



# EVALUASI DAN PENINGKATAN KINERJA SALURAN DIGITAL



Presentation by:  
**Hanif Zaidan Sinaga, S.E.,  
M..M.S.I., CDMS., CCC**

**Universitas Ibn Khaldun Bogor  
Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Bisnis Digital**

# DAFTAR ISI

- **Konsep Pemasaran**
- **Strategi Bauran Pemasaran**
- **Pengenalan Pemasaran Digital & Augmented Reality**
- **Ekosistem Pemasaran Digital**
- **Alat dan Platform Augmented Reality**
- **Merancang Strategi Pemasaran Digital Berbasis Augmented Reality**
- **Pengembangan Konten Berbasis Augmented Reality**
- **Media Sosial dan Iklan Media Sosial**
- **Website dan SEO/SEM**
- **E-commerce dan E-mail Marketing**
- **Integrasi Augmented Reality dalam Kampanye Pemasaran Digital**



# KONSEP PEMASARAN

# Apa Itu Pemasaran?

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk, jasa, serta nilai. Peran pemasaran saat ini mencakup tidak hanya pengiriman produk atau jasa kepada konsumen, tetapi juga memastikan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

## Tujuan:

- Menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.
- Menjanjikan nilai superior.
- Menetapkan harga menarik.
- Mendistribusikan produk dengan mudah.
- Mempromosikan secara efektif.
- Mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan..



# Konsep Inti Pemasaran



# Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah usaha merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif, dengan menganalisis pasar dan lingkungan untuk mengetahui peluang dan ancaman.

Fungsi:

Perencanaan

- Mengembangkan rencana strategik
- Mengembangkan rencana pemasaran

Implementasi

- Menjalankan rencana-rencana.

Pengendalian

- Mengukur hasil
- Mengevaluasi hasil
- Mengambil tindakan perbaikan



# Konsep Kegiatan Pemasaran



**Produksi**

**Produk**

**Penjualan**

**Pemasaran**

**Pemasaran  
Berwawasan Sosial**

# Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

## Usaha Mikro



Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha dengan modal maksimal Rp1 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunan maksimal Rp2 miliar.

## Usaha Kecil

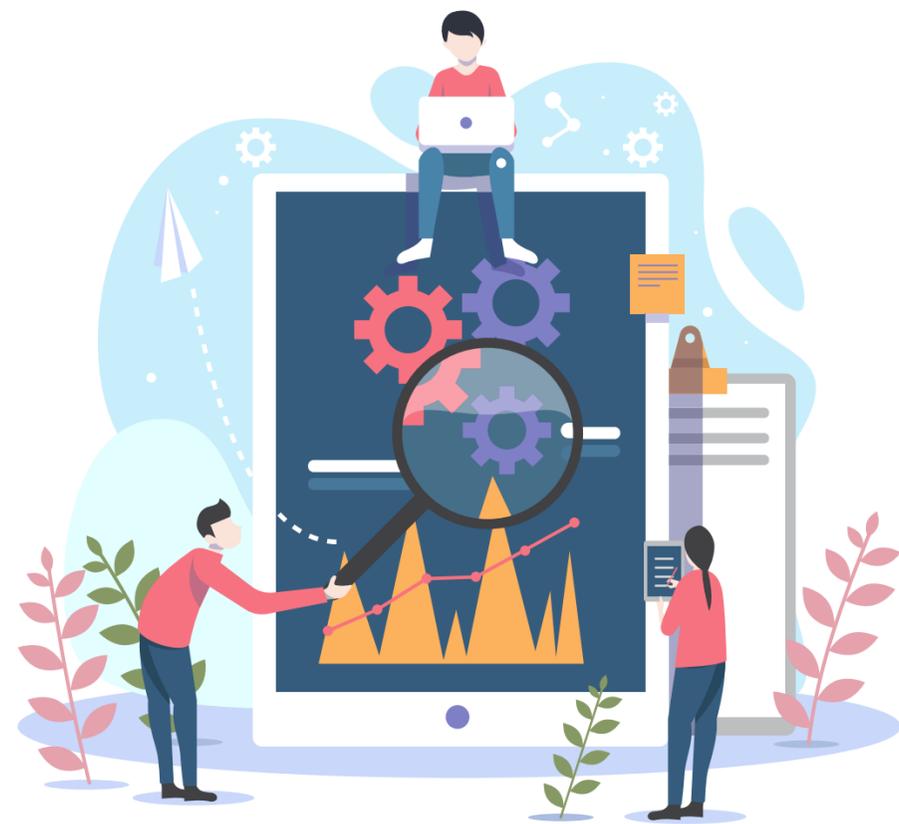


Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, dengan modal usaha Rp1-5 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunan Rp2-15 miliar.

## Usaha Menengah



Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, dengan modal usaha Rp5-10 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunan Rp15-50 miliar.



# STRATEGI BAURAN PEMASARAN

# Strategi Pemasaran

## Strategi Pemasaran di Mata Penjual



- Produk Yang Bermutu (Product)
- Harga Yang Kompetitif (Price)
- Tempat Yang Strategis (Place)
- Promosi Yang Gencar (Promotion)

## Strategi Pemasaran di Mata Pembeli



- Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan (Customer needs and wants)
- Biaya Pelanggan (Cost to the customer)
- Kenyamanan (Convenience)
- Komunikasi (Communication)

# Proses Manajemen Pemasaran

**Analisa Pasar**

**Segmentasi Pasar**

**Penempatan Pasar**

**Bauran Pemasaran**

**Kepuasan Pelanggan**



# Strategi Bauran Pemasaran

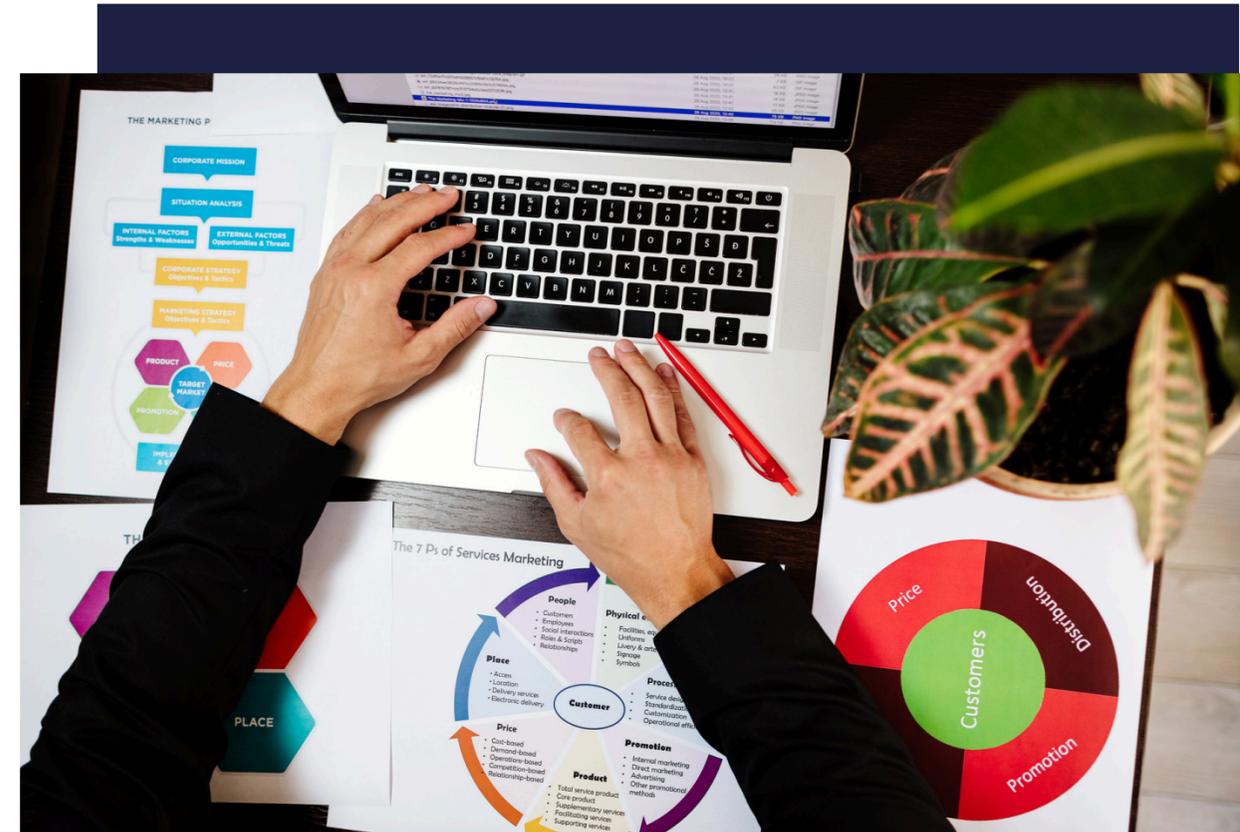
Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran.

McCharly mengklasifikasikan bauran pemasaran menjadi 4 Kelompok:

- Product (produk)
- Price (harga)
- Place (tempat)
- Promotion (promosi)

Kotler (1980) memperluas menjadi 7 Ps or 7 Cs:

- People (Consumer)
- Process (Corporation-competitor)
- Physical Evidence (Circumstances)
- Produk
- Saluran Distribusi Penentuan Harga
- Promosi dan Periklanan



# Strategi Pemasaran Modern





# **PENGENALAN PEMASARAN DIGITAL & AUGMENTED REALITY**

# Definisi Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah strategi promosi produk atau layanan menggunakan teknologi dan platform online, seperti internet, media sosial, perangkat mobile, dan mesin pencari. Ini mencakup penggunaan data analitik untuk memahami perilaku konsumen, mengukur kinerja kampanye, dan mengoptimalkan strategi pemasaran secara berkelanjutan.



# Komponen Pemasaran Digital



**Search Engine  
Optimization (SEO)**

**Pay-Per-Click (PPC)  
Advertising**

**Content Marketing**

**Affiliate Marketing**

**Social Media Marketing**

**Website dan  
Landing Page**

**Email Marketing**

**Influencer Marketing**

# Definisi Augmented Reality (AR)

AR (Augmented Reality) adalah teknologi yang menambahkan elemen digital ke dunia nyata, memungkinkan pengguna melihat dan berinteraksi dengan objek virtual secara real-time melalui perangkat seperti smartphone atau kacamata AR.

Dalam pemasaran, AR digunakan untuk menciptakan pengalaman interaktif dan kampanye promosi kreatif, memberikan keunggulan berupa interaktivitas tinggi dan pengalaman imersif bagi pengguna.





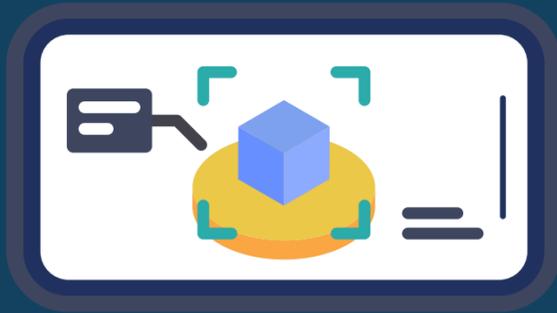
## Awal Perkembangan AR (1990-an)

Augmented Reality (AR) pertama kali diusulkan dan dikembangkan pada awal 1990-an untuk menggabungkan elemen virtual ke dalam dunia nyata. Awalnya, penggunaannya terbatas pada laboratorium penelitian dan eksperimen akademis. Teknologi ini menggunakan pengenalan citra dan penanda untuk menempatkan objek virtual dalam lingkungan nyata, sering melalui kamera dan tampilan berbasis komputer.



## Perkembangan Awal Abad ke-21

Pada awal abad ke-21, teknologi AR mulai menunjukkan potensinya dalam aplikasi komersial, terutama di industri game dan hiburan, seperti "ARQuake" yang dirilis pada 2000-an. AR juga mulai digunakan dalam pelatihan militer dan simulasi medis.



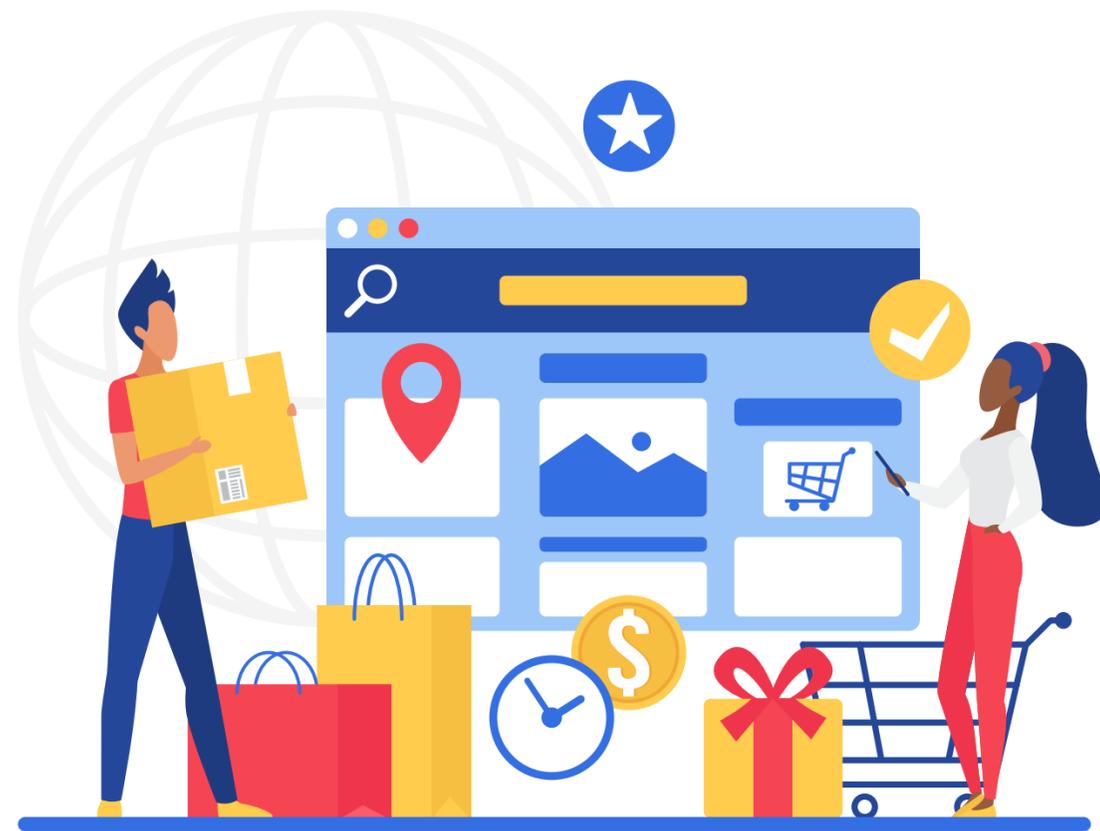
## Masa Kini: Aplikasi yang Luas dan Penggunaan Komersial

Dalam beberapa tahun terakhir, AR berkembang pesat dengan platform dan perangkat keras canggih. Platform seperti ARKit dari Apple dan ARCore dari Google memperluas pengembangan aplikasi AR di perangkat mobile. AR kini digunakan di berbagai sektor seperti permainan, edukasi, pemasaran, perawatan kesehatan, desain arsitektur, dan lainnya, dengan aplikasi seperti mencoba produk secara virtual, pelatihan medis, dan visualisasi data bisnis.



## Tantangan dan Masa Depan AR

Meskipun mengalami perkembangan signifikan, AR masih menghadapi tantangan seperti privasi, ketergantungan teknologi, dan integrasi infrastruktur. Namun, potensi AR untuk terus berinovasi dan memberikan pengalaman mendalam membuatnya tetap menjadi fokus teknologi digital di masa depan, dengan potensi besar mengubah interaksi kita dengan dunia.



# EKOSISTEM PEMASARAN DIGITAL



## Awal Kemunculan (1980-1990)

Pada era ini munculnya komputer pribadi dan internet serta diciptakannya Email Marketing dan World Wide Web dianggap sebagai bentuk awal pemasaran digital.



## Perkembangan Awal (1990- 2000)

Era ini ditandai dengan pertumbuhan cepat internet dan adopsi teknologi digital yang lebih luas, seperti didirikannya SEO, Banner Ads, E-commerce Amazon dan juga eBay.



## Era Media Sosial (2000 - 2010)

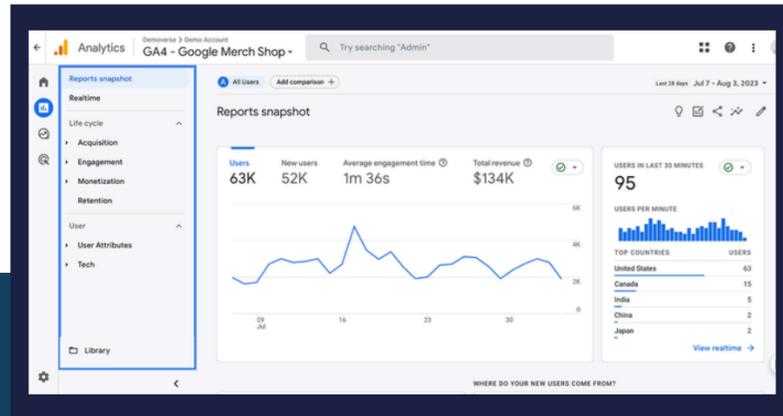
Pada era ini didirikannya situs jejaring sosial seperti facebook, twitter dan linkedIn sehingga membawa perubahan besar untuk pemasaran digital.



## Mobile dan Data-Driven Marketing (2010 - sekarang)

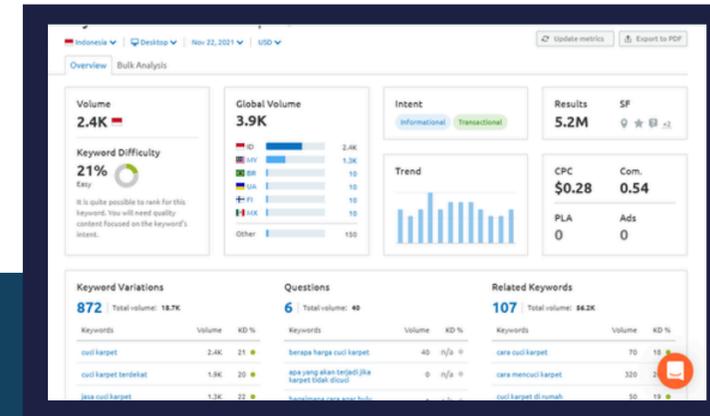
Teknologi mobile dan analitik data menjadi fokus utama dalam pemasaran digital modern.

# Alat Analitik dalam Pemasaran Digital



## Google Analytics

Google Analytics digunakan untuk melacak lalu lintas situs web, memahami perilaku pengguna, dan mengukur efektivitas kampanye pemasaran. Alat ini memberikan wawasan tentang sumber lalu lintas, halaman yang paling sering dikunjungi, dan interaksi pengguna. Fitur seperti laporan real-time, analisis saluran, dan pelacakan konversi sangat berguna.



## SEMrush

Alat SEO dan pemasaran konten yang membantu perusahaan menganalisis kata kunci, mengevaluasi kinerja konten, dan memantau kompetisi. SEMrush memungkinkan pemasar untuk mengidentifikasi peluang organik dan berbayar serta mengoptimalkan strategi mereka.

# Key Performamnce Indicators

Metrik yang digunakan untuk mengukur keberhasilan kampanye pemasaran digital. Beberapa KPI penting dalam pemasaran digital meliputi:

## Tingkat Konversi

Persentase pengunjung situs web yang melakukan tindakan yang diinginkan (pembelian).

## ROI (Return on Investment)

Mengukur laba yang dihasilkan dari investasi dalam kampanye pemasaran digital.

## CTR (Click-Through Rate)

Persentase pengguna yang mengklik iklan atau tautan dibandingkan dengan jumlah total tayangan.

## Tingkat Bounce

Persentase pengunjung yang meninggalkan situs web setelah melihat hanya satu halaman.

## CAC (Customer Acquisition Cost)

Biaya rata-rata untuk mendapatkan satu pelanggan baru.



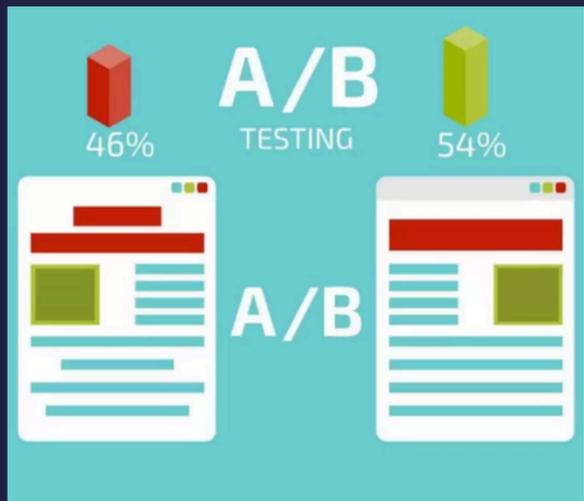
## Segmentasi Audience

Menggunakan data demografis dan perilaku untuk mengelompokkan konsumen.



## Personalized Marketing

Menggunakan data untuk membuat pesan pemasaran yang disesuaikan dengan preferensi individu.



## A/B Testing

Menguji dua versi berbeda dari elemen pemasaran untuk melihat mana yang lebih efektif.



## Predictive Analytics

Menggunakan data historis untuk memprediksi perilaku masa depan konsumen.

# Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital



1. Menetapkan Hirarki Tujuan Bisnis

2. Menganalisis Pasar

3. Memahami Persona Pembeli

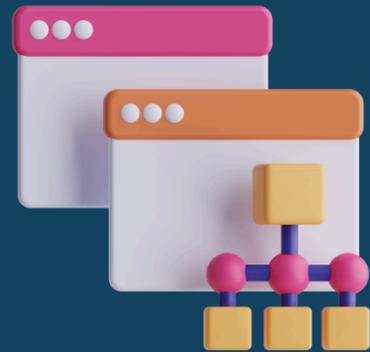
4. Segmentasi Pelanggan

5. Analisis Pesaing

6. Pemasaran Konten dan Pengukuran

# Tantangan dan Peluang

## TANTANGAN



**Perubahan  
Algoritma**



**Kompleksitas  
Teknologi**

## PELUANG



**Teknologi  
AR dan VR**



**Pemasaran  
Berbasis  
Influencer  
Marketing**



# ALAT DAN PLATFORM AUGMENTED REALITY

# Alat Augmented Reality (AR)

## Headset dan Kacamata AR



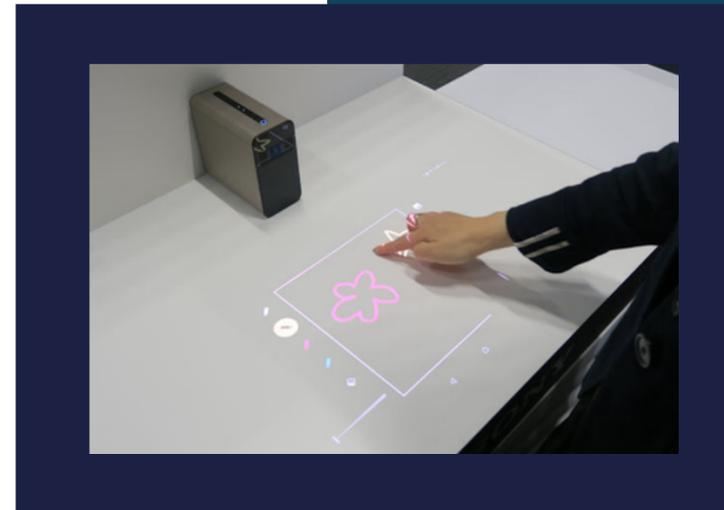
- Microsoft HoloLens  
Fitur: spatial mapping, hand tracking, voice commands.
- Magic Leap  
Fitur: lightfield display, spatial audio.
- Google Glass Enterprise Edition  
Fitur: touchpad, voice commands, HUD.

## Smartphones dan Tablets



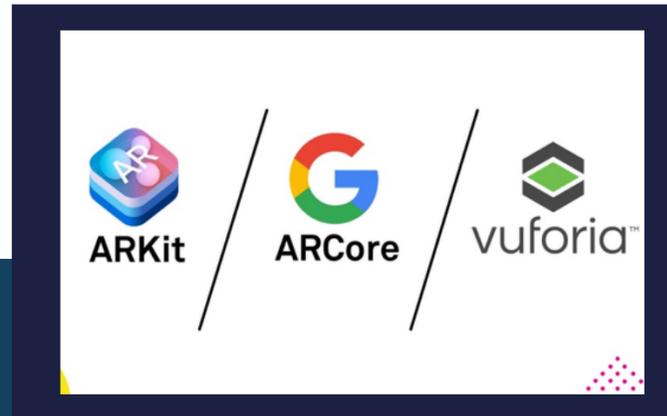
- ARCore (Android)  
Aplikasi yang mendukung motion tracking dan environmental understanding.
- ARKit (iOS)  
Aplikasi yang mendukung world tracking dan face tracking.

## AR Projectors



Proyektor yang mendukung interaksi AR dengan memproyeksikan gambar digital ke permukaan fisik. Contoh produk: Sony Xperia Touch, Epson Moverio.

# Platform Pengembangan Augmented Reality (AR)



## Software Development Kits (SDKs)

- ARCore (Google)

Contoh aplikasi: IKEA Place (visualisasi furnitur dalam ruang nyata).

- ARKit (Apple)

Contoh aplikasi: Pokémon GO (game AR), Measure (aplikasi pengukur).

- Vuforia

Contoh aplikasi: aplikasi pendidikan dan iklan interaktif.



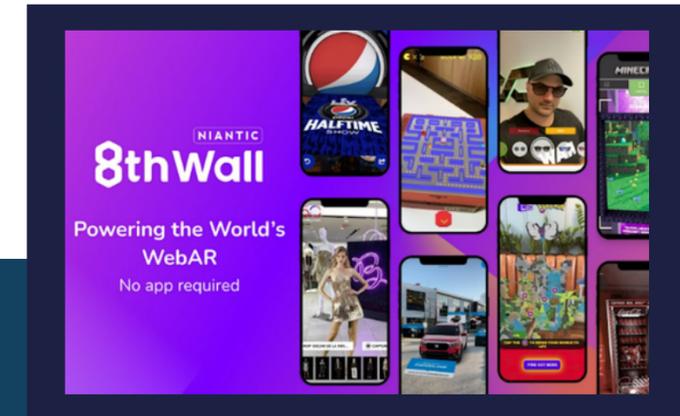
## Game Engines dengan Support AR

- Unity

Fitur dan tool khusus untuk AR development: AR Foundation, integrasi dengan ARCore, ARKit, dan Vuforia.

- Unreal Engine

Fitur dan tool khusus untuk AR development: AR plugin, visual scripting.



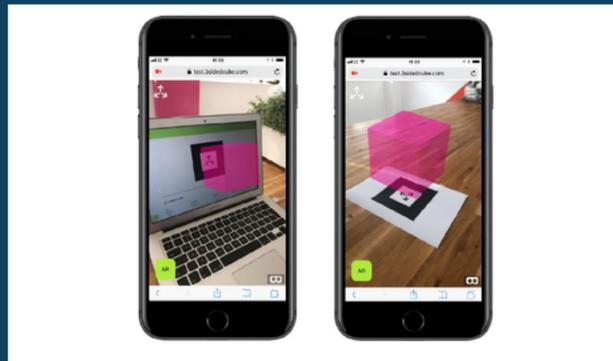
## Cloud-based AR Platforms

- 8th Wall

Contoh penggunaan: kampanye pemasaran interaktif, instalasi seni.

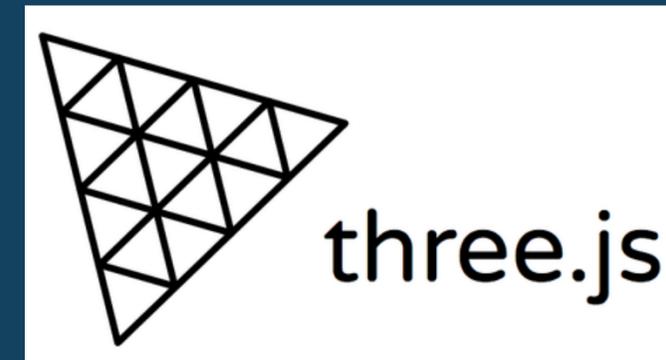
- Wikitude

Contoh aplikasi: aplikasi perjalanan, pendidikan.



## AR.js

Open-source library untuk web AR yang memungkinkan pembuatan aplikasi AR berbasis web dengan menggunakan HTML dan JavaScript.



## Three.js

Library JavaScript untuk membuat grafik 3D di browser. Penggunaan dalam proyek AR berbasis web: integrasi dengan AR.js untuk menampilkan model 3D dalam konteks AR.

# Alat untuk Desain dan Prototyping AR

## Adobe Aero



- Fitur utama: intuitive interface, interactivity without coding.
- Contoh proyek: instalasi seni interaktif, presentasi produk.

## Blender



- Tool untuk membuat dan mengedit 3D models.
- Penggunaan Blender dalam proyek AR: pembuatan model 3D untuk diintegrasikan dalam aplikasi AR.



# **MERANCANG STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASISKAN AUGMENTED REALITY**

# Strategi Pemasaran Digital Berbasis Augmented Reality

Strategi pemasaran digital berbasis AR memanfaatkan teknologi augmented reality untuk menciptakan pengalaman interaktif bagi konsumen. AR memungkinkan perusahaan untuk menampilkan produk atau layanan secara lebih menarik dan informatif.

## KEUNTUNGAN

- Menyediakan pengalaman yang unik dan personal bagi konsumen.
- Meningkatkan keterlibatan antara merek dan konsumen.
- Membedakan merek dari pesaing di pasar yang kompetitif.

## TUJUAN

- Meningkatkan Interaksi dengan konsumen.
- Meningkatkan penjualan.
- Memperkuat merek.





## Analisis Lingkungan Bisnis

- Memahami situasi pasar dan posisi kompetitif perusahaan.
- Menentukan peluang dan tantangan yang ada dalam penerapan AR.
- Melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk strategi AR.



## Penerapan Teknologi AR yang Sesuai

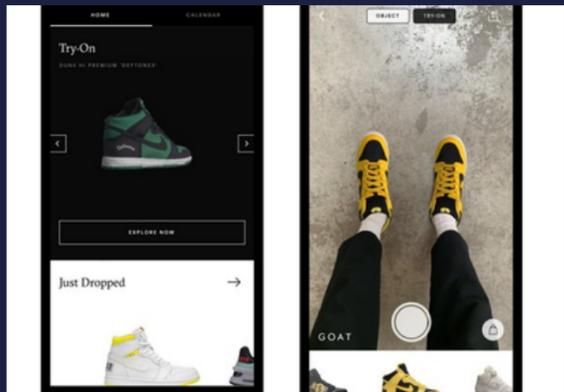
- Memilih teknologi AR yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran.
- Menggunakan tools dan platform AR seperti ARCore atau ARKit.
- Mengintegrasikan AR ke dalam aplikasi atau situs web yang sudah ada untuk memudahkan akses oleh konsumen.

# Penerapan AR dalam Promosi Produk



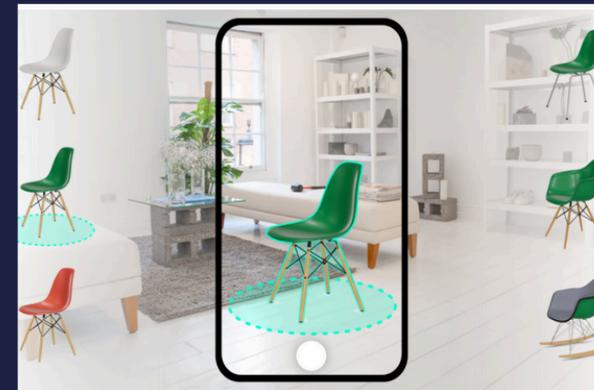
## Augmented Reality Automotive

Menggunakan AR untuk memberikan tur virtual dari kendaraan mereka.



## Aplikasi Ritel

Memungkinkan konsumen untuk mencoba pakaian atau aksesoris secara virtual sebelum membeli.



## Perusahaan Furnitur

Menggunakan AR untuk membantu pelanggan melihat bagaimana perabotan akan terlihat di rumah mereka.

# Manfaat Penerapan AR dalam Promosi

## Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen



AR menyediakan pengalaman yang lebih imersif dan interaktif dibandingkan dengan media promosi tradisional.

## Meningkatkan Penjualan



Dengan visualisasi produk yang lebih jelas dan interaktif, konsumen lebih yakin dalam membuat keputusan pembelian.

## Memperkuat Merek



Membantu merek untuk menonjol di pasar yang kompetitif dengan menawarkan teknologi canggih dan pengalaman yang berbeda.

# Langkah-langkah Implementasi AR

## Identifikasi Target Audiens



Memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen untuk merancang pengalaman AR yang sesuai.

## Analisis Lingkungan Bisnis



Melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memahami kondisi pasar dan posisi kompetitif perusahaan.

## Penerapan Teknologi AR yang Sesuai



Menggunakan tools seperti ARCore atau ARKit untuk mengembangkan aplikasi atau konten AR. Dan mengintegrasikan AR ke dalam strategi pemasaran digital yang sudah ada untuk memaksimalkan dampaknya.



# **PENGEMBANGAN KONTEN BERBASIS AUGEMNTED REALITY**

# Proses Pembuatan Konten AR

## 1. Ideasi dan Perencanaan Konten AR



Menentukan Tujuan dan Target Audiens

---



Brainstorming Ide-Ide Kreatif untuk Konten AR

---



Membuat Sketsa dan Storyboard

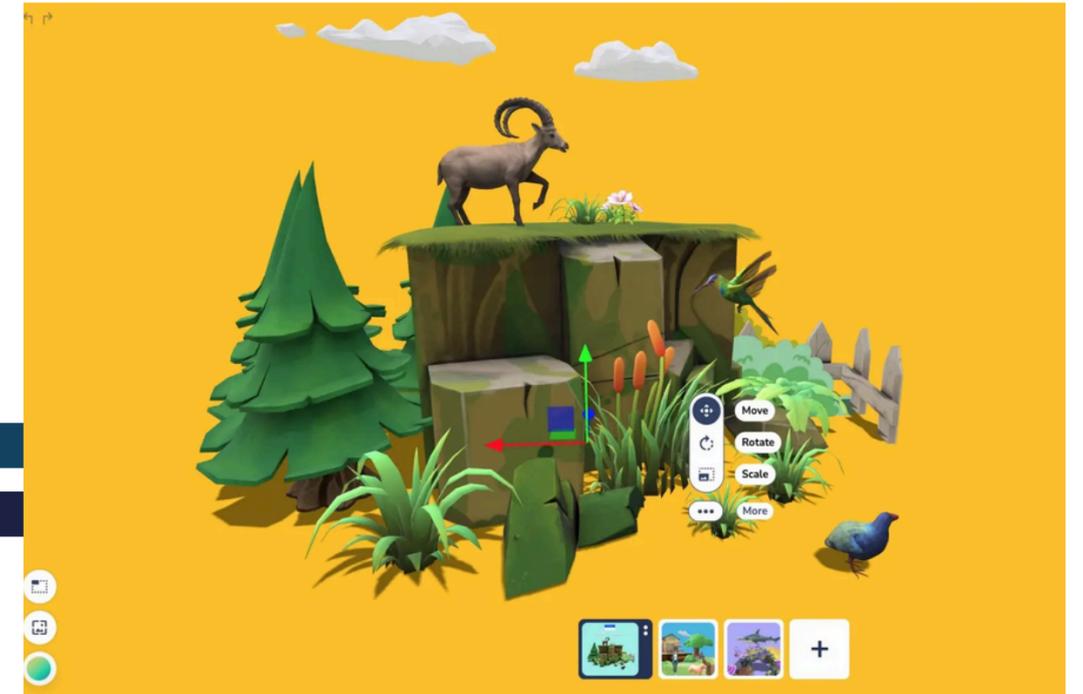
---

# Proses Pembuatan Konten AR

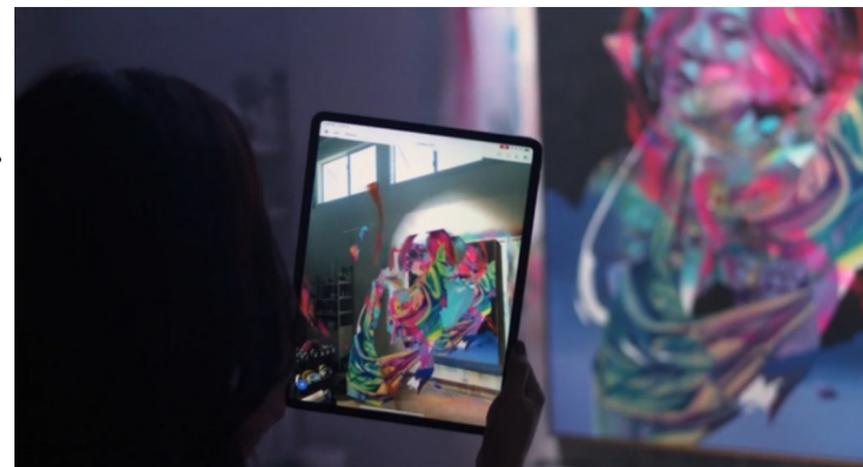
## 2. Desain dan Pengembangan Konten



Desain UI/UX untuk Aplikasi AR



Pembuatan Model 3D dan Animasi Konten AR



Pengujian dan Debugging Konten AR

## 3. Implementasi dan Peluncuran

### **Integrasi Konten AR ke Dalam Aplikasi atau Platform Distribusi:**

Pastikan konten AR terintegrasi dengan baik ke dalam aplikasi atau platform yang akan digunakan. Lakukan pengujian untuk memastikan semua elemen bekerja dengan baik.

### **Strategi Peluncuran dan Promosi:**

Rencanakan peluncuran konten AR dengan strategi promosi yang efektif. Gunakan media sosial, influencer, dan kampanye iklan untuk memperkenalkan konten kepada audiens target.

## 1. Membangun Strategi Konten AR

### Menentukan Channel Distribusi

Platform seperti Instagram, Snapchat, dan Facebook mendukung konten AR dan filter interaktif.

### Penggunaan Influencer dan Kampanye Virality

Bekerja sama dengan influencer yang memiliki basis pengikut besar untuk mempromosikan konten AR Anda.

### Membuat Konten yang Interaktif

Pastikan konten AR menarik dan membuat pengguna ingin berinteraksi lebih lama.

## 2. Contoh Kampanye Marketing Berbasis AR



### Nike

Kampanye AR "Nike Air Max" memungkinkan pengguna untuk melihat dan mencoba sepatu secara virtual. Pengguna bisa menempatkan sepatu di lingkungan nyata dan melihatnya dari berbagai sudut.

# Kampanye Efektivitas Berbasis AR

## Mengukur Efektivitas Kampanye Marketing Berbasis AR



### Engagement Rate

Persentase pengguna yang berinteraksi dengan konten AR dari total yang melihatnya.



### Dwell Time

Waktu rata-rata yang dihabiskan pengguna untuk berinteraksi dengan konten AR.



### Conversion Rate

Persentase pengguna yang melakukan tindakan yang diinginkan (seperti pembelian) setelah berinteraksi dengan konten AR.



### Social Shares

Jumlah kali konten AR yang dibagikan di media sosial. Karena untuk menunjukkan potensi virality dan jangkauan kampanye.



# **MEDIA SOSIAL DAN IKLAN MEDIA SOSIAL**

# Media Sosial

## Pengertian

**Media sosial** adalah media online apa pun yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi satu sama lain dalam berbagai cara.

## Pentingnya Medsos dalam Pemasaran Digital

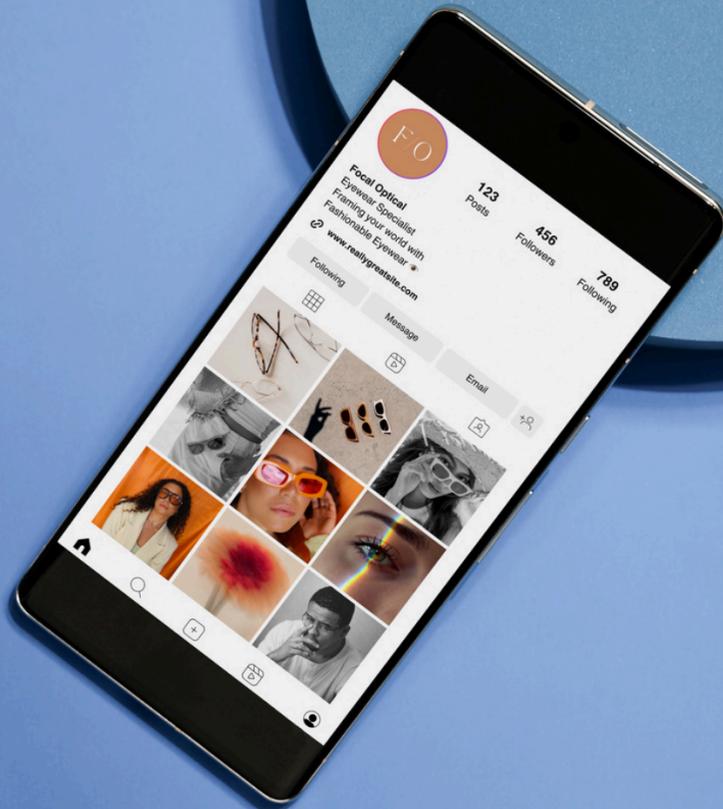
**Memiliki Jangkauan Luas**

**Interaksi Langsung Dengan Pelanggan**

**Pemasaran yang Tersegmentasi**

**Kreativitas dalam Konten**

**Adanya Data Analitik**



# Media Sosial

## 1. Jenis-jenis Media Sosial

Social Networking

Microblogging

Blog

Wiki

Social Bookmarking



## 2. Platform Media Sosial

Berikut beberapa media sosial yang dapat anda gunakan untuk pemasaran digital:

A

Facebook

B

Instagram

C

Twitter

D

LinkedIn

E

TikTok

F

YouTube

## Metrik di media sosial

- Impresi
- Reach
- Klik
- Engagement
- Click-Through Rate (CTR)
- Conversion Rate
- Cost Per Click (CPC)
- Cost Per Mille (CPM)
- Cost Per Conversion (CPC)
- Return on Ad Spend (ROAS)

Dengan menggunakan alat analitik seperti google analytics, facebook insights, twitter analytics, hootsuite, google data studio

## Tantangan dan Tren Masa Depan

### 1. Tantangan Utama

Perubahan Algoritma Platform Media Sosial

Privasi dan Data Pengguna

Kenaikan Biaya Iklan Digital

Kepercayaan dan Kredibilitas

### 2. Tren Masa Depan

Video Berdurasi Pendek

Augmented Reality (AR)

Influencer Marketing

Artificial Inteligent (AR)



# WEBSITE DAN SEO/SEM

# Website

**Website** adalah kumpulan halaman situs yang terdapat dalam sebuah domain atau subdomain pada jaringan World Wide Web (WWW) di Internet. Fungsi Website adalah sebagai sarana komunikasi dan bersosialisasi secara online, dengan adanya website memberikan manfaat jangkauan global tanpa dibatasi oleh geografis.

## Tentang Website

Struktur	Komponen	Jenis-jenis
Domain	Domain	Website Statis
Subdomain	Hosting	Website Dinamis
URL (Uniform Resource Locator)	Desain Visual & Konten	Website E-commerce

## Tahap Pembuatan

- 1 Pengembangan**  
Membangun struktur website, menambahkan konten, dan mengintegrasikan fitur.
- 2 Desain**  
Merancang tampilan visual, navigasi, dan pengalaman pengguna.
- 3 Perencanaan**  
Menentukan tujuan, target audiens, dan fitur-fitur utama website.



https://www

# SEO (Search Engine Optimization)



**SEO** adalah singkatan dari Search Engine Optimization, yaitu serangkaian teknik dan strategi untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat website di hasil pencarian mesin telusur.

## Mengapa SEO penting?

- Meningkatkan Visibilitas Website
- Mendorong Lebih Banyak Lalu Lintas
- Meningkatkan Konversi dan Penjualan

## Teknik Dasar SEO

**On-page optimization**

**Off-page optimization**

**Analisis dan Monitoring**

# SEM (Search Engine Marketing)

- **SEM** adalah upaya mengoptimalkan website agar dapat muncul di halaman hasil pencarian (SERP) di mesin pencari seperti Google, Bing, atau Yahoo.
- Tujuan SEM adalah untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat website di hasil pencarian mesin telusur.
- Manfaat dari SEM sendiri yaitu untuk meningkatkan brand awareness serta untuk mendapatkan trafik berkualitas dan terukur

## Komponen Utama SEM

SEO

Iklan Berbayar

Anilitik

### Strategi SEM yang Efektif

Memahami Audiens

Riset Kata Kunci

Optimasi On-Page

Iklan Berbayar

Analisis dan Pengukuran

### Tantangan dan Tren SEM

Persaingan yang Ketat

Perubahan Algoritme Mesin Pencari

Peningkatan Pentingnya Mobile

Tren AI dan Machine Learning

## Persamaan SEO & SEM

Baik SEM maupun SEO bertujuan untuk membuat website Anda lebih mudah ditemukan oleh pengguna melalui mesin pencari. Kedua pendekatan ini berusaha untuk meningkatkan peringkat website di halaman hasil pencarian (SERP) agar dapat menarik lebih banyak pengunjung.

## Perbedaan SEO & SEM

### SEO

Strategi SEO memanfaatkan optimasi konten organik untuk meningkatkan peringkat website di mesin pencari secara alami dan berkelanjutan.

### SEM

Strategi SEM menggunakan iklan berbayar, seperti Google Ads, untuk mendapatkan visibilitas cepat di halaman hasil pencarian.





# E-COMMERCE DAN E-MAIL MARKETING

# E-commerce

**E-Commerce merupakan transaksi jual beli melalui internet.**

Tujuan adanya E-commerce yaitu meningkatkan penjualan, meningkatkan brand awarness dan meningkatkan engagement pelanggan.

## Jenis-jenis E-commerce

**B2B** di mana perusahaan menjual produk atau jasa kepada perusahaan lain.

**B2C** di mana perusahaan menjual produk atau jasa kepada konsumen akhir.

**C2C** di mana konsumen menjual produk atau jasa kepada konsumen lain.

**M-COMMERCE** di mana transaksi jual beli dilakukan melalui perangkat mobile seperti smartphone atau tablet.



# E-commerce

## Jenis-jenis E-commerce

<b>Dropshipping</b> model bisnis di mana penjual tidak menyimpan produk fisik di gudang mereka.	<b>Affiliate Marketing</b> model bisnis di mana penjual membayar komisinya kepada affiliate (mitra) setiap kali affiliate berhasil menjual produk	<b>E-commerce B2B</b> model bisnis di mana perusahaan menjual produk atau jasa kepada perusahaan lain.
----------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Pembuatan Web E-commerce

Menggunakan Platform seperti Prestashop dan Woocommerce

Menggunakan Template yang Sudah Tersedia

Membuat Desain Web yang Menarik

## Tantangan & Solusi E-commerce

Tantangan	Solusi
Keamanan Transaksi	Menggunakan SSL
Kualitas Produk	Meningkatkan Kualitas Produk
Layanan Pelanggan	Meningkatkan Layanan Pelanggan

# E-mail Marketing

**E-mail marketing adalah mengirimkan pesan atau konten komersial melalui email.** Pada tahun 1990-an, email mulai digunakan secara komersial, dengan perusahaan-perusahaan memanfaatkan email untuk mempromosikan produk dan layanan mereka.



## Implementasi E-mail Marketing

Membuat Daftar Email

Mengirimkan Email

Membuat Konten Email

Mengevaluasi Hasil Email

## Strategi E-mail Marketing

Menentukan Segmentasi Pasar

Tawaran Giveaway

Jadwal Pengiriman Online

# E-mail Marketing

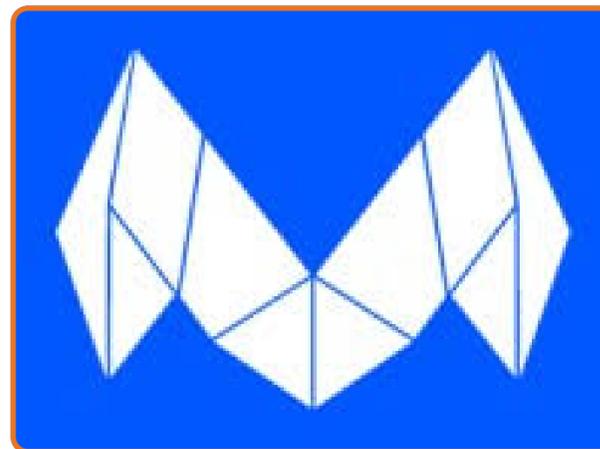
## E-mail Marketing Tools



**Campaign Monitor**



**Hubspot**



**Mailmunch**



**Mailchimp**



# **INTEGRASI AUGEMENTED REALITY DALAM KAMPANYE PEMASARAN DIGITAL**

# Integrasi Augmented Reality (AR)

**Integrasi Augmented Reality (AR)** adalah proses menggabungkan teknologi AR dengan berbagai sistem atau aplikasi yang ada untuk memperkaya pengalaman pengguna.



## Pengembangan Aplikasi AR Sederhana

<b>Tahap Perencanaan</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menentukan Tujuan dan Kebutuhan Bisnis</li><li>• Analisis Target Audiens</li></ul>
<b>Pengembangan Konten AR</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desain dan Prototyping</li><li>• Pemilihan Platform dan Alat</li><li>• Pengembangan Model 3D dan Animasi</li></ul>
<b>Pengujian dan Peluncuran</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pengujian Fungsionalitas dan User Experience</li><li>• Optimasi dan Debugging</li><li>• Peluncuran dan Distribusi</li></ul>

# Integrasi Augmented Reality (AR)



## Manfaat dan Tantangan Intergrasi AR

<b>Manfaat</b>	<b>Tantangan</b>
<b>Peningkatan Engagement dan Kepuasan Pelanggan</b>	<b>Biaya Pengembangan</b>
<b>Efisiensi dan Produktivitas</b>	<b>Teknologi dan Infrastruktur</b>
<b>Inovasi dan Diferensiasi</b>	<b>Adopsi dan Penerimaan Pengguna</b>



## Pemeliharaan dan Pengembangan AR

### Pemeliharaan

- **Update konten AR tanpa harus merilis aplikasi baru**  
Dengan penggunaan Cloud-Based Content Management, Dyanamic Content Loading, Pembaruan Database Marker, Integrasi API dan melakukan Pemantauan dan Analisis dapat mempermudah kita dalam melakukan proses updating.
- **Pemantauan Kinerja aplikasi dan debugging**

### Pengembangan

- **Eksplorasi fitur-fitur lanjutan**
  1. AR Multiplayer dengan interaksi langsung beberapa pengguna dalam ruang virtual yang sama.
  2. Social Sharing dengan berbagi pengalaman AR dengan teman atau keluarga melalui media sosial

**THANK YOU**