

Powered by:



Mercy Corps Indonesia



CERDAS KELOLA USAHA DAN KEUANGAN UNTUK PEREMPUAN PEMILIK ATAU PENGELOLA USAHA MIKRO DAN KECIL

PANDUAN FASILITATOR



PEMILIK MODUL

Dikembangkan untuk:
**PROGRAM FINANCIAL INCLUSION
FOR WOMEN INTREPRENEURS
2025**

NAMA :

KOTA :

**CERDAS KELOLA USAHA DAN KELOLA KEUANGAN UNTUK PEREMPUAN
PEMILIK ATAU PENGELOLA USAHA MIKRO DAN KECIL
PROGRAM *FINANCIAL INCLUSION FOR WOMEN ENTREPRENEURS***

Mercy Corps Indonesia

DBS Foundation

Kementerian UMKM Republik Indonesia

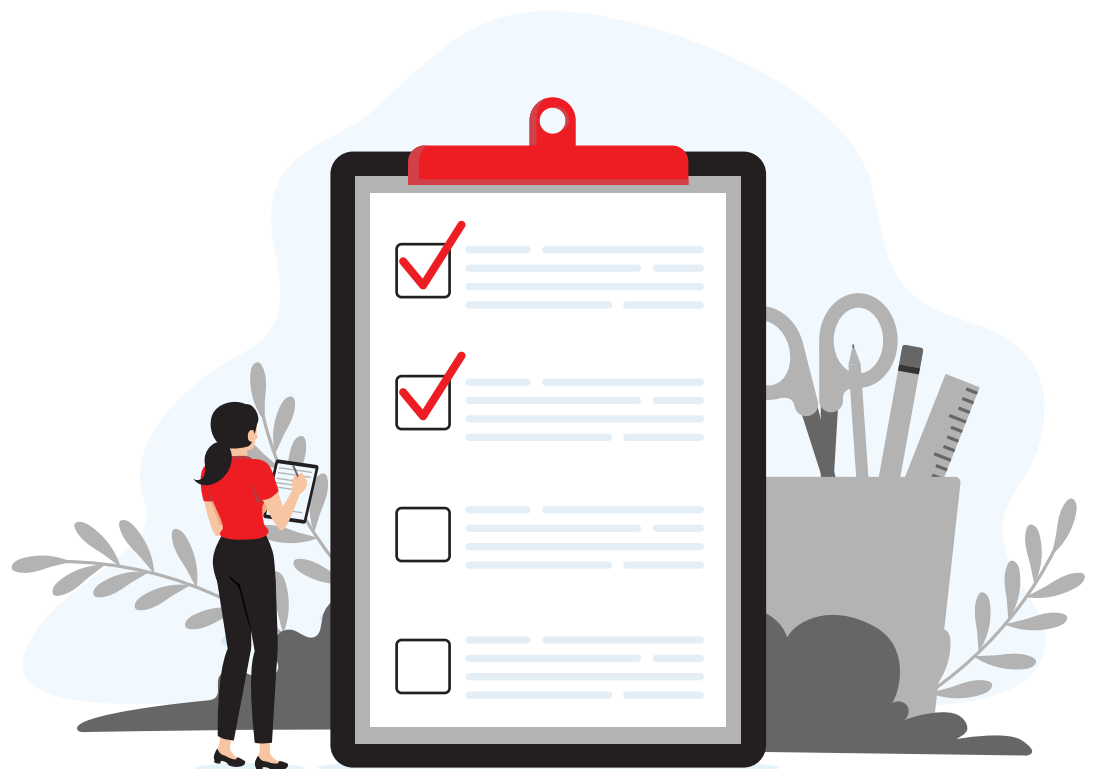
Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kota Semarang

Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Medan

Desember 2025

Copyright Mercy Corps Indonesia



Tujuan Program

Financial Inclusion for Women Entrepreneurs Program

Kota Semarang, Kota Surabaya, dan Kota Medan

Dua dekade terakhir, perempuan Indonesia menunjukkan kemajuan yang signifikan di ruang publik maupun sektor-sektor strategis, khususnya melalui peran mereka dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Data Kementerian Perdagangan (2025) mencatat bahwa 64,5 persen dari total 65 juta UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan, sebuah capaian yang menegaskan kontribusi besar perempuan dalam menggerakkan perekonomian nasional. Namun demikian, tingginya partisipasi perempuan dalam sektor UMKM belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan literasi keuangan yang memadai.

Tujuan Kami

Menjawab tantangan tersebut, DBS Foundation bekerja sama dengan Yayasan Mercy Corps Indonesia untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan serta penguatan usaha perempuan pemilik atau pengelola usaha mikro dan kecil dan perempuan muda dalam Program *Financial Inclusion for Women Entrepreneurs* selama dua tahun. Fokus utama dari program ini adalah meningkatkan ketahanan dan kesehatan keuangan dengan detail sebagai berikut:

- Meningkatkan pengetahuan perempuan pemilik atau pengelola usaha mikro dan kecil dan perempuan muda terkait manajemen keuangan, literasi keuangan dan keamanan siber.
- Memberikan akses terhadap produk dan layanan keuangan serta pemasaran digital.
- Mendorong sinergi kebijakan dan program antar-lembaga, sehingga terciptanya ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha perempuan pemilik atau pengelola usaha mikro dan kecil dan perempuan muda dan perlindungan finansial.

Target area dan partisipan

Rangkaian kegiatan Program *Financial Inclusion for Women Entrepreneurs* akan dilaksanakan di Kota Medan, Kota Semarang, dan Kota Surabaya pada periode tahun 2025-2027. Program *Financial Inclusion for Women Entrepreneurs* menargetkan 40,000 perempuan pemilik atau pengelola usaha mikro dan kecil mulai dari usia 19 tahun, termasuk setidaknya 8,000 perempuan muda (19 - 35 tahun) dan 4,000 perempuan (lebih dari 50 tahun).

TENTANG DBS Foundation

DBS Foundation berkomitmen meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat yang membutuhkan. Sejak 2014, DBS Foundation mendukung bisnis berdampak yang menghadirkan solusi atas masalah sosial utama sekaligus berkelanjutan secara ekonomi. Dukungan diberikan melalui pendanaan filantropi, peningkatan kapasitas, pendampingan dan bentuk dukungan lainnya.

DBS Foundation berfokus membantu masyarakat rentan agar lebih mandiri dan tangguh, dengan memenuhi kebutuhan dasar serta mendorong inklusi melalui peningkatan literasi keuangan dan digital. Upaya ini dilakukan bersama berbagai mitra untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan.

Visi: Menciptakan dampak melampaui batas perbankan, multinegara, lintas generasi dengan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat rentan di Asia.

Misi: Memastikan masyarakat rentan memiliki kapasitas untuk menghadapi beragam tantangan sehingga mereka lebih tangguh secara sosial dan ekonomi, menjadikan kehidupan mereka lebih baik dan masa depan lebih cerah.

Program prioritas DBS Foundation adalah membantu masyarakat rentan lintas generasi menghadapi berbagai tantangan hidup serta memberdayakan mereka untuk menghadapi masa depan dengan percaya diri, meliputi:

1. Menyediakan kebutuhan dasar

Meningkatkan akses terhadap pangan, dan nutrisi, akses pendidikan dasar, dan layanan kesehatan

2. Mendorong inklusi

Meningkatkan literasi keuangan dan literasi digital masyarakat rentan serta membuka kesempatan kerja yang lebih baik

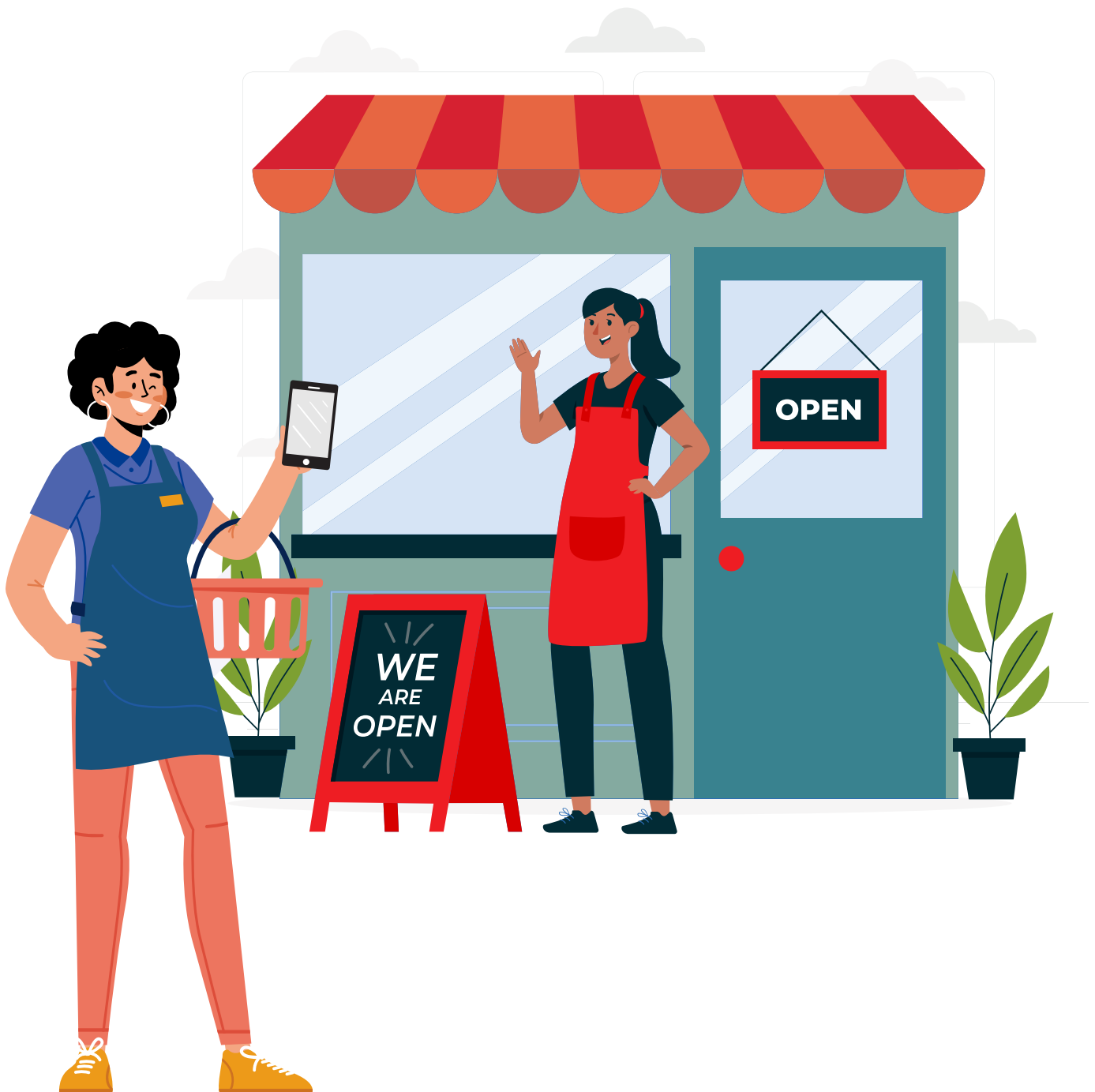
3. Mempersiapkan masyarakat menuju populasi menua yang berkualitas

- Sehat dan bergizi,
- Saling terhubung dan sehat secara mental
- Produktif setiap generasi
- Tangguh secara ekonomi dan terampil digital

Informasi lebih lanjut: www.dbs.com/dbsfoundation

MODUL

PEMASARAN DIGITAL



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	3
Pemasaran Digital	4
Materi 1. Pengenalan Pemasaran Digital dan Saluran Pemasaran	5
Materi 2. Copywriting AI (PROMT)	17
Materi 3. Photo Produk	23
Referensi	28
Saluran Umpan Balik	29

MATERI 1. PENGENALAN PEMASARAN DIGITAL



Hasil yang diharapkan

- Peserta memahami berbagai saluran pemasaran digital (E-Commerce, WA Business, IG, FB, Tik Tok)
- Peserta dapat memilih channel marketing yang paling cocok untuk usahanya.



Metode

- Simulasi
- Diskusi
- Latihan soal



Media

- Materi pengenalan channel marketing
- Flipchart pembauran pemasaran 4P
- Lembar kerja pembauran pemasaran
- Langkah-langkah membuat Katalog Business
- Langkah-langkah membuat akun marketplace
- Flipchart, spidol, lakban kertas



Waktu: 30 menit



Langkah-langkah untuk Fasilitator:

- Pastikan daftar hadir dan PreTest di isi sebelum memulai pelatihan.
- Fasilitator menjelaskan tujuan pertemuan, kesepakatan kelas dan lamanya pertemuan.
- Tanyakan kepada peserta Apakah menurut anda satu cara promosi saja sudah cukup untuk menjangkau konsumen?
 - ✧ Sampaikan bahwa setiap strategi mempunyai kelebihan dan kekurangan, banyak pelaku usaha akhirnya menggabungkan strategi online dan offline untuk menjangkau konsumen secara luas. Inilah yang disebut pembauran pemasaran. Jelaskan tentang pengertian pembauran pemasaran (marketing mix) menggunakan flipchart.

- Latihan membuat pembauran pemasaran. Bagi peserta dalam 3-4 kelompok untuk membuat pembauran pemasaran dari produk yang dimiliki. Gunakan lembar kerja yang dibagikan dan presentasikan hasilnya.
- Tanyakan, siapakah yang sudah menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya? Apa keuntungan berjualan di media sosial?
- Tanyakan kepada peserta perbedaan antara e-commerce dan sosial commerce
- Latihan membuat dan menggunakan Katalog Business. Tanyakan siapa yang sudah punya dan sudah menggunakan Katalog Business? Jika ada beberapa, jadikan mereka fasilitator kelompok. Bagi peserta dalam beberapa kelompok, disesuaikan dengan jumlah fasilitator kelompok. Minta fasilitator mendampingi setiap kelompok untuk mempraktikkan cara membuat dan menggunakan Katalog Business dan cara mengirimkan katalog kepada pembeli.
- Tanyakan apakah ada peserta yang telah menjual produknya di marketplace? Jelaskan apa itu marketplace, manfaat dan contoh marketplace yang ada di Indonesia
- Latihan membuat akun marketplace. Peserta masih dengan kelompok yang sama praktik membuat akun marketplace untuk usahanya. Gunakan lembar kerja untuk mendiskusikan marketplace mana yang akan cocok digunakan sebagai sarana pemasaran online.
- Diskusikan tips cara sukses berjualan di marketplace dan mempertahankan pelanggan.
- Tanyakan hal-hal apa yang perlu disiapkan untuk memulai jualan online?
 - ✧ Handphone dan internet – untuk mengakses marketplace
 - ✧ Foto produk dan informasinya detailnya
 - ✧ Informasi personal, seperti alamat email aktif, no rekening, no telp aktif, dan KTP
 - ✧ Informasi mengenai nama toko dan informasinya
- Tanyakan apakah ada yang pernah mengalami penipuan online? Apa yang dilakukan dan bagaimana cara mencegahnya? Diskusikan cara mengamankan akun dari penipuan.
- Diskusikan pertanyaan-pertanyaan yang belum sempat terjawab, tanyakan informasi baru apa yang di dapat peserta dan sampaikan pesan kunci.

LEMBAR INFORMASI

Pembauran Pemasaran (Marketing Mix)



Product (produk)

Barang atau jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen

- kualitas, rasa, kemasan, kebersihan, keunikan, manfaat.

Price (harga)

Nilai yang ditetapkan agar produk dapat dijangkau sekaligus mencerminkan kualitas

- harga, diskon, metode pembayaran



Place (distribusi/tempat)

Menentukan bagaimana produk sampai ke tangan konsumen

- toko fisik, marketplace, media sosial, reseller

Promotion (Promosi)

Cara mengkomunikasikan produk ke konsumen: iklan, media sosial, even, diskon, endorsement.

- Pemasaran online melalui media sosial, WA story, Facebook, Live Tik Tok, Shopee dll.
- Pemasaran offline melalui brosur, iklan di koran, majalah, spanduk



Contoh Pembauran Pemasaran 4P (Marketing Mix)

NAMA PRODUK: UMKM TAS RAJUT

PRODUK	- Tas rajut handmade dengan desain unik dan warna kekinian. - Variasi ukuran: kecil untuk kasual, besar untuk kerja. - Ramah lingkungan (bahan benang daur ulang).
HARGA	- Tas kecil Rp 150.000, tas besar Rp 250.000 - Promo musiman (diskon 10% saat Ramadhan atau lebaran, Nataru, Capgomeh). - Paket bundling: beli 2 tas dapat pouch gratis.
TEMPAT	- Offline: dijual di galeri UMKM, pameran kerajinan, toko oleh-oleh - Online: marketplace (shopee, Tokopedia). Instagram Shop, TikTok Shop. - Kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperluas jangkauan
PROMOSI	- Online: unggah foto produk dengan gaya fashion (OOTD) di Instagram/TikTok. - Offline: adakan workshop singkat "Belajar Rajut" untuk menarik konsumen - Gunakan testimoni pelanggan tentang kualitas dan keunikan produk. - Buat tagline sederhana: "Tas rajut unik, gaya kami lebih berwarna".

LEMBAR LATIHAN

Yuk Tuliskan Pembauran Pemasaran menggunakan contoh usaha yang dimiliki!

NAMA PRODUK: _____

PRODUK	
HARGA	
TEMPAT	
PROMOSI	



Pembauran pemasaran adalah kerangka strategis yang memastikan produk, harga, distribusi, dan promosi berjalan selaras untuk keberhasilan usaha.

Manfaat pemasaran menggunakan media sosial:



1. Meningkatkan kesadaran merk dan pengaruh brand melalui promosi online yang menarik, seperti foto produk dan konten promosi
2. Memudahkan interaksi dan komunikasi dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas
3. Sarana promosi yang hemat biaya, memudahkan calon pembeli mengakses informasi
4. Link penjualan, membantu pelaku usaha memahami pasar, serta memperluas jangkauan dan pasar bisnis.

Channel Marketing Online untuk Usaha Mikro dan Kecil.

Pemasaran digital adalah semua kegiatan promosi dan komunikasi produk/jasa menggunakan media digital untuk menarik calon pelanggan.

Fokusnya: mengenalkan, menarik, dan meyakinkan pelanggan

Contoh: Posting promosi di Instagram & Facebook, Konten TikTok produk, Iklan online (IG Ads, FB Ads), WhatsApp broadcast promosi, Website untuk informasi produk, Google Maps untuk ditemukan pelanggan

1. E-commerce

E-commerce Adalah channel marketing online melalui platform khusus belanja, dengan sistem transaksi yang terstruktur dan otomatis. Pada e-commerce, pembeli biasanya datang untuk mencari produk, membandingkan harga, lalu melakukan pembelian, sementara interaksi antara penjual dan pembeli relatif terbatas. Kepercayaan dibangun melalui sistem platform, seperti rating, ulasan dan perlindungan transaksi.

Contoh: marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, website toko online, aplikasi jualan online.

2. Social Commerce

Sosial e-commerce adalah channel marketing online yang menggunakan media sosial sebagai tempat terjadinya jual beli. Proses transaksi sangat dipengaruhi oleh konten, interaksi dan komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Kepercayaan dibangun melalui kedekatan, konsistensi konten, dan hubungan sosial.

Contoh: Instagram (DM, komentar, Instagram Shop), Facebook (FB Page, Grup, Marketplace FB), TikTok (live selling, TikTok Shop),



CHECK LIST PRAKTIK

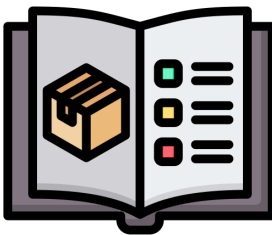
Membuat & Menggunakan Katalog WhatsApp Business



1. Persiapan (sebelum praktik)

- ☐ HP Terisi baterai
- ☐ Koneksi internet aktif
- ☐ Aplikasi **WhatsApp Business** terpasang
- ☐ Nama usaha & foto profil sudah diisi
- ☐ Minimal 1 foto produk tersedia di HP

2. Praktik Membuat Katalog



- ☐ Buka **WhatsApp Business**
- ☐ Klik : --> **Alat Bisnis** --> **Katalog**
- ☐ Klik **Tambah Produk**
- ☐ Upload **foto produk**
- ☐ Isi **nama produk**
- ☐ Isi **harga**
- ☐ Isi **deskripsi singkat**
- ☐ Klik **simpan**

Target praktik: Minimal 1 produk berhasil masuk katalog



3. Cek Hasil Katalog

- ☐ Foto terlihat jelas
- ☐ Nama produk mudah dipahami
- ☐ Harga terbaca jelas
- ☐ Deskripsi singkat dan jelas

LEMBAR LATIHAN

SIMULASI PRAKTIK

Pembeli Chat – Penjual kirim katalog

Peran Peserta:

- Penjual (punya katalog)
- Pembeli
- Pengamat (jika berkelompok)

Cara mengirimkan katalog (dipraktekkan langsung)

1. Buka chat pembeli
2. Klik icon (lampiran)
3. Pilih katalog
4. Pilih produk
5. Klik kirim



Tips Katalog Biar Menarik & Laku

- Foto terang, tidak blur
- Latar belakang polos
- Harga Jelas
- Nama produk singkat
- Jangan terlalu banyak tulisan



Kesalahan Umum yang Perlu Dihindari:

- Foto gelap
- Tidak ada harga
- nama produk tidak jelas
- Satu foto untuk banyak produk



WhatsApp Business gratis, tidak ada biaya bulanan.
Download gratis, bikin katalog gratis, chat dengan pembeli juga gratis.
Jadi tidak perlu takut ditagih atau di potong saldo.
Yang berbayar itu bukan WhatsApp Businessnya,
tapi kalau kita pasang iklan, dan itu tidak wajib.
Jadi untuk mulai jualan digital, cukup pakai HP dan internet.
Kita mulai dari yang gratis dulu, yang penting usaha jalan.

Keuntungan menggunakan marketplace:

1. Memudahkan proses pendaftaran dan penampilan produk
2. Memiliki basis pelanggan yang besar, sistem operasional yang sudah dikelola mulai dari pembayaran hingga pengiriman, sehingga penjual dapat menghemat waktu dan biaya.
3. Menyediakan berbagai program promosi, termasuk promos khusus yang membantu penawaran lebih tepat sasaran, layanan purna jual yang baik, serta jangkauan pasar yang luas hingga ke luar negeri.



Marketplace adalah pasar online tempat bertemunya penjual dan pembeli secara online.
Pilihlah marketplace yang paling banyak digunakan oleh target market Anda.
Misalnya, jika Anda berjualan fashion (baju, kerudung, tas,dll), maka Shopee adalah marketplace yang pas untuk menjual barang-barang Anda.

Yuk Mulai Jualan di Marketplace

Setiap marketplace memiliki cara pendaftaran yang berbeda-beda untuk menjadi penjual. Berikut adalah cara mendaftar pada beberapa marketplace, bisa dijadikan sebagai referensi. Proses berikut dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebijakan masing-masing marketplace.



LEMBAR LATIHAN



Sekarang, yuk tentukan marketplace mana yang akan anda gunakan sebagai sarana pemasaran online anda

Marketplace yang dipilih	Alasan Memilih	Barang/jasa yang dijual

Cara Berjualan Sukses Bagi Pemula



Siapkan Produk Berkualitas & Memiliki daya Saing



Tambahkan Foto Produk dan Deskripsi



Sediakan Definisi Produk & gambar yang Baik



Siapkan rekening pembayaran dan dokumen pendukung lainnya



Mulai Mendownload Aplikasi

Mempertahankan Pelanggan

Menyadari bahwa tidak mudah untuk mendapatkan pelanggan, maka sangat penting untuk kemudian memperlakukan pelanggan Anda dengan baik setelah mereka membeli.

- Apresiasi pelanggan: ucapkan terima kasih atau beri hadiah kecil untuk pelanggan setia
- Minta umpan balik: Tanyakan pendapat mereka tentang produk/layanan
- Gunakan testimoni: Manfaatkan masukan untuk perbaikan dan peningkatan bisnis

Bagaimana Cara Untuk Menjaga Keamanan Akun Marketplace?

1. Jangan memberikan OTP, PIN atau password kepada siapapun yang mengatasnamakan pihak tertentu.
2. Jangan klik link yang biasanya lewat SMS, WA, email atau pesan di marketplace
3. Rahasiakan data pribadi ke pihak yang mengaku sebagai karyawan marketplace
4. Waspada akun penipuan, pastikan ada "S" di belakang http atau https untuk mengakses link
5. Marketplace di website resminya, seperti:
 - <https://shopee.co.id>,
 - <https://seller.shopee.co.id>,
 - <https://www.tokopedia.com>,
 - <https://lazada.co.id>
 - <https://blib.li/tokoblibli>
 - seller-id.tiktok.com
6. Gunakan kombinasi PIN yang kuat dan ganti PIN secara regular
7. Pastikan menggunakan marketplace untuk melakukan transaksi dan waspadai jika diajak menggunakan cara lain, lewat telp, WA, atau SMS.
8. Waspada terhadap undian/hadiah yang dikirim lewat WA atau SMS yang mengatasnamakan marketplace tertentu.
9. Jangan install aplikasi APK, mengunduh file PDF, atau klik link dari nomor yang tidak dikenal
10. Hubungi Customer Service atau Layanan Pelanggan di marketplace tersebut jika ada aktivitas mencurigakan dari pihak yang mengatasnamakan marketplace.
11. Jika tidak sengaja memberikan OTP atau data rahasia kepada siapapun, harap tenang dan segera hubungi Customer Service atau Layanan Pelanggan agar akun anda segera diblokir.



BAGIAN 2. COPYWRITING AI (PROMT)



Hasil yang diharapkan

- Peserta mampu membuat teks promosi yang menarik (copywriting) menggunakan bantuan AI (prompt).



Metode

- Simulasi
- Diskusi
- Latihan



Media

- Materi Copywriting AI (Prompt)
- Flipchart langkah-langkah membuat copywriting AI (Prompt)
- Flipchart Copywriting menggunakan AIDA
- HP untuk membuat copywriting AI (Prompt)
- Flipchart, Spidol, lakban kertas



Waktu: 30 menit



Langkah-langkah untuk Fasilitator:

- Tanyakan siapa yang punya pengalaman menuliskan teks promosi? Sampaikan bahwa dalam copywriting, kita tidak hanya menulis kata-kata, tapi berusaha membujuk konsumen untuk bertindak. Pembuatan teks promosi dengan bantuan AI juga bisa menggunakan formula AIDA, untuk membuat pesan promosi lebih singkat, jelas dan langsung mengarahkan konsumen dari “melihat” ke “membeli. Caranya dengan memberikan prompt atau instruksi yang jelas kepada AI.
- Informasikan bahwa ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan saat menggunakan kecerdasan Artifisial (AI) untuk pembuatan teks promosi.
- Jelaskan langkah-langkah membuat copywriting. Tuliskan dalam flipchart untuk memberikan pemahaman kepada peserta.

- Berikan satu contoh copywriting menggunakan AIDA (tulis di flipchart). Copywriting marketplace: Iklan Shopee (Flash Sale 12.12)
 - ✧ Perhatian: “Cuma 12.12! Diskon Besar-Besaran untuk Produk Favorit!”
 - ✧ Minat: “Brand Favorit mulai dari Rp 12.000! Stok terbatas, jangan sampai kehabisan.”
 - ✧ Keinginan: “Belanja sekarang dan dapatkan gratis ongkir sepuasnya!”
 - ✧ Tindakan: “Klik sekarang sebelum kehabisan!!”
- Latihan. Bagikan contoh Prompt dan minta peserta untuk mencoba sendiri.
- Contoh Prompt: Buatlah copywriting promosi produk hijab dengan formula AIDA, target perempuan muda, gaya bahasa santai, untuk caption Instagram.
- Berikan satu soal contoh copywriting untuk produk/jasa yang akan dipasarkan menggunakan formula AIDA dan prompt AI. Setelah itu minta peserta menyampaikan hasil diskusinya.
- Tanyakan apakah peserta memiliki akun media sosial, dan ajak peserta untuk praktek membuat media promosi/jasanya di media sosial masing-masing dilengkapi dengan caption dan foto produk yang telah dibuat.
- Sampaikan bahwa peserta bisa melakukan latihan lagi di rumah untuk memposting foto produk di akun/toko mereka dan cantumkan caption yang sesuai dengan yang dipelajari. Minta peserta memberikan bukti postingan praktek berjualan di media sosial atau marketplace dan dikirimkan ke WhatsApp group fasilitator.
- Diskusikan pertanyaan-pertanyaan yang belum sempat terjawab, tanyakan informasi baru apa yang di dapat peserta dan sampaikan pesan kunci.



LEMBAR INFORMASI

Proses Copywriting

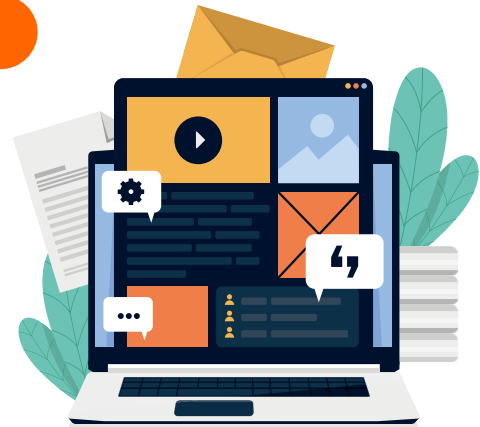


Contoh ajakan CTA :

“Klik Link di Bio untuk Info Selengkapnya!”

“Dapatkan Diskon 50%, Beli Sekarang!”

“Daftar Gratis Hari ini!”



Formula Copywritting AIDA: Attention, Interest, Desire, Action.

Attention: menarik perhatian dengan judul atau kalimat pembuka yang kuat.

Interest: Membangkitkan rasa ingin tahu dengan informasi yang relevan.

Desire: Menumbuhkan keinginan dengan menonjolkan manfaat produk.

Action: Mendorong konsumen untuk bertindak, misalnya membeli atau mendaftar.

SURAT EDARAN

Pemerintah mengeluarkan Surat Edaran yang menjadi pedoman etika dalam pengembangan dan penggunaan Kecerdasan Artificial (AI) di Indonesia agar dimanfaatkan secara bertanggung jawab dan berpihak pada manusia.

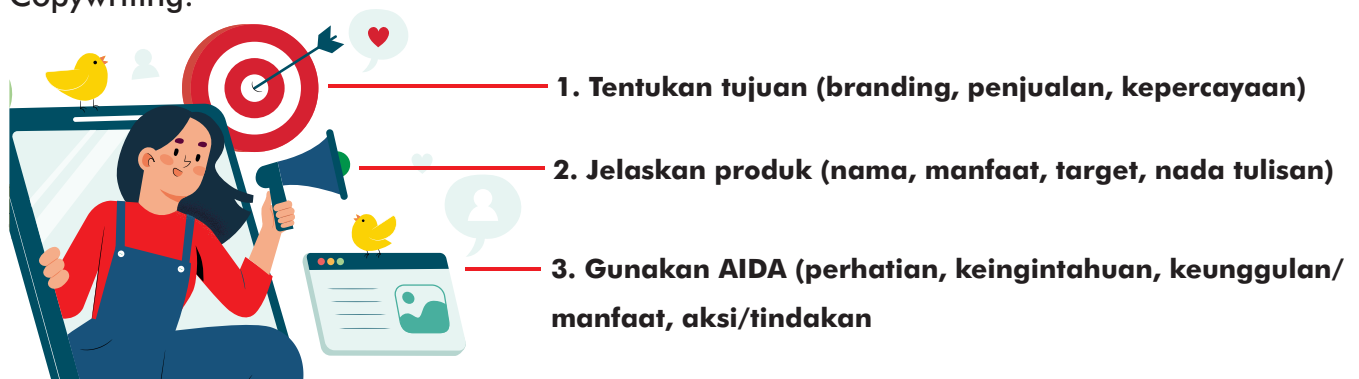
AI harus:

1. Berpusat pada manusia dan menghormati martabat serta hak asasi.
2. Adil dan tidak diskriminatif, bebas dari bias.
3. Transparan, pengguna tahu ketika berinteraksi dengan AI.
4. Akuntabel, ada pihak yang bertanggung jawab atas dampaknya.

5. Aman dan andal, tidak membahayakan pengguna.
6. Melindungi data pribadi dan privasi.
7. Inklusif dan mudah diakses oleh semua kelompok.
8. Memberi manfaat nyata bagi masyarakat dan pembangunan.
9. Berkelanjutan, memperhatikan dampak jangka panjang.

Pedoman ini ditujukan bagi pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat, sebagai dasar penggunaan AI yang etis, aman, dan terpercaya.

Copywriting bukan sekadar menulis kata-kata, tapi seni menyampaikan pesan yang mampu menarik perhatian, membangun rasa percaya, dan mendorong orang untuk bertindak. Dengan copywriting yang tepat, produk atau layanan kita bisa lebih mudah dikenal, dipahami, dan dipilih oleh pelanggan. Berikut adalah langkah-langkah membuat Copywriting:



Contoh Prompt:

Yuk pahami penggunaan copywriting dalam Media Sosial

- Twitter/X : Singkat, informatif, interaktif dengan tagar.
- Instagram : Visual yang menarik dengan caption yang singkat dan mengunggah.
- Facebook : Konten yang beragam dengan format teks, gambar dan video.
- Tiktok : Format video yang menarik dengan lagu kekinian dan teks yang singkat

Tips praktis membuat caption copywriter hook yang mampu menarik perhatian dalam 3 detik pertama:

1. Gunakan pertanyaan provokatif

Contoh: "Pernah merasa uang selalu habis sebelum akhir bulan?"

2. Tampilkan angka atau fakta mengejutkan

Contoh: “92% UMKM gagal karena salah kelola keuangan...”

3. Bangun rasa penasaran dengan kalimat menggantung

Contoh: “Bayangkan usaha kecilmu bisa jadi sumber pensiun tenang...”

4. Sentuh emosional audiens

“bayangkan usaha kecilmu bisa jadi sumber pensiun! tenang...”

5. Gunakan kata-kata singkat, padat, dan langsung ke inti

Hindari kalimat panjang; gunakan 5–10 kata yang kuat.

6. Tambahkan emoji relevan untuk memperkuat visual dan ekspresi.

Rumus sederhana: [Trigger] + [Masalah/Aspirasi] + [Janji Solusi]

Contoh: “Mau usaha tetap stabil meski modal terbatas? Ini caranya:

Tips penggunaan copywriting dalam media sosial



Buat judul yang menarik



Sertakan ajakan untuk bertindak (CTA)



Gunakan visual yang menarik perhatian



Lakukan A/B testing untuk mengetahui jenis konten yang paling efektif.

Contoh soal copywriting menggunakan Metode AIDA:

1. Buatlah copywriting promosi produk hijab premium dengan formula AIDA, target perempuan muda, gaya bahasa santai, untuk caption Instagram.

- Attention (Menarik perhatian):

“Siapa bilang hijab premium harus ribet dan mahal?”

- Interest (Bangkitkan minat):

“Hijab ini terbuat dari bahan adem, ringan, dan nyaman dipakai seharian.”

- Desire (Ciptakan keinginan):

“Bikin kamu tampil elegan, percaya diri, dan tetap stylish di setiap momen.”

- Action (Ajak bertindak):

“Yuk, klik link di bio dan dapatkan koleksi terbaru sekarang!

2. Buatlah Copywriting promosi fashion Kain Ulos dengan pewarna alami dengan formula AIDA, target perempuan dewasa, gaya bahasa santai, untuk iklan story WhatsApp
- Attention: "Tampil elegan & tetap mencintai budaya! Blazer etnik dari kain tenun dengan pewarna alam, pilihan sempurna untuk gaya yang berkelas!"
 - Interest: "Nyaman dipakai dan ramah lingkungan. Setiap motif dibuat dengan teknik pewarna alami nan modern."
 - Desire: "Cocok untuk acara formal nan elegan dengan harga terjangkau!"
 - Action: "Pilih motif favoritmu sekarang sebelum kehabisan! Klik WA untuk order (Link WhatsApp)!"
3. Buatlah Copywriting promosi Jasa Laundry – Iklan Laundry Otomatis 3 Jam dengan formula AIDA, target perempuan dewasa, gaya bahasa santai, untuk iklan promosi di WhatsApp.
- Attention: "Laundry numpuk tapi nggak punya waktu? Tenang, kini cuci baju lebih cepat, rapi dan wangi hanya dalam 3 jam!"
 - Interest: "Pakaian bersih dan siap pakai dalam waktu singkat. Bebas ribet!"
 - Desire: "Cocok buat kamu yang sibuk kerja, mahasiswa atau ibu rumah tangga yang butuh
 - Solusi laundry cepat tanpa antre!"
 - Action: "Coba sekarang! Antar pakaianmu, jemput 3 jam kemudian dalam kondisi siap pakai. Klik WA untuk order (Link WhatsApp)!"



BAGIAN 3. PHOTO PRODUK



Hasil yang diharapkan

- Peserta memahami pentingnya foto produk dalam pemasaran digital.
- Peserta memahami dasar membuat foto produk dan dapat membuatnya



Metode

- Diskusi
- Simulasi
- Latihan praktek



Media

Materi Photo Produk

Satu contoh produk UMKM

Studi kasus

Flipchart, Spidol, lakban kertas



Waktu: 30 menit



Langkah-langkah untuk Fasilitator:

- Tanyakan kepada peserta, apa sih peran foto produk dalam pemasaran, adakah yang sudah pernah membuat foto produk untuk jualan?
- Sampaikan bahwa, di dunia digital, foto adalah “penjual pertama”. Pembeli tidak bisa memegang barang, mereka hanya melihat gambarnya. Maka foto harus mampu memberi kesan: bagus, bersih, rapi dan menarik. Foto yang menarik dapat meningkatkan penjualan.
- Sampaikan bahwa untuk menghasilkan konten yang berkualitas maka sebelum pengambilan foto produk, buatlah rencana dan naskah terlebih dahulu:
 - ✧ Tentukan pesan yang ingin disampaikan,
 - ✧ Tujuan konten foto produk
 - ✧ Bagaimana produk anda dapat terlihat baik dalam konten tersebut
- Jelaskan teknik-teknik mendapatkan foto produk yang optimal menggunakan kamera handphone, dan ajak peserta untuk berpraktek memfoto salah satu produk usahanya.

- Diskusikan apa saja yang perlu diperhatikan agar foto produk yang diambil menarik.
- Latihan menghilangkan latar belakang foto produk. Pilih 1 foto dan gunakan <https://www.remove.bg/id> untuk hapus latar foto.
- Latihan di rumah: Promosikan Usaha di Sosial Media mu! Screenshot Toko di online, E-commerce, WA Business, FB. Gunakan Prompt AI untuk promosi, upload foto produk di katalog. Setelah itu Screenshot Tokomu di online, E-commerce, WA Business, FB dan berikan kepada fasilitator di WhatsApp Group.
- Diskusikan pertanyaan-pertanyaan yang belum sempat terjawab, tanyakan informasi baru apa yang di dapat peserta dan sampaikan pesan kunci.

Tips untuk menghasilkan foto produk yang menarik:

1. Pastikan kamera yang digunakan dalam keadaan bersih.
2. Sebaiknya menggunakan latar warna putih untuk lebih general atau sesuatu yang selaras dengan produk yang dijual.
3. Pastikan pencahayaan cukup bagus.
4. Pastikan produk tertata rapi dan tidak tampak background berantakan.
5. Gunakan properti foto yang tepat.
6. Pastikan watermark foto tidak menutupi produk.
7. Ambil beberapa sudut dari produk, dari tampak keseluruhan depan, tampak samping ataupun lebih detail.
8. Pastikan hasil foto jelas, dan tidak buram.
9. Jika digunakan untuk berjualan di marketplace, pastikan foto pertama adalah foto produk keseluruhan tampak depan dan setelahnya foto produk yang lebih detail

Contoh Produk





Konsistensi dalam mengelola usaha sulit bagi banyak orang, termasuk mereka yang berumur lebih dari 50 tahun dan wanita muda. Perempuan muda lebih cepat beradaptasi dengan media sosial, tetapi mereka sering terjebak antara studi, pekerjaan, dan merawat anak. Untuk dukungan, penting untuk menyisihkan waktu untuk usaha, menetapkan tujuan kecil setiap hari, menggunakan alat yang ada, dan melakukannya dengan disiplin tanpa mengharapkan kesempurnaan

Ada beberapa alasan mengapa foto produk begitu penting untuk sebuah usaha, diantaranya adalah:

- Foto yang menarik dapat meningkatkan nilai brand produk.
- Foto berkualitas akan memberikan nilai tambah pada produk.
- Foto berkualitas dapat meningkatkan rate penjualan.
- Dapat meningkatkan reputasi usaha di mata calon pembeli.
- Penjualan produk akan semakin banyak.

Foto produk dapat digunakan sebagai media promosi di berbagai sarana, seperti:

1. Di Marketplace, Shopee, tokopedia, lazada, Tiktokshop, dsb.
2. Di sosial media, seperti WhatsApp story, Instagram, Facebook, dsb.
3. Di media cetak, Banner, standing banner, selebaran, dsb.

Berikut tutorial untuk mengedit foto menggunakan kamera handphone:

- Atur resolusi terbaik melalui setting kamera handphone Anda
- Gunakan fitur "Best Shot" atau tekan pada "kursor sensor" kamera HP Anda untuk menghasilkan gambar yang jernih/tidak blur
- Pastikan pencahayaan / lighting sudah diatur dengan baik
- Untuk meningkatkan kekentalan warna gunakan fitur "saturation" atau "saturasi"

Yuk kenali aplikasi untuk mengedit foto!



PhotoRoom



LightRoom



Canva



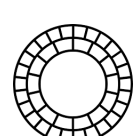
PicsArt



Snow

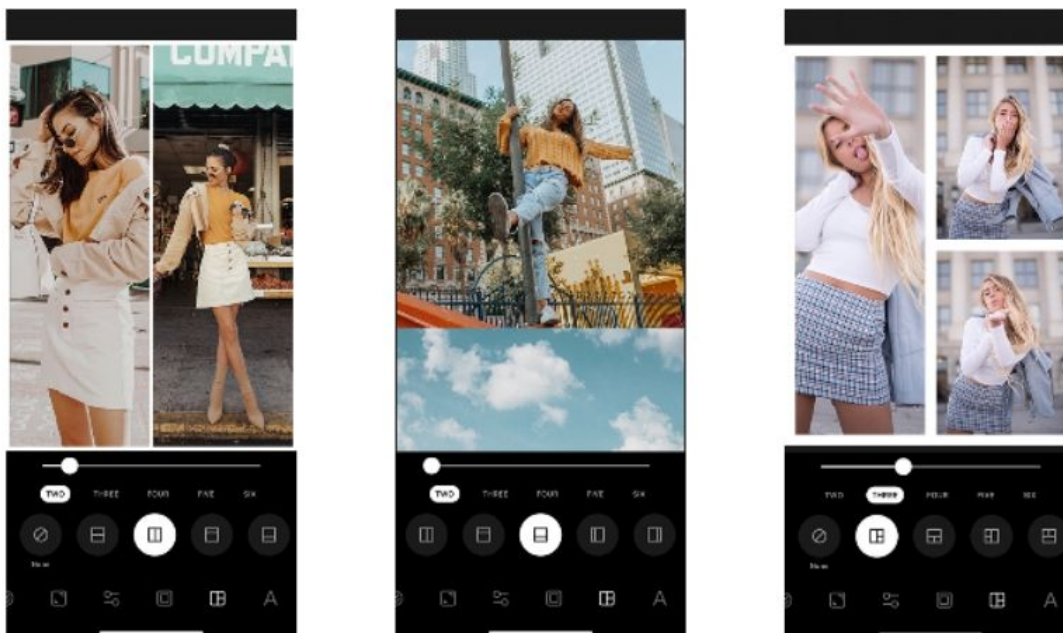


Snapseed



VSCO

Berikut tutorial untuk mengedit foto menggunakan kamera handphone:

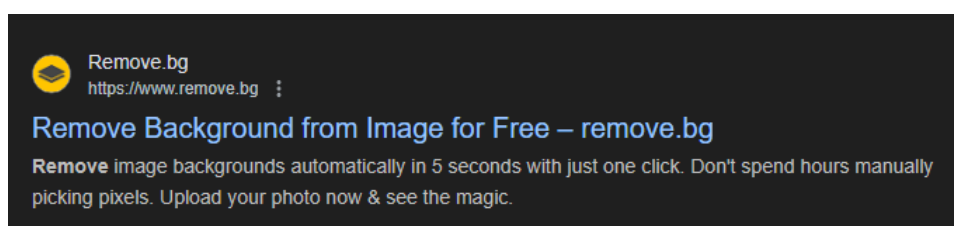


Bagaimana menghilangkan background/latar belakang pada foto produk?

a. Gunakan fitur Background Remover pada aplikasi **Photoroom** atau **CANVA**



b. Gunakan website **www.remove.bg** (upload/ unggah foto anda, hilangkan background, download/ unduh hasil gambar)



Pemasaran digital membantu perempuan pemilik atau pengelola usaha mikro dan kecil menjangkau lebih banyak konsumen dengan strategi sederhana: tampilkan produk lewat katalog WhatsApp Business, perluas penjualan dengan akun marketplace, dan bangun brand melalui media sosial

PENDAMPINGAN

1. Refleksi dan pemahaman

- Apa hal penting yang ibu pelajari dari pelatihan?
- Bagian mana yang masih terasa membingungkan atau sulit dipraktikkan? Dan bagaimana ibu mengatasinya?

2. Implementasi dan praktek

- Sudahkah membuka akun di toko online, marketplace (Shopee, Tokopedia), WhatsApp Business, Facebook bisnis?
- Target apa yang ingin ibu capai dalam 1 bulan ke depan terkait materi pelatihan?
- Dukungan apa yang ibu butuhkan agar lebih mudah menerapkan hasil pelatihan



REFERENSI BUKU/MODUL

- Buku saku perempuan cerdas keuangan, diakses 5 des 2025 di <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/NewDetailMateri/573>
- Modul Cerdas Kelola Usah dan Keuangan untuk Perempuan Pengusaha Kecil, Program SEED 4 Women, Mercy Corps Indonesia, 2023
- Modul Pelatihan Digital: Financial Inclusion for Women Entrepreneurs. Modul Pengembangan dari Toolkit Pelatihan Ketrampilan Internet Seluler MISTT GSMA, 2022
- Brewing Change: Woman's Empowerment in Coffee Origin Communities in Indonesia (BENTANI). Modul Fasilitator, Pengembangan Usaha Mikro. Mercy Corps Indonesia, 2022.
- Modul Edukasi Perbankan, Topik Akses Perbankan Feasible dan Bankable, Bank BJB, 2022.
- Modul Cerdas Keuangan Untuk Perempuan Pengusaha, Empowering Woman Entrepreneurs Program, MCI, 2020.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia No 3 Tahun 2023 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan Masyarakat.
- Kalkulator pensiun. Diakses dari https://www.dbs.com/spark/index/id_id/site/pensiun-gak-susah/retirement-calculator.html?cid=id:bh:gsmc:na:web:own:bran:prob:ff:ff:2508_gsmcid_pensiuncalculator_2025:pegasus_2025:na#target
- Hasil survey dampak menjadi generasi sandwich. Diakses 8 Des 2025 di link <https://dataindonesia.id/varia/detail/hasil-survei-dampak-menjadi-generasi-sandwich-bagi-gen-z-di-indonesia>
- Rilis resmi Indonesia menuju struktur penduduk tua. Diakses 8 Des 2025 di link <https://kemkes.go.id/id/indonesia-menuju-struktur-penduduk-tua>
- Biaya penyusutan diakses 8 des 2025 di <https://accurate.id/akuntansi/pengertian-biaya-penyusutan/>
- PJOK No 3 Tahun 2023 tentang Literasi dan inklusi keuangan, diakses 5 des 2025 <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Pages/Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-Masyarakat.aspx>
- Pendekatan budgeting rule yang pertama kali dipopulerkan oleh Senator Elizabeth Warren bersama putrinya Amelia Warren Tyagi dalam buku All Your Worth: The Ultimate Lifetime Money Plan (2005).
- <https://economy.okezone.com/read/2017/02/03/320/1608574/manfaat-mencatat-pengeluaran-pada-kondisi-keuangan>

**DEMI MENJAGA KUALITAS PROGRAM,
BERIKAN KRITIK DAN SARAN KAMU MELALUI:**



+62856-8727-250



kritiksaran@id.mercycorps.org

**MERCY CORPS INDONESIA MENJAGA KERAHASIAAN PELAPOR
DAN KRITIK/SARAN AKAN SEGERA DITINDAKLANJUTI :)**