



Diktat Mendapatkan dan Mengidentifikasi Data Digital

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA
PUSAT PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ANAK USIA DINI
DAN PENDIDIKAN MASYARAKAT JAWA BARAT
TAHUN 2019**

Kata Pengantar

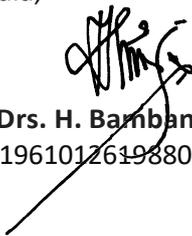
Puji dan syukur kepada Allah SWT, bahwasannya penyusunan Diktat sebagai bahan sertaan dari Model Pendampingan Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) telah selesai disusun. Diktat ini terdiri dari 8 (delapan) Jenis yang merupakan bagian dari kelengkapan untuk mendukung konten pendampingan pemasaran digital pada PKW.

8 (delapan) diktat ini terdiri dari Konsep Umum Pemasaran Digital, Prinsip Komunikasi Visual Dan Copywriting, Prinsip Umum Pemasaran Digital, Mendapatkan Dan Mengidentifikasi Data Digital, Mempersiapkan Laman Digital, Cara Survey Riset, Optimasi Seo Dalam Pemasaran Digital dan Cara Pemasaran On Line Melalui Media Sosial. Delapan diktat ini sebagai pelengkap pendampingan kepada lembaga kursus dan pelatihan yang menyelenggarakan pemasaran secara digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) di lembaganya dalam rangka mengimbangi perkembangan zaman yang terus berubah.

Perkembangan teknologi membuat manusia mudah dalam melakukan kegiatannya sehari-hari. Salah satu implementasi dari teknologi yang berguna bagi kelancaran kegiatan manusia adalah internet. Internet begitu cepat berkembang mulai dari jaringan e-mail biasa sampai melakukan pencarian informasi dapat dilakukan menggunakan jaringan internet. Sektor pemasaran pun kini secara bertahap sudah mulai berubah mepemasaran digital, dimana semua bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja tak terbatas ruang dan waktu.

Kami ucapkan terima kasih kepada tim pengembang, tim pakar, dan kontributor lain yang telah bekerja keras dan penuh dedikasi menyelesaikan penyusunan model ini. Kami berharap laporan pengembangan ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkecimpung dalam pengembangan penyelenggaraan kursus dan pelatihan di wilayah koordinasi kerja PP-PAUD dan Dikmas Jawa Barat.

Bandung Barat, November 2019
Kepala,


Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd.
NIP 196101261988031001

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
A. Tujuan	1
B. Uraian Materi:	1
1. Menentukan jenis usaha	1
2. Memerhatikan tren penjualan	1
3. Merumuskan Masalah	2
4. Menentukan Desain Riset	2
5. Merancang Metode Pengumpulan Data	2
6. Mengambil Sampel & Mengumpulkan Data	3
7. Melakukan Analisa & Interpretasi Data	3
8. Menyusun Laporan Riset	3
9. Diskusikan Ide untuk pencarian kata kunci	4
10. Rajin Mencari Kata Kunci	4
11. Tentukan Fokus Anda	5
12. Memilih Long Tail	5
C. Evaluasi	6
D. Daftar Pusaka	6

Mendapatkan Dan Mengidentifikasi Data Digital

A. Tujuan

1. Mendapatkan status peringkat produk atau jasa yang akan dipasarkan
2. Melakukan riset terhadap produk atau jasa yang akan dipasarkan
3. Mengoptimalkan kata kunci sesuai dengan produk atau jasa yang akan dipasarkan

B. Uraian Materi:

Untuk mendapatkan peringkat pada mesin pencari kita harus memerhatikan beberapa aspek dalam melakukan penjualan dalam bentuk produk ataupun jasa.

1. *Menentukan jenis usaha*

Menentukan jenis dan ide usaha pilihan. Misalnya kita ambil contoh Anda akan menjual barang berupa tas dengan desain , yang jadi masalah berikutnya adalah pemilihan desain pada sebuah tas yang akan dijual sesuai dengan sasaran pasar. Kita perlu klasifikasi konsumen dari tingkatan umur, desain yang sedang tren dengan masa sekarang. Jika salah dengan klasifikasi konsumen maka produk anda tidak bakal terjual.

2. *Memerhatikan tren penjualan*

Dalam tren penjualan kita fokus pada kata kunci yang bakal kita pasarkan. Misal kita menjual barang berupa tas maka kita memerhatikan tren pada penjualan tas pada mesin pencari, apa barang yang kita jual sudah menjadi tren pada mesin pencari. Selain dengan aspek diatas kita perlu memerhatikan langkah sistematis. Langkah sistematis yang harus dilakukan dalam menjalankan riset pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut.

3. Merumuskan Masalah

Hal pertama kali yang harus dilakukan untuk menjalankan riset pemasaran adalah merumuskan masalah. Proses perumusan masalah ini sangat penting untuk dilakukan agar kita mengerti betul dengan tujuan yang akan dicapai setelah riset selesai. Pada dasarnya riset disusun untuk menghasilkan informasi yang akurat dan jelas sebagai kesimpulan atas permasalahan yang sedang kita hadapi dalam bisnis.

Misalnya permasalahan kita adalah ingin menentukan besarnya biaya yang akan digunakan untuk promosi atau iklan. Perumusan masalahnya adalah bagaimana cara mengetahui besarnya biaya yang diperlukan. Sedangkan kesimpulan yang akan didapat adalah dalam bentuk kisaran nilai dari biaya promosi yang paling ideal.

4. Menentukan Desain Riset

Desain riset dibutuhkan untuk menentukan prosedur secara rinci mengenai cara pengumpulan data, cara pengujian hipotesa, dan kemungkinan melakukan kuesioner dengan berbagai model yang ditentukan. Penentuan desain riset biasanya didasarkan pada parameter yang akan diambil untuk menghasilkan sebuah kesimpulan tertentu.

5. Merancang Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil langsung dari lapangan, sedangkan data sekunder biasanya berupa data yang diambil dari buku, Internet, dan pustaka lainnya yang relevan. Anda perlu menentukan bagaimana cara mengumpulkan data-data tersebut dan dihimpun menjadi sebuah database.

6. Mengambil Sampel & Mengumpulkan Data

Selanjutnya Anda melakukan pengambilan sampel dan mengumpulkan data di lapangan. Anda bisa melakukan pengambilan sampel didasarkan pada metode sampling yang digunakan, baik itu probability atau non probability sampling.

7. Melakukan Analisa & Interpretasi Data

Sebuah pengumpulan data tidak akan pernah bisa menjadi sebuah kesimpulan jika tidak dilakukan analisis dan interpretasi data. Anda bisa mulai dari editing, koding, tabulasi, analisa statistik, dan interpretasi data. Data yang diolah inilah yang akan memberikan petunjuk pada kesimpulan yang akan Anda ambil.

8. Menyusun Laporan Riset

Laporan riset pemasaran bisa berupa laporan hasil, kesimpulan, serta rekomendasi penelitian yang diberikan kepada pihak manajemen. Kemudian pihak manajemen akan mengambil keputusan berdasarkan hasil dari interpretasi data sebelumnya. Laporan riset inilah yang akan menjadi standar penelitian oleh para eksekutif dalam mengevaluasi manfaat riset pemasaran.

Setelah semua sudah kita susun dengan baik maka kita perlu mengoptimalkan kata kunci yang sudah kita pilih dalam penjualan produk atau jasa. Telitilah kata kunci mana yang banyak digunakan dalam mesin pencari ketika orang-orang sedang mencari informasi. Mari simak empat caranya dalam artikel ini.

9. Diskusikan Ide untuk pencarian kata kunci

Hal paling sederhana yang bisa Anda lakukan untuk mulai memaksimalkan mesin pencari adalah dengan berdiskusi soal ide-ide kata kunci yang mungkin banyak digunakan. Semakin rendah jumlah kata kunci yang digunakan, maka akan semakin tinggi volume pencarian. Berdasarkan jumlah katanya, ada tiga kelompok kata kunci, yaitu *Head* (ringkas), *Body* (menengah), dan *Long Tail* (detail). Agar mesin pencari bisa langsung merujuk pada situs tempat bisnis Anda berlangsung, manfaatkanlah kata kunci jenis *Long Tail*. Perjelas kata kunci apa saja yang terhubung langsung dengan situs Anda, misalnya didasarkan dari merk bisnis Anda.

10. Rajin Mencari Kata Kunci

Untuk mengetahui kata kunci apa yang banyak digunakan oleh orang-orang dalam mencari barang atau informasi, maka Anda pun harus rajin membuka-buka berbagai macam situs. Cobalah lihat produk apa yang paling laku dijual dalam satu situs, pelajari kata-kata kuncinya. Merk apa yang banyak disebut, jenisnya apa, dan lain-lain.

Selain itu, ada baiknya bila Anda mengintip forum-forum ulasan, sehingga Anda tahu aspek apa saja yang menjadi penting bagi pelanggan untuk memilih produk atau jasa. Manfaatkan pengetahuan itu dengan mengiklankannya dalam produk atau jasa yang ditawarkan di bisnis Anda. Cara ini mungkin tidak langsung terlihat jelas dampaknya dalam meningkatkan angka pengunjung situs Anda. Namun, ini bisa membantu promosi bagi pelanggan yang butuh informasi lebih detail.

11. Tentukan Fokus Anda

Ketika Anda memanfaatkan optimalisasi kata kunci, kemungkinan Anda akan fokus kepada dua hal, yakni memaksimalkan angka pengunjung situs, atau angka konversi. Padahal, memiliki kata kunci yang mudah ditemukan dalam mesin pencari harusnya menjadi tombak Anda dalam meningkatkan keuntungan dari bisnis Anda.

Untuk bisnis internet, memiliki iklan yang banyak ditengok orang tentunya bisa jadi hal yang memuaskan. Namun, apa artinya bila jumlah konversinya jauh dibanding *traffic*? Jangan hanya menjual kata kunci, namun tetaplah fokus untuk memajukan bisnis Anda.

12. Memilih Long Tail

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, jenis kata kunci *Long Tail* dapat membantu Anda untuk ada di daftar atas dalam mesin pencarian. Selain itu, dengan menggunakan aplikasi seperti *Ubersuggest* atau *Affilootools*, Anda dapat memperoleh bantuan soal susunan kata kunci *Long Tail* yang baik. Anda pun bisa menyesuaikan dengan di mana lokasi Anda berada, pada waktu-waktu kapan kata kunci tersebut banyak mendapat klik, dan informasi lain yang bisa memaksimalkan kata kunci Anda.

Setiap kata kunci yang Anda pilih haruslah *make sense*. Meski pun detail, jangan terlalu rumit dan memilih diksi yang tidak familiar oleh masyarakat umum. Dengan demikian, peringkat situs Anda pun bisa masuk di posisi puncak mesin pencarian.

13. *Melakukan Sitasi pada Korporasi/Perusahaan/Bisnis Anda*

Dalam menggunakan strategi SEO, semakin sering “Brand” Anda dicari oleh pengunjung maka Traffic pun akan semakin tinggi sehingga Branding perusahaan Anda akan dapat naik peringkat pada pengukuran Webometrics, maka sebaiknya sering-sering melakukan sitasi pada Brand Korporasi/Perusahaan/Bisnis Anda dan tautkan link Korporasi/Perusahaan/Bisnis Anda pada semua Digital Platform yang dimiliki guna menaikkan Traffic agar pada saat meng-klik keyword tertentu akan langsung merujuk pada Korporasi/Perusahaan/Bisnis Anda

C. Evaluasi

1. Untuk Mengoptimalkan media Sosial Sebagai media penjualan maka perlu kata kunci yang sesuai.
2. Kata kunci yang dipilih tidak bisa asal atau tidak sesuai dengan produk atau jasa yang kita jual

D. Daftar Pusaka

- <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-6-langkah-dasar-melakukan-riset-pemasaran/>
- <https://idaff.com/maksimal-mesin-pencari-dengan-4-cara-ini/>

 **Jl. Jayagiri No 63 Jayagiri Lembang,
Kabupaten Bandung Barat
Jawa Barat 40391**

 **@ppppauddikmasjabar**

 **PP Paud dan Dikmas Jawa Barat**

 **pauddikmasjabar**

 **<https://pauddikmasjabar.kemdikbud.go.id>**