket kulit maka target pasar anda adalah kaula muda pecinta jaket kulit seperti anak anak komunitas motor. Mempertahankan target pasar yang dituju sangat penting. Ini karena persaingan yang semakin ketat memaksa usaha harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat demi mempertahankan segmentasi pasar. Dari awal permulaan yang tak kalah penting anda harus mengidentifikasi pasar baik dari sisi kekuatan,kelemahan,kesempatan,serta ancaman resiko yang

akan anda temui.



3. Sosial media

Di era digital saat ini sebetulnya banyak membantu untuk menemukan pasar anda , Dalam laporan berjudul Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital itu, disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta diantaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka

penetrasinya sekitar 61,8 persen. Generasi milenial yang umum disebut generasi Y serta generasi Z mendominasi penggunaan media sosial di Indonesia yang

paling banyak berasal dari kalangan muda dengan rentang usia 25-34 tahun. Hampir semua (99,1 persen, 168,5 juta) pengguna media sosial mengakses lewat

perangkat mobile seperti smartphone. Selain itu, sebagaimana dihimpun KompasTekno dari laporan We Are Social dan Hootsuite,

Rabu (24/2/2021), rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 14 menit sehari untuk mengakses media sosial. sangat banyak di sosial media yang membuat group group komunitas, jadi anda bisa menjadikannya referensi sebagai pasar dari product yang akan anda jual ,bahkan menurut hasil riset 90, jadi peluang market di sosmed ini cukup besar dan lebih efisien waktu dan tempat .