

# 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**





**BRANDING?  
PENTING?**



# MARKETING, SELLING DAN BRANDING



# MARKETING, SELLING, DAN BRANDING

## TABEL PERBANDINGAN

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



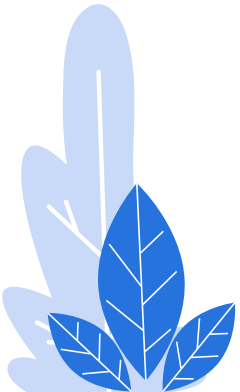
### PSIKOGRAFIS

- 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**

Beranda > Pesanan Saya

selleroperations Pusat Edukasi Penjual

Pengiriman Pesanan

**Pesanan Saya**

Pembatalan/ Pengembalian

Produk Promosi Saya Keuangan Data Layanan Pembeli Toko Pengaturan

Semua Belum Bayar Perlu Dikirim Dikirim **Selesai** Pembatalan Pengembalian

Carli Pesanan Waktu Pesanan Dibuat 12/10/2020 – 11/11/2020 Export

4 Pesanan **Pengiriman Massal**

Produk	Jumlah Harus Dibayar	Status	Hitungan Mundur	Semua Jasa Kirim	Aksi
otrimarlian No. Pesanan 20102217UEV4TR					
<b>Pembatalan/ Pengembalian</b> Paper Clip 1 Pcs	x1 Rp14.000 ShopeePay	Selesai		J&T Express	<a href="#">Periksa Rincian</a>
hayatisaputriana No. Pesanan 201021UHU2F1PT					
<b>Pembatalan/ Pengembalian</b> Paper Clip 1 Pcs	x1 Rp15.000 Online Payment	Selesai		J&T Express	<a href="#">Periksa Rincian</a>



# 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...
  - Use this workbook's Data Model**
- Choose where you want the PivotTable report to be placed:**
  - New Worksheet**
  - Existing Worksheet**  
Location: [Empty]
- Choose whether you want to analyze multiple tables:**
  - Add this data to the Data Model**

The background spreadsheet shows a table with the following data:

No. Pesanan	Status Pesanan	Status Pembatalan/Pengembalian
2101015RMGPM MJ	Selesai	
2101027NQ5M7M8	Selesai	
2101014N0BCSP5	Selesai	
2101015QTH6AM3	Selesai	
2101015540JJ8E	Selesai	
2101014U1XHAMP	Selesai	
2101015DJFBG6D	Selesai	
2101014WPVF6K7	Selesai	



# MELIHAT VARIABEL SEGMENTASI PASAR GEOGRAFIS

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

The screenshot displays an Excel PivotTable and its configuration in the PivotTable Fields task pane. The PivotTable summarizes the count of usernames by province and city/county. The task pane shows 'Provinsi' and 'Kota/Kabupaten' in the Rows area and 'Count of Username (Pembeli)' in the Values area.

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

	A	B	C	D
1	Drop Report Filter Fields Here			
2				
3	Count of Username (Pembeli)			
4	Provinsi	Kota/Kabupaten	Total	
5	BANTEN	KAB. LEBAK	2	
6		KAB. TANGERANG	1	
7		KOTA TANGERANG SELATAN	8	
8	BANTEN Total		11	
9	DKI JAKARTA	KOTA JAKARTA TIMUR	1	
10	DKI JAKARTA Total		1	
11	JAWA BARAT	KAB. BANDUNG	1	
12		KOTA BANDUNG	5	
13		KOTA BEKASI	8	
14	JAWA BARAT Total		14	
15	JAWA TENGAH	KAB. BREBES	1	
16		KAB. PEMALANG	2	
17	JAWA TENGAH Total		3	
18	RIAU	KAB. INDRAGIRI HULU	1	
19	RIAU Total		1	
20	Grand Total		30	
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				

- 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

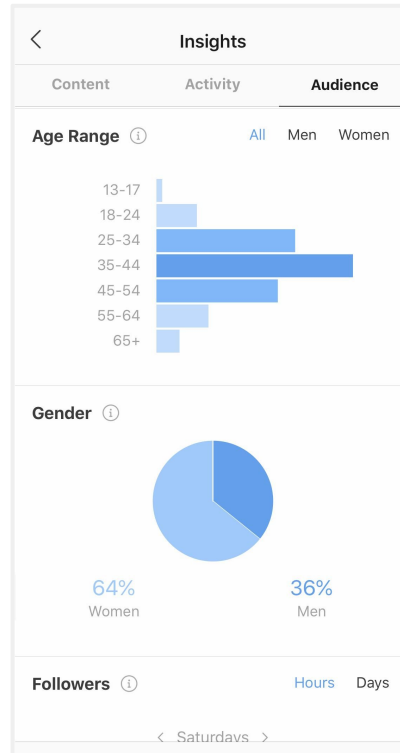


Image 1 | Tampilan Insights pada Instagram Business Profile



# 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**.

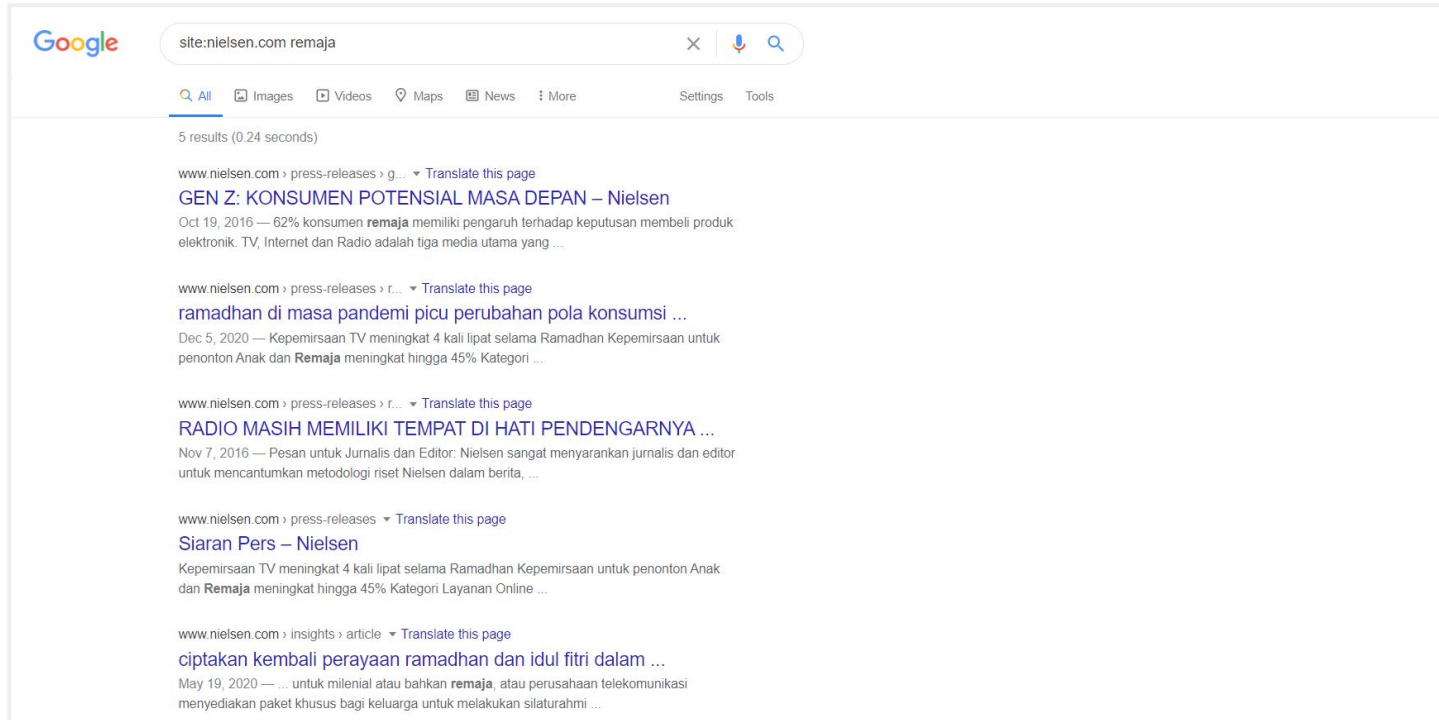
Berikut adalah beberapa situs web yang dapat memberi kamu banyak informasi tentang kelompok demografis tertentu:

- 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:



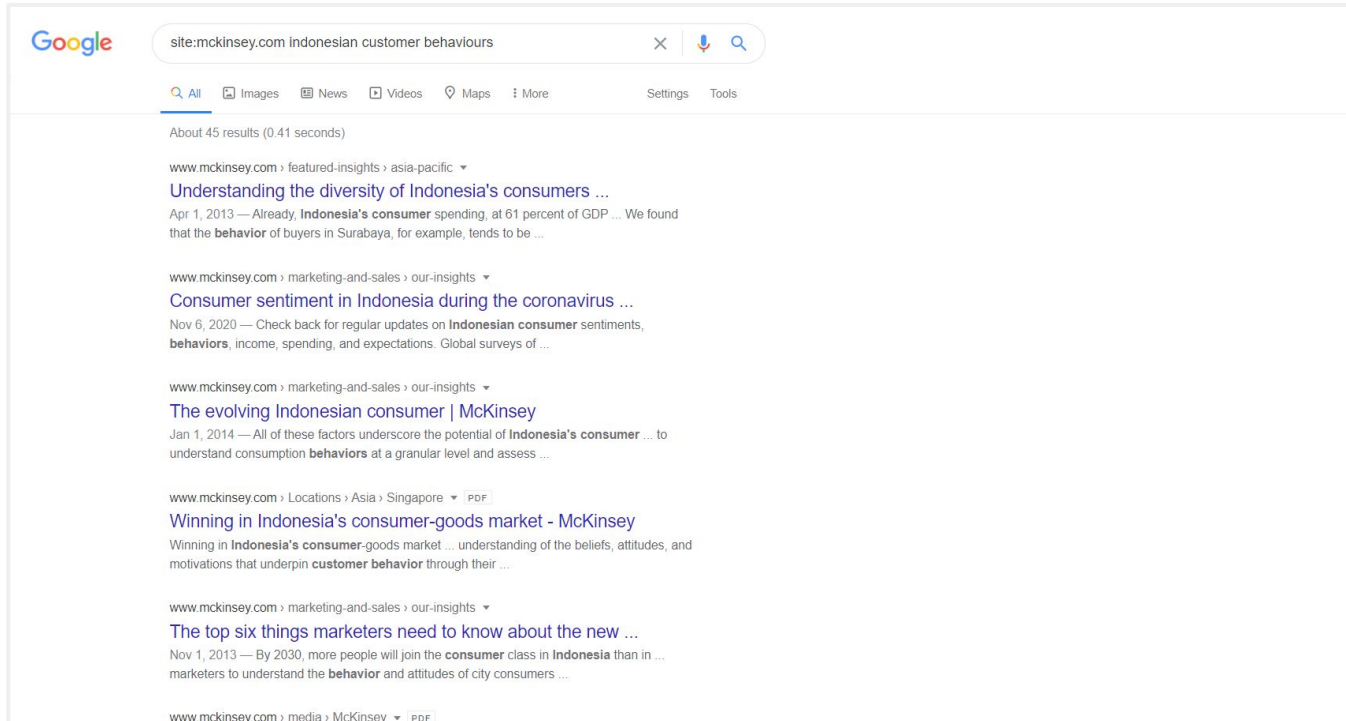
The image shows a Google search interface with the query "site:nielsen.com remaja" entered in the search bar. The search results are as follows:

- 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 siaturahmi ...



# 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 titled "Understanding the diversity of Indonesia's consumers ..." and is dated April 1, 2013. The second result is titled "Consumer sentiment in Indonesia during the coronavirus ..." and is dated November 6, 2020. The third result is titled "The evolving Indonesian consumer | McKinsey" and is dated January 1, 2014. The fourth result is titled "Winning in Indonesia's consumer-goods market - McKinsey" and is dated November 1, 2013. The fifth result is titled "The top six things marketers need to know about the new ..." and is 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 gajian.

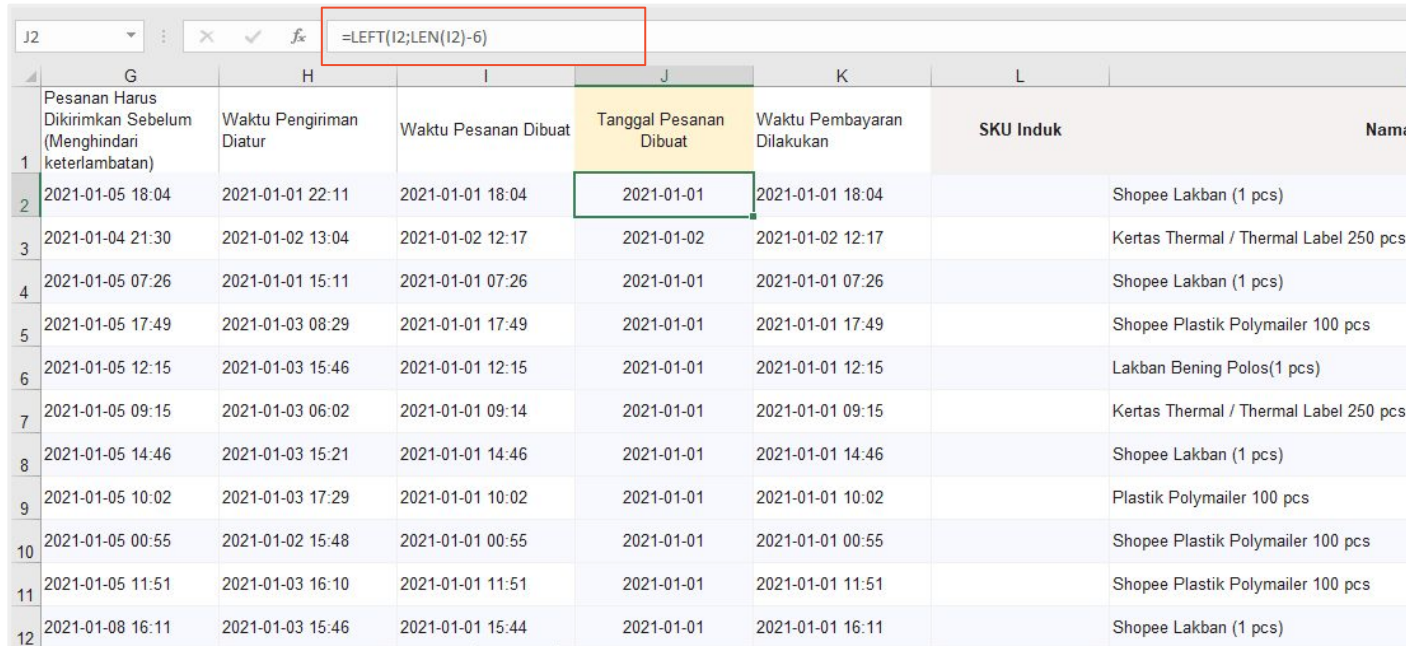
Dengan mempelajari kebiasaan target market, kamu akan mampu menciptakan sesuatu yang hanya akan konsumen dapatkan jika berbelanja toko kamu.



# 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 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**.

**Lihat kebiasaan belanja Pembeli berdasarkan tanggal**

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

# 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 located in the range B3:D32 and has the following data:

Count of No. Pesanan	Username (Pembeli)	Nama Produk	Total
1	8qs8fjv1w	Track Pants   Cotton Baby Terry   Celana Panjang Pria Wanita Size S-XXXL   24/11	1
1	8qs8fjv1w	Total	1
1	dwiika_	Basic Sweater   Cotton Fleece   Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	1
1	dwiika_	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-XXXL   24/11	2
2	fathurahman1995	Total	2
1	irfandiysn	Basic Sweater   Cotton Fleece   Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	1
1	irfandiysn	Total	1
3	jamillahjamel	Basic Sweater   Cotton Fleece   Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	3
3	jamillahjamel	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	3
6	jamillahjamel	Total	6
1	lilisristiyana46897	Basic Sweater   Cotton Fleece   Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	1
1	lilisristiyana46897	Total	1
1	melli.amellia	Basic Sweater   Cotton Fleece   Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	1
1	melli.amellia	Total	1
1	rereskippers	Basic Sweater   Cotton Fleece   Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	1
4	rereskippers	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	4
5	rereskippers	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-XXXL   24/11	3
1	wadefakk	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Size M-XXXL   24/11	1
3	wadefakk	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Pria Wanita Size M-XXXL   24/11	3
1	wadefakk	SHORT PANTS   Cotton Baby Terry   Size S-XXXL   24/11	1

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

- Choose fields to add to report: pesanan
- No. Pesanan
- Status Pesanan
- Pesanan Harus Dikirimkan Sebelum (Menghindari keterl...)
- Waktu Pesanan Dibuat
- Waktu Pesanan Selesai
- Drag fields between areas below:
- Filters: (Empty)
- Columns: (Empty)
- Rows: Username (Pembeli), Nama Produk
- Values: Count of No. Pesanan
- Defer Layout Update
- Update



# 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 spreadsheet with a PivotTable. The PivotTable is located in columns A through H and rows 3 through 32. The PivotTable fields are: Count of No. Pesanan (Values), Username (Pembeli) (Filter), Nama Produk (Columns), and Total (Rows). The PivotTable data is as follows:

Count of No. Pesanan	Username (Pembeli)	Nama Produk	Total
1	8qs8fjvf1w	Track Pants   Cotton Baby Terry   Celana Panjang Pria Wanita Size S-XXL   24/11	1
1	8qs8fjvf1w 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   Putih   Cotton Combed 20s   Size S-XXXL   24/11	1
1	farhanananda01	Kaos Polos   Hitam   Cotton Combed 20s   Size S-XXXL   24/11	1
2	farhanananda01 Total		2
1	fathurahman1995	Basic Sweater   Cotton Fleece   Crewneck Sweater Polos Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
1	fathurahman1995 Total		1
1	irfandiysn	Basic Sweater   Cotton Fleece   Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
1	irfandiysn Total		1
1	jamillahjamel	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
1	jamillahjamel	Basic Sweater   Cotton Fleece   Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
2	jamillahjamel Total		2
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	ereskippers	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
1	ereskippers	Basic Sweater   Cotton Fleece   Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
2	ereskippers Total		2
1	ricaatd	Kaos Polos   Putih   Cotton Combed 20s   Pria Wanita Size S-XXXL   24/11	1
1	ricaatd	Kaos Polos   Hitam   Cotton Combed 20s   Pria Wanita Size S-XXXL   24/11	1
2	ricaatd Total		2
1	wadefakk	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
1	wadefakk	Basic Sweater   Cotton Fleece   Pria Wanita Size M-XXL   24/11	1
1	wadefakk	SHORT PANTS   Cotton Baby Terry   Size S-XXL   24/11	1
1	wadefakk	Hoodie Pullover   Cotton Fleece Premium   Size M-XXL   24/11	1

The context menu is open over the 'Total' cell for the row '8qs8fjvf1w Total'. The menu options are: Copy, Format Cells..., Number Format..., Refresh, Sort (selected), 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 open, showing 'Sort Smallest to Largest' and 'Sort Largest to Smallest' (selected).



# 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

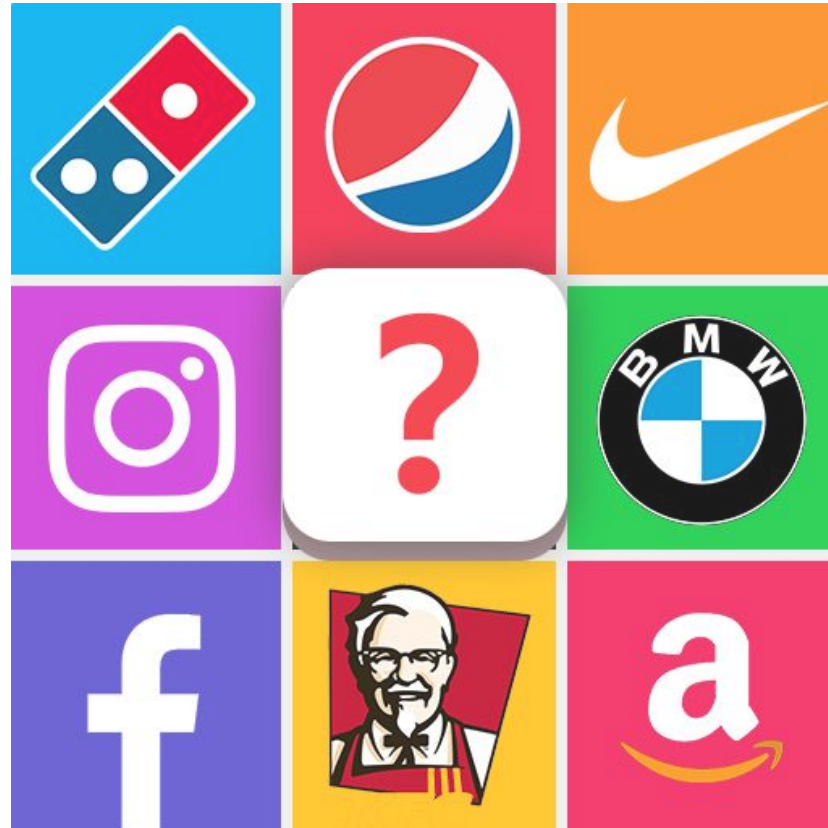
- **Target Geografis:** Kota-kota besar yang memiliki akses internet dan dapat dijangkau kurir dalam 2-3 hari kerja.
- **Target Demografis:** Pria dan wanita yang sudah bekerja dengan rentang usia 22-35 tahun
- **Target Psikografis:** Pengguna internet kelas menengah dengan penghasilan di kisaran UMR 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

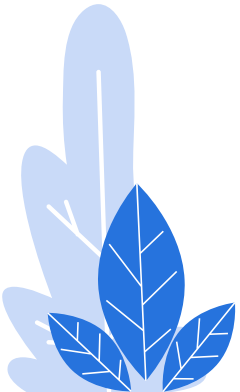
Ciptakan **magnet brand**  
dengan experience

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?

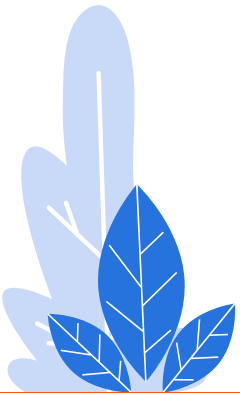
Sama halnya dengan nama pada Toko Online. Anggaphlah toko itu sebagai anak kamu, apakah kamu rela jika ia memiliki citra negatif karena nama yang kurang baik?

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*



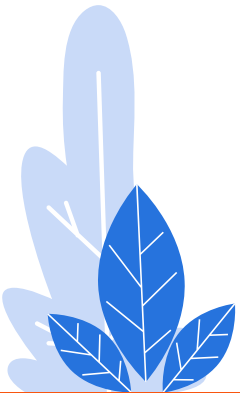
*Geographical*



*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

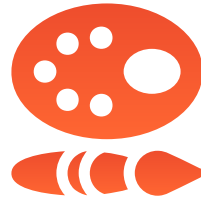


# 4 KUNCI TAMPILAN VISUAL TOKO

---



LOGO



WARNA

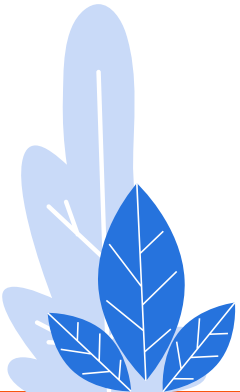


FOTO



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

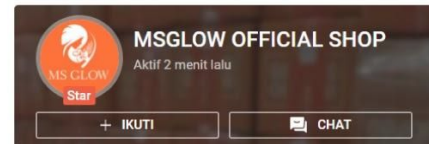
Logo toko berbasis teks terlihat lebih jelas dan mudah diingat



Ilustrasi dalam logo toko bisa dibuat sederhana atau detail



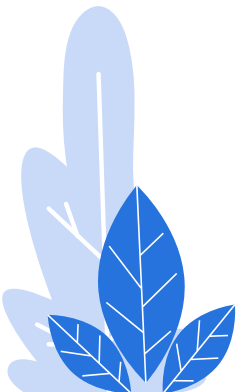
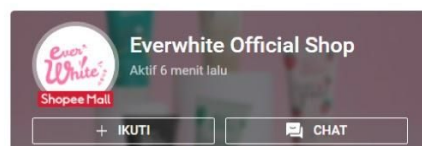
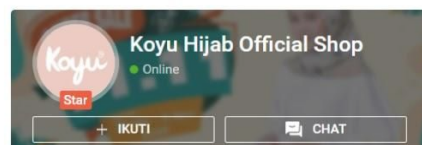
Gunakan teks dan ilustrasi sekreatif mungkin pada logo toko Anda



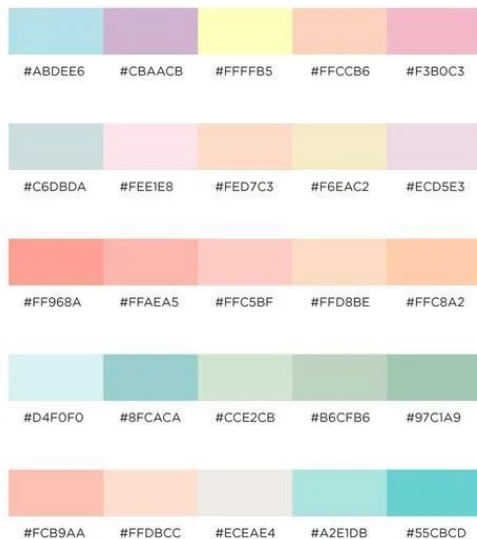
Gunakan lebih dari satu warna untuk menyampaikan beragam makna



Jenis font dapat menyampaikan konsep merek Anda



# PILIH WARNA SESUAI KARAKTER PEMBELI



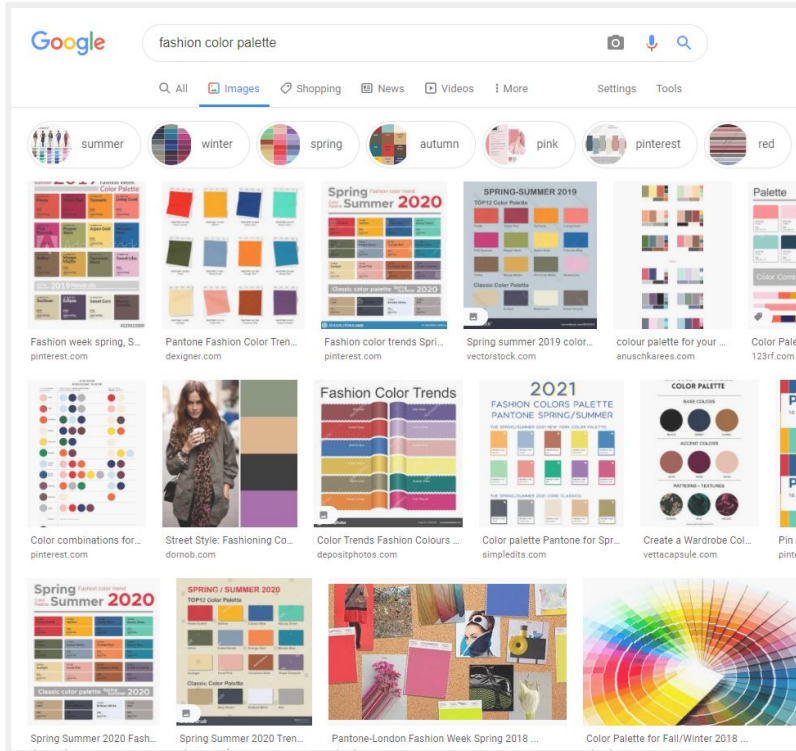
## Misalkan:

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

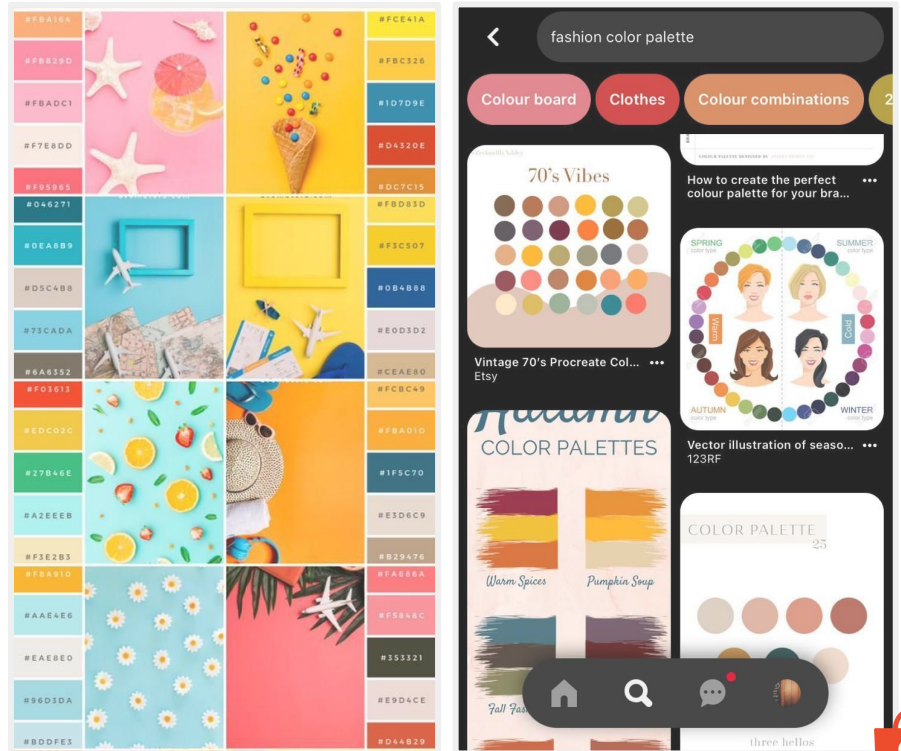
Selain bermanfaat untuk membangun tema tampilan visual toko, kamu juga bisa menggunakan **konsep warna** tersebut pada pilihan **variasi warna** produk kamu bila ada.



# 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)

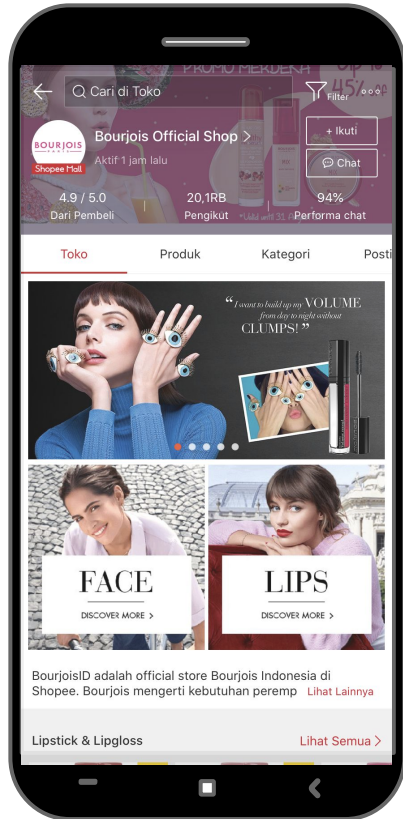
Coba kaitkan juga pemilihan jenis foto (baik dari segi tema foto sampai design) dengan potensi konsumen kamu. Misalkan, potensi konsumen kamu cenderung ingin mencari detail-detail tentang produk yang akan dibeli.

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.

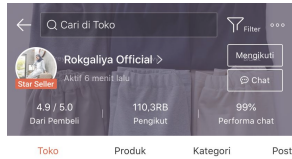
Maksimalkan **Fitur Dekorasi Toko** Shopee untuk menciptakan sesuatu yang bisa *“stuck in their mind”*.

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

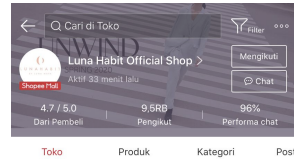
Coba buat *punch line* untuk menentukan impresi atau kesan apa yang ingin kamu tekankan kepada Pembeli ketika mereka membuka halaman toko kamu.



Selamat datang di Official Shopee Rokgallya  
Semua produk kami READY STOCK. Apabila t Lihat Lainnya

Recommended by Rokgallya

Punch Line: **Promo**



memberikan perpaduan yang baik antara produk yang tren di dan berkualitas baik.

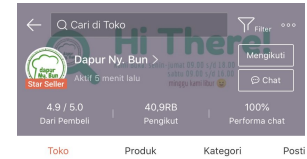
Waktu operasional: Senin - Jumat , 09.00 - 17.00

Tautan Toko: [shopee.co.id/lunahabit](https://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

The screenshot displays the 'Dekorasi Toko Saat Ini' (Decorate Store Now) interface. At the top, it shows 'Waktu Terakhir Ditampilkan: 29-12-2020 13:59' and buttons for 'Preview', 'Simpan', and 'Tampilkan'. The interface is divided into several sections:

- 1. Panel Komponen (Component Panel):** Located on the left, it lists various components like 'Banner Toko', 'Dua Foto', 'Satu Foto', 'Foto dengan Beberapa Area Klik', and 'Video'. A 'Template' button is also visible.
- 2. Kanvas (Canvas):** The central workspace where the store layout is visualized. It shows a grid with a 'Banner Toko' at the top, followed by 'Foto dengan Beberapa Area Klik' and 'Dua Foto' sections. A 'Deskripsi Toko' section is at the bottom.
- 3. Template:** A button in the component panel to access pre-designed store layouts.
- 4. Bar Operasi (Operation Bar):** A horizontal bar above the canvas containing icons for adding, deleting, and moving components.
- 5. Panel Properti Komponen (Component Property Panel):** Located on the right, it shows the properties for the selected 'Banner Toko' component, including a preview, a description, and options to choose the banner ratio (2:1, 16:9, 1:1) and upload photos or videos.

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 Ditampilkan: 29-12-2020 13:59

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

**Komponen**

**Template**

**2020**  
ZUKAEP  
IS  
COMMAN

**HOT SALE**

**MIC WETER WS 858**  
Wireless Bluetooth Kal...

**MIC WETER WS 858**  
Wireless Bluetooth Kal...

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

**Bantuan**

**Feedback**

**LISTEN TO THE WORLD**

- Support Android and IOS
- Headphone separate, 30mAh
- Talk/Play time 3 ~ 5 hours
- Charging support, 300mAh

**NEW**  
NEW ARRIVAL

**HOT**  
HOT SALE

**SALE**  
SALE

**FACE MAKEUP**  
NEW

**EYE MAKEUP**  
NEW

**LIP MAKEUP**  
NEW

**ACCESSORIES**  
NEW

**All-in-One**  
Punya banyak pilihan brand & kategori produk di tokomu? Gunakan tampilan ini & tunjukkan ke Pembelimu.

Kitchen Earboring Table lamp Bedding

**SUMMER COSMETIC OFFER**  
(Up to) xx% off for all house brands  
Leter time Flash Sale/Voucher

**FACE MAKEUP**  
NEW

**EYE MAKEUP**  
NEW

**LIP MAKEUP**  
NEW

**ACCESSORIES**  
NEW

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

Learn: We bring for iPad Pro 11 inch and iPad Pro 12.9 inch (2nd gen)

**SLIM FOLIO PRO**

**NEW ARRIVALS**  
**20% OFF**  
Save \$28.00

**ALL CATEGORIES**

Home Decor	Kitchen Tool
Home Storage	Bath
\$1 Sale	Hot Sale
New Arrivals	Free Shipping

**HOT** **NFW**

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

Search in raymondmy

raymondmy

Following List

Shop All Products Flash Sale Categ

**PERFECT CONCEALER**

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

**MONO PERFECT CONCEALER**  
Rp. 10.000

**MONO PERFECT CONCEALER**  
Rp. 10.000

**MONO PERFECT CONCEALER**  
Rp. 10.000

**MONO PERFECT CONCEALER**  
Rp. 10.000

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?

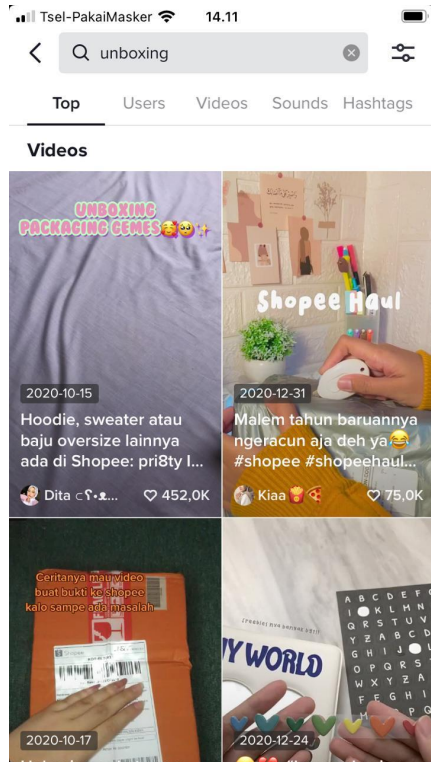
Dalam konteks ini, magnet brand diterjemahkan sebagai segala hal yang menjadi daya tarik dari branding.

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

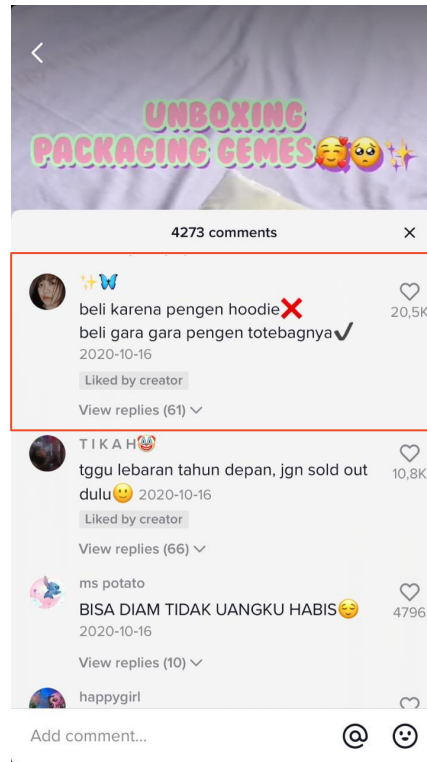


# MEMORABLE UNBOXING EXPERIENCE

## “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**



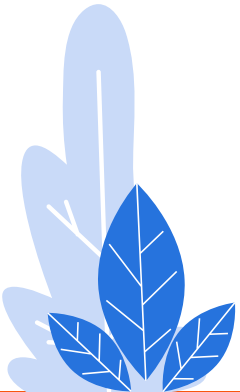
**MUDAH DIINGAT  
DAN DITEMUKAN**



**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!

