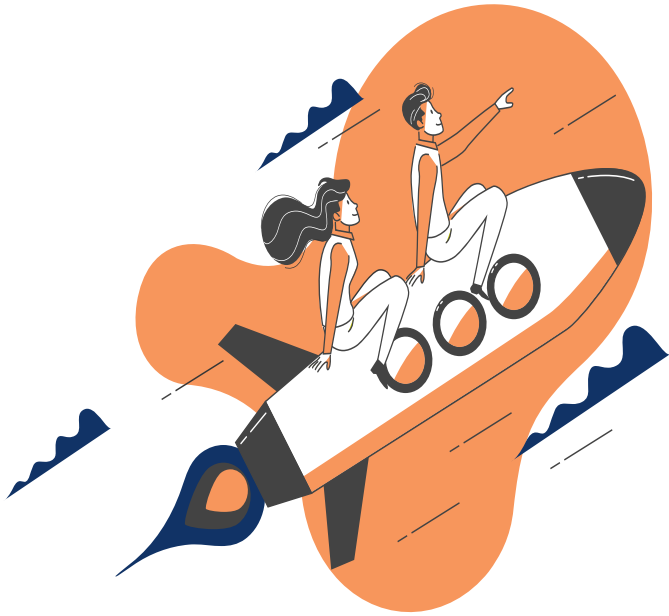


BRANDING TOKO KUAT BIAR GAMPANG DIINGAT

Branding merupakan salah satu cara konsumen untuk mengidentifikasi bisnis kamu. Dalam melakukan branding toko, kamu harus memperhatikan hal-hal terkait dengan bagaimana, apa, dimana, kapan dan kepada siapa saja branding ini akan kamu tuju.





01 02

BRANDING? PENTING?

**BRANDING YANG TEPAT
UNTUK TOKO KAMU**

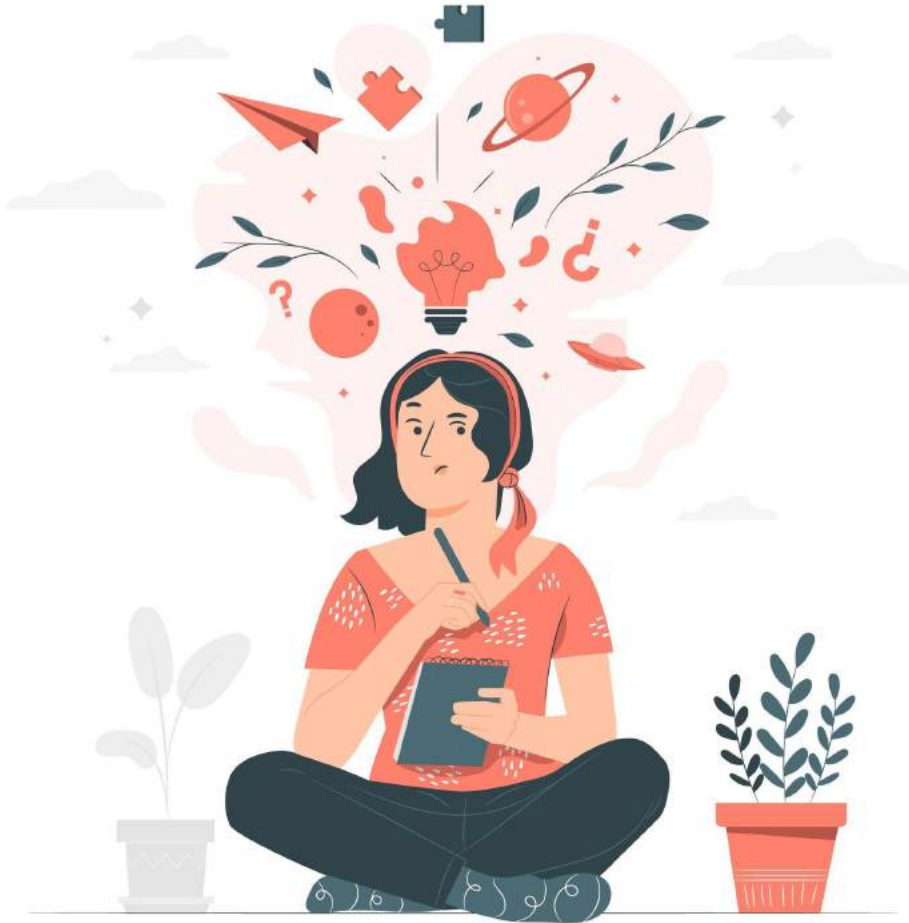


A large, irregular orange shape is centered on a white background. Inside this shape, the words "BRANDING?" and "PENTING?" are written in a bold, white, sans-serif font, stacked vertically. To the left of the text, there is a blue illustration of a leafy branch with several small, rounded leaves. To the right, there are three larger blue leaves with white vein details.

BRANDING?
PENTING?



MARKETING, SELLING DAN BRANDING



MARKETING, SELLING, DAN BRANDING

TABEL PERBANDINGAN

	MARKETING	SELLING	BRANDING
Objective	Market Share %	Omzet - Unit Sold	Jati Diri Konsumen
Manfaat yang Dicari	Fisik	Fisik	Ikatan Emosi
Yang Diperoleh Konsumen	Mendapat Apa	Mendapat Apa	Menjadi Siapa
Goal	Demand	Closing	Loyalty
Waktu	Jangka Panjang	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Asset	Tangible Asset	Tangible Asset	Intangible Asset



MARKETING, SELLING, DAN BRANDING

ITU SALING BERKAITAN

Branding bisa menjawab pernyataan ini secara implisit:

“...aku udah ngelakuin marketing gila-gilaan tapi tetep susah banget untuk selling, bahkan sering banget ga closing...”

Jadi gini guys, **Branding** itu sesuatu yang membedakan kita dari pesaing. **Marketing** yang membuat calon konsumen melihat perbedaan itu dan **Selling** bertujuan untuk mengubah calon konsumen yang sudah ngeliat perbedaan itu menjadi konsumen (sampai *closing*).

Jika kegiatan *marketing* kamu tidak menghasilkan *selling*, coba evaluasi lagi, apakah kamu sudah memiliki sesuatu yang membedakan kamu dengan pesaing lain yang tentunya juga melakukan kegiatan marketing?

Jika pada proses marketing, Pembeli tidak melihat sesuatu yang berbeda. Maka kemungkinan untuk selling sudah tentu akan semakin kecil. Karena mereka tidak menemukan brand value yang mendorong mereka untuk menjadi konsumen kamu.



KENAPA KAMU PERLU MELAKUKAN **BRANDING?**





*“Branding is the art of becoming **knowable, likeable, and trustable**”*

— Jantsch, John



BRANDING ADALAH IDENTITAS



Branding akan menjadi identitas yang akan membuat toko kamu terlihat berbeda dari sekian banyak toko pesaing, yang menjual produk yang sama dengan kamu.

Sekarang pertanyaannya, identitas seperti apa yang ingin kamu bentuk agar Pembeli bisa lebih **mengenal, menyukai,** dan **menyerahkan kepercayaan** mereka kepada kamu?



**BRANDING
YANG TEPAT
UNTUK TOKO
KAMU**



KAMU HARUS TAU SIAPA TARGET MARKET KAMU



APA ITU TARGET MARKET?

Target Market adalah sekelompok orang yang menjadi target penjualan produk kamu.

Penentuan target market ini penting karena kamu tidak akan mampu melayani semua jenis konsumen atau pembeli di pasar karena beragamnya karakter, kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, kamu perlu mengidentifikasi bagian pasar mana yang akan dilayani sebagai target market kamu.



MELIHAT POTENSI TARGET MARKET

DENGAN VARIABEL SEGMENTASI PASAR

Untuk melihat **Target Market**, kamu perlu mempertimbangkan beberapa variabel segmentasi pasar secara umum seperti :



GEOGRAFIS

- Lokasi



DEMOGRAFIS

- Gender
- Usia
- Pekerjaan



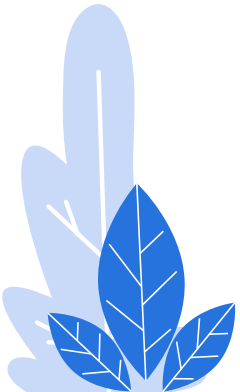
PSIKOGRAFIS

- Daya Beli
- Gaya Hidup
- Kelas Sosial



BEHAVIOURS

- *Purchasing Styles*



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR GEOGRAFIS

Geografis akan menjelaskan **dimana** target market kamu berada. Apakah ia ada di kota-kota besar dengan populasi penduduk yang cukup besar, atau justru sebaliknya?



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR GEOGRAFIS

Download data pesanan melalui Seller Centre dengan membuka **Pesanan Saya > Selesai > Export data**

The screenshot shows the Seller Centre interface. The left sidebar has a menu with 'Pesanan Saya' highlighted. The main content area shows the 'Pesanan Saya' page with filters for 'Semua', 'Belum Bayar', 'Perlu Dikirim', 'Dikirim', 'Selesai', 'Pembatalan', and 'Pengembalian'. The 'Selesai' filter is selected. There is a search bar for 'Carit Pesanan', a date range filter for 'Waktu Pesanan Dibuat' (12/10/2020 - 11/11/2020), and an 'Export' button. Below the filters, it says '4 Pesanan' and there is a 'Pengiriman Massal' button. The table below lists the orders:

Produk	Jumlah Harus Dibayar	Status	Hitungan Mundur	Semua Jasa Kirim	Aksi
otrimarlian No. Pesanan 20102217UIEV4TR					
Pembatalan/ Pengembalian Paper Clip 1 Pcs	x1 Rp14.000 ShopeePay	Selesai		J&T Express	Periksa Rincian
hayetisaputriana No. Pesanan 201021UHU2F1PT					
Pembatalan/ Pengembalian Paper Clip 1 Pcs	x1 Rp15.000 Online Payment	Selesai		J&T Express	Periksa Rincian



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR GEOGRAFIS

Buka file yang sudah terdownload (*enable editing*) kemudian gunakan fungsi **Pivot Table** > klik **OK**

The screenshot shows the Microsoft Excel interface with the 'Create PivotTable' dialog box open. The dialog box is titled 'Create PivotTable' and has the following options:

- Choose the data that you want to analyze:**
 - Select a table or range
 - Table/Range: orders!\$A\$1:\$AR\$923
 - Use an external data source
 - Choose Connection...
 - Connection name:
 - Use this workbook's Data Model
- Choose where you want the PivotTable report to be placed:**
 - New Worksheet
 - Existing Worksheet
 - Location:
- Choose whether you want to analyze multiple tables:**
 - Add this data to the Data Model

The 'OK' button is highlighted in blue.

No. Pesanan	Status Pesanan	Status Pembatalan/ Pengembalian			
1					
2	2101015RMGPM MJ	Selesai			
3	2101027NQ5M7M8	Selesai			
4	2101014N0BCSP5	Selesai			
5	2101015QTH6AM3	Selesai			
6	2101015540JJ8E	Selesai			
7	2101014U1XHAMP	Selesai			
8	2101015DJFBG6D	Selesai			
9	2101014WPVF6K7	Selesai	ID015992115411	Shopee Express Standard	Pickup



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR GEOGRAFIS

Masukkan **Provinsi** dan **Kota/Kabupaten** pada kolom **Rows**, kemudian **Username (Pembeli)** pada kolom **Values**

Provinsi	Kota/Kabupaten	Total
BANTEN	KAB. LEBAK	2
BANTEN	KAB. TANGERANG	1
BANTEN	KOTA TANGERANG SELATAN	8
BANTEN Total		11
DKI JAKARTA	KOTA JAKARTA TIMUR	1
DKI JAKARTA Total		1
JAWA BARAT	KAB. BANDUNG	1
JAWA BARAT	KOTA BANDUNG	5
JAWA BARAT	KOTA BEKASI	8
JAWA BARAT Total		14
JAWA TENGAH	KAB. BREBES	1
JAWA TENGAH	KAB. PEMALANG	2
JAWA TENGAH Total		3
RIAU	KAB. INDRAGIRI HULU	1
RIAU Total		1
Grand Total		30

PivotTable Fields

Choose fields to add to report:

Search

- No. Pesanan
- Status Pesanan
- Status Pembatalan/ Pengembalian
- No. Resi
- Opsi Pengiriman
- Antar ke counter/ pick-up

Drag fields between areas below:

Filters	Columns

Rows	Values
Provinsi	Count of Username (Pe...
Kota/Kabupaten	



MENENTUKAN SEGMENTASI PASAR GEOGRAFIS

Drop Report Filter Fields Here			
Provinsi	Kota/Kabupaten	Total	
BANTEN	KAB. LEBAK	2	
	KAB. TANGERANG	1	
	KOTA TANGERANG SELATAN	8	
BANTEN Total		11	
DKI JAKARTA	KOTA JAKARTA TIMUR	1	
DKI JAKARTA Total		1	
JAWA BARAT	KAB. BANDUNG	1	
	KOTA BANDUNG	5	
	KOTA BEKASI	8	
JAWA BARAT Total		14	
JAWA TENGAH	KAB. BREBES	1	
	KAB. PEMALANG	2	
JAWA TENGAH Total		3	
RIAU	KAB. INDRAGIRI HULU	1	
RIAU Total		1	
Grand Total		30	

- Jika konsumen kamu lebih banyak yang berlokasi di **dalam kota**, maka kamu bisa menjadikan mereka sebagai target pasar kamu dan memanfaatkan pengiriman *instant* atau *same day* untuk menciptakan branding toko dengan layanan pengiriman yang cepat.
- Jika konsumen kamu lebih banyak yang berlokasi di **luar kota**, maka kamu bisa menjadikan mereka sebagai target pasar kamu dan memanfaatkan layanan pengiriman kargo atau memberikan pilihan jasa kirim yang lebih banyak untuk memberikan konsumen kesempatan untuk memilih jasa kirim sesuai dengan perhitungan biaya pengiriman dan pertimbangakan jangkauan layanan pengiriman dari jasa kirim yang dimaksud.



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR DEMOGRAFIS

Demografis akan menjelaskan **siapa** target market yang kamu tuju (**usia** dan **gender**) dan **apa** yang mereka lakukan (**pekerjaan**).

Kamu bisa melihat data pengunjung atau pembeli toko-toko kamu sebelumnya, untuk dapat mengetahui potensi dari segi demografis yang bisa kamu jadikan target market kamu.



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR DEMOGRAFIS

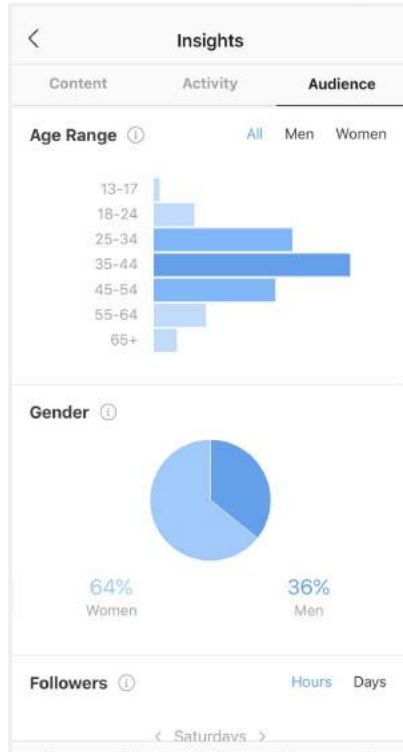


Image 1 | Tampilan Insights pada Instagram Business Profile



Image 2 | Tampilan User Insights pada Shopee Feed



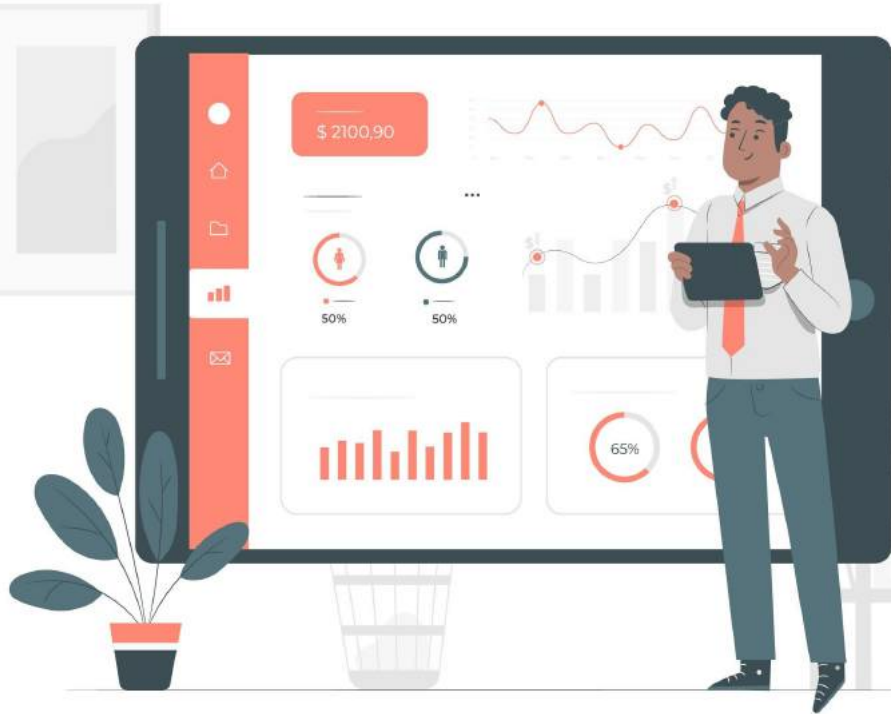
MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR PSIKOGRAFIS

Jika **demografi** adalah tentang **siapa** mereka dan **apa** yang mereka lakukan. **Psikografis** menjelaskan **mengapa mereka bertindak atau memutuskan cara mereka melakukannya**.

Salah satu cara agar kamu bisa menemukan data psikografis yang tepat yang cocok dengan karakteristik demografis target market kamu adalah melalui **Survey & Studi**.



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR PSIKOGRAFIS



Jika kamu sudah memiliki daftar karakteristik demografis, kamu bisa melihat survey & studi tentang demografi itu dan melihat apakah ada temuan psikografis (**daya beli, gaya hidup, kelas sosial**) atau tidak.

Salah satu caranya adalah melalui **Perusahaan Riset Pasar**. Organisasi riset pasar cenderung memberikan banyak informasi secara **gratis**.

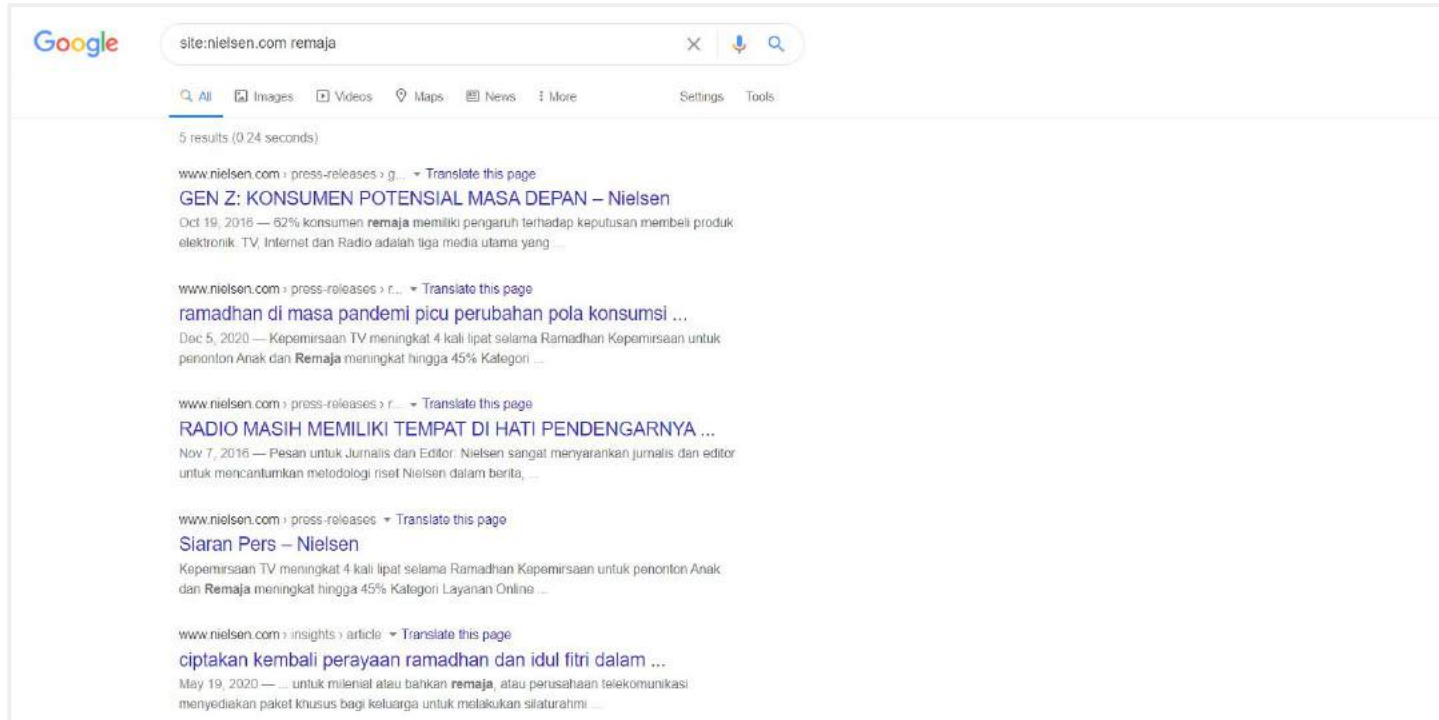
Berikut adalah beberapa situs web yang dapat memberi kamu banyak informasi tentang kelompok demografis tertentu:

- Nielsen Insight Reports
- TrendWatching
- Pusat Penelitian Pew
- McKinsey
- Gallup



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR PSIKOGRAFIS

Misalnya, jika kamu ingin mencari studi yang telah dilakukan **Nielsen** yang relevan dengan demografi "remaja", ketikkan "site:nielsen.com remaja" di mesin pencari kamu. Berikut ini beberapa hasilnya:



The screenshot shows a Google search interface with the search query "site:nielsen.com remaja" entered in the search bar. The search results are displayed below the search bar, showing five results. Each result includes the source (www.nielsen.com), a link to the article, and a brief description of the article's content.

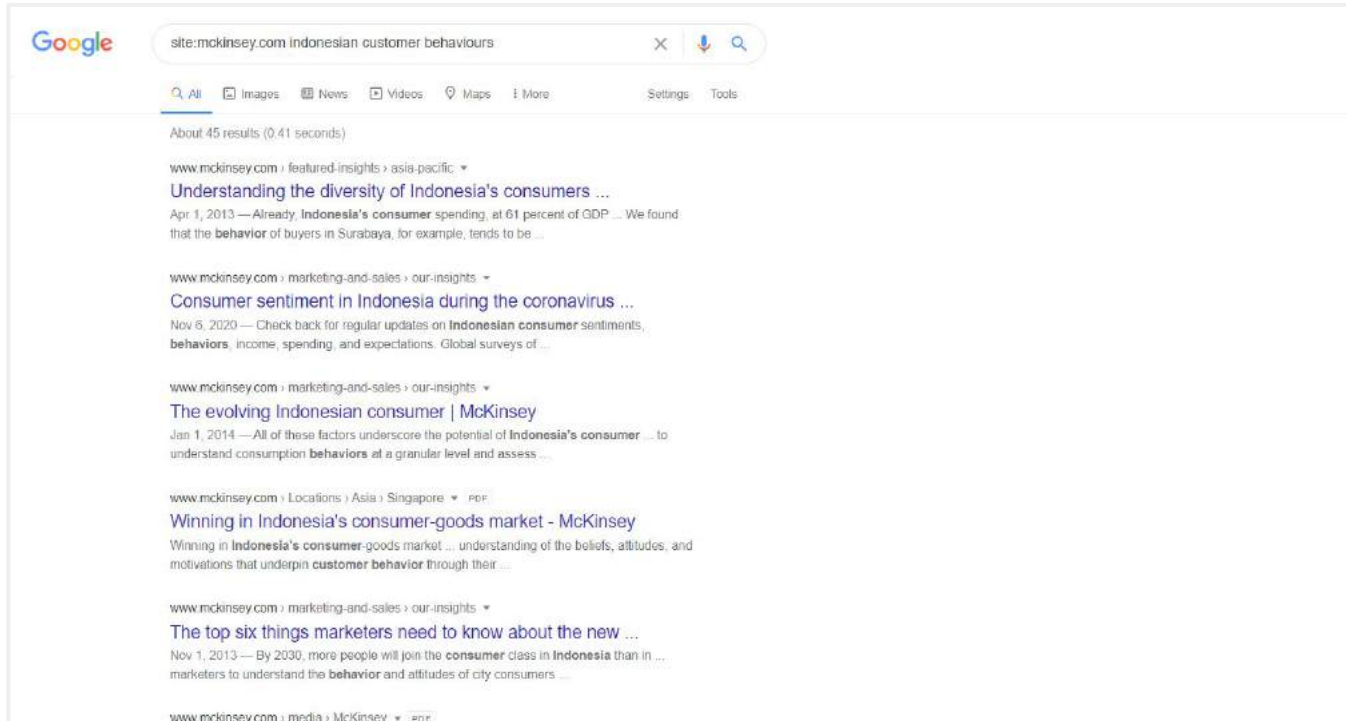
5 results (0.24 seconds)

- [www.nielsen.com > press-releases > g... > Translate this page](#)
GEN Z: KONSUMEN POTENSIAL MASA DEPAN – Nielsen
Oct 19, 2016 — 62% konsumen **remaja** memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli produk elektronik. TV, Internet dan Radio adalah tiga media utama yang ...
- [www.nielsen.com > press-releases > r... > Translate this page](#)
ramadhan di masa pandemi picu perubahan pola konsumsi ...
Dec 5, 2020 — Kepemirsaaan TV meningkat 4 kali lipat selama Ramadhan Kepemirsaaan untuk penonton Anak dan **Remaja** meningkat hingga 45% Kategori ...
- [www.nielsen.com > press-releases > r... > Translate this page](#)
RADIO MASIH MEMILIKI TEMPAT DI HATI PENDENGARNYA ...
Nov 7, 2016 — Pesan untuk Jurnalis dan Editor: Nielsen sangat menyarankan jurnalis dan editor untuk mencantumkan metodologi riset Nielsen dalam berita, ...
- [www.nielsen.com > press-releases > Translate this page](#)
Siaran Pers – Nielsen
Kepemirsaaan TV meningkat 4 kali lipat selama Ramadhan Kepemirsaaan untuk penonton Anak dan **Remaja** meningkat hingga 45% Kategori Layanan Online ...
- [www.nielsen.com > insights > article > Translate this page](#)
ciptakan kembali perayaan ramadhan dan idul fitri dalam ...
May 19, 2020 — ... untuk milenial atau bahkan **remaja**, atau perusahaan telekomunikasi menyediakan paket khusus bagi keluarga untuk melakukan silaturahmi ...



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR PSIKOGRAFIS

Jika tidak menemukan hasil riset dalam bahasa, coba gunakan **Bahasa Inggris**. Misalnya kamu ingin mengetahui customer behaviours di Indonesia, coba ketikkan “site:mckinsey.com indonesian customer behaviours”



The screenshot shows a Google search interface with the query "site:mckinsey.com indonesian customer behaviours" entered in the search bar. The search results are displayed below the search bar, showing several relevant articles from McKinsey & Company. The first result is "Understanding the diversity of Indonesia's consumers ..." dated April 1, 2013. The second result is "Consumer sentiment in Indonesia during the coronavirus ..." dated November 6, 2020. The third result is "The evolving Indonesian consumer | McKinsey" dated January 1, 2014. The fourth result is "Winning in Indonesia's consumer-goods market - McKinsey". The fifth result is "The top six things marketers need to know about the new ..." dated November 1, 2013. The sixth result is "Winning in Indonesia's consumer-goods market ..." dated November 1, 2013. The search results are displayed in a list format with the article title, date, and a brief description of the content.

Google

site:mckinsey.com indonesian customer behaviours

All Images News Videos Maps More Settings Tools

About 45 results (0.41 seconds)

www.mckinsey.com › featured-insights › asia-pacific

Understanding the diversity of Indonesia's consumers ...
Apr 1, 2013 — Already, **Indonesia's** consumer spending, at 61 percent of GDP ... We found that the **behavior** of buyers in Surabaya, for example, tends to be ...

www.mckinsey.com › marketing-and-sales › our-insights

Consumer sentiment in Indonesia during the coronavirus ...
Nov 6, 2020 — Check back for regular updates on **Indonesian** consumer sentiments, **behaviors**, income, spending, and expectations. Global surveys of ...

www.mckinsey.com › marketing-and-sales › our-insights

The evolving Indonesian consumer | McKinsey
Jan 1, 2014 — All of these factors underscore the potential of **Indonesia's** consumer ... to understand consumption **behaviors** at a granular level and assess ...

www.mckinsey.com › Locations › Asia › Singapore PDF

Winning in Indonesia's consumer-goods market - McKinsey
Winning in **Indonesia's** consumer-goods market ... understanding of the beliefs, attitudes, and motivations that underpin **customer behavior** through their ...

www.mckinsey.com › marketing-and-sales › our-insights

The top six things marketers need to know about the new ...
Nov 1, 2013 — By 2030, more people will join the **consumer** class in **Indonesia** than in ... marketers to understand the **behavior** and attitudes of city consumers ...

www.mckinsey.com › media › McKinsey PDF



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR BEHAVIOURS

Behaviours (kebiasaan/tingkah laku) merujuk kepada bagaimana perilaku atau sifat target market kamu dalam berbelanja. Misalnya, pembeli akan cenderung lebih sering berbelanja di awal bulan karena sudah sudah gajian.

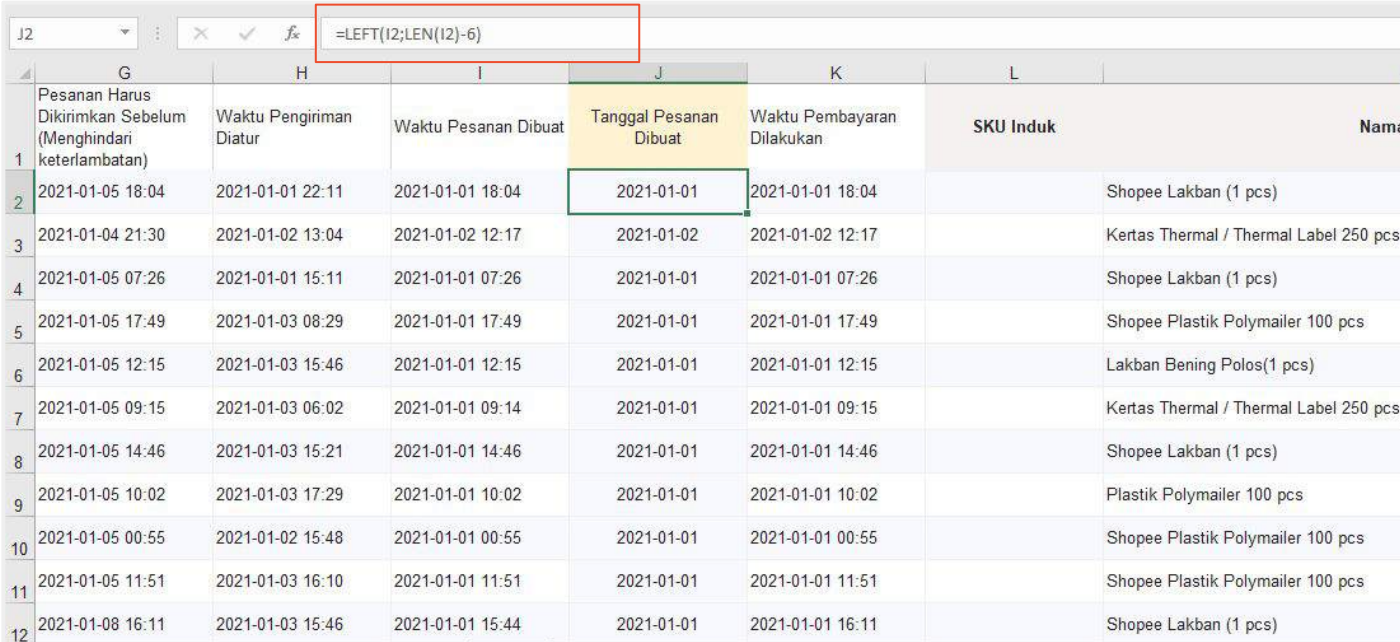
Dengan mempelajari kebiasaan target market, kamu akan mampu menciptakan sesuatu yang hanya akan konsumen dapatkan jika berbelanja toko kamu.



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR BEHAVIOURS

Gunakan laporan **data pesanan** dan buat kolom baru **di sebelah Waktu Pesanan Dibuat** untuk menghilangkan jam pesanan pada kolom tersebut, kemudian gunakan rumus:

=LEFT(kolom yang akan diubah);LEN(kolom yang akan diubah)-jumlah karakter yang dihilangkan)



The screenshot shows an Excel spreadsheet with a formula bar at the top containing the formula `=LEFT(I2;LEN(I2)-6)`. The spreadsheet contains a table with the following data:

	G	H	I	J	K	L	
	Pesanan Harus Dikirimkan Sebelum (Menghindari keterlambatan)	Waktu Pengiriman Diatur	Waktu Pesanan Dibuat	Tanggal Pesanan Dibuat	Waktu Pembayaran Dilakukan	SKU Induk	Nama
1							
2	2021-01-05 18:04	2021-01-01 22:11	2021-01-01 18:04	2021-01-01	2021-01-01 18:04		Shopee Lakban (1 pcs)
3	2021-01-04 21:30	2021-01-02 13:04	2021-01-02 12:17	2021-01-02	2021-01-02 12:17		Kertas Thermal / Thermal Label 250 pcs
4	2021-01-05 07:26	2021-01-01 15:11	2021-01-01 07:26	2021-01-01	2021-01-01 07:26		Shopee Lakban (1 pcs)
5	2021-01-05 17:49	2021-01-03 08:29	2021-01-01 17:49	2021-01-01	2021-01-01 17:49		Shopee Plastik Polymailer 100 pcs
6	2021-01-05 12:15	2021-01-03 15:46	2021-01-01 12:15	2021-01-01	2021-01-01 12:15		Lakban Bening Polos(1 pcs)
7	2021-01-05 09:15	2021-01-03 06:02	2021-01-01 09:14	2021-01-01	2021-01-01 09:15		Kertas Thermal / Thermal Label 250 pcs
8	2021-01-05 14:46	2021-01-03 15:21	2021-01-01 14:46	2021-01-01	2021-01-01 14:46		Shopee Lakban (1 pcs)
9	2021-01-05 10:02	2021-01-03 17:29	2021-01-01 10:02	2021-01-01	2021-01-01 10:02		Plastik Polymailer 100 pcs
10	2021-01-05 00:55	2021-01-02 15:48	2021-01-01 00:55	2021-01-01	2021-01-01 00:55		Shopee Plastik Polymailer 100 pcs
11	2021-01-05 11:51	2021-01-03 16:10	2021-01-01 11:51	2021-01-01	2021-01-01 11:51		Shopee Plastik Polymailer 100 pcs
12	2021-01-08 16:11	2021-01-03 15:46	2021-01-01 15:44	2021-01-01	2021-01-01 16:11		Shopee Lakban (1 pcs)



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR BEHAVIOURS

Gunakan **Pivot Table** pada menu **Insert**, kemudian masukkan **Tanggal Pesanan Dibuat** pada kolom **Rows**, kemudian masukkan **Username (Pembeli)** pada kolom **Values**.

Count of Username (Pembeli)

Tanggal Pesanan Dibuat	Total
2021-01-01	76
2021-01-02	25
2021-01-03	21
2021-01-04	39
2021-01-05	46
2021-01-06	42
2021-01-07	27
2021-01-08	44
2021-01-09	31
2021-01-10	33
2021-01-11	36
2021-01-12	46
2021-01-13	25
2021-01-14	33
2021-01-15	43
2021-01-16	21
2021-01-17	17
2021-01-18	37
2021-01-19	30
2021-01-20	25
2021-01-21	19
2021-01-22	26

Lihat kebiasaan belanja Pembeli berdasarkan tanggal

PivotTable Fields

Choose fields to add to report: [Settings]

Search [Search]

- Paket Diskon (Diskon dari Penjual)
- Potongan Koin Shopee
- Diskon Kartu Kredit
- Ongkos Kirim Dibayar oleh Pembeli
- Total Pembayaran
- Perkiraan Ongkos Kirim

Drag fields between areas below:

FILTERS	COLUMNS
ROWS	VALUES
Tanggal Pesa...	Count of User...



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR BEHAVIOURS

Gunakan **Pivot Table** pada menu **Insert**, kemudian masukkan **Username (Pembeli)** dan **Nama Produk** pada kolom **Rows**, kemudian masukkan count of **No. Pesanan** pada kolom **Values**.

The screenshot displays an Excel spreadsheet with a PivotTable and the PivotTable Fields task pane. The PivotTable is structured as follows:

Count of No. Pesanan	Username (Pembeli)	Nama Produk	Total
1	8qs8jvf1w	Track Pants Cotton Baby Terry Colana Panjang Pria Wanita Size S-XXL 24/11	1
1	8qs8jvf1w	Total	1
1	dwika	Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
1	dwika	Total	1
1	farhanananda01	Kaos Polos Hitam Cotton Combed 20s Size S-XXXL 24/11	1
1	farhanananda01	Kaos Polos Putih Cotton Combed 20s Size S-XXXL 24/11	1
2	farhanananda01	Total	2
2	fathurahman1995	Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	2
2	fathurahman1995	Total	2
1	irfandiysn	Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
1	irfandiysn	Total	1
3	jamilahjamel	Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
3	jamilahjamel	Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
6	jamilahjamel	Total	6
1	lilisristiyana46897	Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
1	lilisristiyana46897	Total	1
1	melli.amellia	Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
1	melli.amellia	Total	1
1	rereskipppers	Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
4	rereskipppers	Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Pria Wanita Size M-XXL 24/11	4
5	rereskipppers	Total	5
1	ricaatd	Kaos Polos Hitam Cotton Combed 20s Pria Wanita Size S-XXXL 24/11	1
1	ricaatd	Kaos Polos Putih Cotton Combed 20s Pria Wanita Size S-XXXL 24/11	1
2	ricaatd	Total	2
3	wadefakk	Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
1	wadefakk	Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Size M-XXL 24/11	1
3	wadefakk	Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
1	wadefakk	SHORT PANTS Cotton Baby Terry Size S-XXL 24/11	1

The PivotTable Fields task pane on the right shows the following configuration:

- Choose fields to add to report:** pesanan
- Filters:** (Empty)
- Columns:** (Empty)
- Rows:** Username (Pembeli), Nama Produk
- Values:** Count of No. Pesanan
- Defer Layout Update:** (Checked)



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR BEHAVIOURS

Klik kanan pada kolom **Total** yang sejajar dengan row dalam kotak merah (8qs8fjvf1w Total), kemudian pilih menu **Sort** lalu **Sort Largest to Smallest**

The screenshot shows an Excel PivotTable with the following data:

Count of No. Pesanan	Username (Pembeli)	Nama Produk	Total
8qs8fjvf1w Total		Track Pants Cotton Baby Terry Celana Panjang Pria Wanita Size S-XXL 24/11	1
dwilka Total		Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
farhanananda01		Kaos Polos Putih Cotton Combed 20s Size S-XXXL 24/11	3
farhanananda01 Total		Kaos Polos Hitam Cotton Combed 20s Size S-XXXL 24/11	1
fathurahman1995		Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
fathurahman1995 Total			1
irfandiysn		Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
irfandiysn Total			1
jamillahjamel		Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
jamillahjamel Total		Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	3
lilisristiyana48897		Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
lilisristiyana48897 Total			1
melli.amelia		Basic Sweater Cotton Fleece Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
melli.amelia Total			1
reskippers		Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
reskippers Total		Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
ricaatd		Kaos Polos Putih Cotton Combed 20s Pria Wanita Size S-XXXL 24/11	1
ricaatd Total		Kaos Polos Hitam Cotton Combed 20s Pria Wanita Size S-XXXL 24/11	1
wadefakk		Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
wadefakk Total		Basic Sweater Cotton Fleece Pria Wanita Size M-XXL 24/11	1
		SHORT PANTS Cotton Baby Terry Size S-XXL 24/11	1
		Hoodie Pullover Cotton Fleece Premium Size M-XXL 24/11	1

A context menu is open over the 'Total' column for the row '8qs8fjvf1w Total'. The menu options are: Copy, Format Cells..., Number Format..., Refresh, Sort (highlighted), Remove "Count of No. Pesanan", Summarize Values By, Show Values As, Show Details, Value Field Settings..., PivotTable Options..., and Hide Field List. The 'Sort' menu is further expanded to show 'Sort Smallest to Largest' and 'Sort Largest to Smallest' (highlighted).



MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR BEHAVIOURS

Gunakan **Pivot Table** pada menu **Insert**, kemudian masukkan **Username (Pembeli)** dan **Nama Produk** pada kolom **Rows**, kemudian masukkan count of **No. Pesanan** pada kolom **Values**.

Lihat intensitas belanja Pembeli dan temukan sesuatu yang membuat mereka sering melakukan pembelian ulang, apakah itu harga atau ada produk tertentu yang memang mereka cari?

Username (Pembeli)	Nama Produk	Total
digitalforads	Shopee Box Kardus Dus Size XS 500 pcs	7
	Shopee Box Kardus Dus Size S 500 pcs	3
	Shopee Lakban (1 pcs)	2
digitalforads Total		12
begty_hidayati	Shopee Plastik Polymailer 100 pcs	9
	Shopee Lakban (1 pcs)	3
begty_hidayati Total		12
istanabayi pku	Plastik Polymailer 100 pcs	5
	Shopee Plastik Polymailer 100 pcs	2
	Shopee Box Kardus Dus Size M 250 pcs	2
	Box Kardus Dus Size S 500 pcs	1
	Box Kardus Dus Size L 250 pcs	1
istanabayi pku Total		11
ekosupriyanto.315	Shopee Box Kardus Dus Size S 500 pcs	4
	Box Kardus Dus Size M 250 pcs	3
	Shopee Box Kardus Dus Size M 250 pcs	2
	Box Kardus Dus Size S 500 pcs	2
ekosupriyanto.315 Total		11
vita_samu	Shopee Box Kardus Dus Size S 500 pcs	2
	Shopee Box Kardus Dus Size M 250 pcs	2
	Box Kardus Dus Size M 250 pcs	1
	Shopee Box Kardus Dus Size XS 500 pcs	1
	Box Kardus Dus Size XS 500 pcs	1
vita_samu Total		7
rere_shopid	Shopee Box Kardus Dus Size S 500 pcs	5
	Box Kardus Dus Size S 500 pcs	2
rere_shopid Total		7
tokomonokrom	Shopee Plastik Polymailer 100 pcs	6
tokomonokrom Total		6



CONTOH TARGET MARKET

Misalnya, saya adalah seorang pengusaha di bidang fashion, maka contoh target pasar yang bisa saya tentukan adalah sebagai berikut:

Produk: Kemeja Basic Casual dijual secara Online

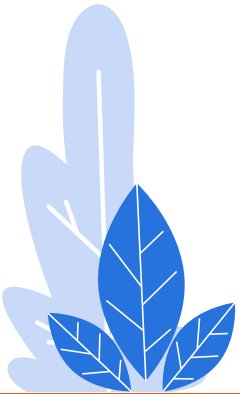
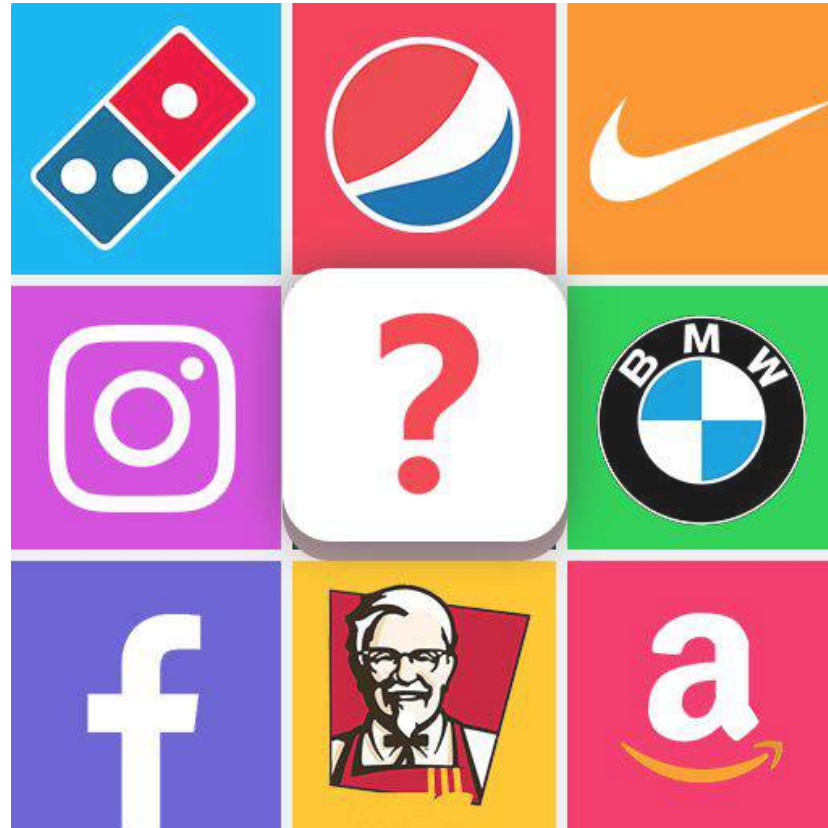
- **Target Geografis:** Kota-kota besar yang memiliki akses internet dan dapat dijangkau kurir dalam 2-3 hari kerja.
- **Target Demografis:** Pria dan wanita yang sudah bekerja dengan rentang usia 22-35 tahun
- **Target Psikografis:** Pengguna internet kelas menengah dengan penghasilan di kisaran UMR yang mengikuti tren fashion yang sedang *hype* di masyarakat
- **Target Behaviours:** Selalu berbelanja setelah tanggal gajian (awal bulan) dan cenderung loyal terhadap toko yang pelayanan after salesnya baik



**JIKA TOKO KAMU ADALAH
MANUSIA, KAMU INGIN DIA
JADI SEPERTI APA?**



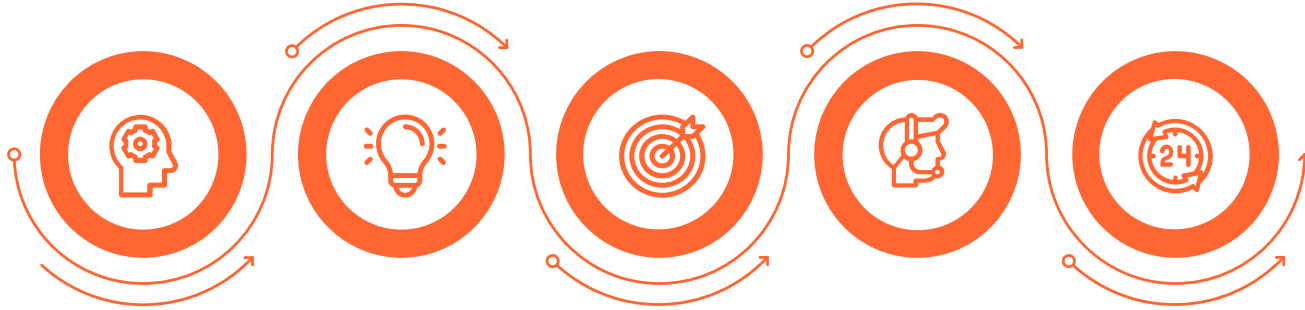
KAMU KENAL MEREKA?



KOMPONEN UTAMA BRANDING TOKO

Bangun **brand identity**
dari tampilan visual toko

Bangun **kepercayaan**
dari pelayanan



Ciptakan **brand personality**
dari penamaan yang tepat

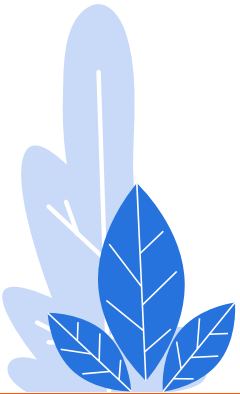
Ciptakan **magnet brand**
dengan experience

Pertahankan branding
dengan **konsistensi**



APA YANG ADA DI BENAK KAMU KETIKA MELIHAT GAMBAR INI?

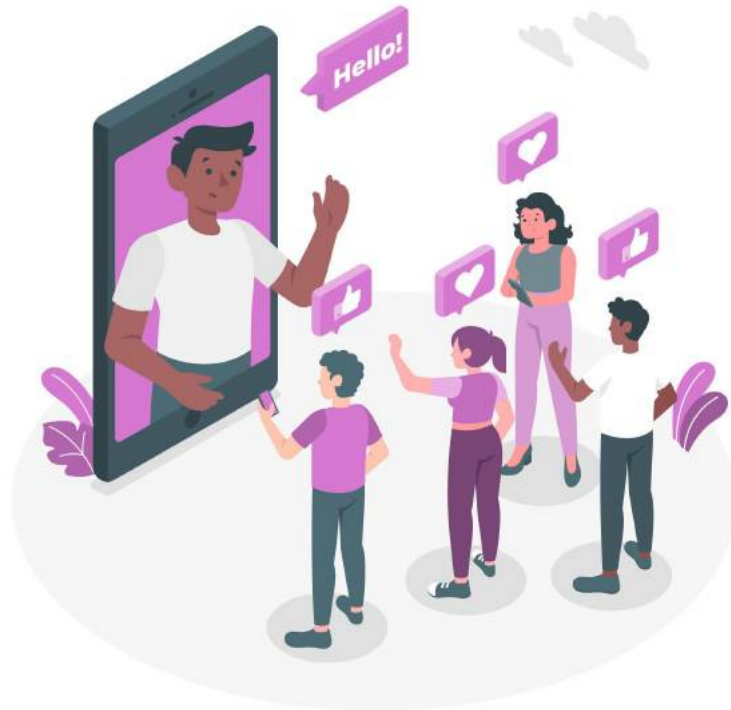
Starbucks



CIPTAKAN BRAND PERSONALITY DARI **PENAMAAN YANG TEPAT**



KENAPA NAMA TOKO ITU PENTING?



Mungkin di suatu waktu, kamu pernah berpikir bahwa “*apalah arti sebuah nama?*”. Tapi apakah kamu pernah menyadari bahwa nama memiliki peran penting dalam pembentukan citra seseorang?

Sama halnya dengan nama pada Toko Online. Anggaplah toko itu sebagai anak kamu, apakah kamu rela jika ia memiliki citra negatif karena nama yang kurang baik?

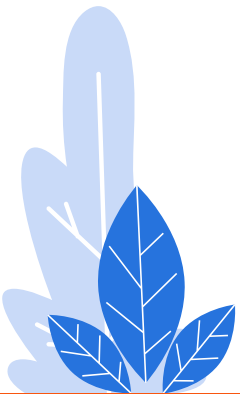
Oleh sebab itu, kamu perlu memikirkan baik-baik nama yang tepat untuk toko kamu karena nama adalah:

- **Hal Utama yang Diingat Konsumen**
- **Representasi dari Bisnis Kamu**
- **Membedakan dengan Toko Lain**

Tujuan lainnya, supaya toko atau produk kamu bisa *stuck in their mind*, tentu.



5 PERTIMBANGAN DALAM MENENTUKAN NAMA



6 TIPE PENAMAAN YANG BISA KAMU GUNAKAN



Lexical



Metaphorical



Literal



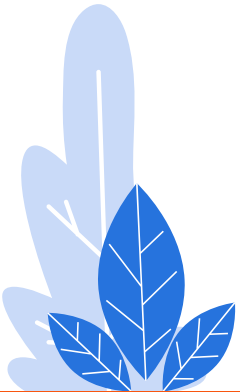
Geographical



Founder



Acronym



BANGUN BRAND IDENTITY DARI **TAMPILAN VISUAL TOKO**



KENAPA TAMPILAN VISUAL TOKO ITU PENTING?



Gambar 1



Gambar 2

Apakah kamu sudah menemukan persamaan sekaligus perbedaan di antara kedua gambar di samping?

Tepat! Persamaannya adalah **kategori produk** yang dijual. Perbedaannya terletak dari bagaimana masing-masing toko ini **mengemas tampilan visual** sesuai dengan target market mereka masing-masing.

Ibarat manusia, kamu ingin toko kamu terlihat seperti apa? Kesan apa yang ingin kamu ciptakan melalui tampilan visual toko kamu?

Karena secara psikologis, tampilan visual toko akan:

- Memberikan kesan pertama yang membuat pengunjung tertarik
- Meyakinkan pelanggan untuk membeli produk yang ia lihat



4 KUNCI TAMPILAN VISUAL TOKO



LOGO



WARNA

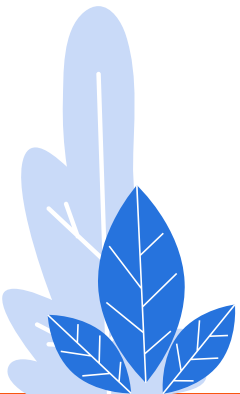


FOTO



DEKORASI

Untuk **menciptakan kesan** dan **meyakinkan** calon konsumen, kamu bisa mengoptimalkan pemilihan logo, warna, dekorasi dan foto, yang notabene merupakan bagian dari tampilan visual toko kamu.



7 JENIS LOGO YANG BISA KAMU GUNAKAN

Abstract Mark



Mascot



Combination



Emblem



Letter Mark



Pictorial Mark



Word Mark

Logo tidak harus rumit.
Yang penting simple, kuat mengandung filosofi toko, unik dan bersifat *timeless*.

Kamu bisa mencari referensi ide-ide seputar logo di Internet, salah satunya melalui **Pinterest**



SESUAIKAN LOGO DENGAN KEBUTUHAN MARKET

Logo toko berbasis teks terlihat lebih jelas dan mudah diingat



Ilustrasi dalam logo toko bisa dibuat sederhana atau detail



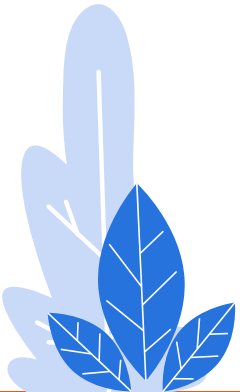
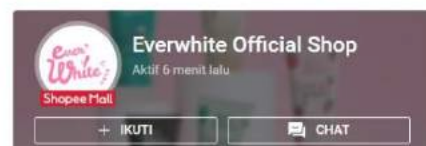
Gunakan teks dan ilustrasi sekreatif mungkin pada logo toko Anda



Gunakan lebih dari satu warna untuk menyampaikan beragam makna



Jenis font dapat menyampaikan konsep merek Anda



PILIH WARNA SESUAI KARAKTER PEMBELI



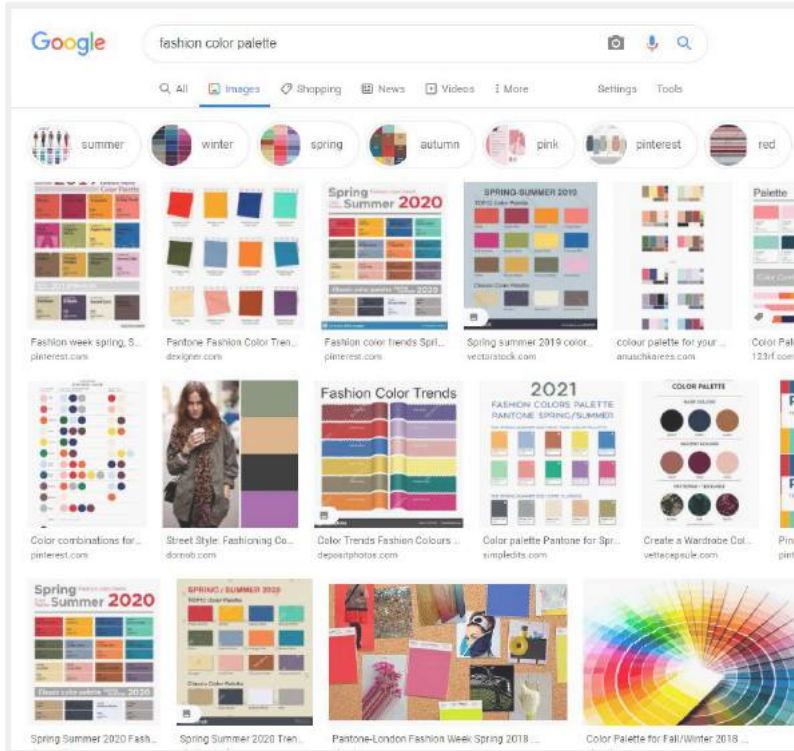
Misalkan:

Target market kamu adalah **remaja wanita**. Kamu bisa mencoba untuk menggunakan warna-warna **pastel** untuk kebutuhan tampilan visual toko kamu.

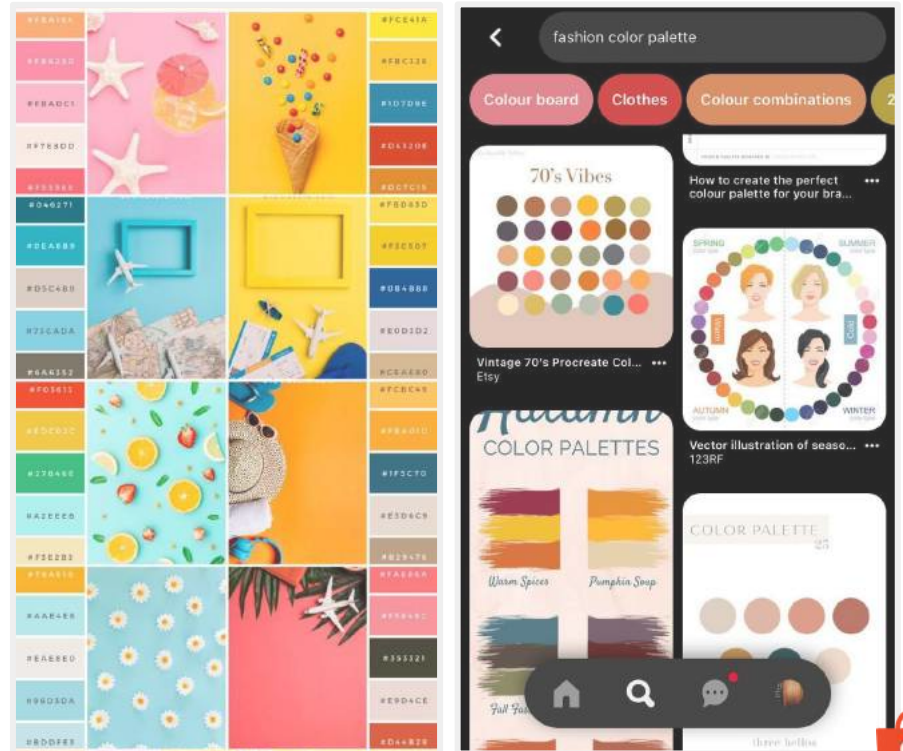
Selain bermanfaat untuk membangun tema tampilan visual toko, kamu juga bisa menggunakan **konsep warna** tersebut pada pilihan **variasi warna** produk kamu bila ada.



CARI INSPIRASI KOMBINASI WARNA



Google



Pinterest





71,55%

**PEMBELI SHOPEE
MENGUNJUNGI TOKO
MELALUI HALAMAN
PRODUK**

— Shopee Indonesia, Nov 2020



PASTIKAN FOTO UNIK DAN MENARIK

HALAMAN PRODUK



Foto produk yang baik dapat menarik perhatian Pembeli saat melihat-lihat produk di Shopee. Berikut adalah beberapa faktor utama yang perlu diperhatikan dalam pemilihan toko:

- Relevansi foto dengan produk
- Background foto yang cerah dan netral
- Pilih foto dengan dimensi minimum 500x500 pixel (ratio 1:1)
- Pilih foto dengan resolusi minimum 72dpi.
- Pakai model untuk produk fashion (optional)

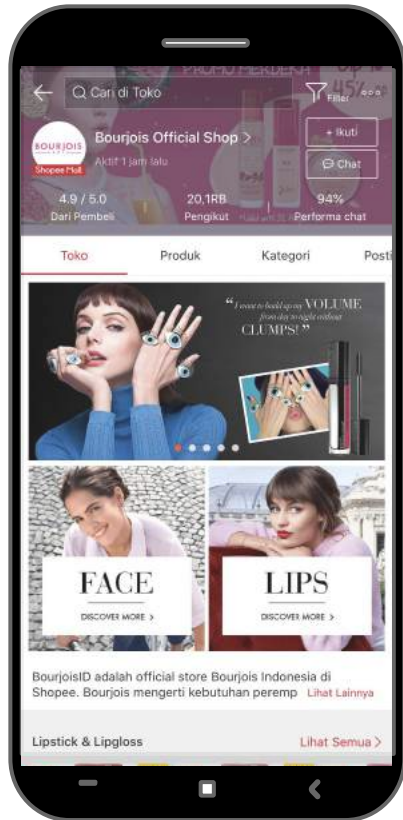
Coba kaitkan juga pemilihan jenis foto (baik dari segi tema foto sampai design) dengan potensi konsumen kamu. Misalkan, potensi konsumen kamu cenderung ingin mencari detail-detail tentang produk yang akan dibeli.

Maka kamu bisa menampilkan produk dari angle yang berbeda, spesifikasi produk, cara menggunakan produk, memperlihatkan variasi produk.



PASTIKAN FOTO UNIK DAN MENARIK

HALAMAN TOKO



Melihat presentase tingkat kunjungan ke halaman toko yang cukup tinggi dari halaman produk, maka kamu perlu untuk memastikan bahwa halaman toko kamu memiliki **“sesuatu yang istimewa”** yang bisa diperlihatkan ketika mereka mengunjungi toko kamu.

Maksimalkan **Fitur Dekorasi Toko** Shopee untuk menciptakan sesuatu yang bisa *“stuck in their mind”*.

Mulailah dengan mempertimbangkan penggunaan **warna, font, & konsep foto** yang akan kamu gunakan untuk setiap desain pada komponen **Fitur Dekorasi Toko** kamu.



HALAMAN TOKO ft. FITUR DEKORASI TOKO

Coba buat *punch line* untuk menentukan impresi atau kesan apa yang ingin kamu tekankan kepada Pembeli ketika mereka membuka halaman toko kamu.



Selamat datang di Official Shopee Rokgalya
Semua produk kami READY STOCK. Apabila tr [Lihat Lainnya](#)

Recommended by Rokgalya

Punch Line: **Promo**



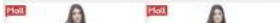
memberikan perpaduan yang baik antara produk yang trendy dan berkualitas baik.

Waktu operasional: Senin - Jumat , 09.00 - 17.00

Tautan Toko: shopee.co.id/lunahabit

Akun Terverifikasi

Populer | Terbaru | Terlaris | Harga



Punch Line: **Produk Terbaru**



Catras Ayam

[Lihat Semua](#)

Punch Line: **Koleksi Produk**



FITUR DEKORASI TOKO

MEMBUAT DEKORASI TOKO

Dekorasi Toko Saat Ini | Waktu Terakhir Ditampilkan: 29-12-2020 12:59

Preview Simpan Tampilkan

1 **2** **3** **4** **5**

Komponen

Tampilan

Banner Toko 1/1

Dua Foto 1/1

Satu Foto 0/10

Foto dengan Beberapa Area Klik 1/5

Video 0/1

Bantuan

Feedback

Produk

Banner Toko

5.0/5.0 1.2K 91%

Penilaian Pengikut Performa Chat

Toko Produk Kategori

Banner Toko

HOW AVAILABLE ONLINE

Premium Basic Sweater

Foto dengan Beberapa Area Klik

Pilih Rasio Banner Toko

Kamu dapat menyesuaikan rasio Banner Toko.

2:1 16:9 1:1

Upload Foto atau Video

- Lebar: 2000px, Tinggi: 1000px
- Maks. ukuran file 2.0 MB
- Format foto yang ditrimakan: JPG, JPEG, PNG
- Video diterima: YouTube

Basic Tees

Premium Basic Sweater

Deskripsi Toko

24/11 - Casual Clothing Store adalah akun resmi online shop duamrat sebelas yang menjual berbagai jenis

Chat

1. Panel **Komponen**
2. **Kanvas**
3. **Template**
4. Bar **Operasi**
5. Panel **Properti** Komponen



FITUR DEKORASI TOKO

TEMPLATE LAYOUT

Dekorasi Toko Saat Ini | Waktu Terakhir Diambil: 09-12-2020 13:59

Pilih Template
Gunakan template sebagai layout dasar untuk membantumu mendesain dekorasi toko dan sesuaikan isinya berdasarkan konten tokomu.

Komponen

Template

2020

LISTEN TO THE WORLD

SUMMER COSMETIC OFFER

NEW ARRIVALS 20% OFF

PERFECT CONCEALER

Fashion World
Ciptakan tampilan toko fantastis dengan menampilkan koleksi produk fashion terbaikmu.

All-in-One
Punya banyak pilihan brand & kategori produk di tokomu? Gunakan tampilan ini & tampilkan ke Pembeli.

Beauty Buys
Lebih cantik & profesional dengan desain halaman khusus produk Perawatan & Kecantikan.

Simple Minimalist
Berikan pengalaman belanja yang lebih mudah & nyaman dengan desain simpel & minimalis.

Standar
Template standar Dekorasi Toko Shopee. Cocok untuk segala jenis toko.

Bantuan

Feedback

SLIM FOLIO PRO

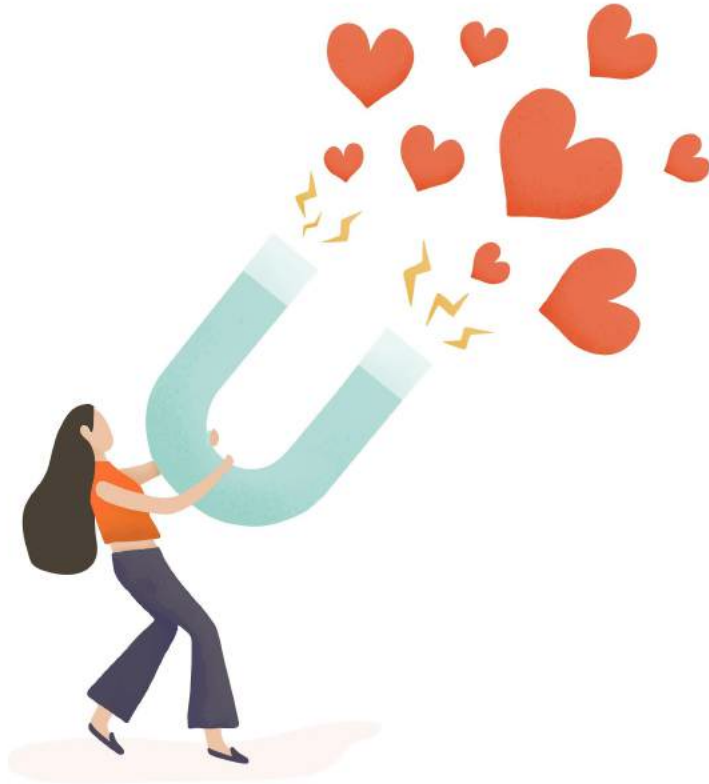
Jika kamu bingung untuk membuat **layout dekorasi toko**, coba gunakan template yang telah Shopee sediakan.



CIPTAKAN MAGNET BRAND DENGAN **EXPERIENCE**



CIPTAKAN MAGNET BRAND DENGAN EXPERIENCE



Magnet Brand... Apa sih yang ada di benak kamu saat mendengar frasa ini?

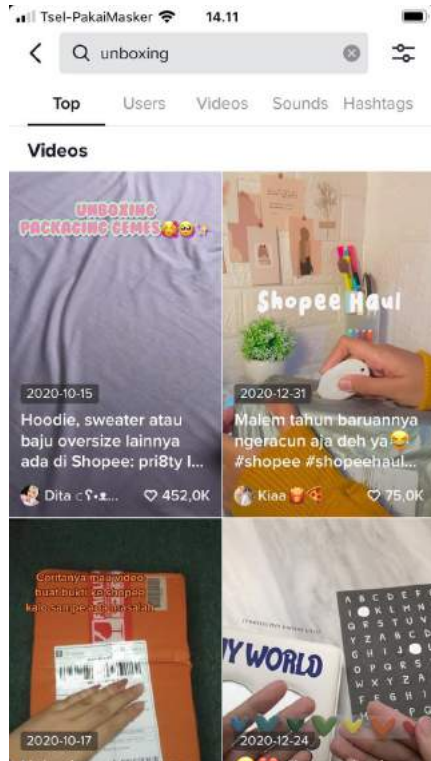
Dalam konteks ini, magnet brand diterjemahkan sebagai segala hal yang menjadi daya tarik dari branding.

Dengan kata lain, brand mesti punya “sesuatu” yang pada akhirnya bisa mengubah **TRANSAKSI** jadi **EXPERIENCE**.

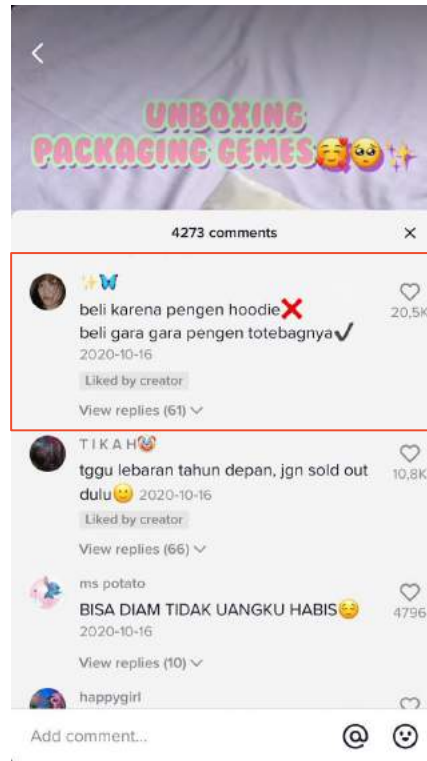


MEMORABLE UNBOXING EXPERIENCE

“WOW” Effect Of Product Packaging



From This



To This

Apakah gambar di samping sudah cukup menjelaskan seberapa “wow” efek dari pengemasan produk?

Unboxing sudah menjadi tren di hampir semua kalangan pengguna internet. Entah karena memang tuntutan profesi atau, untuk jaga-jaga, atau sekadar mengikuti tren yang sedang *massive* di social media.

Untuk itu, sebelum paket dikirim ke customer, setiap detail pengemasan dibuat sesempurna mungkin sehingga bisa dipastikan customer akan **excited** dan **happy** saat membuka kotak dan *unboxing* produknya.

Pertanyaannya, siapkah kamu untuk menyisihkan budget ekstra untuk packaging demi mendapat hasil branding yang ekstra juga?



MEMORABLE UNBOXING EXPERIENCE

“WOW” Effect Of Product Packaging

Jika belum, coba dengan pikirkan alternatif lain seperti ini:



Coba selipkan kartu ucapan terima kasih di dalam setiap kemasan produk yang kamu kirim



Meskipun cuma pakai kertas cokelat biasa, tunjukkan kalau itu produk dari brand kamu



BANGUN KEPERCAYAAN DARI PELAYANAN

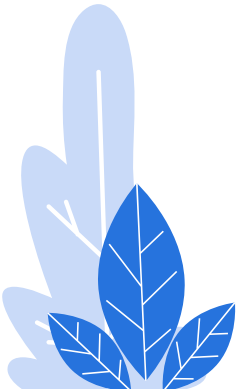


BANGUN KEPERCAYAAN DARI PELAYANAN CARA BERKOMUNIKASI

Kalau kamu jadi Pembeli, kamu akan lebih memilih yang mana?



VS



BANGUN KEPERCAYAAN DARI PELAYANAN CARA MERESPONS

Kalau kamu jadi Pembeli, kamu akan lebih memilih yang mana?



VS



PERTAHANKAN BRANDING DENGAN **KONSISTENSI**



KENAPA MENJAGA **KONSISTENSI** ITU PENTING?



**MEMBANGUN
KESETIAAN**



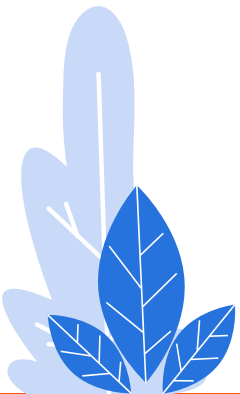
**MUDAH DIINGAT
DAN DITEMUKAN**



**MEMPERKUAT
BRANDING**

Konsistensi dalam branding akan membangun kesetiaan konsumen atau calon konsumen kamu. Selain itu, brand/toko kamu juga akan lebih mudah diingat dan ditemukan.

Poin pentingnya, konsistensi akan membuat toko kamu menjadi lebih kuat dan tidak menutup kemungkinan, nantinya toko kamu akan menjadi one stop shop mereka.



BUAT STRATEGI BRANDING TOKO YANG IDEAL DENGAN MELIHAT SIAPA **TARGET MARKET KAMU** DAN BAYANGKAN **KEPRIBADIAN TOKO** YANG INGIN KAMU SAMPAIKAN



Temukan **Potensi** dengan Mempelajari Segmentasi **Geografis, Demografis, Psikografis, dan *Behaviours***



Ciptakan ***brand personality*** dari nama dan bangun ***brand identity*** dari tampilan visual toko



Ciptakan **magnet brand** dari *experience* dan bangun **kepercayaan** dari pelayanan



Jaga **konsistensi** agar mudah toko kamu diingat, dicari, membangun kesetiaan dan memperkuat branding



*"...dengan membayangkan toko kamu memiliki kepribadian layaknya manusia, kamu akan mendapatkan gambaran bagaimana toko kamu harus **berpenampilan**, **berinteraksi** dan **berkomunikasi**..."*



SELAMAT BERJUALAN GOOD LUCK!



TERIMA KASIH

Selamat Berjualan!

