

#BertemudiMeta

Panduan Praktis Sukses Berbisnis di Meta
Untuk UKM di Indonesia



KATA SAMBUTAN KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM REPUBLIK INDONESIA

Pertama-tama, saya apresiasi sebesar-besarnya kepada Meta dan WhatsApp Indonesia atas inisiasinya dalam menerbitkan **“Buku Panduan Praktis #BertemudiMeta untuk pelaku UKM di Indonesia”**. Buku ini merupakan salah satu bentuk dedikasi Meta dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di tanah air, khususnya dalam menciptakan karakter usaha yang adaptif dan inovatif melalui pemanfaatan teknologi digital.

Sebagai tulang punggung ekonomi, UMKM menyumbang 61% PDB nasional, hingga menyerap 97% tenaga kerja, cukup membuktikan bahwa UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Bahkan saat pandemi covid-19 melanda, UMM terbukti memiliki resiliensi yang baik, dengan mampu bertahan bahkan beradaptasi dengan digitalisasi.

Riset McKinsey Global Institute tahun 2021 memaparkan beberapa poin kunci agar UMKM tangguh di tengah pandemi dan disrupsi, di antaranya adalah dengan memiliki kemampuan digital,

KATA SAMBUTAN

sumber daya manusia yang baik, serta kreativitas dan inovasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital menjadi kunci pengembangan UMKM di masa depan, karena dengan terhubung ke dalam ekosistem digital, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar lebih luas.

Untuk itu, kami terus mendorong UMKM untuk terhubung ke dalam ekosistem digital agar dapat memanfaatkan potensi ekonomi digital Indonesia yang diproeksikan mencapai angka Rp. 4.531 triliun pada tahun 2030. Sejalan dengan hal tersebut, saat ini, sebanyak 21,56 juta UMKM telah terhubung ke dalam ekosistem digital, angka ini terus tumbuh setia harinya, dengan target 30 juta UMKM onboarding ke dalam ekosistem digital pada tahun 2030.

Pada berbagai kesempatan, saya melihat banyak pelaku UMKM mampu menciptakan produk-produk inovatif, kreatif, dan bersentuhan dengan teknologi. Tentunya, hal ini harus kita dukung bersama-sama. Salah satunya dengan menumbuhkan rasa cinta dan bangga untuk membeli sekaligus memakai produk hasil bangsanya sendiri karena dengan memakai produk dalam negeri, kita turut berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian nasional.

Akhir kata, saya berharap melalui diterbitkannya Buku Panduan ini dapat membuka seluas-seluasnya wawasan para pelaku UMKM di tanah air, baik pengetahuan terkait pengembangan usaha, maupun pengetahuan akan pentingnya pemantaatan teknologi dan digitalisasi dalam keberlangsungan berusaha di masa mendatang.



DAFTAR ISI

Kata Sambutan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia	1
Daftar Isi	3

POTENSI EKONOMI DIGITAL INDONESIA

Sekilas Tentang UKM di Indonesia	7
Kenapa sih UKM di Indonesia didukung? Memangnya apa dampak dari UKM?	7
Gimana sih teknologi- teknologi Meta membantu UKM di Indonesia? Tentu bisa dong!	8

MAIN DULU YUK!

Lagi Butuh Apa, Nih?	9
----------------------	---

KENALAN SAMA FACEBOOK

Buat Toko Online Anda Jadi Lebih Profesional Dengan Facebook Page	12
Kenapa sih UKM perlu punya Facebook Page?	12
Udah tahu cara bikin Facebook Page belum?	12
Gimana sih cara kita sebagai pelaku UKM bisa promosiin bisnis kita lebih mantap lagi di Facebook?	14
Page Posts	14
Facebook Stories	15
Groups	16



**KENALAN SAMA
INSTAGRAM 18**

Kenapa Anda WAJIB banget mengubah akun menjadi *Business Account*? 20

Terus, Gimana Caranya Ngunyah ke Akun Bisnis? Begini Caranya! 22

Yuk, Beralih ke Akun Bisnis! 25

Saat Ingin Berjualan di Instagram, Langkah Awal Apa yang Perlu Dilakukan? 26

Gunain Tips Ini Biar Bisnis Anda di Instagram Auto CUAN! 27

1. Kuatin *Branding* Usaha 29
2. Buat Ciri Khas Usaha 30
3. Kerja Sama Bareng Kreator 30

**KENALAN SAMA
WHATSAPP 32**

Pasti Anda Udah Sering dong Pakai WhatsApp. Tapi, Udah Tahu Belum Kalau Pakai WhatsApp untuk Bisnis tuh Menguntungkan? 34

1. Pesan Otomatis (*auto-reply*) 34
2. Tampilan Yang Nggak Ribet 34
3. Popularitas Meningkat 34

Kenali Beragam Jenis Akun WhatsApp! 35

1. WhatsApp Messenger 35
2. WhatsApp Business App 36
3. WhatsApp Business Platform 37

Fitur-Fitur WhatsApp Business 38

1. Catalog 38
2. Label 39
3. Quick Reply 40
4. Away Message 41



**KONTEN KREATOR
DI INDONESIA 44**

Gimana sih Cara Memilih Kreator Yang Tepat untuk Bisnis Kita? 46

REELS 48

Promosi Lewat Reels 50
 Facebook 50
 Instagram 52

Gimana Reels Bisa Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis Anda? 56

**PROMOSIKAN
BISNIS ANDA
LEWAT PLATFORM-
PLATFORM META 58**

Tentang Iklan di Facebook dan Instagram 58

Kenalan sama Meta Ads Manager Yuk! 59

Beriklan di Facebook 61

Terus gimana ya caranya bikin iklan dari Facebook Page? 61

Collaborative Ads: Spesial Buat Anda Yang Sudah Punya Katalog di Marketplace! 67

Promosikan Bisnis Anda Lewat Instagram 70

Lalu, Apa Bedanya Instagram Ads Sama Postingan Biasa di Akun Instagram? 70

Gimana Sih Caranya Buat Iklan di Instagram? 71

Promosikan Bisnis Anda Lewat WhatsApp 76

Caranya tuh mudah banget nih! 76

Click to WhatsApp, itu apa sih? 78

Terus caranya gimana sih? 78

Bingung nih cara hubungin akun WhatsApp ke Facebook dan Instagram! 79

**BEBERAPA MASALAH
YANG MUNGKIN
TERJADI DI PLATFORM
META 80**

“Akun saya kena hack, kenapa ya? Saya harus apa ya?” 81

“Iklan saya kok tiba-tiba nggak muncul lagi?” 81

“Postingan jualan saya sepi nih...” 83

“Instagram saya error, saya harus ngapain ya?” 84

“Gimana ya cara bisa terus berinteraksi tanpa spamming?” 84

“Takut banget nih kalo akun WhatsApp-nya kena hack, harus apa ya?” 86

YUK JADI PEBISNIS YANG BERTANGGUNG JAWAB! 88

Kenapa hal ini penting?	89
Modus Penipuan melalui Phishing dan Scamming	91
Cara Menghindari Phishing atau Scamming	92
Malware: Ngga Keliatan Tapi Bisa Ngacak-ngacak Gadget Kamu!	93
Malware: Ngga Keliatan Tapi Bisa Ngacak-ngacak Gadget Kamu!	93
Apa Yang Meta Lakukan untuk Melindungi Para Pelaku Bisnis di Platform Meta dari Bahaya Malware?	94
Bagaimana Cara Mengetahui Kalau Gadget Anda Disusupi Malware?	96
Apa Yang Harus Dilakukan Kalau Ternyata Gadget Saya Ada Malware?	97

CIRI-CIRI PROFIL BISNIS YANG BISA DIPERCAYA 98

META PUNYA TIPS-TIPS AMPUH NIH BUAT BISNIS ANDA! 102

Bikin Ads di Facebook atau Instagram sama aja buang-buang duit. Kata siapa?	102
Caranya gimana sih biar iklan kita optimal?	103
Gimana sih cara menarik lebih banyak customers?	103
Mitos atau fakta kalau semakin sering pasang iklan, bisa bikin usaha kita semakin bagus?	104
Hmm...selain di Facebook Page, kita bisa jualan di mana lagi yaa? Kita udah singgung nih sebelumnya; Facebook Groups!	104
Verifikasi akun bisnis Anda!	105
Gerak Cepat	105

PENUTUP 106



POTENSI EKONOMI DIGITAL INDONESIA

Sekilas Tentang UKM di Indonesia

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM¹, jumlah Unit Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia udah mencapai 64 juta pada tahun 2022. Di sisi lain, UKM juga berkontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional sebesar 61% dan 16,65% pada pendapatan ekspor nasional. Banyak banget kan?

Kenapa sih UKM di Indonesia didukung? Memangnya apa dampak dari UKM?

Oleh karena UKM¹, lapangan pekerjaan menjadi lebih terbuka buat lebih banyak orang. Kontribusi penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, lho! Pemerintah juga udah melakukan beberapa program supaya UKM di Indonesia bisa berkembang, misalnya:

1. Program Kredit Usaha Rakyat
2. Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (LPDB KUKM)
3. Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN)
4. Program Banpres Produktif untuk Usaha Mikro (BPUM)

¹Teten Masduki, Menteri Koperasi dan UKM saat acara “Refleksi 2022 dan Outlook 2023 Kemenkop UKM” di Jakarta, Senin (26/12/2022).

Gimana sih teknologi-teknologi Meta membantu UKM di Indonesia? Tentu bisa dong!

Jadi, lewat Facebook, Instagram, dan WhatsApp, Meta bakal mendorong Anda, sebagai pelaku UKM di Indonesia, untuk bisa tumbuh dan berkembang bareng ketiga platform ini.

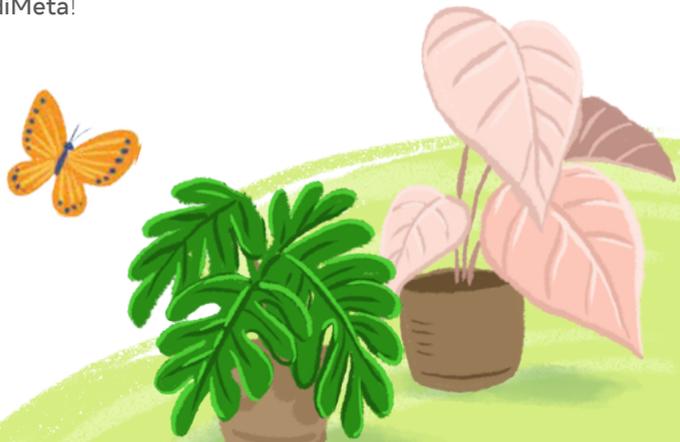
Meta punya program-program pelatihan untuk UKM seperti Meta Boost, Pasar JaWAra, dan #Shemeansbusiness untuk membantu pengusaha perempuan.

Selain itu, Meta juga punya tiga fokus utama nih yang bisa bantu ngembangin UKM Anda, yaitu:

1. Ngebantu para pelaku bisnis khususnya UKM lewat kekuatan teknologi digital
2. Ngedukung akselerasi digital lewat berbagai rangkaian kemitraan dan program
3. Ngedorong tren dan ngasih inspirasi buat para kreator dan komunitas yang pakai platform-platform Meta.

Nah, dari yang kita udah jabarin, banyak banget lho keunggulan dari masing-masing platform Meta untuk Anda sebagai pelaku UKM.

Yuk kita ulik satu-persatu, yang semuanya terangkum dengan mudah di Buku Panduan Praktis Sukses Berbisnis di Meta Untuk UKM di Indonesia **#BertemudiMeta!**



MAIN DULU YUK!



Apakah Anda sudah pernah menggunakan platform Meta untuk mengembangkan bisnis Anda sebelumnya?

Saya pakai seluruh platform Meta untuk bisnis saya!

Belum pernah

Sudah pernah tetapi baru salah satu saja

Apa yang ingin Anda ketahui lebih jauh tentang platform Meta?

Karena saya benar-benar belum pernah pakai platformnya, jadi mau kenalan dulu sama semua platform Meta :)



Buka halaman **12, 18, dan 32** ya!

Saya mau tau cara pasang iklan di Facebook dan Instagram!

Buka halaman **58** ya!

Saya mau maksimalin ngobrol bareng pelanggan nih!



Buka halaman **78** ya!

Saya mau belajar cara bikin Reels dong!



Buka halaman **48** ya!

Saya mau collab bareng influencers, tapi bingung...



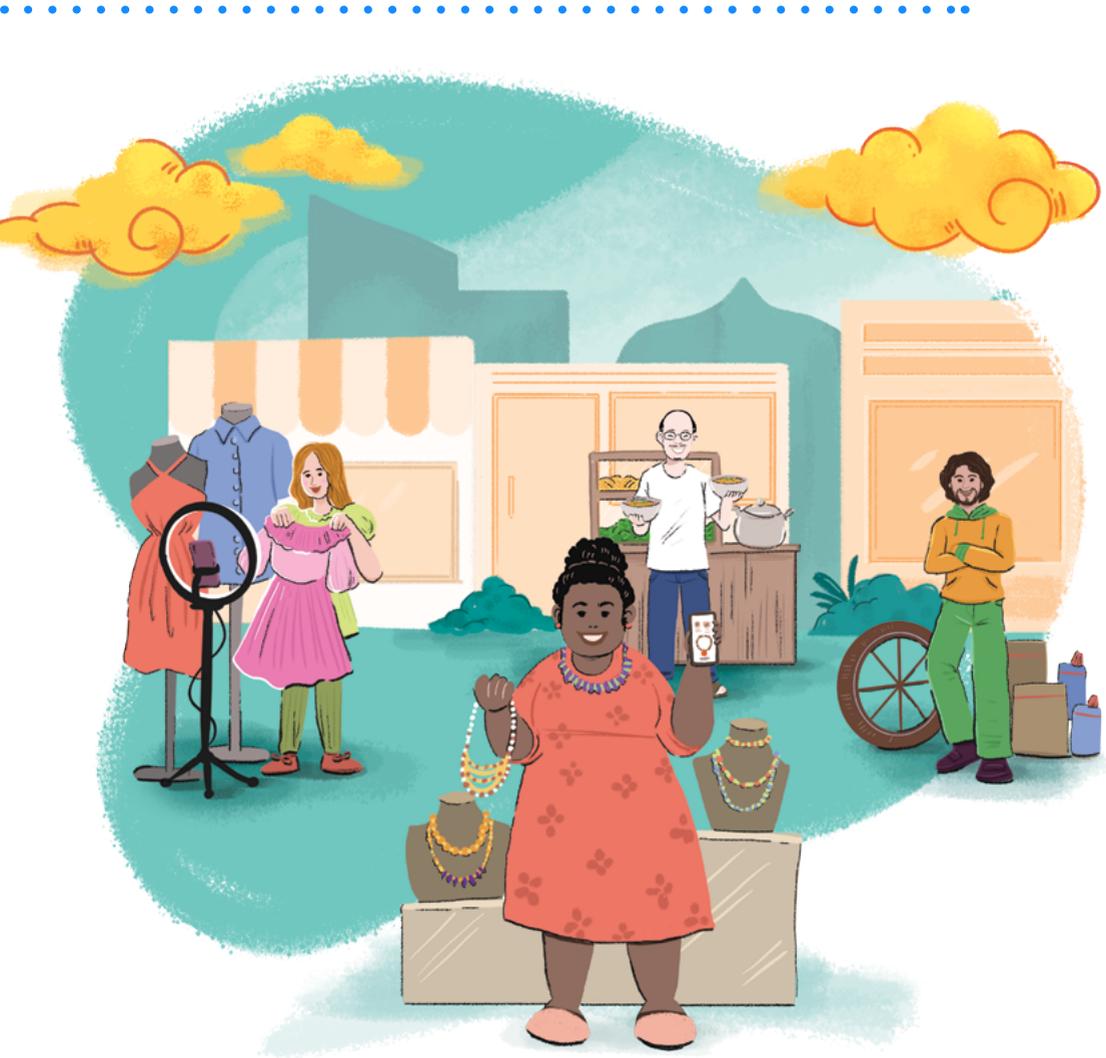
Buka halaman **44** ya!

Saya pengen bisnis saya dilihat sebagai bisnis yang kredibel!



Buka halaman **88** ya!

KENALAN SAMA FACEBOOK



Pengguna Facebook di dunia, termasuk di Indonesia, semakin bertumbuh. Hingga tahun 2022 lalu, pengguna aktif harian Facebook di seluruh dunia sudah mencapai 2 miliar orang! Fantastis kan!?

Mulai dari masuknya Facebook ke Indonesia, udah banyak banget orang yang terhubung di Facebook, mulai dari terhubung dengan keluarga dan teman, sampai terhubung dengan bisnis.

Nah sekarang, Facebook mau bantuin Anda yang punya bisnis buat maksimalin pemasaran produk yang dijual.



Buat Toko Online Anda Jadi Lebih Profesional Dengan Facebook Page

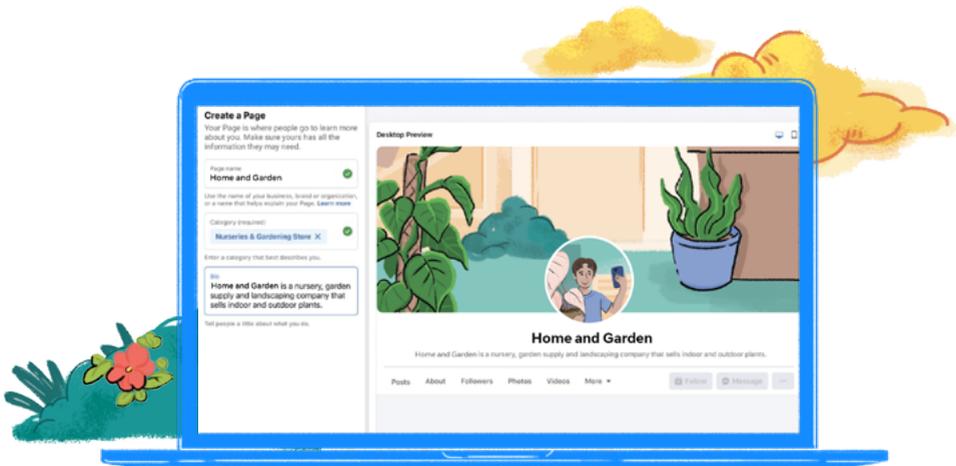
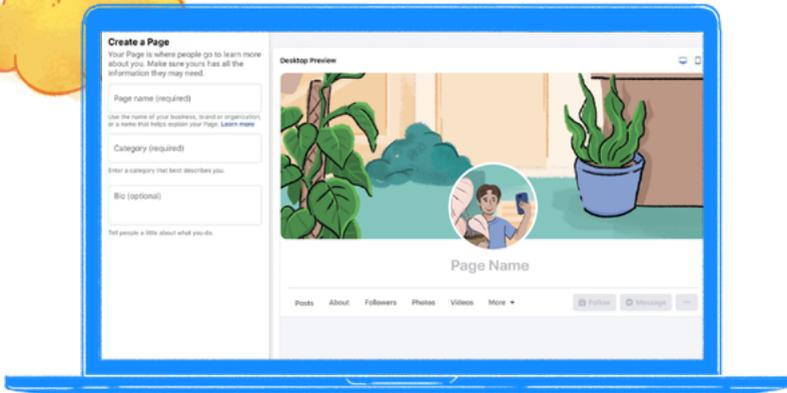
Hayo, siapa di sini yang masih jualan pakai akun Facebook pribadi? Anda wajib banget beralih ke **Facebook Page**!

Kenapa sih UKM perlu punya Facebook Page?

1. Dengan **Facebook Page**, Anda sebagai pemilik usaha bakal lebih mudah untuk menjual dan mempromosikan produknya.
2. Di sini Anda juga bisa mengiklankan produk yang dijual lewat **Facebook Ads Manager** yang nantinya bakal ditampilkan di Facebook Page dan Instagram Anda.
3. **Facebook Page** ini membantu banget untuk meningkatkan kemungkinan bisnis Anda ditemukan di kolom pencarian.
4. Yang terakhir dan yang paling penting, **Facebook Page** juga bisa jadi tempat untuk berinteraksi dengan para pembeli.

Udah tahu cara bikin Facebook Page belum?

1. Anda bisa akses <https://facebook.com/pages/create>
2. Tulis nama halaman/page Anda, Jangan lupa tulis yang sesuai dengan produk yang dijual!
3. Pilih **kategori (category)**. Nantinya, kategori ini bakal ngebantu calon pembeli untuk menemukan UKM sesuai dengan yang mereka butuh atau inginkan melalui kata kunci. Anda juga bisa loh ngisi lebih dari 1 kategori. Misalnya, kalau mau buka toko pakaian wanita, Anda bisa pilih kategori Pakaian, Toko Pakaian, dan Toko Pakaian Wanita.
4. Tulis **deskripsi (description)** untuk Page yang Anda bakal buat. Fungsi *description* ini nantinya untuk ngejelasin halaman tokomu. Contohnya, 'Toko Baju Modis, menjual berbagai pilihan pakaian wanita terbaru dengan kualitas impor dan harga terjangkau'.
5. Klik "**Create Page**" dan Facebook Page Anda udah jadi deh.

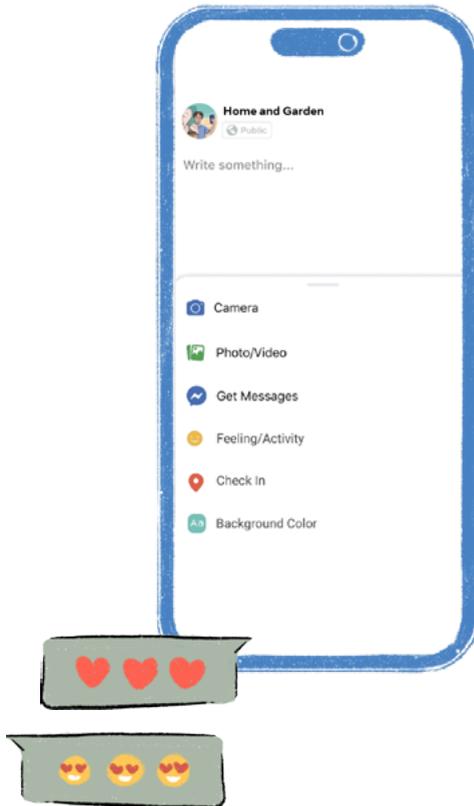


TIPS: Supaya Facebook Page Anda lebih menarik, jangan lupa pakai foto atau gambar logo perusahaan, ya! Anda juga bisa cantumin alamat toko supaya calon pembeli nggak kesasar nih kalau mau ke toko fisiknya.

Gimana sih cara kita sebagai pelaku UKM bisa promosiin bisnis kita lebih mantap lagi di **Facebook**?

Gampang banget! Beberapa fitur yang bisa bantu Anda adalah **Page Posts**, **Facebook Stories**, dan **Groups**.

Page Posts



Jadi, fungsi **Page Posts** sendiri adalah untuk ngasih informasi kepada pengikut (*followers*) dan calon pelanggan Anda karena **Page Posts** adalah cara tercepat untuk Anda bisa menjangkau orang-orang. Jadi kalau Anda jual pakaian kemeja, Anda bisa taruh foto kemeja dan keterangan seperti misalnya; “Kemeja Pria Formal, Harga Rp 150.000, Tersedia berbagai warna dan ukuran”.

Selain itu, ada 3 jenis **Page Posts** nih yang bisa dipakai yaitu **status posts**, **message posts**, dan **feeling** atau **activity posts**.

Facebook Stories



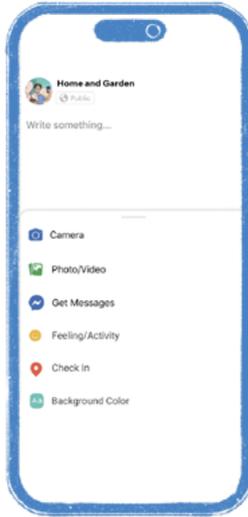
Facebook Stories adalah fitur buat Anda berbagi foto, video, dan teks dalam waktu tertentu. Karena **Facebook Stories** ini cuma bertahan selama 24 jam, fitur ini cocok banget Anda gunakan untuk berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen. Contohnya, Anda bisa posting yang isinya “Promosi Buy 1 Get 1 khusus HARI INI”, atau berbagi pengumuman lain yang sifatnya sementara.

Groups

Nah, abis produknya diposting di halaman, alangkah baiknya kalau Anda juga bergabung di **Groups**.

Grup atau **Groups** bisa banget untuk mempromosikan barang-barang kami ke orang-orang yang jadi target audiens. Efektif banget kan? Contohnya nih, buat Anda yang jual tanaman hias, Anda bisa gabung ke Groups “Forum Jual Beli Tanaman Hias Se-Indonesia” (bukan nama group sebenarnya).





KENALAN SAMA INSTAGRAM



Aplikasi berbagi foto dan video untuk tetap terhubung dengan teman, keluarga, dan orang-orang di berbagai belahan dunia lainnya.

Instagram punya **Reels** yang bisa langsung di-post ke Facebook. Dan, udah banyak nih pelaku UKM yang pake **Reels**.

Yuk simak gimana Instagram bisa membantu bisnis Anda!



Kenapa Anda WAJIB banget mengubah akunnya menjadi *Business Account*?

1. Dengan menggunakan akun bisnis (*business account*) Anda bisa menjadwalkan postingan untuk di-*upload* secara otomatis. Misalnya, kalau mau *upload* postingan jam 8 pagi, Anda bisa menyiapkan dan menjadwalkan konten di malam sebelumnya. Nantinya, konten akan otomatis ter-*upload* jam 8 pagi.
2. Anda juga bisa ngeliat kinerja akun Anda lewat *insight* yang lebih komplit. Anda bisa melihat berapa banyak orang yang mampir ke akun Instagram Anda, selain itu juga bisa melihat lokasi dan jenis kelamin. Gunanya apa sih? Ya biar Anda bisa lebih paham soal target pasar bisnisnya.
3. Akun bisnis (*business account*) juga bisa ningkatin *reach* atau jumlah akun unik yang melihat konten Anda dengan fitur **Instagram Ads**, seperti **Promoted Post** dan **Boost Post**.



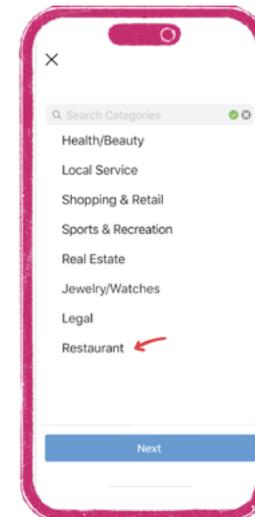
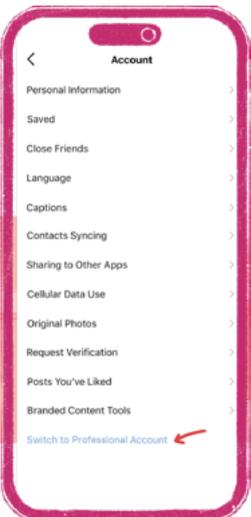
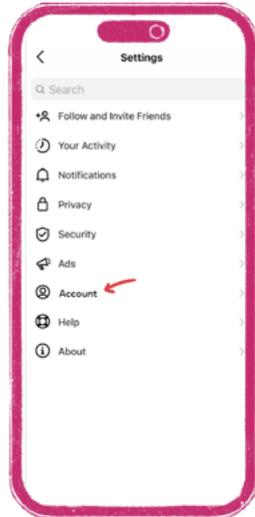
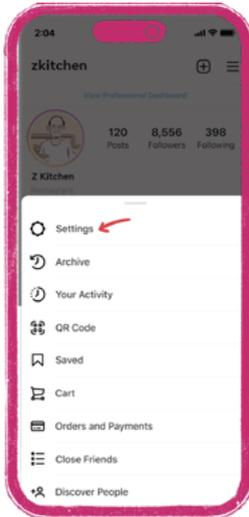
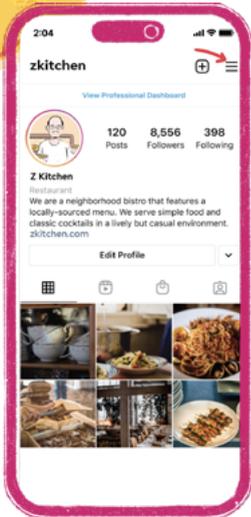
4. Akun bisnis juga punya fitur yang namanya **Public Business Information**. Fitur ini memungkinkan Anda untuk menambahkan kontak, email, dan alamat. Jadi calon pelanggan nggak akan bingung untuk menghubungi Anda. Oh iya, Anda juga bisa bikin *quick reply* untuk balas pesan dengan cepat.
5. Yang terakhir, Anda bisa banget minta pembeli dan calon pembeli untuk *swipe up* di **Instagram Stories**. Tujuannya biar mereka lebih gampang untuk buka website toko *online* Anda.

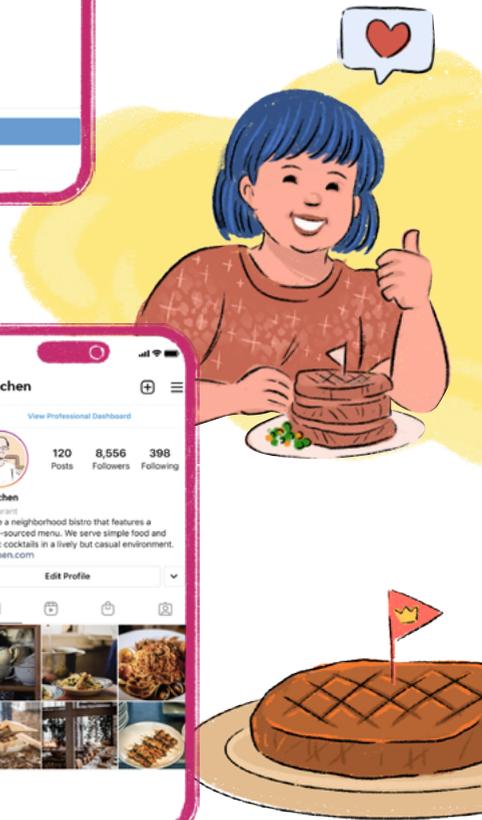
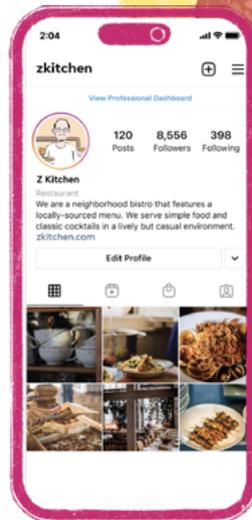


Terus, Gimana Caranya Ngubah ke Akun Bisnis? Begini Caranya!

1. Buka profil Anda dan ketuk  di pojok kanan atas.
2. Klik  **Settings**.
 - Untuk beberapa akun, opsi **Beralih ke Akun Profesional** akan dicantumkan langsung bawah **Settings**.
3. Klik **Akun**.
4. Klik **Beralih ke Akun Profesional**.
5. Klik **Lanjutkan**.
6. Pilih **Kategori** untuk bisnis Anda dan klik **Selesai**.
7. Klik **OK** untuk konfirmasi.
8. Klik **Bisnis**.
9. Klik **Berikutnya**.
10. Tambahkan detail kontak dan klik **Berikutnya**. Atau klik **Jangan gunakan info kontak saya** untuk melewati langkah ini.
11. Jika mau, Anda bisa mengikuti langkah-langkah untuk menghubungkan akun bisnis ke Halaman Facebook yang terkait dengan bisnis Anda. Langkah ini opsional, tetapi akan memudahkan Anda menggunakan semua fitur yang tersedia untuk bisnis di jajaran aplikasi Facebook. Saat ini, hanya satu Halaman Facebook yang bisa dihubungkan dengan akun bisnis Anda.
12. Klik **X** di sudut kanan atas untuk kembali ke profil Anda.



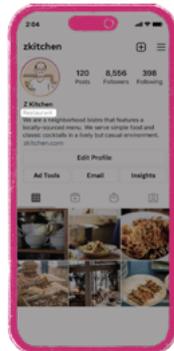
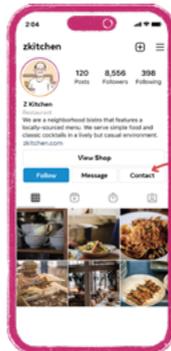
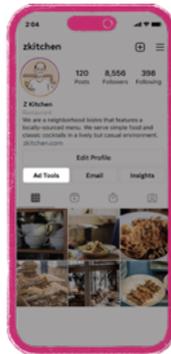




Yuk, Beralih ke Akun Bisnis!

Ternyata masih ada lho, yang pakai akun pribadi buat usaha. Nah, kalau misalnya Anda salah satunya, bisa nih langsung aja beralih ke akun bisnis. Kenapa? Soalnya banyak banget **keuntungan** yang Anda bisa dapetin, khususnya sebagai pelaku UKM.

1. **Akses insight** untuk mengetahui performa postingan dan mengukur apakah usaha promosi Anda berhasil atau tidak
2. **Fitur tombol kontak**
3. **Label industri**
4. Fitur menambahkan tautan (**link**) ke Instagram Story
5. Bisa Promosikan bisnis Anda di Instagram dan membuat postingan promosi

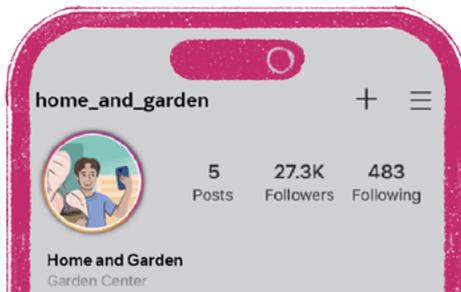


Saat Ingin Berjualan di Instagram, Langkah Awal Apa yang Perlu Dilakukan?

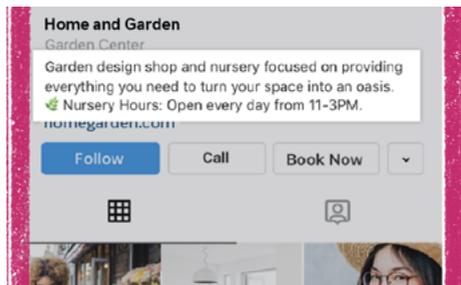
Pada saat baru akan berjualan, Anda perlu tahu kalau ada tahap di mana para calon pembeli harus kenalan dulu sama produk kamu, dan kamu bisa melakukan fase “kenalan” itu di media sosial kamu pakai konten-konten yang menarik!

Langkah 1: Kasih tahu dulu produk Anda itu apa sih. Caranya gimana?

1. Buat **foto profil** semenarik mungkin. Tunjukkan juga produk yang Anda jual! Misalnya Anda jualan tumbuh-tumbuhan, **foto profilnya** ya JANGAN gambar makanan.



2. Tulis nama pada **profil, username, dan keterangan di bio** secara jelas! Infrom nomor yang bisa dihubungi, daerah jualan di mana, dan apa yang Anda jual.



3. Nah, kalo udah cakep, lanjut ke step kedua yuk!



Langkah 2:

Bikin strategi konten biar nggak asal posting!

1. Bikin *content* mulai dari fotonya apa, *caption* atau tulisannya apa, itu perlu kita pikirin biar nanti orang pas baca dan liatnya nggak bingung!
2. Bikin 3 postingan pertama sebagai tempat Anda jelasin produk dan usaha Anda secara detail! Nggak ada salahnya untuk nge-*pin* tiga postingan itu, supaya postingan itu ada di atas **Instagram Feed** Anda.
3. Mulai bikin promosi, kuis, *giveaway* kecil-kecilan dan diiklanin! Lumayan buat nambah *awareness* dan *followers*.
4. Konsisten ngonten! Nggak perlu posting tiap hari biar kesannya nggak spam. Bisa posting 3 kali aja dan lebih interaktif di **Instagram Story**.



PRO TIPS



UTAMA SPICE
SUSTAINABLE LIVING PRODUCTS

Ria Templer

Director of Utama Spice

1. Cerita alias *story*. Yes, unsur ini penting banget untuk bikin sebuah strategi konten yang bisa membantu perkembangan bisnis kamu. Dengan adanya jalan cerita, Anda sama saja dengan berjualan secara halus atau *soft selling*. Melihat audiens di era sekarang, *soft selling* meminimalisir persepsi buruk terhadap bisnis atau produk Anda. Misalnya, Utama Spice meng-upload Instagram Reels tentang perkebunan pohon kelapa yang dirawat dengan cara-cara berkelanjutan sebagai prinsip bisnis mereka.
2. Pastikan kalau kamu selalu melakukan *content mirroring*. Teknik ini artinya kamu selalu memposting materi unggahan yang di seluruh media sosial kamu. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang seragam kepada seluruh pelanggan dan calon pelanggan kamu.



Gunain Tips Ini Biar Bisnis Anda di Instagram Auto CUAN!

1. Kuatin *Branding* Usaha

Bikin konten **Reels** dan **Instagram Stories** yang unik. Kalau OK, bisa jadi tren dan *brand* Anda bakal dikenal lebih luas.

PRO TIPS



Anneke Putri Purwidyantari

CEO & Founder Ramu Padu Nusantara

1. Seperti membesarkan seorang anak, memperkuat posisi *brand* kita di pasar harus dimulai dengan pertanyaan, “Kita mau yang seperti apa ya?”. Hal ini menjadi penting karena akan memengaruhi penentuan identitas *brand* (nama *brand*, warna *brand*, persona *brand*, dll). Kalau melihat dari Ramupadu sendiri, *brand artisan tea and tisane* ini bisa diibaratkan sebagai seseorang yang sangat menyukai ketenangan, meditasi, *slow-living*. Gampangnya, kayak mereka-mereka yang Anda suka lihat di Ubud. Kira-kira udah kebayang belum nih? 😊
2. Lebih baik kalau misalnya Anda mulai menentukannya menggunakan format *business model canvas* atau analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*).
3. Berkaitan dengan pelanggan, Anda juga harus mempelajari dengan benar apa saja nilai-nilai dan karakteristik dari target pelanggan Anda.
4. Gunakan platform-platform dari Meta bukan serta merta untuk berjualan ya, tetapi juga untuk menjaga loyalitas dari para pelanggan Anda yang sudah ada 😊.

2. Buat Ciri Khas Usaha

Anda bisa tampil dengan ciri khas yang bisa bedain usaha Anda dengan usaha lain. Misalnya, produk yang dijual adalah kemeja. Nah, apa yang membedakan kemeja yang Anda jual dengan kemeja lainnya? Dengan begini, para pelanggan dan calon pelanggan bisa dengan mudah mengingat produk yang Anda jual.

3. Kerja Sama Bareng Kreator

Kerjasama dengan kreator atau *influencer* udah banyak dilakukan oleh pelaku bisnis, termasuk skala UKM. Yang harus diperhatikan adalah, Anda harus jeli memilih kreator yang sesuai dengan bisnis yang Anda jalankan dan audiens yang ingin Anda raih. Nah, untuk lebih lengkapnya, silakan akses halaman **Konten Kreator** ya!

Sekarang, simak dulu nih dua fitur di Instagram yang bisa Anda manfaatin saat berkolaborasi dengan kreator konten!





Collaboration post

Collaboration post itu artinya Anda posting bareng Influencer. Bukan barengan kayak dia posting dan Anda posting, tapi antara Anda dan influencer posting 1 content yang sama dan tersambung. Lumayan banget bisa nambah *followers* dan juga biar bisnis Anda tambah dikenal!

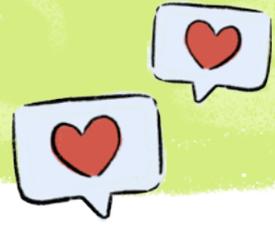
Branded content

Branded content ini sedikit beda dari **collaboration post**. Bedanya, kalau **Branded content**, si influencer ini akan nge-*tag* akun Instagram bisnis Anda secara resmi dan audiens akan tahu kalau postingan ini adalah postingan kerjasama dengan usaha Anda. Udah kebayang belum bedanya di mana? Sederhananya, Anda nggak perlu posting kontennya dan kontennya tidak akan muncul di feed Anda.



KENALAN SAMA WHATSAPP





Selain menjadi salah satu aplikasi perpesanan yang paling banyak digunakan di dunia, WhatsApp kini menjangkau pemilik usaha kecil dan menengah melalui **WhatsApp Business**.

Yuk, ketahui apa saja yang dapat dilakukan **WhatsApp Business** dan cara memanfaatkannya untuk meningkatkan kualitas bisnis Anda.



Pasti Anda Udah Sering dong Pakai WhatsApp. Tapi, Udah Tahu Belum Kalau Pakai WhatsApp untuk Bisnis tuh Menguntungkan?

Sedikit info nih WhatsApp memiliki **WhatsApp Business** untuk mempermudah Anda mengembangkan bisnis.

1. Pesan Otomatis (*auto-reply*)

Dengan **WhatsApp Business**, Anda bisa pakai **Pesan Otomatis** (auto-reply) agar tetap *fast response* ke pelanggan yang bisa ditentukan waktu kirimnya.

2. Tampilan Yang Nggak Ribet

Pakai **WhatsApp Business** juga nggak ribet kok! Secara visual **WhatsApp Business** sudah didukung dengan tampilan yang sederhana dan nggak rumit, jadi teman-teman nggak perlu belajar lagi untuk mengoperasikan aplikasinya.

3. Popularitas Meningkat

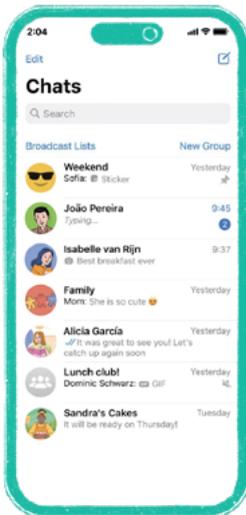
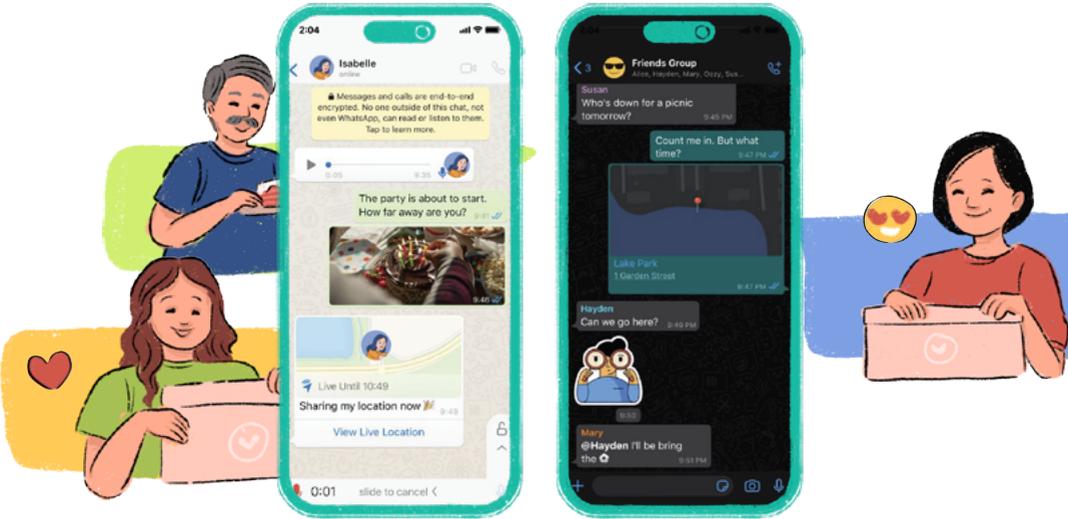
Selain itu, **WhatsApp Business** nih bisa meningkatkan popularitas produk dan bisnis Anda juga! Dengan banyak orang lain tau akan bisnis juga produk-produknya, bisnis Anda bisa makin eksis dan makin loyal nih pelanggan teman-teman.



Kenali Beragam Jenis Akun WhatsApp

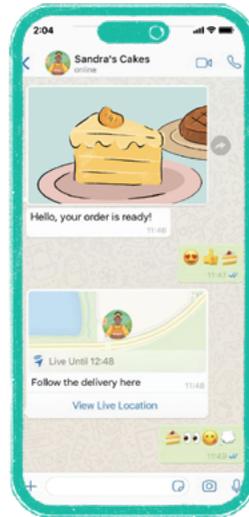
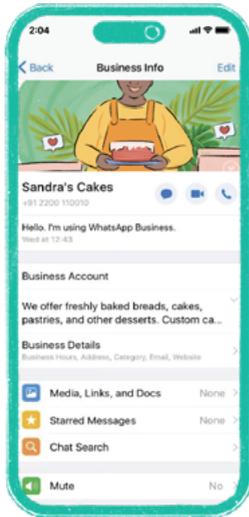
1. WhatsApp Messenger

Yang digunakan untuk ngobrol sehari-hari sama temen, keluarga, orang kantor, gebetan, dan lainnya.



2. WhatsApp Business App

Cocok buat Anda yang punya usaha. Pada prinsipnya sama dengan WhatsApp Messenger, tapi ada beberapa fitur tambahan seperti **Katalog**, **Auto Reply** dan **Label**, sampe juga bisa ngasi tau jam kerja bisnis Anda.

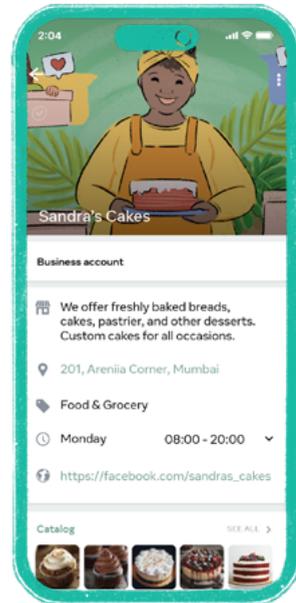
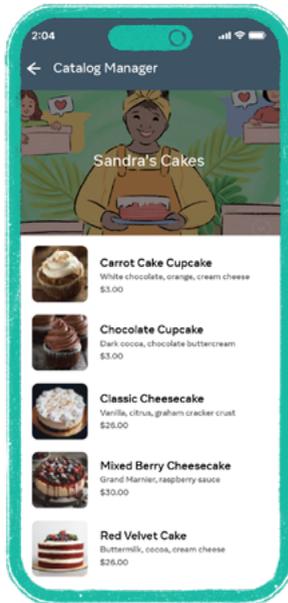


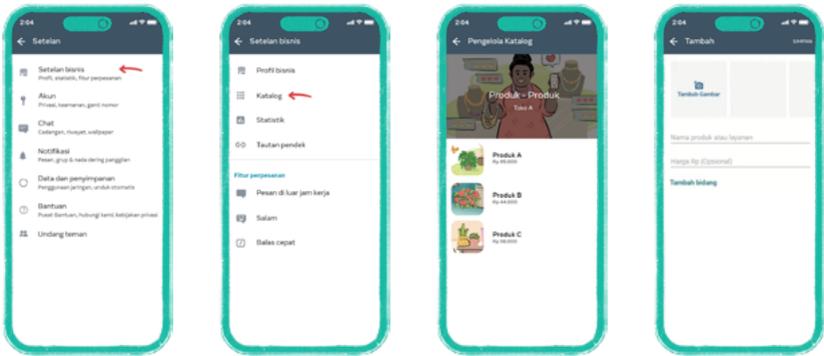
Fitur-Fitur WhatsApp Business

“Duh, repot banget nih balas *chat* dan pertanyaan dari pelanggan satu-satu, banyak yang terlewat lagi!” Tenang, nih kenalan sama fitur **WhatsApp Business** yang bikin Anda Auto Rileks!

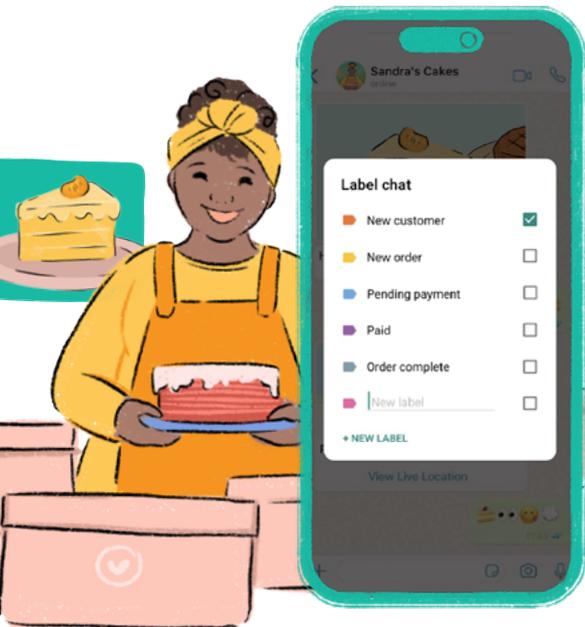
1. Catalog

Catalog atau **katalog** ini fungsinya buat Anda bisa memamerkan gambar produk dan layanan kita di etalase akun **WhatsApp Business**. Di sini kita juga bisa mengelompokkan barang serupa ke dalam koleksi barang dagangan kita, jadi calon pelanggan bisa lihat-lihat langsung produk yang Anda tawarkan.

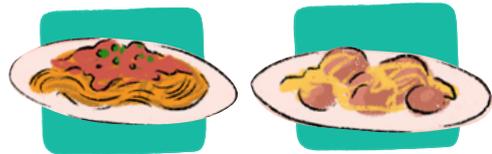




2. Label

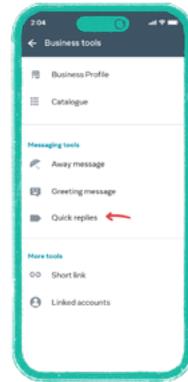
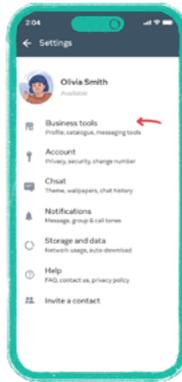
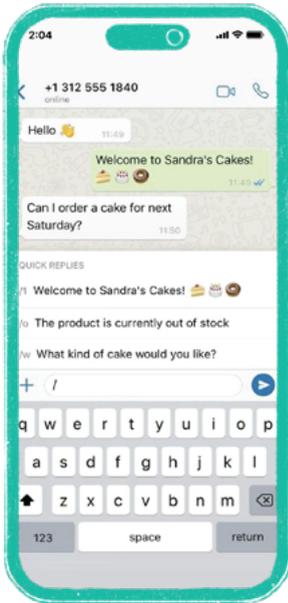


Kalau fitur **Label** ini bisa Anda pakai untuk mengatur dan filter percakapan pelanggan yang penting supaya Anda bisa dengan cepat menemukan dan merespon pesan yang penting.



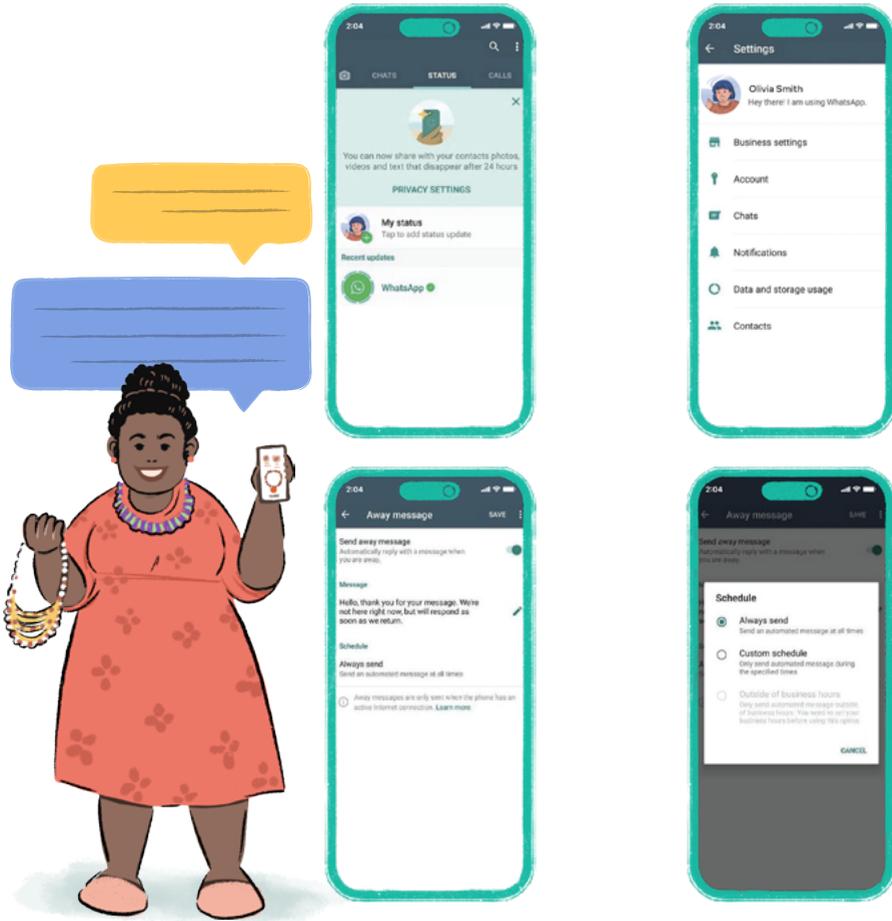
3. Quick Reply

Nah, fitur **Quick Reply** ini fungsinya untuk membuat pesan yang sering Anda kirimkan untuk menjawab pertanyaan umum dengan mudah. Contohnya, kalau ada pesan masuk yang menanyakan soal list harga dari barang yang Anda jual, Anda bisa langsung kirim pesan lewat **Quick Reply** ini berupa list harga yang sudah disiapkan.



4. Away Message

Yang terakhir tapi nggak kalah penting, ada fitur **Away Message** nih biar Anda bisa secara otomatis balas chat masuk di luar jam kerja untuk memberitahu pelanggan kapan Anda akan kembali TANPA perlu buka WhatsApp. Contohnya, kalau ada chat masuk di luar jam kerja, Anda bisa atur isi **Away Message**-nya dengan pesan seperti ini:



PRO TIPS



Hasrul, S.IP

Founder dan Komisioner Utama Arentim

Fitur Catalog Jadi Kunci Awal Menarik Calon Pelanggan

1. Catalog adalah fitur yang memudahkan tidak hanya pembeli, tetapi juga kita sebagai penjual karena Catalog dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar yang biasanya ditanyakan calon pembeli (misalnya, harga dan fitur produk). Oleh karenanya, pastikan Catalog anda mengandung informasi produk selengkap mungkin ya!
2. Dalam judul produk di Catalog, usahakan untuk langsung menyebutkan kelebihan dari produk. Misalnya, Arentim menuliskan “Gula Aren Serbuk Asli dari Pohon Nira” supaya calon pelanggan langsung mengetahui kelebihan produk Anda dibandingkan kompetitor.
3. Karena salah satu karakteristik pelanggan sekarang adalah mempercayai transaksi yang terjadi di e-commerce, tambahkan call to action di deskripsi produk. Mungkin Anda bisa menambahkan ajakan seperti: “Tunggu apa lagi? Yuk check out sekarang di (link toko Anda di e-commerce)!”





KONTEN KREATOR DI INDONESIA



Menurut survei dari Statista tentang pemasaran *influencer* yang dilakukan di Indonesia², kampanye yang bergantung sama *reach*, *engagement*, *impression* itu lebih umum. Sekitar 56% dari kampanye jenis ini tuh dilakuin sama para kreator!

²Statista (2023), Share of Influencer Marketing Campaigns in Indonesia per October 2022



Berdasarkan survei yang masih dilansir oleh Statista, **Facebook** jadi platform paling favorit kreator di Indonesia. Di urutan kedua tebak ada siapa? Yes! Jawabannya adalah **Instagram**. Tapi, para kreator ini kalau ada kampanye tertentu, lebih sering pakai **Instagram** dengan angka 70%.

Gimana sih Cara Memilih Kreator Yang Tepat untuk Bisnis Kita?

Singgung dikit lagi soal kreator yuk! Ada beberapa hal yang Anda bisa lakuin untuk memilih kreator atau *influencer* yang cocok buat bisnis Anda, nih disimak ya!

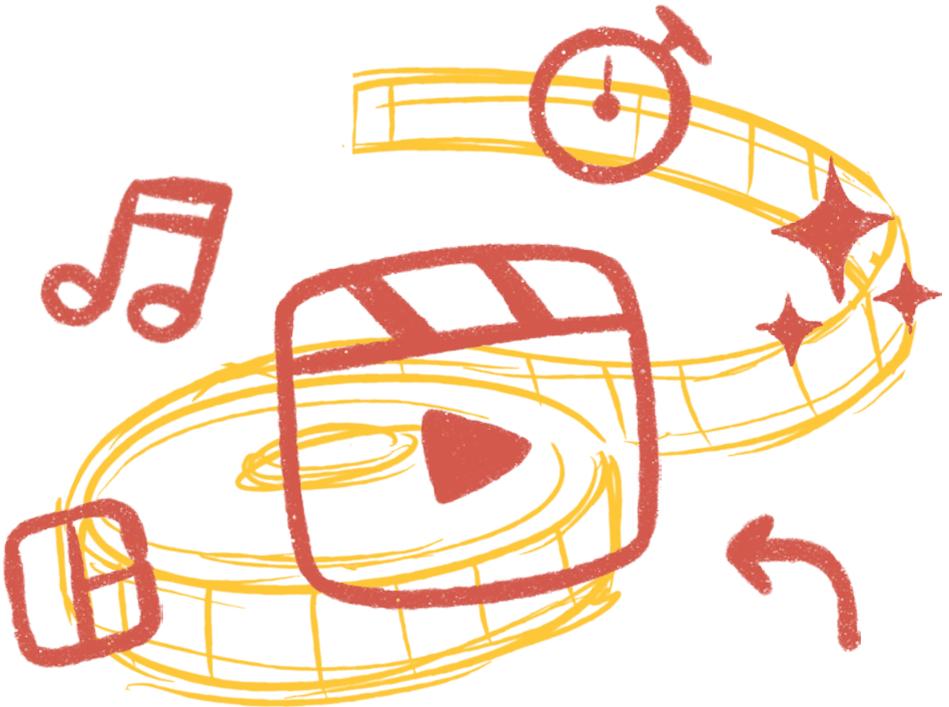
- 1. Pahami target pasar dari kreator,** Dengan **WhatsApp Business**, Anda bisa pakai **Pesan Otomatis (Auto Reply)** agar tetap *fast response* ke pelanggan yang bisa ditentukan waktu kirimnya.
- 2. Kreator nggak harus selaras sih, asalkan konten-konten dia memang selaras dengan strategi pemasaran dan cerita dari brand dan produk Anda.** Misalnya, Anda punya bisnis kue kering buat Lebaran, bisa aja kerjasama bareng kreator komedi, karena Anda ingin kue kering Anda dinikmati bersama-sama dengan penuh keceriaan dan kehangatan. :)
- 3. Pahami cara kreator konten atau influencer berkomunikasi atau berinteraksi dengan followers-nya.** Hal ini penting karena nantinya akan berpengaruh dengan identitas produk atau kampanye Anda. Pokoknya, harus teliti ya supaya nanti jangan sampai salah *branding*!





REELS

Reels merupakan fitur **Instagram** dan **Facebook** untuk merekam dan mengedit video pendek, maksimal durasi 90 detik. Fitur ini dilengkapi dengan tambahan musik, efek, voiceover, dan remix. Setiap pengguna dapat mengatur **Reels** sesuai dengan kebutuhannya.

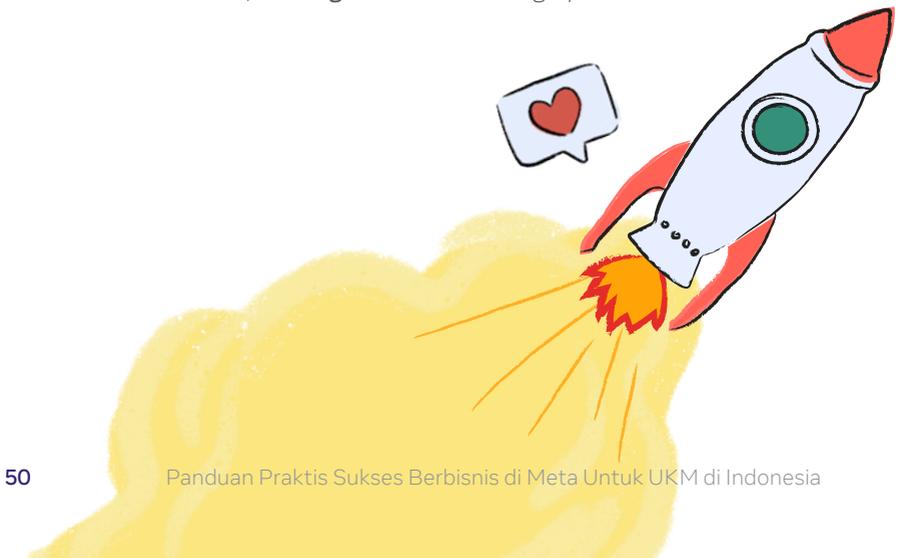


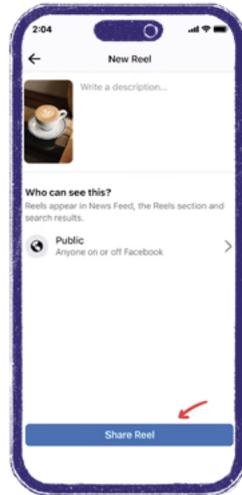
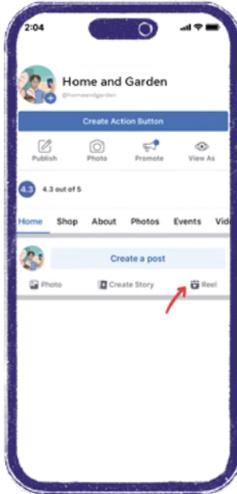


Promosi Lewat Reels

Facebook

1. Buka aplikasi **Facebook**. Eits, jangan lupa pastikan kalau aplikasi Anda udah versi yang paling baru!
2. Pergi ke **Halaman (Page)** bisnis Anda. Kalau kesulitan untuk cari **Halaman** Anda, ketik nama bisnis Anda di kolom pencarian.
3. Setelah berada di **Halaman (Page)**, klik **Reel** di bawah **Buat Postingan**.
4. Setelah memilih **Reel**, Anda bisa menambahkan video ke **Reel** dengan dua cara:
 - Cara pertama, klik tombol **Rekam** untuk menambahkan video baru. Di sini Anda bisa mulai ngerekam video yang mau Anda *upload* ke **Reel**.
 - Cara kedua, klik ikon foto di pojok kiri bawah untuk menambahkan klip video ke **Reel** Anda. Anda bisa pakai ini untuk ambil video yang udah Anda rekam sebelumnya untuk jadi **Reel**.
5. Tulis deskripsi **Reel** Anda.
6. Pilih penonton **Reel** Anda. Perlu diingat, **Reel** Anda bakal secara otomatis terunggah dengan status “publik”, kecuali untuk anak di bawah umur yaa!
7. Terakhir, klik **Bagikan Reel** untuk nge-*post* **Reel** Anda.





Instagram

1. Buka aplikasi **Instagram**. Pastikan aplikasi Anda udah versi yang paling baru ya!
2. Pergi ke profil akun bisnis Anda.
3. Setelah Anda berada di halaman profil, klik tombol “+” pada sisi kanan atas.
4. Setelah memilih **Reel**, Anda bisa menambahkan video ke **Reel** dengan dua cara:

Unggah dari galeri

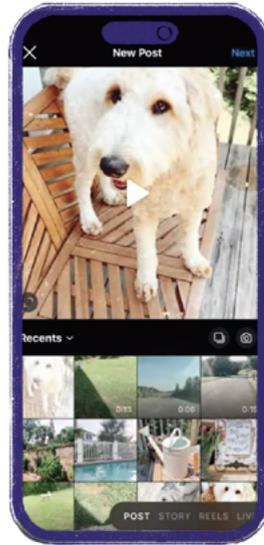
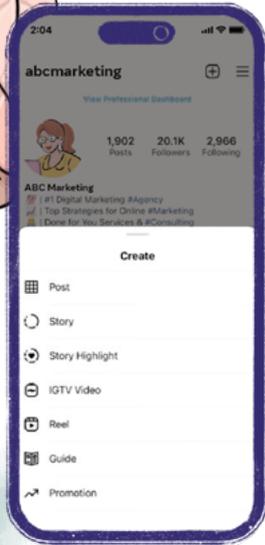
- Klik rol kamera
- Pilih video atau foto yang ingin diunggah
- Pindahkan sisi bingkai untuk mengubah durasi gambar atau video
- Klik **Tambah** untuk melanjutkan

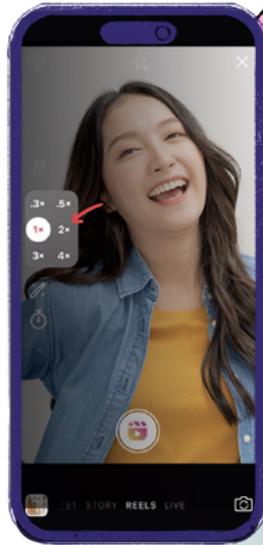
Rekam video baru

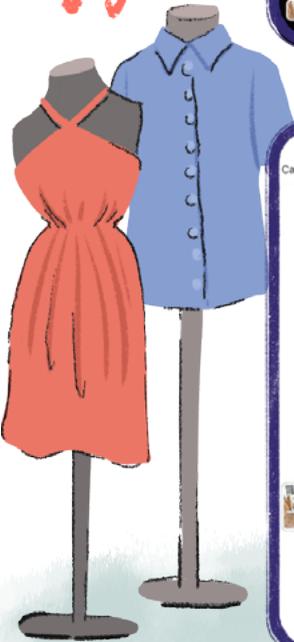
- Klik tombol di tengah layar untuk membuat **Reel**
- Klik tombol sekali lagi untuk menghentikan perekaman

5. Edit foto atau video sesuai dengan yang Anda inginkan.
6. Tulis caption, pilih sampul (*cover*).
7. Klik **Bagikan**.





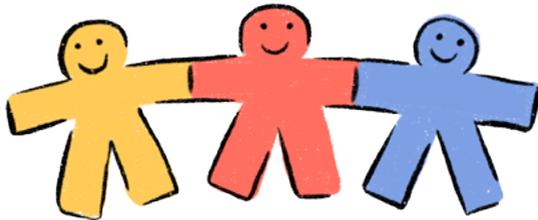




Gimana Reels Bisa Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis Anda?

Anda tau ngga sih, kalau ternyata **Reels** bisa bikin bisnis kita berkembang? Nih, kita kasih tahu keunggulan yang dimiliki sama **Reels**!

- 1. Reels** bisa jadi cara terbaik untuk “pamerin” usaha kita, seperti nawarin apa sih manfaat dari bisnis kita.
- 2. Reels** bisa jadi alat efektif yang nunjukin hal-hal baru yang sifatnya musiman atau perlu cepat diketahui oleh konsumen (misalnya: produk spesial Lebaran, diskon atau *voucher* gratis ongkir, atau bahkan peluncuran produk baru).
- 3. Reels** akan mempengaruhi keputusan pembeli untuk beli produk Anda melalui beberapa informasi yang Anda *upload*!
- 4.** Terakhir dan yang nggak kalah penting, **Reels** bisa menghubungkan Anda dengan lebih banyak orang sehingga pembeli bisa merasa lebih terlibat dalam seluruh proses transaksi.



PRO TIPS

MySkill

Angga Fauzan

CEO & Co-founder MySkill

1. Hal paling dasar adalah mengetahui siapa audiens Anda, apa masalah mereka, atau motivasi mereka terhadap produk kita. Nah dari sini, Anda bisa mulai membuat konten yang sesuai. Dalam hal ini, Anda perlu sering-sering explore *storytelling* dan format konten yang pas dengan audiens. Misalnya, **MySkill** terus bereksperimen dalam pembuatan konten **Instagram Reels** tentang tips *interview* dengan berbagai format.
2. Usahakan tidak membuat konten **Instagram Reels** yang terlalu panjang, ya! Waktu yang ideal adalah sekitar 15-30 detik dan pastikan pesan yang ingin disampaikan bisa segera dipahami. Sebagai tambahan, pastikan kualitas gambar dan audio jelas. Anda juga bisa nih menggunakan teks yang mudah terbaca dan musik yang sedang *nge-trend* sebagai pendukung.



PROMOSIKAN BISNIS ANDA LEWAT PLATFORM- PLATFORM META

Tentang Iklan di Facebook dan Instagram

Ngomong-ngomong tentang Ads, sudah tau gimana bikin ads atau iklan di **Facebook**, **Instagram**, dan **WhatsApp**? Jangan sungkan untuk beriklan, karena ini bisa membuat usaha Anda lebih terlihat oleh lebih banyak orang.



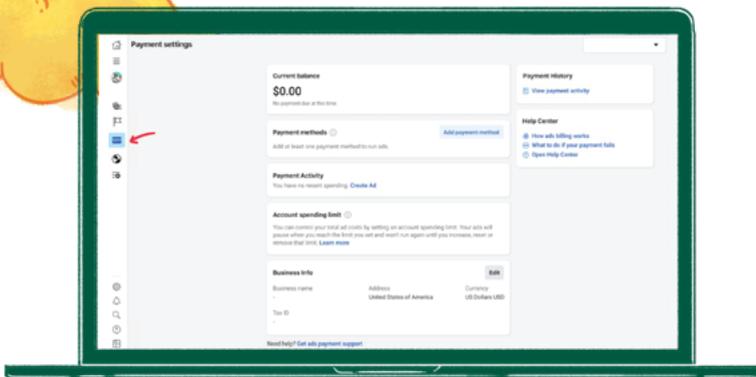
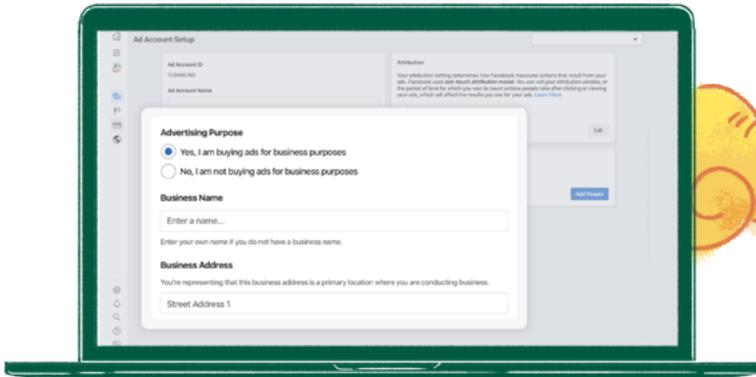
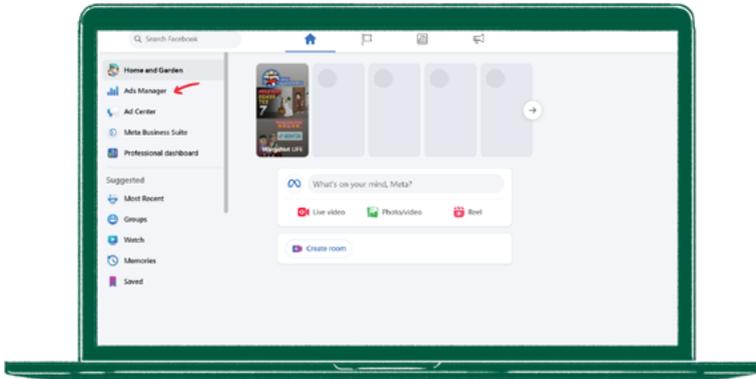
Kenalan sama Meta Ads Manager Yuk! _____

Kalian bisa menggunakan layanan **Meta** yang berjudul **Meta Ads Manager** dengan mengakses tautan <https://adsmanager.facebook.com/> atau langsung melihatnya di **halaman Facebook** Anda.

Selanjutnya, simak cara-cara berikut untuk menggunakan **Meta Ads Manager** tersebut:

1. Buka **Beranda (Home) Facebook** Anda.
2. Di sisi kiri halaman, di bawah **Jelajahi (Explore)**, klik **Pengelola Iklan (Ads Manager)** untuk melihat pengaturan akun iklan Anda. Anda juga dapat *download* aplikasi **Pengelola Iklan (Ads Manager)** di gadget Anda. Nomor ID akun, mata uang, dan zona waktu akan secara otomatis diatur berdasarkan lokasi Anda.
3. Di bawah opsi untuk mata uang dan zona waktu, pilih **tujuan periklanan, nama bisnis, dan alamat bisnis Anda**. Informasi ini untuk keperluan legalitas ya, karena mungkin ada batasan pada jenis iklan tertentu di beberapa wilayah.
4. Klik **Ubah** setelah selesai.
5. Selanjutnya, klik **ikon kartu kredit** di sebelah kiri untuk mengatur metode pembayaran.
6. Cek saldo Anda.
7. Lihat saldo Anda.
8. Masukkan **metode pembayaran** Anda. Anda dapat menambahkan lebih dari satu metode.
9. Tetapkan **batas pengeluaran** akun Anda. Hal ini memungkinkan Anda untuk pasang iklan sesuai anggaran dengan menjeda iklan-iklan Anda saat batasnya terlewati.





Beriklan di Facebook

Pernah nggak liat iklan di **Facebook**? Penasaran nggak sih kenapa banyak yang promosi produk lewat iklan di **Facebook**? Sini kita bisikin rahasianya!

Beriklan di **Facebook** memungkinkan Anda untuk menjangkau orang-orang yang berpotensi jadi calon pembeli produk atau jasa bisnis Anda. Lebih kerennya lagi, iklan di **Facebook** - dan di seluruh platform **Meta** - bisa diatur untuk mengikuti lokasi, minat, umur, dan faktor lainnya biar sesuai sama target pembeli bisnis Anda.

Iklan juga bisa naikin jumlah pengunjung ke akun kita sehingga makin banyak calon pembeli yang datang dan liat-liat produk yang dijual di akun **Facebook** kita sendiri. Kok bisa? Iya, soalnya teknologinya udah didesain biar sesuai sama tujuan bisnis Anda semua lho! Canggih kan?

Terus gimana ya caranya bikin iklan dari Facebook Page?

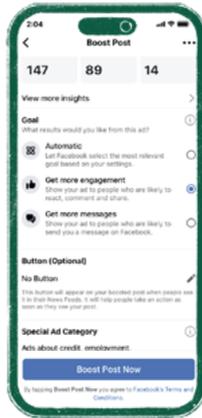
Nah sebelumnya, Anda perlu tahu dulu nih ada dua jenis iklan yang bisa disebar di **Facebook**:



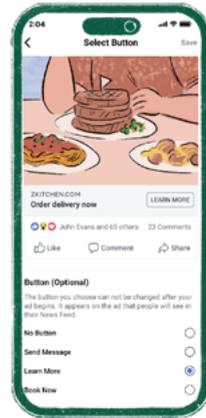
Nah, kalau Anda pilih opsi **nomor 1** karena lebih cepat dan praktis, gini nih cara-cara bikin iklannya:



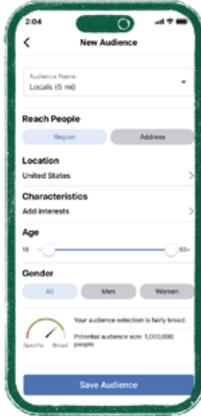
1. Pilih postingan yang Anda mau iklanin



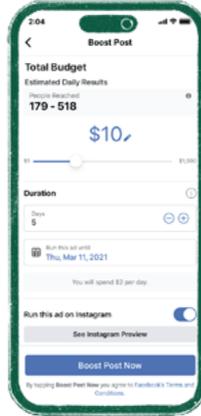
2. Pilih tujuan dari penayangan iklannya. Anda bisa pilih antara mau bikin orang-orang jadi *like*, *comment*, dan *share* postingannya, mau bikin orang-orang ngobrol sama Anda di **Facebook**, atau mau **Facebook** aja yang pilihin juga bisa!



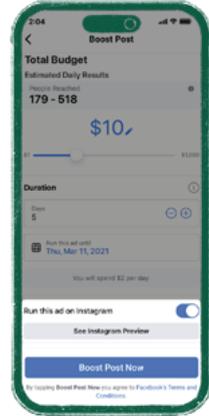
3. Tentuin tombol yang bisa diklik sama calon konsumen. Tombol ini bisa ngarahin konsumen untuk baca lebih jauh tentang iklannya, kirim pesan ke akun Anda, atau order barangnya langsung.



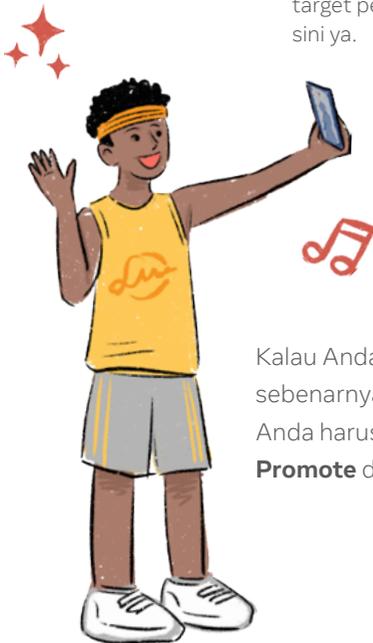
4. Tentuin audiens yang akan ngeliat iklan Anda. Anda bisa tentuin umur, lokasi, dan gender dari target pembeli di sini ya.



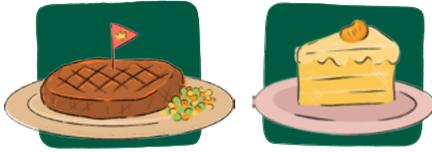
5. Tentuin harga dan durasi tayang iklannya. Harga di sini akan menentukan seberapa luas audiens yang dijangkau sama iklannya. Kalau Anda baru mulai pasang iklan, mungkin bisa dari yang kecil dulu seperti Rp10.000.



6. Tentuin apakah Anda mau iklannya muncul di Facebook aja atau di Instagram juga.



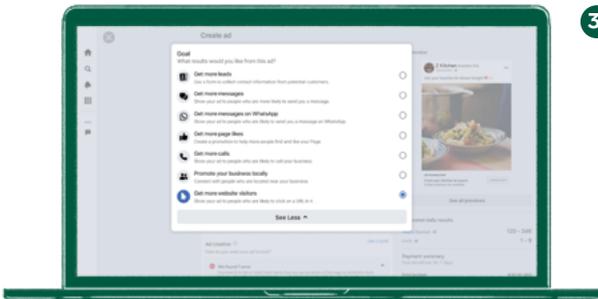
Kalau Anda lebih memilih opsi **nomor 2**, cara-caranya sebenarnya kurang lebih sama aja. Bedanya, untuk opsi ini, Anda harus siapin materi iklan yang baru dan klik pada bagian **Promote** di bagian ini!



1. Siapin materi iklannya.

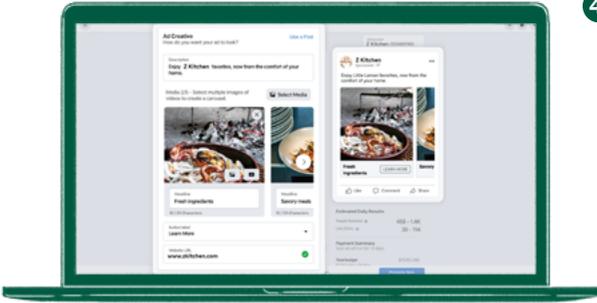
Kayak yang udah disebutkan sebelumnya, opsi nomor 2 ini khusus untuk jenis iklan yang belum pernah Anda upload kontennya sebelumnya.

2. Klik Promote pada akun Facebook Page bisnis Anda.



3. Pilih tujuan dari penayangan iklannya.

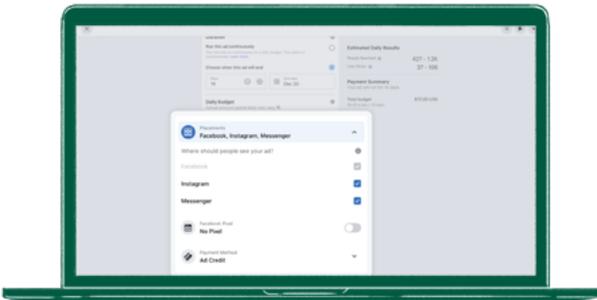
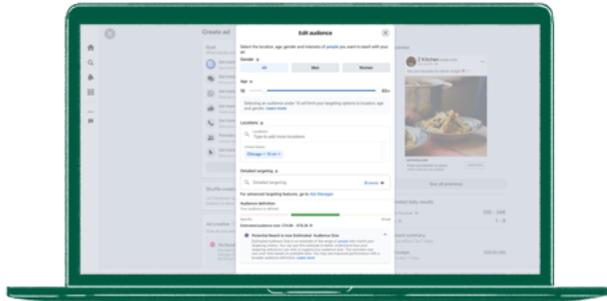
Anda bisa pilih antara mau bikin orang-orang jadi *like*, *comment*, dan *share* postinggannya, mau bikin orang-orang ngobrol sama Anda di Facebook, atau mau Facebook aja yang pilihin juga bisa!



4. Unggah materi iklan yang sudah Anda siapkan. Pada tahapan ini, Anda juga bisa langsung tambahkan *caption*, tombol arahan, bahkan sampai mengarahkan ke *website* bisnis Anda kalau ada.

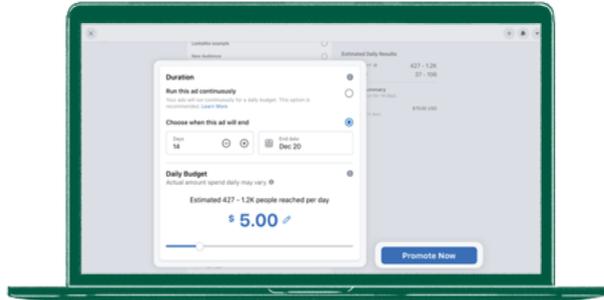


5. Tentukan audiens yang akan ngeliat iklan Anda. Anda bisa menentukan umur, lokasi, dan jenis kelamin dari target pembeli di sini ya.



6. Tentukan apakah Anda mau iklannya muncul di Facebook aja atau di Instagram dan Messenger juga.





7. **Tentukan harga dan durasi tayang iklannya.** Harga di sini akan menentukan seberapa luas audiens yang dijangkau sama iklannya. Kalau Anda baru mulai pasang iklan, mungkin bisa dari yang kecil dulu seperti Rp10.000.



8. **Bedanya bikin iklan pake “New Asset” atau aset baru dan “Use Existing Post” atau gunakan post yang sudah ada, itu apa sih?** Bedanya, kalau Anda pake **aset baru**, artinya Anda mengiklankan postingan tersebut tapi nggak muncul di profil atau *feed* Anda, karena hanya disebar untuk iklan. Tapi, kalau Anda beriklan menggunakan **postingan yang sudah ada** di Feed Anda, angka seperti *likes*, *comments*, *shares* akan meningkat karena yang digunakan untuk beriklan adalah postingan tersebut.

Collaborative Ads: Spesial Buat Anda Yang Sudah Punya Katalog di Marketplace!

Meta sadar bahwa banyak banget teman-teman UKM yang sebenarnya udah punya akun *marketplace* untuk memasarkan produk-produknya. Melihat hal ini, Meta juga punya lho fitur yang bisa menghubungkan katalog produk Anda di *marketplace* dengan **Facebook**.

Sederhananya, fitur ini memungkinkan para calon pembeli untuk melihat katalog produk Anda di *marketplace* di laman **Facebook** mereka. Apabila mereka tertarik, mereka bisa langsung mengklik katalog yang muncul dan nanti mereka akan diarahkan ke laman *marketplace* Anda. Jadi gampang banget kan?

Tanpa berlama-lama, langsung aja yuk Meta kasih tau gimana cara pasang iklan jenis ini!

Sebelum belajar lebih lanjut terkait cara-caranya, Anda perlu tahu dulu nih kalau **Collaborative Ads** itu bisa digunakan untuk tiga tujuan yang berbeda yakni; 1) *Awareness*), 2) *Traffic*, dan 3) *Sales*. Kalau Anda sudah menentukan satu dari ketiga tujuan tersebut, yuk disimak cara-caranya di bawah ini!

Kalau tujuan Anda adalah untuk *Awareness*

Collaborative Ads dengan tujuan ini itu biasanya untuk mencapai audiens yang lebih luas dan membangun niat para calon pembeli untuk produk Anda.

1. Buka **Ads Manager**. Pastikan Anda sudah mengaktifkan tombol **Collaborative Ads** ya!
2. Klik **Buat** (*create*).
3. Pilih **Awareness**. Atau, jika Anda melihat lebih dari 6 tujuan di Pengelola Iklan, pilih **brand awareness** atau **reach objectives**.
4. Di bawah **Conversion**, pilih segmen katalog yang dibagikan oleh mitra *marketplace* Anda.

5. Pilih audiens yang Anda ingin lihat tampilkan iklannya.
6. Pilih penempatan pilihan Anda.
7. Di bawah **Optimization and delivery**, pilih jangkauan, tayangan, atau peningkatan ingatan iklan.
8. Pilih format iklan pilihan Anda.
9. Di bawah **Destination**, masukkan hanya tautan tujuan mitra *marketplace* Anda di bagian **URL Destination**.
Kalau ngga, nanti iklannya biasanya dijeda secara otomatis.
10. Klik **Publish**.

Kalau tujuan Anda adalah untuk *Traffic*

Berbeda dengan tujuan *awareness*, untuk tujuan ini, **Collaborative Ads** digunakan untuk meningkatkan kunjungan para calon pembeli ke *website* Anda dan mencegah iklannya malah saingan sama iklan *marketplace*. Biasanya, tujuan ini tuh untuk yang punya kampanye-kampanye yang keberhasilannya dihitung dari klik, tapi butuh tampilan katalog untuk menghitung seberapa tinggi level konversi (alias seberapa banyak orang yang akhirnya membeli setelah meng-klik).

1. Buka **Ads Manager**. Pastikan Anda sudah mengaktifkan tombol **Collaborative Ads** ya!
2. Klik **Buat (*create*)**.
3. Pilih **Traffic**.
4. Pilih segmen katalog yang ada di *marketplace*, hal ini sifatnya opsional ya. Akan tetapi, kalau Anda tidak memilih katalog pada tahapan ini, Anda tidak akan dapat mengukur penjualan dan konversi lainnya yang terjadi di *marketplace* tanpa segmen katalog.
5. Pilih situs web atau aplikasi *marketplace* yang dituju.
6. Pilih **link clicks**, **daily unique reach**, atau **impressions automatization**.
7. Pilih audiens yang Anda harapkan akan melihat iklannya.

8. Pilih format iklan pilihan Anda.
9. Di bawah **Optimization and delivery**, pilih **link clicks**, **daily unique reach**, atau **impressions**.
10. Pilih penempatan iklan pilihan Anda.
11. Di bawah **Destination**, masukkan hanya tautan tujuan mitra *marketplace* Anda di bagian **URL Destination**. Kalau ngga, nanti iklannya biasanya dijeda secara otomatis.
12. Klik **Publish**.

Kalau tujuan Anda adalah untuk *Sales*

Tujuan terakhir ini utamanya untuk mencari pelanggan baru, menargetkan ulang pelanggan yang sudah ada, atau mendorong lebih banyak penjualan produk Anda. Orang-orang yang terlihat punya minat pada produk yang serupa dengan produk Anda akan secara otomatis melihat iklannya.

1. Buka **Ads Manager**. Pastikan Anda sudah mengaktifkan tombol **Collaborative Ads** ya!
2. Klik **Buat** (*create*).
3. Pilih **Sales**. Atau, jika Anda melihat lebih dari 6 tujuan di Pengelola Iklan, pilih **catalog sales** atau **conversions objectives**.
4. Di bawah **Conversions**, pilih segmen katalog yang dibagikan oleh *marketplace* Anda.
5. Pilih audiens yang Anda harapkan akan melihat iklannya.
6. Pilih penempatan iklan yang Anda pilih.
7. Di bawah **Optimization and delivery**, pilih **catalog sales** atau **conversions objectives**.
8. Pilih format iklan pilihan Anda.
9. Di bawah **Destination**, masukkan hanya tautan tujuan mitra *marketplace* Anda di bagian **URL Destination**. Kalau ngga, nanti iklannya biasanya dijeda secara otomatis.
10. Klik **Publish** (*done*).

Promosikan Bisnis Anda Lewat Instagram

Dengan beriklan di **Instagram**, Anda bisa banget bikin orang-orang lebih paham dengan bisnis Anda lewat gambar-gambar menarik.

Lalu, Apa Bedanya Instagram Ads Sama Postingan Biasa di Akun Instagram?

Iklan di **Instagram** memang kelihatan mirip dengan postingan yang ada di akun **Instagram** Anda, tapi ternyata ada beberapa perbedaan.

- Pertama, iklan ada label “Bersponsor” di bawah pojok sedangkan postingan organik nggak ada, ini bakal ngebuat toko Anda kelihatan lebih profesional dan meyakinkan.
- Dengan **Instagram Ads**, Anda juga bisa menyertakan tombol ajakan bertindak atau tombol pelajari lebih lanjut di bagian bawah iklan. Dengan klik tombol pelajari lebih lanjut, audiens Anda akan jadi lebih tau tentang produk Anda.
- Yang terakhir, Anda bisa *upload* gambar pakai format vertikal atau horizontal, sedangkan di postingan biasa cuma bisa dengan format *square*.



Gimana Sih Caranya Buat Iklan di Instagram?

Gampang! Ada dua cara nih yang bisa Anda lakukan buat bikin iklan di Instagram.

Jadi deh! Iklan Anda udah siap diliat sama orang-orang!

Tanpa Boost Post

1.

Buka halaman Facebook Ads Manager. Pastikan Anda sudah masuk ke akun Facebook yang digunakan untuk Facebook Page Anda

2.



Tentukan tujuan iklan di Facebook Ads Manager.

3.

Pilih 'Jenis Iklan' supaya Anda bisa nentuin anggaran iklan.



4.

Tentukan nama dan tujuan iklan Anda (web, aplikasi, messenger, WhatsApp).



5.

Centang pilihan 'Promo' untuk menampilkan iklan yang Anda buat.



6.

Tentukan target iklannya buat siapa.



7.

Pilih 'Edit Penempatan' dan centang aplikasi yang dipilih.



8.

Pilih jadwal iklan selama satu bulan.



9.



Tambah akun Instagram yang ingin dihubungkan dengan halaman Facebook Anda.

10.

Pilih format iklan dan bikin deskripsi yang singkat dan semenarik mungkin ya!



11.

Pilih gambar yang sesuai dengan deskripsi iklan Anda, tambah judul iklan yang menarik perhatian target audience, dan juga **JANGAN LUPA** masukkan link atau tautan yang akan dituju.

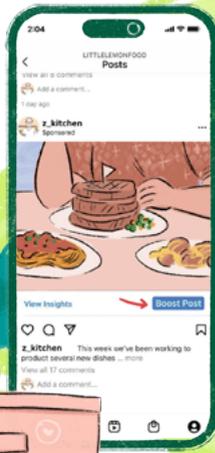


12.

Udah deh, tinggal bayar!
Anda bisa bayar lewat kartu kredit ataupun debit.



Boost Post

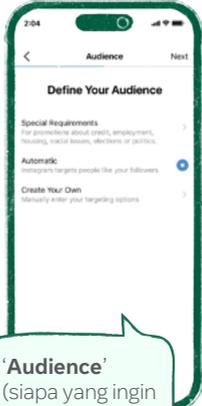


1. Buka aplikasi Instagram, lalu buka profil akun bisnis Anda.
2. Klik postingan yang akan dijadikan iklan.
3. Di bawah postingan, klik "Boost".

4. Isi detail iklannya dengan mengatur beberapa hal:



'Goal' (hasil yang diinginkan dari iklan tersebut)



'Audience' (siapa yang ingin dijangkau)



'Budget' (berapa banyak yang ingin dibelanjakan setiap hari)

'Duration' (berapa lama Anda ingin iklan tersebut ditayangkan)

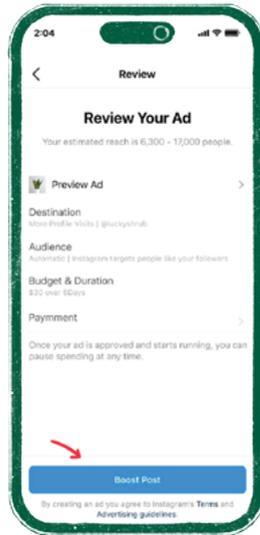
5.

Klik 'Next' setelah Anda menyelesaikan detail tersebut



6.

Untuk menyelesaikan iklan Anda, klik "Boost Post".



Jadi deh! Iklan Anda udah siap diliat sama orang-orang!

Promosikan Bisnis Anda lewat WhatsApp

Mau Katalog Anda makin terpampang nyata? Yuk coba sambungin ke **Facebook** dan **Instagram**!

Harus tau nih, pasang iklan lewat **Facebook** dan **Instagram** sekarang sudah bisa langsung menuju katalog **WhatsApp Business** Anda!

Caranya tuh mudah banget nih!

1.

Buka akun WhatsApp for Business Anda dan langsung menuju ke fitur Katalog



2.

Di fitur Katalog, kamu sudah pasti tau dong kalo kamu bisa menampilkan produk-produk andalan usaha kamu



3.

Nah, sekarang kamu bisa lebih mudah lagi untuk memasang iklan dengan memilih **advertise this product**

4.

Dengan pilihan ini, kamu bisa langsung mengatur iklan kamu, dimulai dari budget yang kamu punya, durasi pemasangan iklan hingga pilihan untuk memasang iklan di Facebook, Instagram, atau bahkan keduanya.



PRO TIPS

Reny Rubiati

Owner Batik Parisya

1. Ketika hendak memasang iklan, pastikan Anda menentukan target audiens yang akan melihat iklannya dengan benar. Pilih rentang usia, jenis kelamin, pekerjaan, domisili yang sesuai dengan produk yang Anda jual.
2. Tak perlu keluar banyak uang sekaligus, yang penting konsistensi!. Oleh karena itu, lebih baik Anda berbelanja iklan dengan jumlah kecil tetapi konsisten selama satu bulan, misalnya.
3. Jangan terlalu lama 'rehat' dari beriklan di platform-platform **Meta**. Apabila Anda terlalu lama tidak beriklan, ada kemungkinan Anda harus memulai dari 0 dalam membangun audiens yang sebelumnya Anda sudah targetkan.
4. Pastikan Anda memantau **setiap hari** performa dari iklan Anda untuk melihat seberapa efektif materi iklan atau besaran belanja iklan Anda.



Click to WhatsApp, itu apa sih?

Supaya komunikasi tetap lancar dengan konsumen, jangan lupa sambungin **WhatsApp** ke iklan Anda, ya!

Lewat **Click to WhatsApp**, Anda bisa mempromosikan **WhatsApp Business** Anda sekaligus lewat **Facebook** dan **Instagram**. Selain itu, Anda juga bisa menambahkan **tombol kirim pesan** di iklan **Facebook** atau **Instagram**. Hal ini bisa bikin pelanggan otomatis ngebuka **percakapan di WhatsApp**. Jadi, para pelanggan bisa langsung terhubung dengan Anda di **WhatsApp** dan mudah bagi mereka untuk langsung menghubungi Anda.

Terus caranya gimana sih?

- Anda harus memastikan bahwa kalian punya akun **WhatsApp Business**
- Hubungkan akun **WhatsApp Business** Anda ke halaman **Facebook** atau **Instagram**.
- Jadikan akun tersebut sebagai admin ya di **halaman (page)** tersebut atau kalian juga bisa hubungkan **nomor WhatsApp** ke **Pengelola Bisnis**



Bingung nih cara hubungin akun WhatsApp ke Facebook dan Instagram!

- Nah! Untuk menyambungkan akun, kalian harus buka aplikasi **WhatsApp Business** dan klik **Opsi lainnya** pada Android atau **Pengaturan** pada iOS.
- Klik **Fitur Bisnis** lalu klik **Facebook & Instagram**
- Klik masing-masing platform yang kalian ingin sambungkan dan klik **Lanjutkan** dimana akan membuka **halaman login Instagram** atau **Facebook bisnis** kalian
- Setelah memasukkan informasi akun, kalian, kalian bisa konfirmasi informasi akun dan klik **Tambahkan** lalu klik **Kembali ke WhatsApp**

- Integrasikan platform **WhatsApp Business** dengan cara:
 - » Meminta akses untuk menghubungkan **Facebook Page** ke nomor telepon yang terdaftar di **WhatsApp Business Platform**
 - » Menyetujui untuk menghubungkan **Facebook Page** ke nomor telepon kalian yang terdaftar
- Menghubungkan akun **WhatsApp Business** dengan cara:
 - » Download aplikasi **WhatsApp Business**
 - » Hubungkan akun **WhatsApp** Mas & Mbak ke **Facebook Page** supaya Mas & Mbak bisa jadi **admin halaman (page)** tersebut



BEBERAPA MASALAH YANG MUNGKIN TERJADI DI PLATFORM META

Kita paham kok kadang emang suka ada masalah ketika lagi akses **Facebook**, **Instagram**, atau pun **WhatsApp**. Nah makanya, kita coba bantu kasih solusinya nih.



“Akun saya kena hack, kenapa ya? Saya harus apa ya?” _____

- 1. Laporkan!** Lengkapi laporan dengan alamat email dan nomor hp yang Anda pakai saat mendaftar akun.
- 2. Lupa aksesnya?** Tenang, jangan panik! Isi saja data-data yang diminta kayak email dan nomor hp yang baru.
- 3. Kemudian?** Nanti **Facebook** dan **Instagram** akan menghubungi Anda buat proses verifikasi. Anda biasanya akan diminta foto identitas kayak KTP atau SIM.
- 4. Selesai deh!** Mohon bersabar sampai akunnya kembali yah.

“Iklan saya kok tiba-tiba nggak muncul lagi?” _____

Alasan yang paling biasa ditemui di lapangan tuh karena orang-orang nge-report iklan yang Anda bikin. Di **Meta** sendiri, ada beberapa alasan nih kenapa iklan nggak berhasil tayang:

- **Kontennya ilegal atau biasanya berpotensi bikin orang-orang marah pas liat;**
 - » Konten yang berbau SARA (suku, agama, dan ras)
 - » Konten yang ngajak orang-orang melakukan tindak kriminal
 - » Konten yang ada ujaran-ujaran kebenciannya.
- **Kontennya bisa nipu orang;**
 - » Konten tentang peminjaman uang bodong
 - » Konten yang janjiin hasil nggak realistis (misal: tinggi badannya bisa tambah sampe 10cm abis minum obat ini!)
 - » Konten yang mendorong orang buat nipu orang lain juga (misal: jadi agen MLM yang ternyata buat nipu aja)
- **Kontennya berbahaya;**
 - » Konten jualan obat-obat yang nggak lulus BPOM atau tidak boleh diperjualbelikan tanpa resep dokter
 - » Konten jualan senjata api
 - » Konten jualan produk-produk nikotin dan tembakau (rokok, vape, dkk)

- **Kontennya bikin orang nggak nyaman saat buka medsos;**
 - » Kontennya mengandung adegan-adegan dewasa
 - » Kontennya mengarahkan konsumen ke *website* atau situs lain yang *error*
 - » Kontennya lagi manfaatin krisis yang lagi terjadi di negara kita (misal: lagi ada demo besar-besaran, terus Anda bercandain situasi itu)
 - » Kontennya menyudutkan orang-orang dengan kondisi kesehatan seseorang (misal: ngeledekin orang-orang yang obesitas atau disabilitas)
- **Kontennya melanggar hak cipta;**
 - » Kontennya pake lagu-lagu yang ada hak cipta terdaftarnya (misal: pake lagunya King Nassar yang “Seperti Mati Lampu” di iklannya)
 - » Kontennya seakan-akan kerja sama dengan **Meta** dan platform di bawah **Meta** (**Facebook**, **Instagram**, dan **WhatsApp Business**)
- **Selain itu, ada juga beberapa jenis bisnis yang kalo mau ngiklan tuh harus diperiksa dulu sama Meta kontennya, seperti;**
 - » Alkohol
 - » Produk dewasa (misal: alat kontrasepsi)
 - » Aplikasi kencan
 - » Produk kosmetik
 - » Obat-obatan
 - » Produk-produk *crypto*



“Postingan jualan saya sepi nih...”

Masalah ini juga tergolong sering menimpa temen-temen pemilik bisnis. Nah, cari tau alasannya dan gimana cara ngatasinnya, yuk!

Ada beberapa alasan kenapa postingan Anda sepi nih (dan **Meta** kasih tau juga cara benerinnya):

1. **Anda posting di hari dan jam yang emang cenderung orang-orang jarang buka medsos**

Jadi, tau nggak kalo kita semua tuh punya waktu-waktu tertentu buat buka medsos? Nah, waktu yang paling efektif buat posting di media sosial itu di hari kerja dan waktunya itu dari sore ke malam saat orang-orang baru selesai kerja dan beraktivitas.

2. **Anda kebanyakan posting atau jarang banget posting**

Beberapa pemilik bisnis kadang suka nggak konsisten soal seberapa sering nge-post. Kalo kata [Hootsuite](#), di tahun 2023 ini, jumlah yang paling pas untuk postingan di **Facebook** itu 1-2 post per hari. Hayooo, siapa yang masih suka kebanyakan posting atau bahkan jarang banget posting?

3. **Anda kurang ngajak audiens buat partisipasi di caption**

Bisa jadi selama ini Anda kurang ngajak audiens untuk ngelakuin sesuatu yang berkaitan dengan produk Anda. Misalnya nih, Anda bisa bikin kuis yang berhadiah voucher diskon atau promo gratis ongkir.

4. **Anda belum memaksimalkan konten visual (konten gambar)**

Manusia tuh makhluk visual, makanya, mungkin Anda mau coba eksplor bikin konten **Reel**.

Nah, Anda juga harus selalu perhatikan **Standar Komunitas** di **Meta** yang berisi hal-hal apa saja yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan di platform-platform **Meta** agar terhindar dari masalah-masalah di atas ya.

“Instagram saya error, saya harus ngapain ya?”

Kalau tiba-tiba di aplikasi **Instagram** Anda nggak berfungsi, itu kemungkinannya Anda belum *update* ke versi terbaru. Caranya?

1. Buat iOS:

- Buka App Store
- Kalau ada versi terbaru yang ternyata belum di-*install*, klik **Update**.

2. Buat Android:

- Buka Google Play Store
- Kalau ada versi terbaru yang ternyata belum di-*install*, klik **Update**.

“Gimana ya cara bisa terus berinteraksi tanpa spamming?”

Nah untuk itu penting banget buat Anda yang punya bisnis untuk berinteraksi langsung lewat chat dengan pelanggan Anda tanpa mengirim *spam* atau ganggu mereka. Kita kasih tau nih caranya biar Anda bisa terus berinteraksi tanpa *spamming* ke pelanggan!

1. Minta izin dulu yuk!

Ada baiknya, Anda mengirim pesan ke orang yang sudah menghubungi Anda terlebih dahulu atau Anda boleh meminta izin untuk menghubungi mereka melalui **WhatsApp**.

- **Share nomor telepon kepada mereka juga ya!**
Biar mereka bisa kirim pesan ke Anda terlebih dahulu.
- **Terus kalau dikasih nomor mereka harus apa?**
Nah, kalau mereka kirim duluan nomor mereka ke Anda nih, Anda bisa mengirim pesan kepada mereka dengan cara yang mereka harapkan, seperti menyebutkan siapa Anda, dan gimana Anda dapat nomor mereka.

2. Harga pilihan orang lain!

Kalau pengguna meminta Anda untuk berhenti mengirim pesan kepada mereka, Anda harus menghapus nomor pengguna tersebut dari buku kontak dan jangan dihubungi lagi, harus saling menghargai pilihan sesama ya!

PRO TIPS

Ardian Karunia Agent Owner of Reglow Beauty

1. Satu hal yang harus Anda ingat adalah, ketika menghubungi pelanggan, Anda bukan ingin berjualan tapi ingin berinteraksi dengan mereka. Harus punya *mindset* ini dulu ya di awal.
2. Hubungi para pelanggan di waktu yang tepat. Saat makan siang mungkin lebih baik bagi ibu-ibu dibandingkan pagi hari saat mereka sedang menyiapkan sarapan.
3. Menyebutkan nama pelanggan tuh manjur banget dan jadi lebih personal. "Halo, selamat siang, kak Rani!" Enak ya didengar! 😊
4. Kenalkan produk Anda dan jelaskan bagaimana produk itu dapat membantu pelanggan. Minta pelanggan untuk menyimpan nomor Anda dengan alasan bahwa banyak promo yang sering diumumkan melalui **WhatsApp Story**, dan **WhatsApp Story** hanya muncul bagi orang-orang yang menyimpan nomor akun tersebut. Eits tapi inget ya, tips ini dilakukan kalau poin 3 dan 4 sudah berhasil, ya!



“Takut banget nih kalo akun *WhatsApp*-nya kena hack, harus apa ya?”

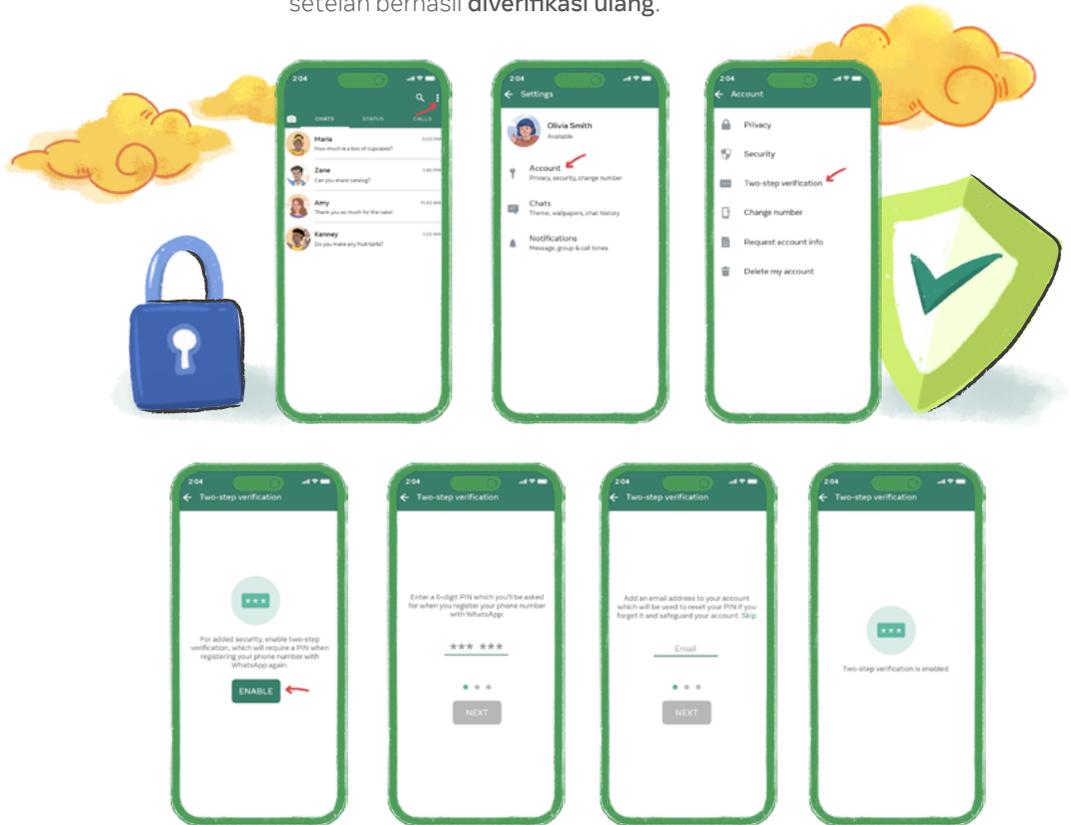
Kita tau banget nih kalau percakapan Anda dengan pelanggan pastinya sangat sensitif di **WhatsApp**, seperti detail nomor rekening, KTP dan lainnya. Tapi tenang aja, **WhatsApp** udah memastikan bahwa semua percakapan *end-to-end encrypted*. Artinya, bahkan **WhatsApp** sendiri tidak memiliki akses ke percakapan pribadi Anda.

Nah, di bawah ini **Meta** mau jelasin gimana caranya menggunakan **verifikasi dua langkah** untuk menambah keamanan akun **WhatsApp** Anda. **Verifikasi dua langkah** ini mengharuskan Anda untuk menggunakan PIN enam digit yang dibuat pakai fitur ini. Yuk disimak caranya!

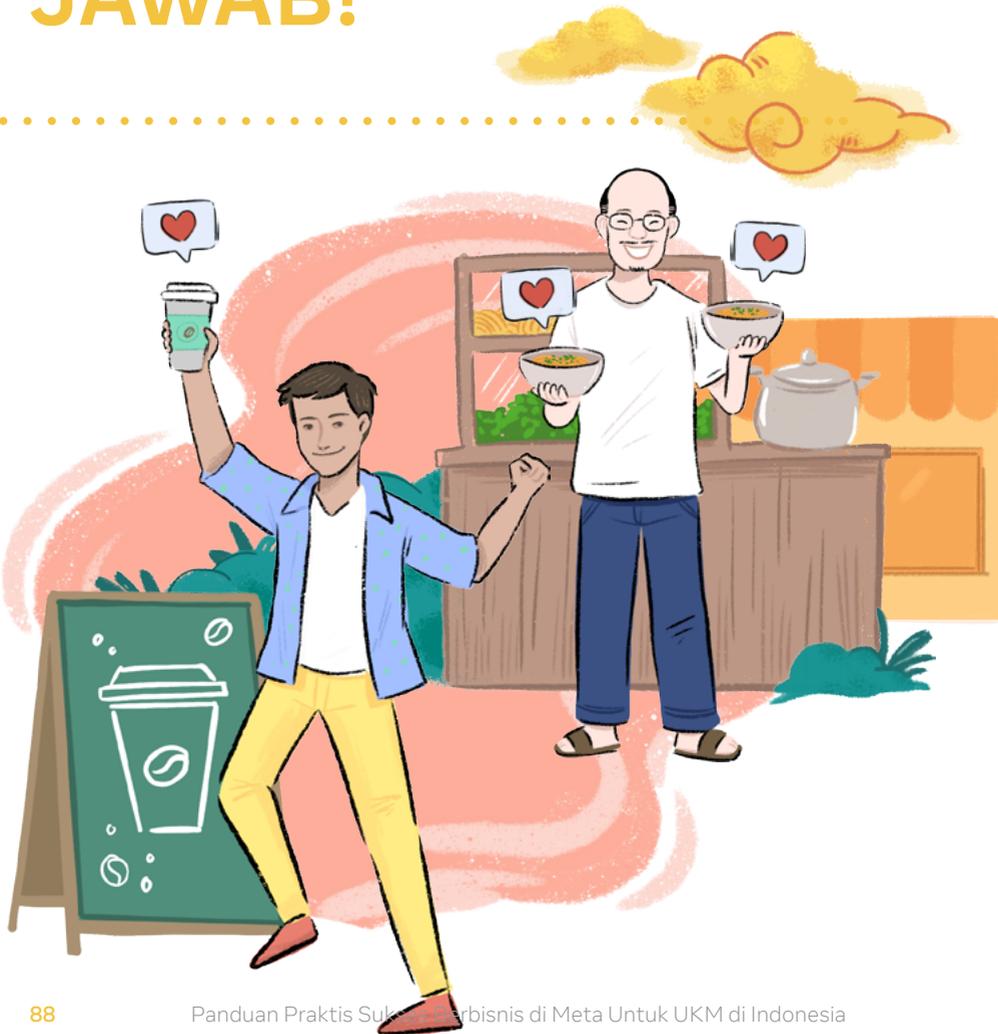
1. Buka **WhatsApp**, lalu ke **Pengaturan**.
2. Klik **Akun**.
3. Pada bagian **Verifikasi dua langkah**, di klik dan aktifkan deh!
4. Masukkan **PIN** 6 digit yang Anda inginkan, lalu konfirmasi.
5. Berikan alamat email yang dapat Anda akses atau klik **Lewati** jika tidak ingin menambahkan alamat email.
6. Klik Lanjut.
7. Konfirmasikan alamat email, lalu klik **Simpan** atau **Selesai**.
8. Setelah mengaktifkan fitur ini, Anda juga bisa punya pilihan buat masukin alamat email agar **WhatsApp** bisa ngirim link lewat email untuk menonaktifkan verifikasi kalau Anda lupa PIN enam digit yang Anda buat, dan juga ngebantu untuk melindungi akun Anda.
9. **Meta** nggak memverifikasi alamat ini untuk konfirmasi keakuratan ya, jadi kita menyarankan Anda untuk mencantumkan email yang akurat supaya akun Anda nggak kekunci kalau Anda lupa PIN.
10. Kalau Anda mengaktifkan **verifikasi dua langkah**, nomor Anda nggak akan diizinkan untuk melakukan **verifikasi ulang**

di **WhatsApp** selama 7 hari sejak terakhir menggunakan **WhatsApp** tanpa PIN. Jadi, kalau Anda lupa PIN tapi nggak ngasih email untuk **non-aktifkan verifikasi dua langkah**, Anda pun nggak akan diizinkan untuk melakukan **verifikasi ulang** dalam waktu 7 hari tersebut.

11. Setelah 7 hari, nomor Anda akan diizinkan untuk melakukan **verifikasi ulang** di **WhatsApp** tanpa PIN, tapi, Anda akan kehilangan semua pesan yang tertunda setelah melakukan **verifikasi ulang**-pesan tersebut akan dihapus.
12. Jika nomor Anda **diverifikasi ulang** di **WhatsApp** setelah 30 hari sejak terakhir kali menggunakan **WhatsApp**, dan tanpa PIN, akun Anda akan dihapus dan akun baru akan dibuat setelah berhasil **diverifikasi ulang**.



YUK JADI PEBISNIS YANG BERTANGGUNG JAWAB!



Kenapa hal ini penting?

Karena hal ini ternyata diatur oleh Undang-Undang loh:

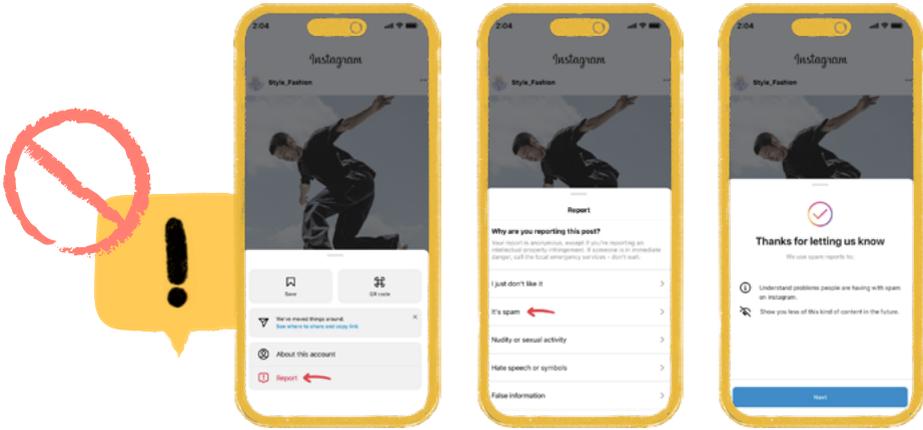
1. Menurut Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, penjual wajib menjalankan praktik bisnis yang baik dan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen:
 - a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
 - b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
 - c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;



- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
 - f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 - g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
2. Pelaku Usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- a. Rusak, cacat, tercemar dan tidak sesuai dengan standar;
 - b. Tidak mencantumkan informasi, seperti: berat bersih, isi bersih dan jumlah, tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik;
 - c. Tidak sesuai dengan informasi/penjelasan yang tercantum;
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan keistimewaan yang dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan;
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi proses pengolahan, gaya, mode yang dinyatakan dalam label atau keterangan;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan;
 - g. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.

Dengan kata lain, UU tersebut bermanfaat untuk kedua belah pihak, yakni penjual dan pembeli. Bagi pembeli, UU tersebut melindungi hak-haknya sebagai konsumen. Di sisi lain, UU tersebut memberikan pedoman bagaimana para pebisnis harus menjalankan bisnisnya agar tetap bertanggung jawab.

Nah, inget ya! Kalo bisnis Anda bermasalah, bisa banget lho dilaporkan sama orang-orang dan semua cara ada di aplikasi **Instagram** dan **Facebook**. Salah satunya, mungkin Anda akan dilaporkan sebagai bisnis spam!



Modus Penipuan melalui Phishing dan Scamming

Singkatnya, phishing merupakan salah satu cara lama dari serangan siber, yaitu ketika seseorang berpura-pura menjadi orang lain dan berusaha mengelabui hingga korban menyerahkan informasi data pribadi. Ada banyak bentuk *phishing*, termasuk pesan teks, email, profil media sosial, *post*, dan pesan atau situs web palsu.



Cara Menghindari Phishing atau Scamming

Anda bisa ikuti cara mudah berikut ini supaya dompet dan informasi Anda tetap aman saat belanja *online*.

1. Jangan pernah memberikan detail login Anda kepada siapapun.
2. Seperti halnya di kehidupan nyata, jangan otomatis menerima permintaan pertemanan dari orang yang tidak Anda kenal.
3. Amankan akun Anda sebagaimana Anda menjaga barang-barang berharga lainnya.
 - a. Coba lihat fitur keamanan tambahan yang ada di **Facebook**, **Instagram**, dan **WhatsApp**.
 - b. Pastikan Anda sudah mengaktifkan Autentikasi 2 Faktor pada **Facebook** dan **Instagram**, dan Verifikasi 2 Langkah di **WhatsApp**.
4. Tinjau aktivitas akun Anda dan hapus spam yang masuk.
5. Ambil tindakan dan laporkan! Jika sebuah email atau pesan **Facebook** terlihat aneh dan mencurigakan, jangan membuka email atau lampirannya. Laporkan hal tersebut ke phish@fb.com. Jika Anda ingin melaporkan percakapan, jangan lupa untuk screenshot sebelum Anda hapus.
6. Apabila Anda merasa teman Anda sedang menjadi korban hacking, beritahu mereka.
7. Segera hubungi polisi dan layanan bank Anda.

Malware: Ngga Keliatan Tapi Bisa Ngacak-ngacak Gadget Kamu!

Setelah kenalan dengan *Phishing* dan *Scamming*, ada satu hal lagi yang perlu Anda waspadai yakni *malware*. Mengacu pada Education Computer Security Incident Response Team (CSIRT) Pusdatin Kemendikbud³, *malware* adalah sebuah perangkat lunak yang bisa menyusup dan merusak sistem gadget Anda serta memungkinkan terjadinya pencurian data atau informasi. Dengan kata lain, bisa-bisa Anda ngga sadar kalau ternyata ada malware di *handphone*, laptop, atau tablet Anda!

Biasanya, penyebab kenapa bisa ada *malware* adalah Anda mengunduh perangkat lunak (misalnya, aplikasi) ilegal yang mungkin di dalamnya sudah disisipkan sebuah *malware*. Terdapat beberapa jenis Malware seperti virus, worm, trojan horse, spyware, dan adware (*infected*).



³ Education Computer Security Incident Response Team (EduCSIRT) Pusdatin Kemendikbud adalah sebuah tim di bawah naungan Koordinator Bidang Tata Kelola pada Pusat Data dan Teknologi Informasi Pusdatin yang bertanggung jawab untuk mengidentifikasi kerentanan keamanan siber secara menyeluruh.

Apa Yang Meta Lakukan untuk Melindungi Para Pelaku Bisnis di Platform Meta dari Bahaya Malware? _____

1. Bantuan Penghapusan Malware

Untuk membantu bisnis yang mungkin secara tanpa sadar telah disusupi oleh *malware*, **Meta** meluncurkan teknologi baru yang dapat memandu orang langkah demi langkah untuk mengidentifikasi dan menghapus malware, termasuk menggunakan alat antivirus pihak ketiga. Karena penyusupan sering kali terjadi di luar aplikasi dan teknologi **Meta**, teknologi ini merupakan langkah penting dalam membantu akun bisnis Anda tetap aman.

Anda dapat mengakses tiga alat antivirus berikut untuk mengidentifikasi *malware* yang mungkin ada di gadget Anda:

- a. ESET Free Online Scanner → tersedia untuk Windows dan gratis
- b. ESET Smart Security Premium → tersedia untuk Windows, Mac, dan Android, serta gratis uji coba selama 30 hari
- c. Bitdefender's Total Security → tersedia untuk Windows, Mac, iOS, and Android, serta gratis uji coba selama 30 hari



2. **Melakukan Verifikasi pada Akun-akun Business Manager Yang Terhubung**

Seringkali penipu mencoba untuk menggunakan akun yang disusupi untuk menambahkan dirinya sebagai admin bisnis ke **Halaman (Page)** bisnis yang terhubung. Agar terlindung dari hal ini, **Meta** telah meluncurkan fitur yang menyediakan lebih banyak visibilitas dan kontrol atas perubahan di *Business Manager*. Misalnya, Anda sekarang dapat membatasi admin-admin yang aksesnya dari domain terpercaya, serta menyaring akses orang lain secara lebih efektif melalui filter.

3. **Meningkatkan Perlindungan untuk Aktivitas-aktivitas Sensitif**

Meta menambahkan syarat-syarat apabila Anda hendak melakukan beberapa aktivitas bisnis seperti mengakses batas kartu kredit atau mengubah administrator bisnis. Biasanya, untuk menyelesaikan proses-proses aktivitas tersebut, Anda akan diminta untuk melakukan *two-factor authentication* (otentikasi dua faktor) seperti verifikasi email, atau persetujuan dari sesama admin. Sebuah bisnis juga kini dapat memilih akun karyawan atau admin yang dipercaya untuk menyetujui aktivitas-aktivitas sensitif tersebut.

Bagaimana Cara Mengetahui Kalau Gadget Anda Disusupi Malware?

Jika Anda melihat perilaku yang tidak biasa pada gadget Anda, itu mungkin merupakan tanda bahwa Anda telah mengunduh *malware* secara tidak sengaja. Berikut adalah beberapa hal yang harus diwaspadai:

1. Aktivitas mencurigakan di akun online Anda yang tidak Anda izinkan, termasuk aktivitas-aktivitas yang biasanya menyangkut dengan pembayaran atau transaksi
2. Gadget Anda suka lemot ketika sedang digunakan
3. Ada ikon atau tab asing yang muncul di browser
4. *Pop-up* yang berbau-bau *scam* muncul di browser Anda
5. Masa pakai baterai gadget Anda lebih pendek



Apa Yang Harus Dilakukan Kalau Ternyata Gadget Saya Ada Malware?

Jika sepertinya Anda telah tidak sengaja meng-*install* aplikasi atau dokumen lainnya yang berpotensi mengandung *malware*, sebaiknya segera hapus aplikasi atau dokumen tersebut dari gadget Anda, *scan* gadget Anda dengan aplikasi antivirus terbaru dan ikuti petunjuk ini untuk mengamankan akun pribadi dan bisnis Anda:

1. Gunakan perangkat aplikasi anti-virus
2. Aktifkan autentikasi dua faktor (*two-factor authentication*) untuk menambahkan lapisan keamanan ekstra ke akun Anda.
3. Ganti kata sandi (*password*) Anda. Jangan lupa, pokoknya jangan pernah menggunakan kembali kata sandi tersebut di beberapa situs web, ya!
4. Nyalakan notifikasi masuk sehingga Anda diberi tahu jika seseorang mencoba mengakses akun Anda, dan tinjau sesi Anda sebelumnya untuk memastikan Anda mengenali perangkat mana yang memiliki akses ke akun Anda.
5. Aktifkan pemberitahuan bisnis sehingga Anda diberi tahu tentang perubahan apa pun pada akun Pengelola Bisnis **Meta** Anda.
6. Gunakan Alat Pemeriksaan Keamanan untuk membantu mengamankan akun Anda.



CIRI-CIRI PROFIL BISNIS YANG BISA DIPERCAYA

1. Pake fitur 'Akun Bisnis' (business account) _____

Anda bisa menggunakan akun bisnis karena akun ini memberikan akses ke beberapa fitur yang tidak bisa diakses oleh akun pribadi seperti iklan, misalnya. Anda bisa loh menggunakan seluruh fitur akun bisnis di platform **Meta** seperti **Instagram Business**, **Facebook Business Page**, dan **WhatsApp Business**.

Eh iya, kalau bisa, bikin akun bisnis Anda *verified* juga ya, itu loh yang ada tanda ceklis di sebelah nama akun. Tanda *verified* ini berfungsi banget untuk bikin akun bisnis Anda terlihat lebih meyakinkan jadi calon pembeli nggak ragu untuk bertransaksi sama Anda.

2. 'Biography' dan 'About' akun bisnisnya nggak kosong _____

Apa sih yang perlu diisi di bagian 'biography' atau 'about'? Yang paling penting tuh ada tiga hal; 1) profil bisnisnya, 2) sekilas soal latar belakang bisnis Anda, dan 3) akun bisnis lain yang terkait (misal; buat katalog) kalau ada.

3. Ada foto profil atau display picture

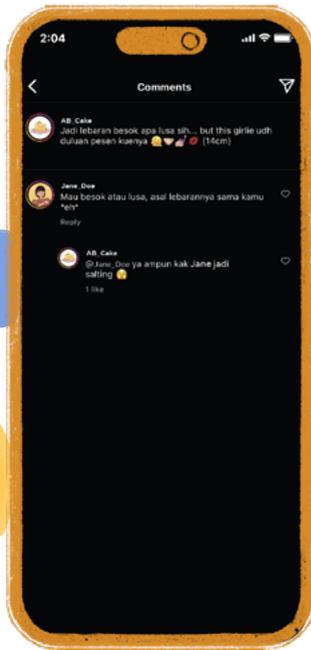
Ini wajib banget nih! Dengan adanya foto profil, akun bisnis Anda akan lebih mudah ditemukan dan dikenali oleh calon pelanggan. Jadi Anda bisa pasang logo produk Anda di akun bisnis **Facebook**, **Instagram**, dan **WhatsApp** yaa!

4. Aktif nge-posting produk jualan

Akun bisnis yang terpercaya tentu saja yang sering promosiin barang jualanannya. Tetapi, perlu dipahami juga yah untuk ngejadwalin postingannya dalam satu kurun waktu tertentu, misalnya per minggu atau per bulan. Hal ini supaya akun bisnis Anda nggak dianggap *nge-spam* sama para konsumen.

5. Sering-sering balesin komentar pelanggan di postingan

Salah satu cara lainnya biar bisnis Anda dilihat kredibel adalah dengan berinteraksi sama para pelanggan. Komentar para pelanggan biasanya bisa berupa komplain, pujian, dan pertanyaan. Pokoknya jangan lupa jadi penjual yang responsif di platform **Facebook** dan **Instagram** Anda ya!



PRO TIPS



spencers.id

Spencer's Indonesia

Biar bisnis Anda nggak dikira penipuan!

1. Transparansi adalah nomor satu. Gimana caranya?
Anda bisa mulai memposting proses di balik berjalannya bisnis Anda.
2. Pertimbangkan untuk punya tim yang tugasnya menangani masukan, komplain, bahkan saran dari pelanggan. Apabila pelanggan Anda merasa didengar, besar kemungkinan bahwa mereka akan merekomendasikan produk atau bisnis Anda.
3. Berkaitan dengan poin sebelumnya, testimoni adalah hal yang penting. Jangan malu-malu untuk menampilkan testimoni-testimoni baik dari pelanggan Anda di halaman **Facebook** dan **Instagram** Anda.





META PUNYA TIPS-TIPS AMPUH NIH BUAT BISNIS ANDA!

Bikin Ads di **Facebook** atau **Instagram** sama aja buang-buang duit. Kata siapa?

Wah anggapan yang salah banget nih! Anggap ads nih sebagai sebuah investasi, yang artinya setiap kita pasang ads asalkan tepat, sesuai, dan terukur, bisa menghasilkan hal-hal seperti iklan kita dilihat orang, dagangan kita dibeli, orang nge-klik iklan kita, dan masih banyak lagi!



Caranya gimana sih biar iklan kita optimal? ---

1. Tentukan *target audience* yang tepat dan ke daerah mana aja yang mau kita sasar! Kalau *target audience*-nya sembarangan, ya iya sih iklan kita dilihat oleh lebih banyak orang, tapi nggak tepat sasaran!
2. Dari menentukan *target audience*, kita juga bisa ukur berapa banyak hasil yang kita mau, berapa dana yang mau kita pakai, dan kira-kira daya beli para target pembeli itu berapa banyak.
3. Dipertimbangin dulu, apakah dari iklan ini Anda cuma berharap supaya banyak orang tahu produk Anda? Apakah Anda berharap orang klik iklan Anda aja? Atau Anda berharap orang langsung diarahkan ke halaman pembeli? Karena tujuannya beda-beda, jadi Anda harus bedain dulu yaa pada tahap ini!

Gimana sih cara menarik lebih banyak customers? ---

Anda boleh cobain tips ini deh, biar bisa lebih narik banyak pelanggan. Bener sih, kalau calon pembeli itu suka banget sama promo, tapi nggak selalu promo kok yang harus dikasih! Anda juga bisa kasih beberapa hal lain, misalnya:

1. Konten yang tulisannya menarik dan lebih “*relate*” sama kehidupan sehari-hari.
2. Bukan jualan produknya, tapi jualan manfaatnya saat Anda ngiklanin produk Anda.
3. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bikin konten menarik dengan semua format: **foto, video Reel, Stories**.
4. Kalau bikin **Reel**, *cross-post* juga dong dari **Instagram** ke **Facebook**.
5. Jangan lupa dengan kekuatan kreator juga ya. Pakai fitur **Collaboration** di **Instagram** biar bisnis Anda semakin banyak yang liat.

Mitos atau fakta kalau semakin sering pasang iklan, bisa bikin usaha kita semakin bagus? _____

Belum tentu, tergantung seberapa sering. Karena bisa jadi orang bosan ngeliat yang itu-itu aja, atau malah bisa bikin Anda boncos!

Lantas, sebaiknya seberapa sering? Sebenarnya nggak ada hitungan pasti buat seberapa sering Anda harus pasang iklan, semua balik ke kegunaan dan tujuan Anda beriklan ya! Misalnya, Anda baru meluncurkan produk baru, nah, itu bisa deh Anda pasang iklan dengan frekuensi yang lumayan sering. Atau misalnya Anda lagi mau kasih *giveaway* atau promo, ini juga menarik buat audiens Anda!

Hmm... Selain di Facebook Page, kita bisa jualan di mana lagi yaa? Kita udah singgung nih sebelumnya; Facebook Groups! _____

Anda bisa manfaatin **Facebook Groups** untuk bikin komunitas di **Facebook**, misalnya Anda jualan tanaman, Anda bisa bikin grup Pecinta Tanaman Hias Cianjur. Nah, di situ Anda bisa masukin konten jualan dan edukasi tentang hal-hal yang berkaitan! Eits, tapi jangan sampe spam juga ya!



Verifikasi akun bisnis Anda!

Nah kalau bisa nih, akun-akun bisnis Anda udah terverifikasi atau udah ada ceklis birunya! Soalnya, para calon pembeli akan lebih percaya dengan akun-akun bisnis yang udah ceklis biru.

Tapi, hal ini bukanlah hal yang wajib dipunyai yaa, karena Anda tetap bisa menjadi penjual terpercaya dengan akun dengan detail yang jelas dan interaktif!

Gerak Cepat

"Halo Mimin, pesanan saya udah dikirim atau belum sih?"

Nahh, sering nemu *chat-chat* kayak gini? Artinya, Anda harus lebih responsif untuk balas chat!

Salah satu kunci setianya pembeli adalah toko/penjual yang responsif, lho! Mereka akan merasa ditanggapi dan bisa lebih percaya sama toko Anda. Jadi jangan cuekin pelanggan Anda ya!



Semoga buku ini bermanfaat.

Semangat jualannya ya, teman-teman UKM!



