

MENYIASATI PELUANG

Digital Marketing (2)

PEMASARAN digital adalah komponen pemasaran yang menggunakan Internet dan teknologi digital berbasis daring seperti komputer desktop, ponsel, dan media serta platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan layanan. Semakin banyaknya orang yang menggunakan perangkat digital daripada mengunjungi toko fisik.

Salah satu tujuan utama pemasaran digital modern adalah meningkatkan kesadaran merek, sejauh mana pelanggan dan masyarakat mengenal dan mengenali merek tertentu. Peningkatan kesadaran merek penting dalam pemasaran digital, dan pemasaran secara umum, karena dampaknya terhadap persepsi merek dan pengambilan keputusan konsumen.

Menurut esai tahun 2015, "Dampak Merek terhadap Perilaku Konsumen": "Kesadaran merek, sebagai salah satu dimensi fundamental ekuitas merek, sering dianggap sebagai prasyarat keputusan pembelian konsumen, karena merupakan faktor utama untuk memasukkan merek dalam pertimbangan. Kesadaran merek juga dapat memengaruhi penilaian risiko yang dirasakan konsumen dan keyakinan mereka terhadap keputusan pembelian, karena keakraban dengan merek dan karakteristiknya."

Tren terkini menunjukkan bahwa bisnis dan pemasar digital memprioritaskan kesadaran merek, lebih memfokuskan upaya pemasaran digital mereka pada pengembangan pengenalan dan ingatan merek daripada tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dibuktikan oleh studi Content Marketing Institute tahun 2019, yang menemukan bahwa 81% pemasar digital telah berupaya meningkatkan pengenalan merek selama setahun terakhir. Survei Content Marketing Institute lainnya mengungkapkan bahwa 89% pemasar B2B kini percaya bahwa meningkatkan kesadaran merek lebih penting daripada upaya yang diarahkan untuk meningkatkan penjualan.

Meningkatkan kesadaran merek menjadi fokus strategi pemasaran digital karena sejumlah alasan: Pertumbuhan belanja daring. Survei oleh Statista memproyeksikan 230,5 juta orang di Amerika Serikat akan menggunakan Internet untuk berbelanja, dibandingkan, dan membeli produk pada tahun 2021, naik dari 209,6 juta pada tahun 2016. Penelitian dari perusahaan perangkat lunak bisnis Salesforce menemukan bahwa 87% orang mulai mencari produk dan merek di saluran digital pada tahun 2018.

Peran interaksi digital dalam perilaku pelanggan. Diperkirakan bahwa 70% dari semua pembelian eceran yang dilakukan di AS dipengaruhi sampai tingkat tertentu oleh interaksi dengan merek daring. Pertumbuhan pengaruh dan peran kesadaran merek dalam pengambilan keputusan konsumen daring: 82% pembeli daring yang mencari layanan memberikan preferensi pada merek yang mereka ketahui.

Kampanye pemasaran digital menjadi lazim, menggunakan kombinasi optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran mesin pencari (SEM), pemasaran konten, pemasaran influencer, otomatisasi konten, pemasaran kampanye, pemasaran berbasis data, pemasaran e-commerce, pemasaran media sosial, optimasi media sosial, pemasaran langsung melalui email, iklan bergambar, e-book, dan cakram optik serta permainan telah menjadi hal yang lumrah.

Pemasaran digital meluas ke saluran non-Internet yang menyediakan media digital, seperti televisi, ponsel (SMS dan MMS), panggilan balik, dan nada dering ponsel yang ditahan. Perluasan ke saluran non-Internet membedakan pemasaran digital dari pemasaran online.

Prof Dr M Suyanto, Rektor Universitas Amikom Yogyakarta

Anak Putus Sekolah Diarahkan Berwirausaha

JAKARTA (KR) - Kemendikbudristek melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi memfasilitasi anak-anak putus sekolah atau sudah tamat sekolah untuk menjadi seorang wirausaha. Mereka terwadahi dalam program kecakapan wirausaha (PKW). Anak-anak diberikan pelatihan keterampilan kerja selama satu bulan secara cuma-cuma.

"Program ini terbuka untuk anak-anak usia 15 hingga 25 tahun, baik yang putus sekolah atau sudah tamat sekolah tetapi ingin menjadi seorang wirausaha," ujar Plt Dirjen Pendidikan Vokasi Tatang Muttaqin di sela-sela

Talkshow bertema Peluang Mengembangkan Kerajinan Tradisi Nusantara di Tangan-tangan Muda yang digelar pada kegiatan Pameran Kriyanusa 2024 di Jakarta, baru-baru ini.

PKW adalah layanan pendidik-

an melalui kursus dan pelatihan untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan dan menumbuhkan sikap mental wirausaha dalam mengelola potensi diri dan lingkungan yang dapat dijadikan bekal untuk berwirausaha. Hingga saat ini program PKW telah meluluskan 4.699 peserta didik dengan berbagai ketrampilan kerja.

Dari Jumlah tersebut lebih dari 50 persen menjadi wirausaha mandiri. Sisanya masih bekerja secara kolaborasi dengan orang lain. Diakui Tatang, PKW meru-

pakan salah satu program prioritas Direktorat Kursus dan Diklat Kemendikbudristek. Program ini menjadi solusi tepat bagi anak-anak yang memang terkendala dalam menempuh pendidikan formal dan ingin menjadi wirausaha mandiri.

Peserta program PKW jelas Tatang, tidak hanya mendapatkan materi-materi pelatihan, tetapi juga bantuan peralatan. Tim akan membimbing dan mendampingi peserta PKW pasca pelatihan berakhir hingga 12 bulan ke depan. (Ari)

PEMBUKAAN KULIAH INSTIPER 2024/2025 Cetak SDM Andal Bidang Perkebunan



KR-Istimewa

Prosesi pembukaan kuliah INSTIPER TA 2024/2025.

SLEMAN (KR) - Sebanyak 741 mahasiswa baru (maba) mengikuti Pembukaan Kuliah di INSTIPER Yogyakarta tahun akademik (TA) 2024/2025. Pembukaan secara simbolis berlangsung, Senin (2/9) di Grha INSTIPER Yogyakarta, Maguwoharjo Sleman.

Pada TA 2024/2025 INSTIPER menerima 741 maba berasal dari 27 provinsi di Indonesia. Fakultas Pertanian paling tinggi peminat dengan 514 orang, Fakultas Teknologi Pertanian menerima 150 maba dan Fakultas

Kehutanan menerima 77 mahasiswa.

Rektor INSTIPER Dr Harsawardana MEng mengatakan, INSTIPER merupakan perguruan tinggi yang telah terpercaya mencetak SDM unggul mitra kerja di dunia kerja dan industri. Dengan kompetensi yang khas di bidang perkebunan dan perhutanan.

"Kurikulum yang disusun dengan matang melibatkan perusahaan sebagai mitra kerja yang akan menyerap lulusan dari INSTIPER merupakan keunggulan yang ditawarkan

di INSTIPER Yogyakarta. Selain itu, kegiatan magang di perusahaan yang merupakan salah satu implementasi MBKM juga menjadi keunggulan," ujarnya.

Ia menambahkan, pendidikan di INSTIPER Yogyakarta telah disesuaikan dengan perkembangan teknologi yang kian pesat. Perubahan kebutuhan dunia kerja dan industri menuntut lulusan pendidikan tinggi untuk memiliki kemampuan yang disebut dengan istilah HOTS (High Order Thinking Skill), khususnya di bidang agroindustri.

INSTIPER terus dipercaya mitra pemerintah maupun perusahaan untuk mendidik mahasiswa melalui skema beasiswa. Hal ini dibuktikan dengan 31 persen mahasiswa baru atau 242 orang mahasiswa TA 2024/2025 merupakan mahasiswa penerima beasiswa.

INSTIPER dipercaya oleh BPDPKS dan Dirjenbun untuk mendidik 120 orang mahasiswa beasiswa SDM kelapa sawit. (Yud)

HASILKAN HKI DAN PATEN KKN UP45 di Kalurahan Kalitirto

SLEMAN (KR) - Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa Universitas Proklamasi 45 (UP45) Yogyakarta di Kalurahan Kalitirto Berbah Sleman tak hanya berbentuk pembangunan fisik, namun ada luaran yang akan didaftarkan sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Hak Paten serta dipublikasikan dalam jurnal.

Ketua Panitia KKN UP45, Sumpena menuturkan, selama KKN di Kalitirto mahasiswa didampingi dosen berhasil menyusun buku tentang Pesona Padukuhan Sumber Kidul Kalitirto yang akan didaftarkan sebagai HKI. Selain itu, berhasil membuat peta mitigasi padukuhan yang akan didaftarkan sebagai paten percontohan pencegahan bencana alam. Sedangkan luaran yang akan dipublikasikan di jurnal yaitu eksplorasi pertanian, UMKM dan peternakan di Kalitirto.

"program-program KKN tidak melulu hanya pembangunan fisik, tapi ada luaran lain yang bisa dimanfaatkan masyarakat secara luas dan berkelanjutan," terang Sumpena kepada KR usai penarikan mahasiswa KKN di Balai Kalurahan Kalitirto, Senin (2/9). (Dev)



KR-Istimewa

Penarikan mahasiswa KKN UP45 di Balai Kalurahan Kalitirto.

EKONOMI

UNTUK EDUKASI PENGELOLAAN SAMPAH BRI Serahkan 50 Alat Pemilah ke UGM



KR-Saifullah Nur Ichwan

Fendi Maulana menyerahkan bantuan pemilah sampah organik ke UGM.

SLEMAN (KR) - Retail Transaction Banking Bank BRI menyerahkan 50 unit alat pemilah sampah organik ke Universitas Gadjah Mada (UGM). Dengan alat pemilah sampah organik ini, dapat memberikan edukasi pengelolaan di lingkungan sivitas UGM.

Regional Funding and

bagai bentuk kepedulian BRI dan UGM terhadap lingkungan, khususnya penanganan sampah.

Menurut Fendi, sampah ini masih menjadi permasalahan di masyarakat. Dengan bantuan itu diharapkan dapat mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah, sehingga dapat memberikan kenyamanan di lingkungan sivitas UGM. "Kami mengajak masyarakat untuk terbiasa mengelola sampah dengan cara memilah sampah organik dan anorganik," terangnya.

Sekretaris Direktorat Kemitraan dan Relasi Global UGM Wiratni Budhijanto ST MT PhD mengapresiasi BRI yang telah membantu alat pemilah sampah organik. (Sni)

Inflasi DIY di Bulan Agustus Terkendali

YOGYA (KR) - Tekanan inflasi DIY pada Agustus 2024 terjaga pada rentang sasaran nasional. Berdasarkan keterangan pers Badan Pusat Statistik (BPS), inflasi bulanan DIY pada Agustus ini tercatat 0,05% (mtm), meningkat dibandingkan inflasi bulan Juli -0,03% (mtm), sehingga inflasi kumulatif DIY mencapai 0,58% (ytd). Secara tahunan, inflasi DIY pada bulan Agustus 2024 tercatat 2,33% (yoy).

"Realisasi ini lebih tinggi dibandingkan inflasi Juli 2024 sebesar 2,16% (yoy) dan realisasi inflasi Nasional sebesar 2,12% (yoy). Terjaganya inflasi DIY tak terlepas dari dukungan sinergi berbagai upaya pengendalian inflasi Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) DIY yang semakin solid melalui kerangka 4K (ketersediaan pasokan, keterjangkauan harga, kelancaran distribusi dan komunikasi efektif)," tutur Kepala Perwakilan Bank Indonesia (BI) DIY Ibrahim di kantornya, Selasa (3/9).

Ditinjau komoditasnya, Ibrahim mengatakan, inflasi Agustus 2024 terutama dipicu komoditas beras, bensin, emas perhiasan dan cabai rawit. Tingginya harga beras, salah sa-

tunya disebabkan berakhirnya musim panen raya di daerah produsen, sehingga pasokannya berkurang. Penyesuaian harga seluruh jenis BBM non-subsidi per Agustus turut memicu tekanan yang berasal dari komoditas bensin.

"Kenaikan harga emas perhiasan terjadi sejalan dengan kecenderungan tingginya harga emas dunia seiring berlanjutnya ketegangan geopolitik global. Selain itu, terbatasnya pasokan cabai rawit dari wilayah pemasok utama ke DIY turut menekan kenaikan harga," jelasnya.

Meski demikian, Ibrahim menyatakan, inflasi lebih tinggi tertahan deflasi yang disumbang komoditas bawang merah, daging ayam ras dan

telur ayam ras. Penurunan harga bawang merah didorong relatif rendahnya permintaan di tengah ketersediaan pasokan yang melimpah pascapanen raya serta hadirnya pasokan bawang merah dari wilayah Bima dan Brebes.

"Sementara melandainya harga daging ayam ras didukung terjaganya pasokan di tengah stabilnya permintaan. Adapun, kondisi overstock telur ayam ras di tingkat peternak menyebabkan telur ayam ras dijual dengan harga lebih rendah kepada pedagang untuk mengurangi risiko kerusakan komoditas telur," tandas Herum Ibrahim.

Ke depan, BI memprakirakan inflasi DIY tetap terjaga pada kisaran targetnya. Beberapa upaya pengendalian harga telah dilakukan TPID DIY bersama stakeholder hingga Agustus 2024, diantaranya intensifikasi pelaksanaan operasi pasar/pasar murah sebanyak 167 kali di wilayah DIY yang diperkuat dengan optimalisasi Kios Segoro Amarto sebagai *price reference store* untuk menjaga daya beli. (Ira)

JNE Apresiasi Pemenang Content Competition 2024

JAKARTA (KR) - Sebanyak 41 peserta berhasil memenangkan JNE Content Competition 2024 yang terdiri 4 kategori lomba, yakni karya tulis, foto, video, dan desain dengan peserta berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa, masyarakat umum, karyawan, serta jurnalis media online dan cetak. Pemenang diumumkan pada 19 Agustus 2024 melalui situs JNEWS Online dan media sosial resmi JNE. Sedangkan penyerahan penghargaan digelar di Jakarta, 29 Agustus 2024.

Hadir Presiden Direktur JNE M Feriadi Soeprapto, SVP Marketing Group HEAD JNE Eri Palgunadi, serta empat Dewan Juri JNE Content Competition 2024 yaitu Maman Suherman, Martha Suherman, Rio Purba, dan Dmaz



KR-Istimewa

Presdir JNE M Feriadi Soeprapto menyerahkan plakat kepada Dewan Juri.

Brodjonegoro.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno secara virtual mengapresiasi event JNE Content Competition 2024 dan berharap kegiatan ini dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi masyarakat khususnya di dunia kreatif.

Feriadi Soeprapto dalam keterangannya, Selasa

(3/9) mengatakan, sejak 2011, JNE Content Competition telah menjadi wadah bagi para kreator untuk menunjukkan bakat mereka. Di edisi ke-11 ini, yang sekaligus merayakan 33 tahun perjalanan JNE, mengangkat tema 'Gasss Terus Semangat Kreativitasnya!'. "Tema ini menggambarkan energi, semangat, kemajuan, dan ino-

vasi menjadi bukti nyata komitmen JNE dalam mendukung perkembangan industri kreatif di Indonesia," kata Feriadi.

Menurutnya, antusiasme peserta sangat luar biasa, kompetisi tahun ini berhasil menjaring lebih dari 4.400 karya kreatif dari berbagai penjur Indonesia. Karya-karya inovatif ini telah menginspirasi masyarakat dan diharapkan dapat menjadi pemicu semangat bagi generasi muda untuk terus berkarya dan berinovasi. "Sejalan dengan tagline kami *Connecting Happiness*, JNE terus berkomitmen untuk mendukung tumbuhnya ekosistem kreatif di Indonesia dan membuka peluang bagi para talenta muda untuk mengembangkan potensi mereka," ungkapnya. (San)

TERCATAT DI JULI 2024

Jumlah Wisman 1,31 Juta Orang

JAKARTA (KR) - Jumlah kunjungan wisatawan manca negara (wisman) ke Indonesia pada Juli 2024 mencapai 1,31 juta. Jumlah ini naik sebesar 9,42 persen dibandingkan Juni 2024 month-to-month (m-to-m) yang mencapai 1,17 juta dan naik 16,91 persen dibandingkan bulan yang sama pada tahun lalu (y-on-y) yang mencapai 1,12 juta.

Diputi Bidang Distribusi dan Jasa Badan Pusat Statistik (BPS) Pudji Ismartini, di Jakarta, Senin (2/9) menyebutkan, wisman yang berkunjung ke Indonesia pada Juli 2024 didominasi dari Malaysia (13,56 persen), Australia (12,73 persen), dan Tiongkok (9,62 persen). Sementara wisman yang berkunjung ke Indonesia dari Januari-Juli 2024 mencapai 7,75 juta atau meningkat 20,75 persen periode yang sama tahun lalu yang mencapai 6,42 juta kunjungan.

Wisman menurut kebangsaan, paling

besar dari Malaysia 177,7 ribu kunjungan, Australia 166,9 ribu kunjungan dan Tiongkok 126,1 ribu kunjungan. Sementara untuk jumlah perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) pada Juli 2024 mencapai 77,24 juta perjalanan. Jumlah tersebut turun sebesar 7,46 persen bila dibandingkan dengan Juni 2024 (m-to-m) yang mencapai 83,47 juta perjalanan. Tetapi, bila dibandingkan bulan yang sama pada tahun sebelumnya (y-on-y), naik 4,83 persen yang mencapai 73,69 juta perjalanan.

Pada Januari-Juli 2024, perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) di Indonesia mencapai 598,72 juta. Jumlah ini naik 18,03 persen dibandingkan kumulatif periode yang sama pada tahun 2023 (cumulative-to-cumulative) yang mencapai 507,25 juta. Sementara pulau Jawa masih menjadi daerah tujuan wisnus yakni sekitar 69,63 persen pada Januari-Juli 2024. (Lmg)