



PERINGATAN!

EBOOK INI DIPUBLIKASIKAN OLEH
SKILLPEDIA INDONESIA
HANYA UNTUK PEMBELI PAKET BELAJAR
DI WEBSITE SKILLPEDIA.ID

**HARAM MEMBACA EBOOK INI JIKA KAMU
BUKAN PEMBELI PAKET BELAJAR
SKILLPEDIA.ID**

HARAM MEMBAJAK!

EBOOK INI DIPUBLIKASIKAN OLEH
SKILLPEDIA INDONESIA
HANYA UNTUK PEMBELI PAKET BELAJAR
DI WEBSITE SKILLPEDIA.ID

**SETIAP BENTUK PENYEBARLUASAN TANPA
IZIN DAN PEMBAJAKAN KONTEN HASIL
KARYA SKILLPEDIA AKAN DIMINTAI
PERTANGGUNGJAWABAN DI AKHIRAT**

BERANI MEMBAJAK = SIAP MASUK NERAKA

EBOOK SAKTI TIKTOK SHOP UNTUK JUALAN ONLINE

Muhammad Fadillah Arsa, S.Kom., M.M.
& Tim Skillpedia Indonesia

DAFTAR ISI

EBOOK SAKTI TIKTOK SHOP	7
TikTok Shop: Pengenalan TikTok dan Mengapa TikTok	7
TikTok Shop: Mengapa Belajar Tiktok?	8
TikTok Shop: Keunggulan Tiktok	9
TikTok Shop: Kesempatan dan Pertumbuhan	10
Tutorial TikTok Shop: Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop	11
Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop: Memilih Produk yang Menarik	12
Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop: Menentukan Needs dan Konsep	14
Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop: Analisis SWOT	14
Kesimpulan	16
Tutorial TikTok Shop: Cara Menentukan Nama Toko	16
Tutorial TikTok Shop: Pentingnya Memilih Nama Toko	17
Tutorial TikTok Shop: Kategori Nama Toko Lainnya	18
Tutorial TikTok Shop: Cara Menentukan Harga Produk	20
Cara Menentukan Harga: Menghindari Perang Harga	21
Cara Menentukan Harga Produk: Contoh Penentuan Harga	21
Cara Menentukan Harga Produk: Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP)	22
Cara Menentukan Harga Produk: Menghitung Harga Jual	23

Cara Menentukan Harga Produk: Meningkatkan Harga Berdasarkan Rating.....	25
Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Toko di TikTok Shop..	26
Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Mendaftar di TikTok Seller Center	26
Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Persiapan Sebelum Mendaftar.....	27
Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Proses Pendaftaran	28
Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Mengisi Informasi Toko	29
Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Kebijakan dan Ketentuan	30
Tutorial TikTok Shop: Cara Mengatur Peran dan Pengguna di TikTok Shop	31
Tutorial TikTok Shop: Informasi Akun	31
Tutorial TikTok Shop: Verifikasi Dua Langkah	32
Tutorial TikTok Shop: Mengubah Logo Toko	33
Tutorial TikTok Shop: Pengaturan Akun	34
Tutorial TikTok Shop: Menambahkan Pengguna dan Peran	34
Tutorial TikTok Shop: Pengaturan Otorisasi.....	35
Tutorial TikTok Shop: Verifikasi Undangan.....	36
Bab Tutorial TikTok Shop: Lima Poin Penting Pengaturan Awal di TikTok Shop	36
Tutorial TikTok Shop: 1. Pengaturan Peran dan Pengguna.....	37
Tutorial TikTok Shop: 2. Pusat Kualifikasi	37
Tutorial TikTok Shop: 3. Pengaturan Kategori Produk.....	39
Tutorial TikTok Shop: 4. Pengaturan Gudang	40

Tutorial TikTok Shop: 5. Pengaturan Rekening Bank dan Pajak	42
Tutorial TikTok Shop: Cara Menerima Pesanan, Pembatalan, dan Retur.....	42
Tutorial TikTok Shop: Halaman Beranda	43
Tutorial TikTok Shop: Dashboard Pengiriman	44
Tutorial TikTok Shop: Pengaturan Pengemasan.....	45
Tutorial TikTok Shop: Proses Pengiriman	46
Tutorial TikTok Shop: Pembatalan dan Retur	47
Tutorial TikTok Shop: Cara Upload Produk dan Syarat di TikTok Shop	48
Tutorial TikTok Shop: 1. Menambahkan Produk.....	48
Tutorial TikTok Shop: 2. Detail Produk.....	50
Tutorial TikTok Shop: 3. Informasi Penjualan	52
Tutorial TikTok Shop: 4. Proses Review	53
Tutorial TikTok Shop: Dashboard Kelola Produk.....	54
Tutorial TikTok Shop: Strategi Display Produk.....	60
Strategi Display Produk: 1. Video Produk	61
Strategi Display Produk: 2. Tampilkan Keunggulan Produk....	62
Strategi Display Produk: 3. Manfaat dan Kegunaan Produk	63
Strategi Display Produk: 4. Bahan Baku dan Sertifikasi	64
Strategi Display Produk: 5. Testimoni Pelanggan	64
Tutorial TikTok Shop: Pengenalan Dashboard Pengiriman, Kesehatan Toko, dan Chat Broadcast.....	65
Tutorial TikTok Shop: Pengenalan Dashboard Pengiriman	65
Tutorial TikTok Shop: Chat Broadcast	68

Tutorial TikTok Shop: Kesehatan Toko.....	69
Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promosi Toko Part 1 ...	72
Bab Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promosi Toko Part 2	78
Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Point-Poin Promosi	79
Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Mengatur Diskon	81
Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Obral Kilat	82
Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Promosi Beli Banyak ...	83
Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promosi Toko Part 3 ...	84
Cara Membuat Promosi Toko Part 3: Hadiah Gratis	85
Cara Membuat Promosi Toko Part 3: Diskon Ongkir	88
Cara Membuat Promosi Toko Part 3: Voucher Diskon	90
Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promo & Shop Tab	92
Tutorial TikTok Shop: Membuat Voucher Promo Bundle	92
Tutorial TikTok Shop: Menambahkan Promo untuk Creator ...	94
Tutorial TikTok Shop: Kode Promo Khusus untuk Live	97
Tutorial TikTok Shop: Dekorasi Shop Tab	98
Tutorial TikTok Shop: Registrasi Flash	100
Tutorial TikTok Shop: Dashboard Keuangan, Kelola Video, & Analisis	101
Tutorial TikTok Shop: Dashboard Keuangan	101
Tutorial TikTok Shop: Kelola Video Jualan	104
Tutorial TikTok Shop: Analisis dan Hashtag	105
Tutorial TikTok Shop: Strategi Topik Konten	107
Strategi Topik Konten: Konten Kontroversial.....	108
Strategi Topik Konten: Mengangkat Pengalaman Bersama ...	108

Strategi Topik Konten: Menyasar Keinginan Banyak Orang .	109
Strategi Topik Konten: Konten yang Menghibur	110
Strategi Topik Konten: Mengikuti Tren Viral	110
Tutorial TikTok Shop: Strategi Hashtag Terhadap Engagement	111
Strategi Hashtag Terhadap Engagement: Pentingnya Konten Video	111
Strategi Hashtag Terhadap Engagement: Perbedaan Hashtag di Tiktok.....	112
Strategi Hashtag Terhadap Engagement: Fungsi Hashtag	112
Strategi Hashtag Terhadap Engagement: Strategi Penggunaan Hashtag	113
Penjelasan Tutorial TikTok Shop: Todo List TikTok.....	115
Tutorial TikTok Shop: Todo List TikTok	115

EBOOK SAKTI TIKTOK SHOP

TikTok Shop: Pengenalan TikTok dan Mengapa TikTok

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, **Alhamdulillah**, terima kasih kepada kalian yang telah meluangkan waktu untuk mengikuti pelatihan di kelas TikTok ini.

Perkenalkan, nama saya Ryan. Jika kalian ingin berhubungan dengan saya, langsung saja hubungi saya di Instagram resmi saya @om.icen. Jika ada yang ingin berkonsultasi seputar bisnis, silakan hubungi Alodigi Indonesia, agensi yang penulis miliki.

Penulis berharap kita dapat belajar dengan baik, serius, konsisten, dan dengan niat yang baik. Dengan niat yang baik, semoga Allah Subhanahu wa ta'ala mempermudah segala urusan kita.



Gambar: Kelas Tiktok Shop



Gambar: Introduction Kelas Tiktok

Kita, penting untuk memahami **mengapa kita harus belajar TikTok**. Perkembangan tren, pasar, dan perilaku masyarakat Indonesia terus berubah. Saat ini, TikTok merupakan salah satu platform sosial commerce yang sedang populer.

TikTok telah berkolaborasi dengan Tokopedia, memberikan kesempatan bagi kita untuk mengoptimalkan bisnis dan memperluas jangkauan. Bayangkan, saat ini pengguna TikTok sudah mencapai **128 juta**.

Jika kita menggabungkan dengan pengguna Tokopedia, ini bisa menjadi peluang yang sangat besar untuk bisnis kita. Misal, jika hanya **1%** dari 128 juta pengguna melakukan pembelian, itu berarti ada **1 juta** potensi pembeli.

Jika setiap pembeli memberikan margin keuntungan sekitar **10.000 hingga 20.000**, itu sudah cukup untuk memberikan keuntungan yang signifikan.

TikTok Shop: Keunggulan Tiktok



Gambar: Global Digital Headlines

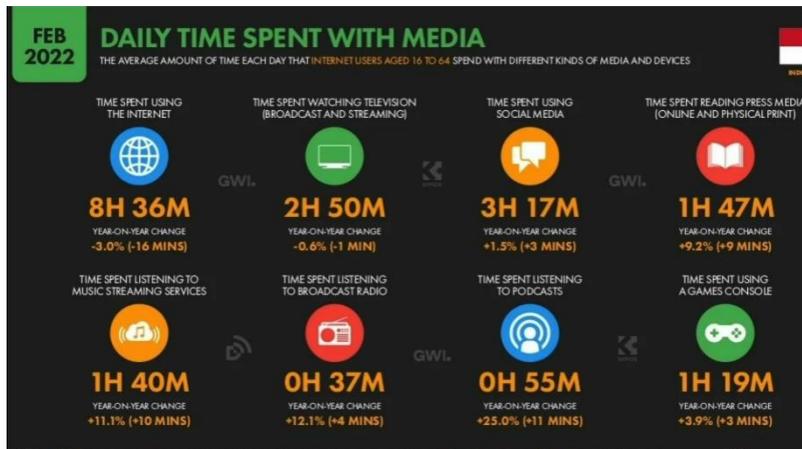
Salah satu keunggulan TikTok dibandingkan platform lain adalah fokusnya pada **video**. Berbeda dengan Instagram yang lebih banyak menggunakan gambar, TikTok mengedepankan video sebagai konten utama.

Ini membuat pengguna lebih tertarik untuk melihat konten, termasuk iklan dan produk yang ditawarkan. TikTok juga memberikan subsidi untuk produk yang dijual, sehingga harga bisa lebih terjangkau bagi konsumen.

TikTok saat ini juga mengembangkan program **afiliasi**. Kita yang sudah memiliki toko di TikTok dapat memanfaatkan berbagai fitur yang ada, bukan hanya menunggu pesanan. Ada banyak fitur yang terintegrasi dengan TikTok Shop, seperti video, iklan, dan lainnya.

TikTok Shop: Kesempatan dan Pertumbuhan

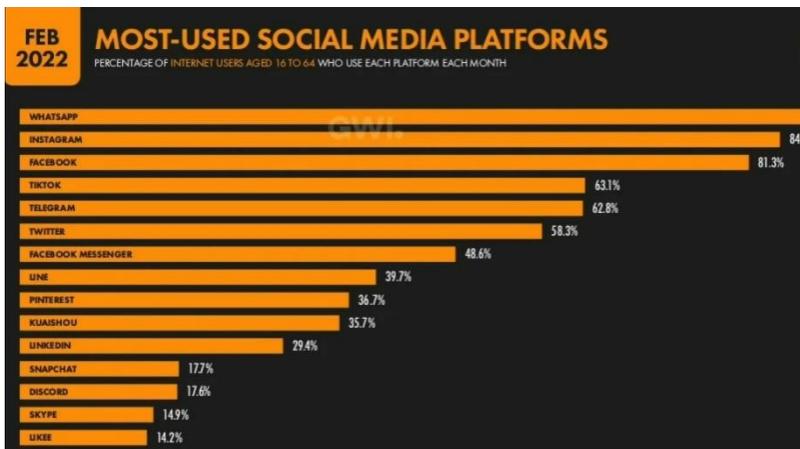
Peluang yang ada harus diambil, bukan hanya dipikirkan. Kita perlu melakukan eksekusi, evaluasi, dan membuat rencana untuk terus berkembang.



Gambar: Daily Time Spent With Media

Di tahun 2022 dan 2024, TikTok menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Dari total populasi, banyak yang menghabiskan waktu di internet, dengan rata-rata **8 jam 36 menit** per hari.

Dari waktu tersebut, **3 jam** dihabiskan untuk menggunakan media sosial, dan TikTok menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan.



Gambar: Most Used Social Media Platforms

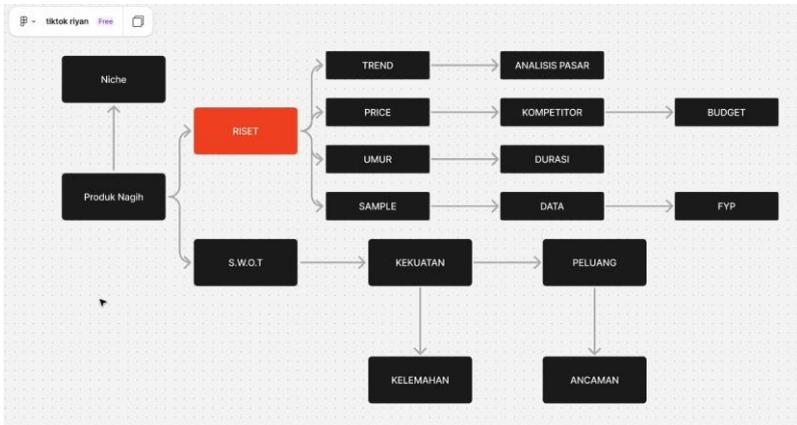
Dengan semua peluang ini, penulis mengajak kita untuk memanfaatkan TikTok sebagai platform untuk berjualan dan membangun brand. Mari kita bersama-sama sukses di TikTok!

Semoga penjelasan ini bermanfaat dan memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya TikTok dalam dunia bisnis saat ini. Terima kasih!

Tutorial TikTok Shop: Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop

Sebelum kita memulai TikTok Shop (TTS), ada beberapa hal penting yang perlu kita ketahui. Pertama-tama, dalam dunia penjualan, sangat penting untuk memiliki **produk yang banyak diminati oleh audiens**.

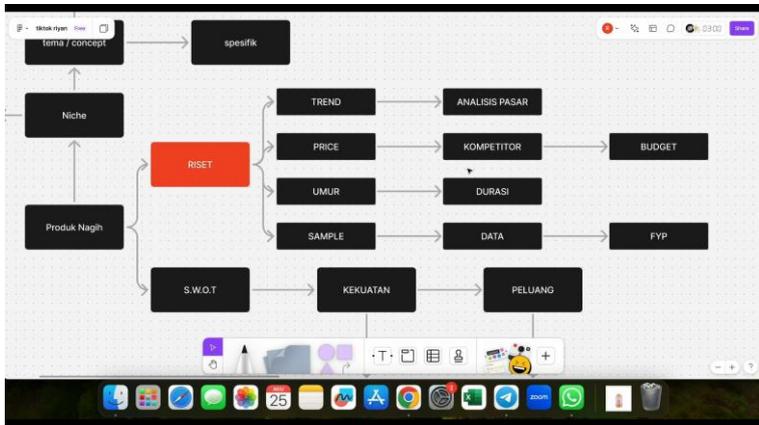
Selain itu, pastikan bahwa **permintaan terhadap produk tersebut cukup tinggi**. Dengan demikian, produk yang kita tawarkan akan lebih mudah terjual.



Gambar: Riset Pasar

Selanjutnya, kita perlu melakukan **riset**. Riset ini bertujuan agar kita tidak membuang waktu dalam menjalankan bisnis di TikTok Shop. Mengingat bahwa menjalankan TikTok Shop memerlukan **usaha yang cukup besar**, seperti mengupload produk, mendesain thumbnail, serta merencanakan strategi display produk, harga, konten, dan promosi, penting untuk mempersiapkan semuanya dengan baik.

Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop: Memilih Produk yang Menarik



Gambar: Riset Pasar

Pertama-tama, produk yang kita pilih harus **menarik** dan memberikan **pengalaman positif** bagi pelanggan. Pengalaman ini harus sesuai dengan ekspektasi audiens, sehingga dapat membangun reputasi yang baik untuk merek kita.

Dengan reputasi yang baik, produk kita akan lebih mudah dicari dan direkomendasikan oleh audiens.

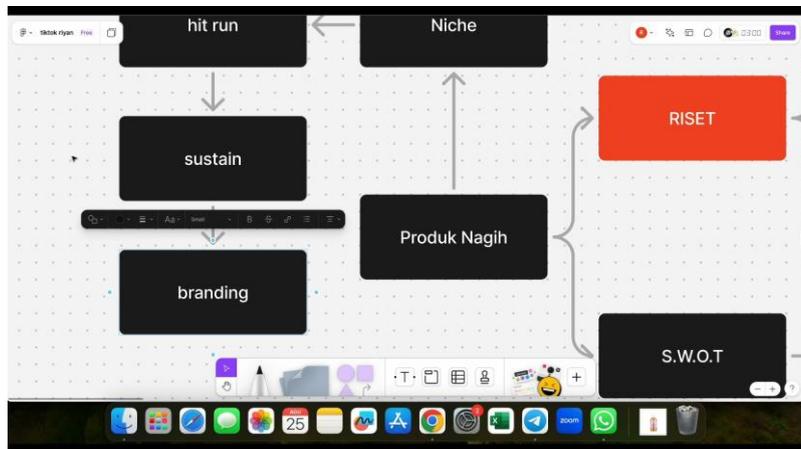
Untuk melakukan riset produk, kita bisa mengikuti **tren** yang sedang populer. Misal, pada tahun 2022-2023, produk seperti **kolagen** dan **propolis** menjadi sangat diminati.

Kita dapat memanfaatkan fitur di TikTok untuk melihat produk yang sedang trending, seperti yang muncul di **FYP** (For You Page).

Kita juga bisa menjual produk sendiri atau melakukan **dropship** jika tidak memiliki produk.

Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop: Menentukan Needs dan Konsep

Sebelum memilih produk, penting untuk memahami **needs** atau kebutuhan pasar. Needs ini bisa berupa tema atau konsep yang ingin kita angkat.



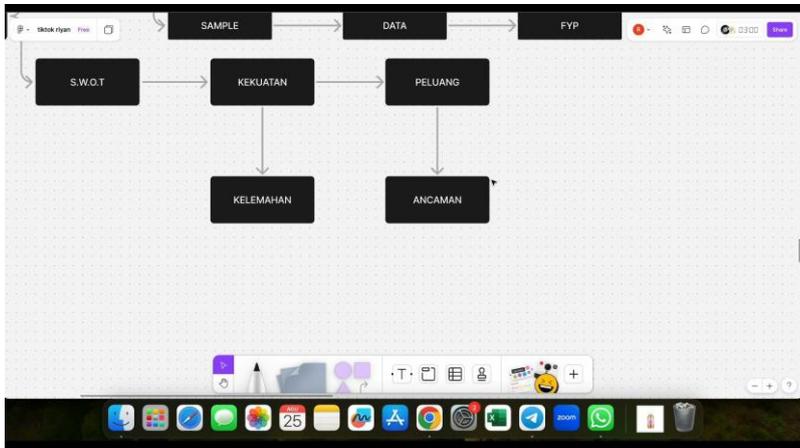
Gambar: Analisis Kebutuhan Produk

Apakah kita ingin menjual produk dengan konsep **palugada** (beragam) atau lebih **spesifik**? Contoh produk palugada bisa mencakup **skincare**, **herbal**, **parfum**, dan **fashion**.

Sementara itu, jika kita memilih konsep yang lebih spesifik, kita bisa fokus pada kategori tertentu seperti **fashion pria**, **fashion wanita**, atau **fashion anak-anak**.

Langkah Awal Sebelum Membuat Toko di TikTok Shop: Analisis SWOT

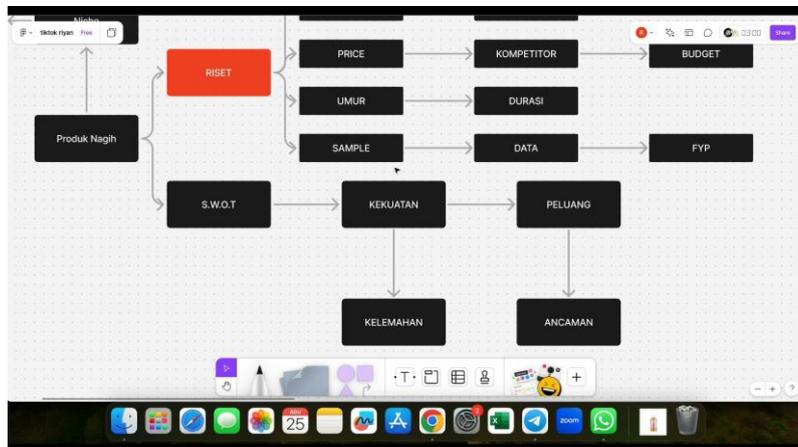
Selanjutnya, lakukan **analisis SWOT** untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari produk atau toko kita.



Gambar: Analisis SWOT

- **Kekuatan:** Apa yang membuat produk kita unggul? Misal, produk kita memiliki **promo konsisten** atau **bahan berkualitas** yang tidak dimiliki oleh kompetitor.
- **Kelemahan:** Apa yang menjadi kekurangan produk atau toko kita? Misal, tidak adanya promo potongan ongkir atau sertifikasi yang diperlukan.
- **Peluang:** Identifikasi peluang yang bisa diambil dari kelemahan kompetitor. Misal, jika kompetitor tidak memiliki promo menarik, kita bisa menawarkan diskon yang lebih baik.
- **Ancaman:** Setiap produk pasti memiliki ancaman dari kompetitor yang terus berinovasi. Oleh karena itu, penting untuk selalu beradaptasi dan melakukan inovasi dalam bisnis kita.

Kesimpulan



Gambar: Riset Pasar

Sebelum membuka TikTok Shop, susunlah semua poin penting ini dengan rapi. Tentukan produk yang ingin kita jual, konsep yang akan diusung, serta lakukan riset dan analisis yang mendalam. Dengan persiapan yang matang, kita akan lebih siap untuk memulai perjalanan bisnis di TikTok Shop.

Tutorial TikTok Shop: Cara Menentukan Nama Toko

Pada bab kali ini, kita akan membahas langkah kedua dalam membuat akun TikTok Shop, yaitu **menentukan nama toko**. Sebelumnya, kita sudah membahas tentang kebutuhan dan produk yang akan dijual. Sekarang, mari kita fokus pada nama toko yang akan kita pilih.

Tutorial TikTok Shop: Pentingnya Memilih Nama Toko

Nama toko adalah elemen penting yang perlu kita perhatikan. Disini, penulis sudah menyiapkan beberapa contoh untuk membantu kita memahami berbagai kategori nama toko.



Gambar: Analisis Memilih Nama Toko

1. Nama Toko dengan Kategori Brand

- Mengapa memilih kategori brand? Jika kita ingin menonjolkan sebuah brand, nama brand tersebut harus mudah diingat. Misal, jika kita menjual produk dari Informa atau Ads Hardware, nama brand tersebut akan menjadi identitas utama.

Contohnya, jika produk yang dijual adalah meja, maka sebutan yang tepat adalah "Meja Informa". Ini juga berlaku untuk kategori fashion, di mana brand seperti Informa bisa mencakup berbagai produk seperti pakaian pria, wanita, dan anak-anak.

2. Nama Toko dengan Kategori Wilayah

- o Contoh: "Herbal Cilegon". Menggunakan nama wilayah dapat membantu menarik perhatian audiens lokal, terutama jika produk yang dijual bersifat mendesak, seperti herbal.

Dengan mencantumkan nama wilayah, pelanggan akan lebih mudah menemukan toko kita dan mempercepat proses pengiriman.

3. Nama Toko dengan Kategori Jangka Panjang

- o Nama yang mencakup kata "official" sering kali memberikan kesan resmi dan terpercaya. Misal, "Nuki Kita Official" menunjukkan bahwa ini adalah pusat resmi dari brand tersebut. Nama resmi biasanya diasosiasikan dengan produk yang original dan berkualitas.

Tutorial TikTok Shop: Kategori Nama Toko Lainnya



Gambar: Analisis Memilih Nama Toko

Selain tiga kategori di atas, ada beberapa kategori lain yang bisa kita pertimbangkan:

1. Nama Toko dengan Kategori Umum

- Nama umum seperti "Toko Rugi" atau "Gudang Baju" tidak memiliki spesifikasi tertentu. Kategori ini memberikan kebebasan dalam memilih produk yang dijual, meskipun tidak memiliki target pasar yang jelas.

2. Nama Toko dengan Kategori Pribadi

- Banyak toko yang menggunakan nama pribadi, seperti "Ryan Store". Ini memberikan sentuhan personal dan bisa menjadi daya tarik tersendiri. Contoh lain adalah "Camilla Home Decor", di mana nama "Camilla" adalah nama pemiliknya.

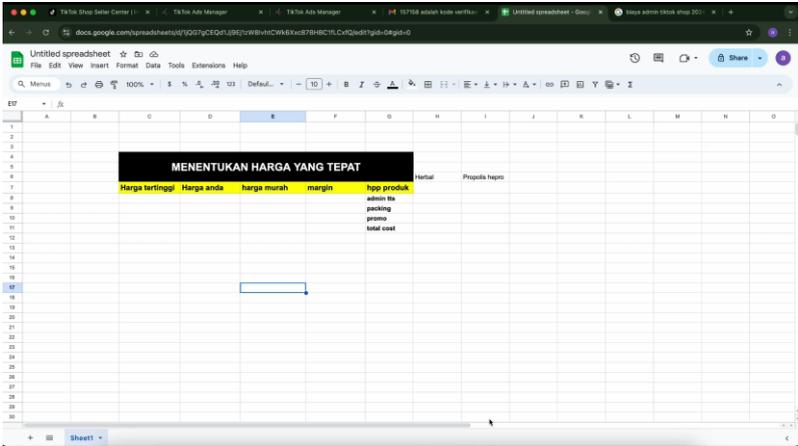
3. Nama Toko dengan Kategori Produk

- Kategori ini langsung menunjukkan jenis produk yang dijual, seperti "Ryan Fashion" atau "Urwah Herbal". Dengan nama yang jelas, pelanggan dapat dengan mudah memahami apa yang ditawarkan oleh toko kita.

Kesimpulan

Memilih nama toko adalah langkah penting sebelum kita memulai bisnis di TikTok Shop. Pastikan nama yang kita pilih mencerminkan identitas brand, produk, atau bahkan lokasi.

Tutorial TikTok Shop: Cara Menentukan Harga Produk



MENENTUKAN HARGA YANG TEPAT								
	Harga tertinggi	Harga anda	harga murah	margin	hpp produk	Herbal	Prepatis herbal	
					admin fee			
					packing			
					promo			
					total cost			

Gambar: Tabel Menentukan Harga Produk

Sebelumnya, kita sudah membahas mengenai produk yang akan dijual di TikTok Shop dan nama toko. Penting bagi kita untuk **rapi** dalam membangun sebuah bisnis.

Mari kita mulai dengan disiplin, rapi, konsisten, dan berkomitmen. Insya Allah, hasil yang baik akan kita dapatkan. Di sini, penulis akan memberikan cara untuk **menentukan harga yang tepat**.

Penulis tidak mengatakan bahwa harga ini adalah yang paling pantas atau terbaik, karena itu adalah asumsi masing-masing. Namun, penulis menyebutnya harga yang tepat, karena harga ini sesuai untuk perusahaan dan audiens kita.

Cara Menentukan Harga: Menghindari Perang Harga

Penulis ingin mengingatkan kita untuk tidak terjebak dalam **perang harga**. Dalam workshop atau seminar yang pernah penulis adakan, penulis tidak pernah menyarankan untuk bermain di perang harga.

Sebagai seorang marketer, kita perlu memiliki strategi dan nilai untuk menghindari perang harga. Mari kita lihat contoh berikut agar lebih jelas.

Cara Menentukan Harga Produk: Contoh Penentuan Harga

MENENTUKAN HARGA YANG TEPAT					
Harga tertinggi	Harga anda	harga murah	margin	tpp produk	Herbal
Rp250.000	Rp185.000	Rp145.000	Rp86.000	address the	Rp43.000
50 rating dan ulasan			Rp43.000.000	packing	Rp5.000
500 rating			Rp23.000.000	gross	Rp15.000
			net profit	Affiliate	10-15%
			200 pcs	total cost	Rp84.000
					10% per produk

Gambar: Tabel Menentukan Harga Produk

Misalkan kita memiliki produk herbal bernama **Propolis Hypro**. Jika kita mencari harga Propolis di TikTok Shop, kita akan menemukan harga tertinggi sekitar **Rp. 250.000** dan harga terendah sekitar **Rp. 145.000**.

Pertanyaannya, berapa harga produk kita? Banyak yang mungkin berpikir, "Penulis akan menetapkan harga Rp. 143.000 agar lebih rendah dan bisa memenangkan pasar." Namun, itu belum tentu strategi yang tepat.

Cara Menentukan Harga Produk: Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP)

	Harga beli/mg	Harga anda	harga murah	margin	hpp produk	Hutang
	Rp250.000	Rp185.000	Rp145.000	Rp66.000	Rp60.000	
50 rintang dan ulasan				Rp43.000.000	packing	Rp3.000
500 rintang				Rp20.000.000	game	Rp15.000
				net profit	Affiliate	15%
			200 pcs		total cost	Rp84.000
						hpp per produk

Gambar: Tabel Menentukan Harga Produk

Mari kita kembali ke perhitungan. Misalkan HPP produk adalah **Rp. 60.000**. Selanjutnya, kita perlu menambahkan biaya admin TikTok Shop yang saat ini adalah **5-10%**.

Kita ambil contoh **10%**, jadi biaya admin adalah **Rp. 6.000**. Kemudian, kita juga perlu memperhitungkan biaya packing. Biaya packing mencakup cetakan kertas, bubble wrap, kardus, dan lakban.

Biasanya, biaya packing berkisar antara **Rp. 2.000 - Rp. 3.000**, kita ambil contoh **Rp. 3.000**. Selanjutnya, jika kita ingin memberikan promo atau affiliate, misalkan kita ambil **15%** dari harga jual. Jadi, jika kita hitung, total HPP produk menjadi **Rp. 84.000**.

Cara Menentukan Harga Produk: Menghitung Harga Jual

MENENTUKAN HARGA YANG TEPAT					Hutang
Harga tertinggi	Harga anda	harga murah	margin	harga produk	Rp43.000
Rp205.000	Rp165.000	Rp145.000	Rp66.000	adhesi tk	Rp3.000 5-10%
50 rating dan ulasan				packing	Rp3.000
Rp170.000				promo	Rp20.000.000 15%
500 rating			net profit	Affiliate	Rp9.000 10-15%
			200 pcs	total cost	Rp84.000 /pp per produk

Gambar: Tabel Menentukan Harga Produk

Dengan HPP sebesar **Rp. 84.000**, kita perlu menetapkan harga jual. Misalkan kita ingin menjual produk dengan harga **Rp. 175.000**, maka margin yang kita dapatkan adalah **Rp. 91.000**.

Ini adalah margin yang cukup besar. Jika kita menurunkan harga menjadi **Rp. 165.000**, margin akan menjadi **Rp. 81.000**. Jika dalam sebulan kita bisa menjual **200 pcs**, maka total pendapatan kotor adalah **Rp. 16.000.000**.

Setelah dikurangi biaya operasional, misalkan **Rp. 10.000.000**, maka net profit yang didapat adalah **Rp. 6.000.000**.

Cara Menentukan Harga Produk: Meningkatkan Harga Berdasarkan Rating

The screenshot shows a Google spreadsheet with the following data:

MENENTUKAN HARGA YANG TEPAT				
Harga tertinggi	Harga anda	harga murah	margin	hpp produk
Rp215.000	Rp185.000	Rp145.000	Rp46.000	admix 5kg
50 rating dan ulasan	Rp170.000		Rp43.000.000	packing
500 rating			Rp23.000.000	game
			net profit	Affiliate
			200 pcs	total cost
				Rp64.000 hpp per produk

Gambar: Tabel Menentukan Harga Produk

Ketika kita sudah mendapatkan rating yang baik, misalkan **50 rating**, kita bisa menaikkan harga kembali. Misalkan menjadi **Rp. 170.000**, maka profit akan meningkat.

Jika sudah mencapai **500 rating**, harga bisa dinaikkan lagi menjadi **Rp. 175.000**. Kita juga bisa menambahkan biaya untuk giveaway atau promosi lainnya agar produk lebih menarik.

Ini adalah strategi yang tepat untuk menentukan harga dan margin yang ingin diambil.

Kesimpulan

Semoga penjelasan ini membantu kita memahami cara menghitung harga produk di TikTok Shop. Ingatlah untuk selalu memeriksa

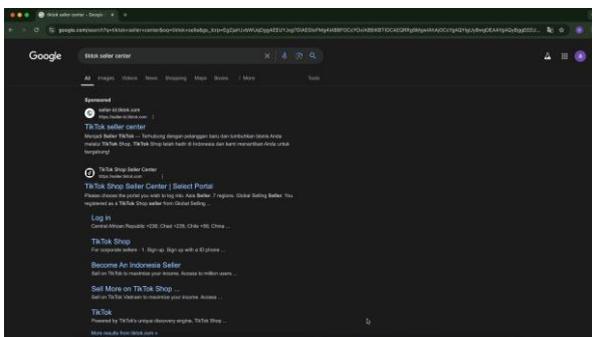
harga tertinggi dan terendah dari produk yang sama di TikTok Shop agar tidak asal dalam menentukan harga.

Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Toko di TikTok Shop

Pada bab kali ini, kita akan membahas tentang **cara membuat toko di TikTok Shop**. Sebelumnya, kita sudah sedikit membahas mengenai pentingnya berjualan di TikTok, mengingat peluang yang sangat besar di platform ini. Semoga kita semua bisa memahami dan memanfaatkan kesempatan ini.

Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Mendaftar di TikTok Seller Center

Sebelum kita masuk ke dashboard TikTok Seller Center (TTS), kita perlu melakukan pencarian di Google dengan kata kunci "TikTok Seller Center".



Gambar: Pencarian Google TikTok Seller Center

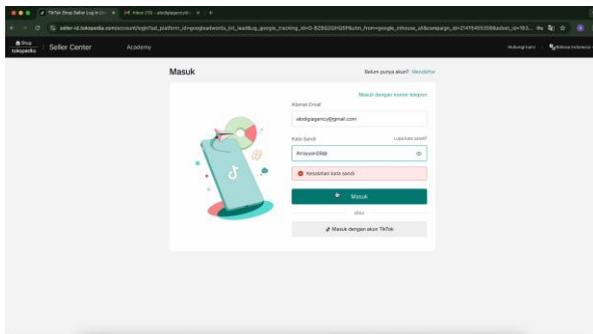
Penulis ingin memberikan **disclaimer** untuk kita yang sudah mendaftar di TikTok Seller; mungkin langkah ini tidak perlu diikuti lagi.

Bagi yang belum mendaftar, silakan ikuti langkah-langkah berikut untuk mendaftar di TikTok Seller Center.

TikTok Seller Center berfungsi seperti platform e-commerce lainnya, di mana kita dapat mengupload produk, mengatur pengiriman, menulis deskripsi, dan mengelola promosi seperti flash sale.

Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Persiapan Sebelum Mendaftar

Pastikan untuk mencatat nomor telepon dan kata sandi yang akan digunakan. Selain itu, kita juga bisa mengintegrasikan akun TikTok personal dengan TikTok Seller Center.



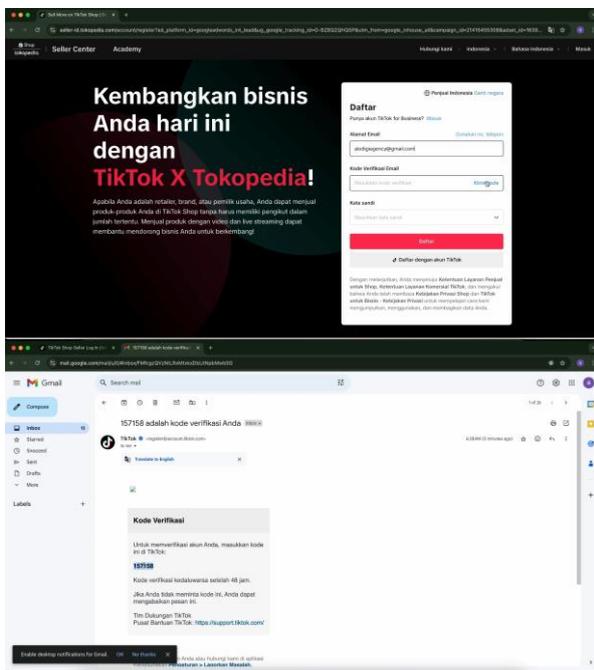
Gambar: Login TikTok Seller Center

Mengapa ini penting? Karena dengan mengintegrasikan akun, konten yang diunggah dapat muncul di keranjang kuning, yang memudahkan pembeli.

Untuk dapat menggunakan fitur keranjang kuning, akun personal harus memiliki minimal **1.000 pengikut**. Namun, jangan khawatir! Ada tips dan trik untuk mendapatkan pengikut meskipun dimulai dari nol.

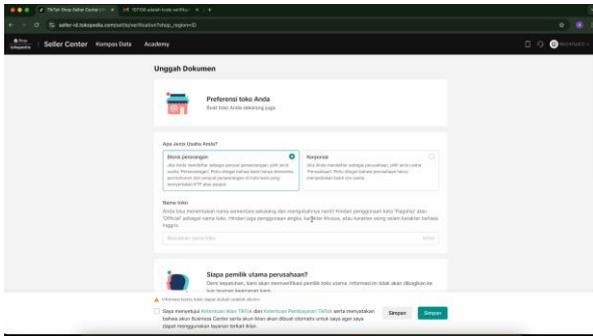
Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Proses Pendaftaran

Untuk mendaftar, siapkan nomor telepon atau email dan kata sandi. Setelah itu, lakukan verifikasi melalui email.



Gambar: Pendaftaran TikTok Seller Center

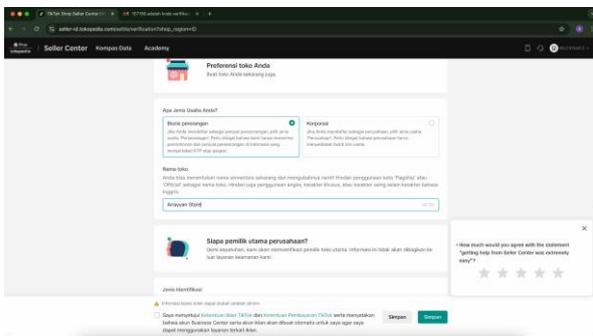
Jika sudah, kita akan diarahkan ke halaman pendaftaran. Di sini, kita perlu mengunggah dokumen yang diperlukan, seperti KTP atau paspor. Pastikan file yang diunggah berwarna, jelas, dan tidak lebih dari **10 MB**.



Gambar: Halaman Pendaftaran

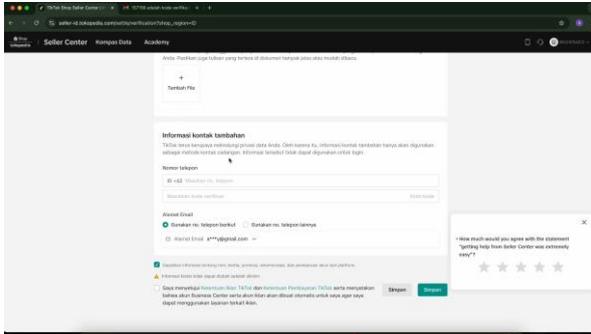
Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Mengisi Informasi Toko

Setelah mengunggah dokumen, kita akan diminta untuk mengisi informasi mengenai nama toko. Pilihlah nama yang menarik dan sesuai dengan produk yang akan dijual.



Gambar: Mengisi Informasi Toko

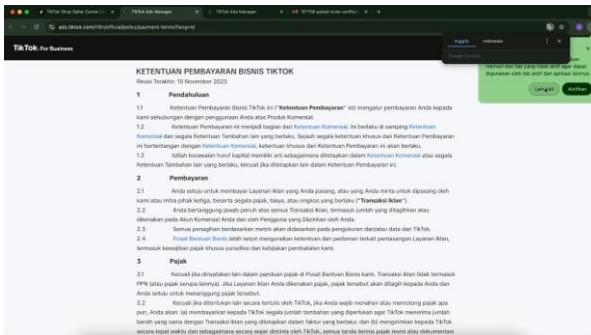
Pastikan juga untuk menambahkan nomor telepon yang dapat dihubungi, karena ini penting untuk verifikasi dan keamanan akun.



Gambar: Mengisi No. Telp Informasi Toko

Cara Membuat Toko di TikTok Shop: Kebijakan dan Ketentuan

Sebelum menyelesaikan pendaftaran, bacalah kebijakan dan ketentuan yang berlaku di TikTok Shop. Ini termasuk informasi mengenai pajak, ketentuan pembayaran, dan kebijakan iklan. Memahami kebijakan ini sangat penting agar tidak terjadi kesalahan di kemudian hari.



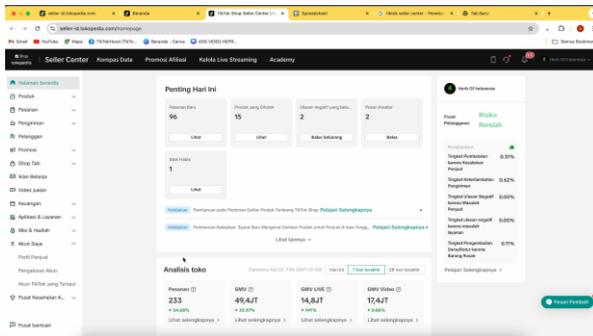
Gambar: Kebijakan dan Ketentuan

Kesimpulan

Setelah semua langkah di atas dilakukan, kita sudah siap untuk memulai perjalanan berjualan di TikTok Shop. Ingatlah untuk selalu memperbarui informasi dan mengikuti perkembangan terbaru dari TikTok, karena platform ini terus mengalami perubahan dan pembaruan.

Tutorial TikTok Shop: Cara Mengatur Peran dan Pengguna di TikTok Shop

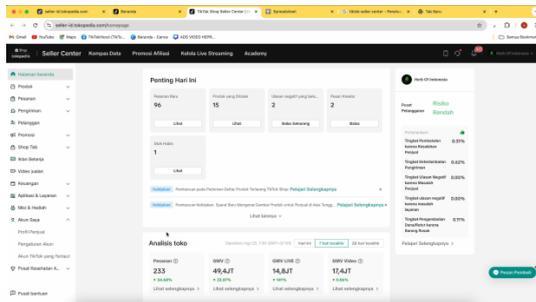
Kali ini kita sudah memasuki dashboard TikTok Seller Center. Di sini, kita akan melakukan optimasi profil toko kita. Dashboard ini memiliki banyak fitur yang akan kita bahas satu per satu. Untuk saat ini, kita akan fokus pada **profil penjual**.



Gambar: Dashboard TikTok Seller Center

Tutorial TikTok Shop: Informasi Akun

Di dashboard ini, kita akan menemukan informasi login. Pastikan akun personal kita terintegrasi dengan TikTok Seller Center. Dengan integrasi ini, kita dapat menggunakan fitur keranjang kuning.



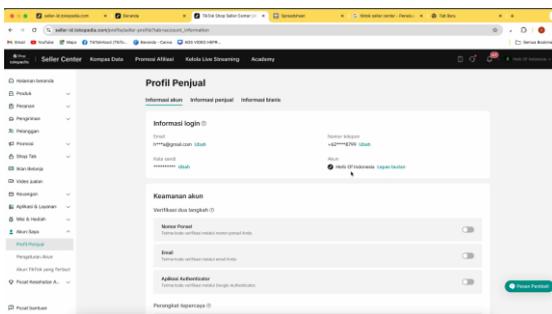
Gambar: Dashboard TikTok Seller Center

Seperti yang telah penulis sebutkan sebelumnya, cara untuk mendapatkan keranjang kuning meskipun tanpa follower adalah dengan mengintegrasikan akun TikTok personal dengan TikTok Seller Center.

Setelah integrasi berhasil, tampilan akun kita akan terlihat seperti ini: **Help of Indonesia**.

Tutorial TikTok Shop: Verifikasi Dua Langkah

Jika omset kita sudah fantastis atau jika kita merasa rentan terhadap peretasan, penulis sangat menyarankan untuk mengaktifkan **verifikasi dua langkah**.

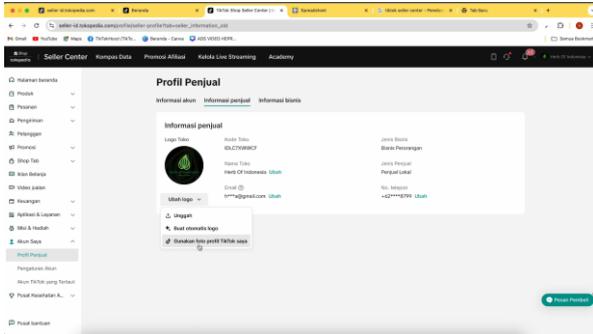


Gambar: Verifikasi Dua Langkah

Kita bisa menggunakan nomor ponsel, email, atau aplikasi authenticator untuk melakukan verifikasi ini.

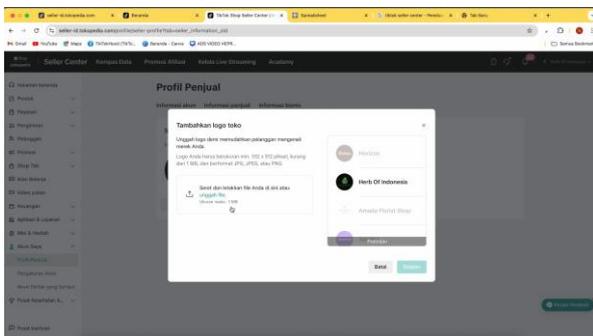
Tutorial TikTok Shop: Mengubah Logo Toko

Selanjutnya, di bagian informasi penjual, kita dapat mengubah logo toko. Kita bisa menggunakan foto profil dari akun TikTok personal atau mengunggah logo yang sudah kita buat.



Gambar: Mengubah Logo Toko

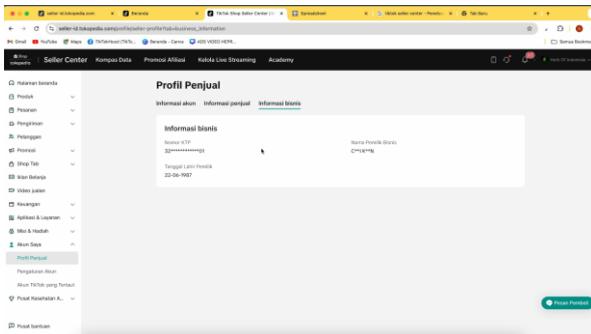
Pastikan ukuran file logo tidak lebih dari **1 MB**. Jika kita memiliki logo perusahaan atau brand, lebih baik menggunakan logo tersebut.



Gambar: Upload Logo Toko

Tutorial TikTok Shop: Pengaturan Akun

Setiap akun hanya dapat terdaftar dengan satu KTP. Jadi, pastikan kita mengatur akun dengan benar. Di sini, kita juga dapat mengatur **manajemen pengguna**.

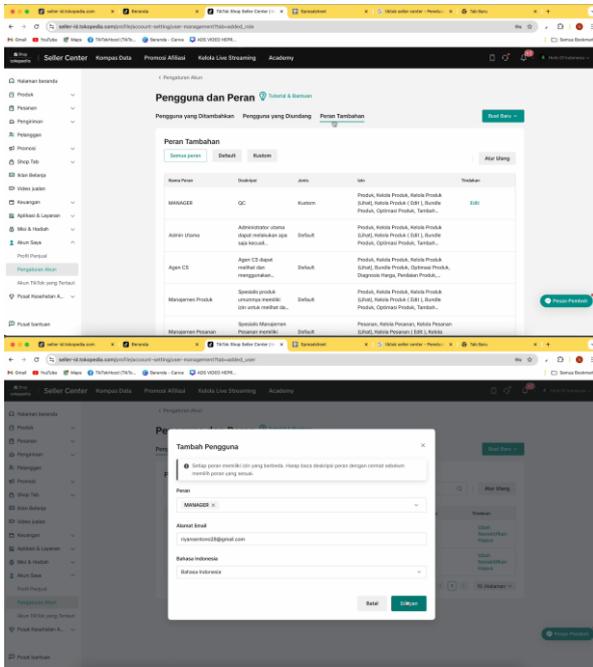


Gambar: Informasi Bisnis

Terdapat beberapa peran seperti admin utama dan manajemen produk. Jika ingin menambah pengguna, cukup klik dan pilih peran yang diinginkan.

Tutorial TikTok Shop: Menambahkan Pengguna dan Peran

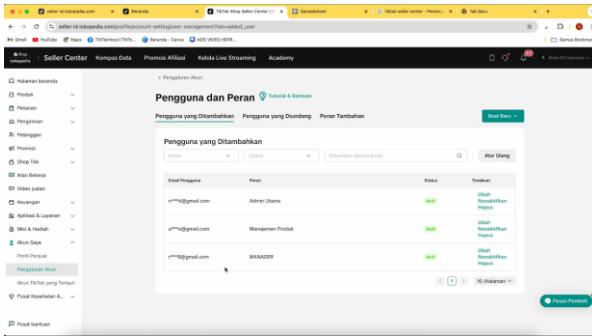
Untuk menambah pengguna, kita bisa mengisi nama dan deskripsi peran. Misal, jika kita ingin menambahkan seorang manajer, cukup pilih peran tersebut dan simpan. Pengguna baru akan menerima undangan melalui email yang kita cantumkan.



Gambar: Menambahkan Pengguna

Tutorial TikTok Shop: Pengaturan Otorisasi

Kita dapat mengatur otorisasi untuk setiap pengguna. Misal, jika ada pengguna yang hanya bertugas sebagai customer service, kita bisa mengatur agar mereka hanya dapat mengakses fitur chat.



Gambar: Pengaturan Otorisasi

Begitu juga untuk pengguna yang bertugas sebagai advertiser, mereka bisa diatur agar tidak dapat melihat saldo atau informasi lainnya.

Tutorial TikTok Shop: Verifikasi Undangan

Setelah mengirim undangan, pastikan untuk memverifikasi status undangan tersebut. Jika sudah berhasil, pengguna baru akan muncul di daftar pengguna aktif. Kita juga dapat mengubah atau menghapus pengguna jika diperlukan.

Kesimpulan

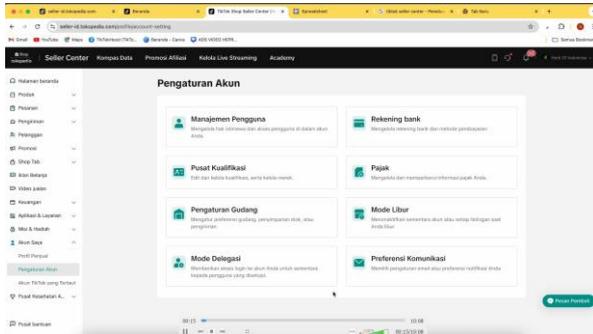
Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, kita dapat dengan mudah mengatur siapa saja yang berhak mengakses dan mengelola toko kita di TikTok Shop. Semoga tutorial ini bermanfaat dan membantu kita dalam mengoptimalkan penggunaan TikTok Seller Center!

Bab Tutorial TikTok Shop: Lima Poin Penting Pengaturan Awal di TikTok Shop

Dalam bab ini, kita akan membahas lima poin penting yang perlu diperhatikan saat melakukan pengaturan awal di TikTok Shop.

Tutorial TikTok Shop: 1. Pengaturan Peran dan Pengguna

Pertama, Kita perlu mengatur peran dan pengguna di TikTok Shop. Kita memiliki kebebasan untuk menentukan siapa yang akan diberikan wewenang dan tanggung jawab.

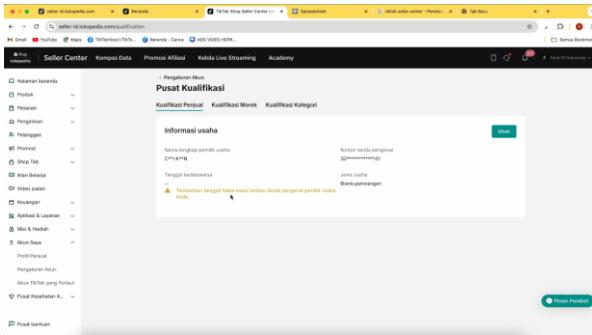


Gambar: Halaman Pengaturan Akun

Jika Kita masih menjalankan toko sendiri, Kita hanya perlu mengatur email Kita.

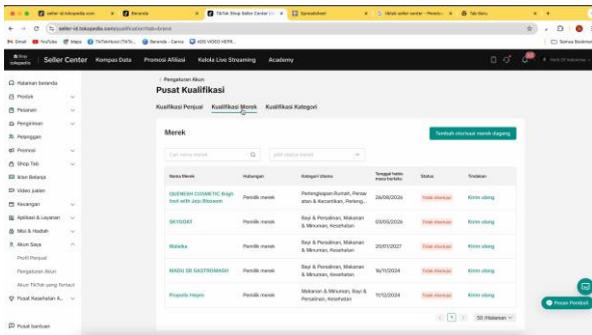
Tutorial TikTok Shop: 2. Pusat Kualifikasi

Selanjutnya, masuk ke pusat kualifikasi. Di sini, Kita dapat melihat dan menambahkan tanggal habis masa berlaku untuk kita pengenal pemilik usaha Kita



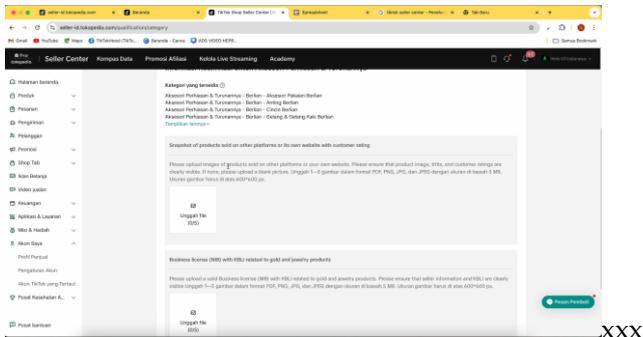
Gambar: Halaman Pusat Kualifikasi

Pusat kualifikasi ini lebih berfokus pada kualifikasi penjualan dan merek. Jika Kita ingin menambah otorisasi merek dagang, Kita bisa melakukannya di sini.



Gambar: Halaman Kualifikasi Merek

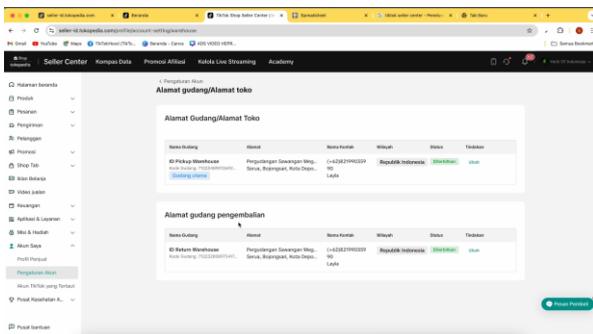
Misalnya, jika Kita ingin menjual produk makanan, Kita harus memiliki sertifikat merek atau HQY. Jika Kita merupakan reseller atau agen, Kita perlu menyiapkan dokumen yang sesuai.



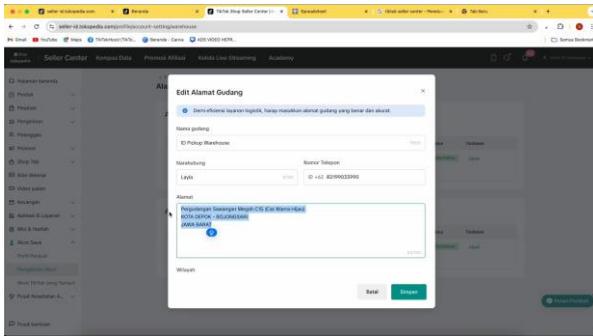
Gambar: Upload Gambar Produk

Tutorial TikTok Shop: 4. Pengaturan Gudang

Selanjutnya, atur lokasi gudang untuk pengambilan dan pengembalian barang. Kita dapat menentukan alamat gudang dan memastikan bahwa informasi tersebut lengkap dan akurat.

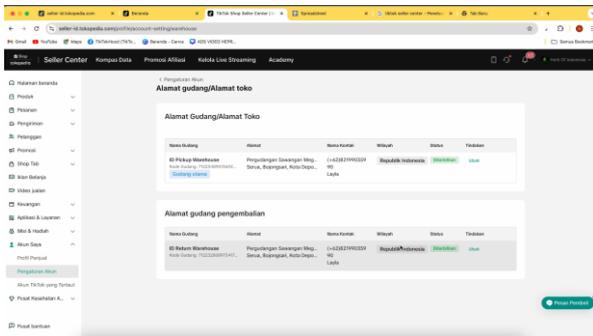


Gambar: Halaman Pengaturan Gudang



Gambar: Edit Alamat Gudang

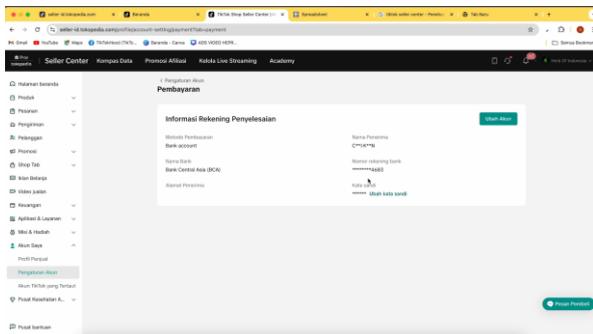
Jika Kita menggunakan sistem dropshipping, pastikan untuk mengatur alamat pengembalian dengan benar, misalnya, jika pengiriman dilakukan dari gudang Principal, pengembalian dapat diarahkan ke alamat rumah Kita.



Gambar: Halaman Pengaturan Gudang

Tutorial TikTok Shop: 5. Pengaturan Rekening Bank dan Pajak

Terakhir, Kita perlu mengatur rekening bank. Pastikan nomor rekening bank Kita sesuai dengan KTP, karena ketidakcocokan dapat menyebabkan masalah.



Gambar: Halaman Pengaturan Rekening

Selain itu, atur status pajak Kita dengan menggunakan NPWP yang valid. Kita juga dapat mengatur preferensi komunikasi untuk menerima informasi penting melalui email.

Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, Kita akan dapat mengatur TikTok Shop Kita dengan baik. Pastikan untuk mencatat semua informasi penting dan melakukan pengaturan yang diperlukan agar tidak terjadi kesalahan di kemudian hari.

Jika Kita memiliki tim, pastikan untuk mendapatkan tanda tangan mereka untuk menghindari potensi penipuan di masa depan.

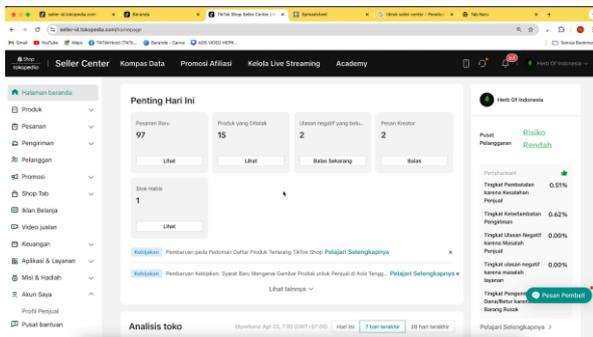
Tutorial TikTok Shop: Cara Menerima Pesanan, Pembatalan, dan Retur

Pada kesempatan kali ini, kita akan membahas beberapa poin penting terkait akun TikTok Shop yang perlu kita selesaikan di

tahap awal. Penulis akan memberikan informasi mengenai beberapa dashboard yang akan kita gunakan.

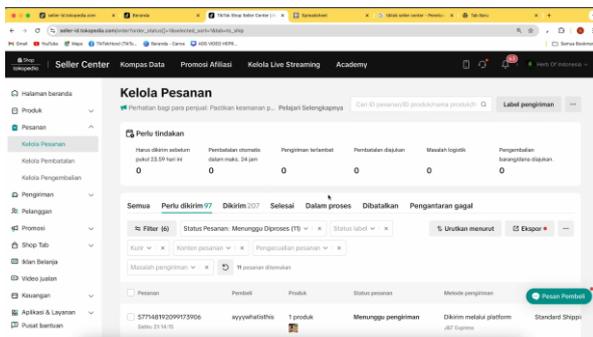
Tutorial TikTok Shop: Halaman Beranda

Ini adalah **halaman beranda** TikTok Shop kita. Di sini, kita akan melihat semua aktivitas terkait pesanan.



Gambar: Halaman Beranda Tiktok

Contohnya, di sini ada **pesanan baru** yang masuk. Kita bisa mengelola pesanan dengan mengklik opsi "Kelola Pesanan".



Gambar: Halaman Kelola Pesanan

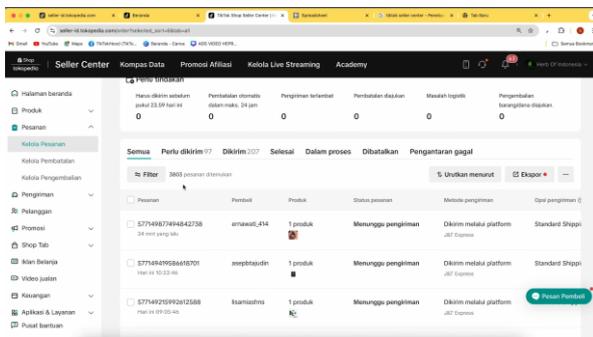
Di halaman ini, kita akan menemukan beberapa pesanan yang statusnya "menunggu kiriman".

Ada beberapa tahapan yang perlu diperhatikan, seperti:

- **Jumlah pesanan:** Misal, ada 97 pesanan yang perlu dikirim.
- **Keterangan penting:** Pastikan untuk mengirimkan pesanan sebelum batas waktu yang ditentukan, misal sebelum pukul 23.59 hari ini.

Tutorial TikTok Shop: Dashboard Pengiriman

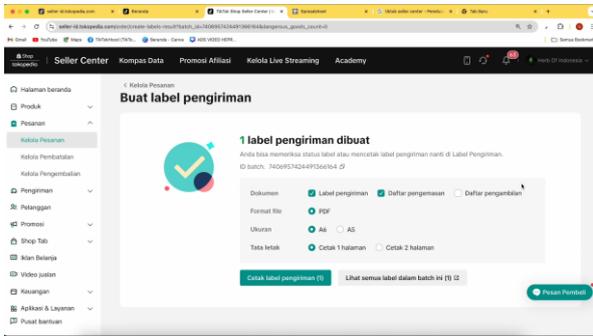
Selanjutnya, mari kita lihat **dashboard pengiriman**. Di sini, kita dapat melihat total pesanan yang telah diterima, misal ada **3.803 pesanan** dari awal berdirinya TikTok Shop pada tahun 2024.



Gambar: Dashboard Pengiriman

Ketika menerima pesanan, kita akan melihat notifikasi di beranda dan bisa langsung masuk ke "Kelola Pesanan".

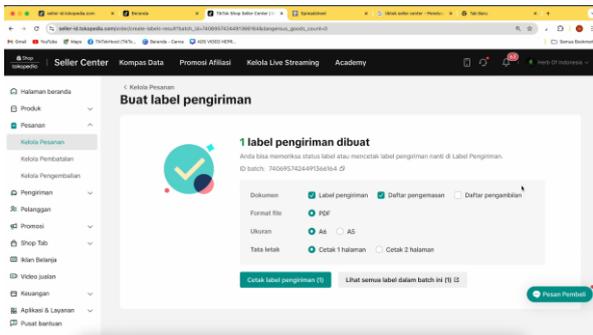
Kita juga bisa mengatur pengiriman dengan memilih jasa pengiriman, seperti J&T. Pastikan untuk memeriksa daftar pengepakan dan menambahkan catatan jika diperlukan.

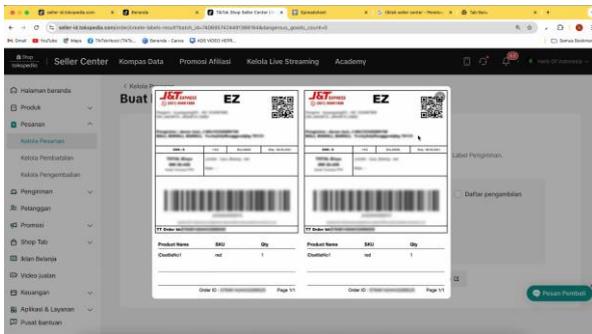


Gambar: Pengaturan Pengepakan

Tutorial TikTok Shop: Pengaturan Pengepakan

Untuk pengaturan pengepakan, kita bisa memilih ukuran dokumen, seperti A5 atau A6. Setelah itu, kita bisa mencetak label pengiriman.



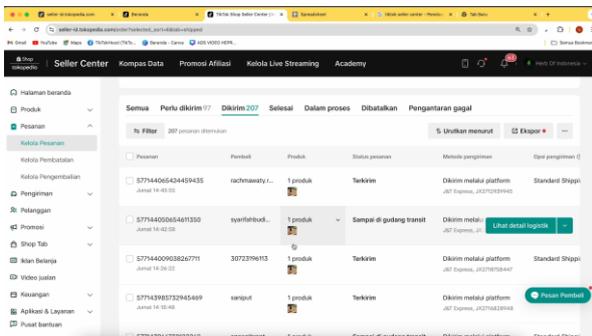


Gambar: Pengaturan Pengemasan

Pastikan untuk memeriksa nomor resi agar bisa melacak pengiriman dengan mudah.

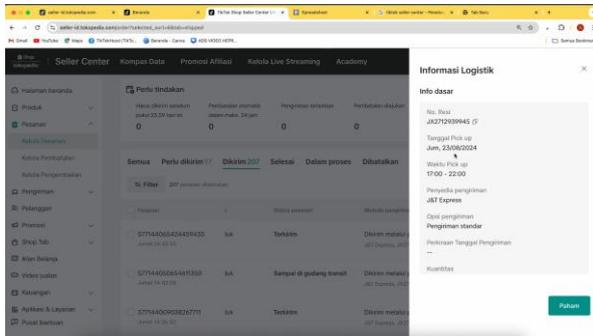
Tutorial TikTok Shop: Proses Pengiriman

Setelah mengatur pengiriman, kita akan melihat status pengiriman, seperti "terkirim" atau "dalam proses".



Gambar: Halaman Proses Pengiriman

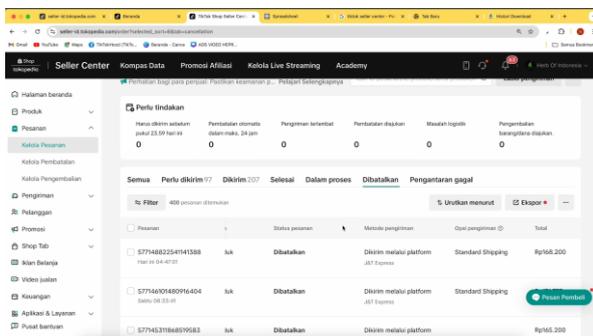
Kita juga bisa memantau kapan waktu pick-up dilakukan, biasanya antara pukul 17.00 hingga 22.00 malam. Ini adalah waktu yang tepat untuk memastikan semua pesanan sudah siap dikemas.



Gambar: Detail Informasi Logistik

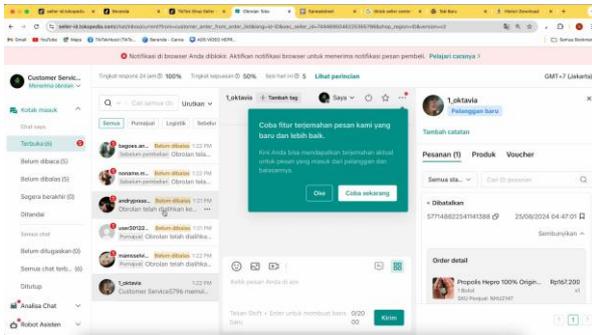
Tutorial TikTok Shop: Pembatalan dan Retur

Jika ada pesanan yang dibatalkan oleh pelanggan, kita bisa melihat detailnya di dashboard.



Gambar: Pengaturan Pengemasan

Terdapat juga opsi untuk menghubungi pelanggan jika diperlukan.



Gambar: Halaman “Pesan Pembeli”

Untuk pengembalian, pastikan untuk mengelola semua pengembalian dengan baik agar tidak mengganggu cash flow bisnis kita.

Kesimpulan

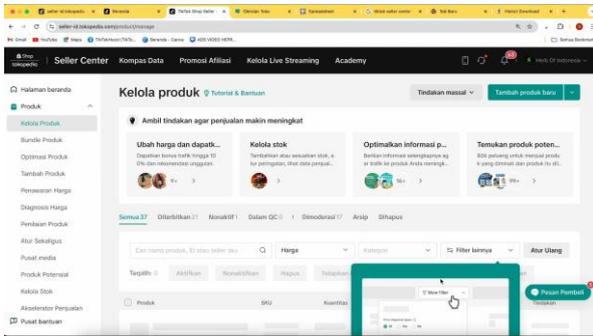
Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, kita akan lebih siap dalam mengelola pesanan, pembatalan, dan retur di TikTok Shop. Pastikan untuk selalu memantau dashboard kita agar tidak ada yang terlewat.

Tutorial TikTok Shop: Cara Upload Produk dan Syarat di TikTok Shop

Pada materi kali ini, kita akan membahas cara mengelola produk di TikTok Shop.

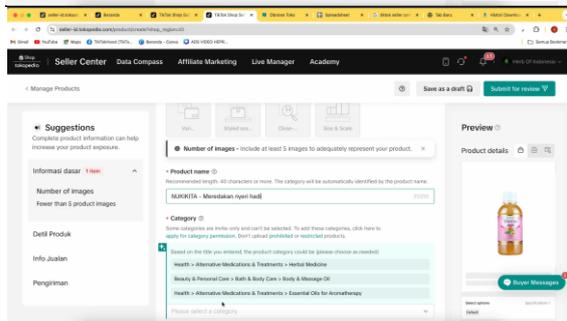
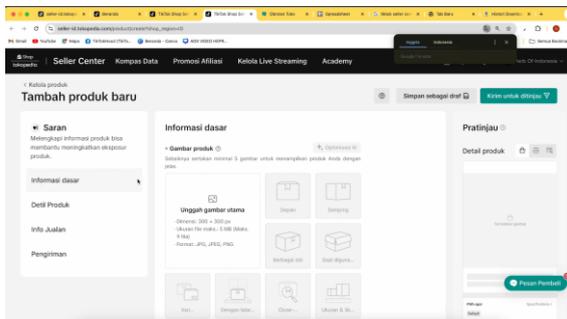
Tutorial TikTok Shop: 1. Menambahkan Produk

Pertama-tama, kita akan mulai dengan menambahkan produk. Di TikTok, ada beberapa poin penting yang perlu diperhatikan saat mengupload produk.



Gambar: Halaman Kelola Produk

Berikut adalah langkah-langkah yang disarankan oleh pihak TikTok:

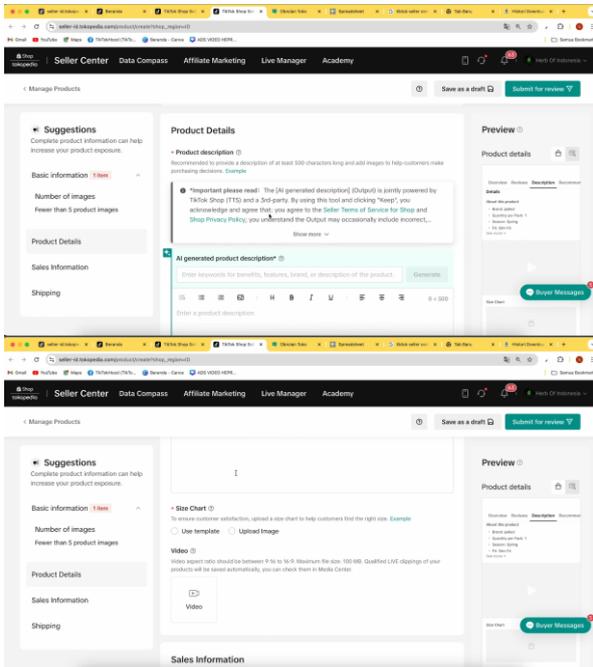


Gambar: Halaman Kelola Produk

- **Informasi Dasar:** Kita dapat mengupload hingga **9 gambar** dengan ukuran maksimal **300x300 piksel**. Gambar utama atau thumbnail adalah yang akan muncul di halaman produk.
- **Nama Produk:** Pastikan untuk mencantumkan nama produk yang jelas, termasuk **brand, konten, scoop of application, tipe produk, fungsi**, dan **fitur**. Misal, jika brand Kita adalah "Nuki", Kita bisa menulis "Nuki - Meredakan Nyeri Haid".
- **Pendaftaran BPOM:** Jika produk Kita adalah herbal, Kita perlu mengisi registrasi BPOM. Namun, jika produk Kita bukan herbal, Kita bisa mengabaikan bagian ini.

Tutorial TikTok Shop: 2. Detail Produk

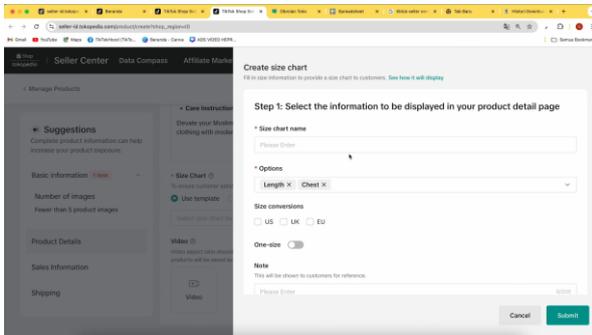
Setelah mengisi informasi dasar, kita lanjut ke **Detail Produk**. Di sini, Kita perlu menuliskan deskripsi produk dengan jelas.



Gambar: Detail Produk

Kita bisa menggunakan AI untuk membantu membuat deskripsi yang menarik.

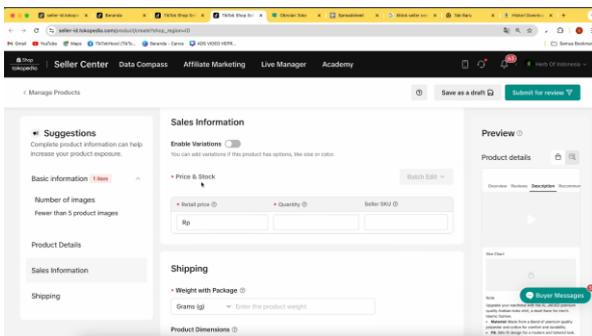
Variasi Produk: Kita juga bisa menambahkan variasi produk, seperti ukuran atau warna. Misal, jika Kita menjual baju koko, Kita bisa mencantumkan ukuran dan warna yang tersedia.



Gambar: Menambah Variasi Produk

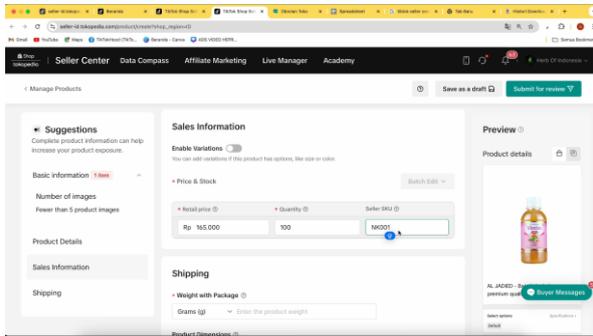
Tutorial TikTok Shop: 3. Informasi Penjualan

Selanjutnya, kita masuk ke bagian **Informasi Penjualan**. Di sini, Kita perlu menentukan harga produk. Misal, jika harga produk adalah **Rp 165.000**, Kita juga bisa menentukan jumlah stok yang tersedia.



Gambar: Informasi Penjualan

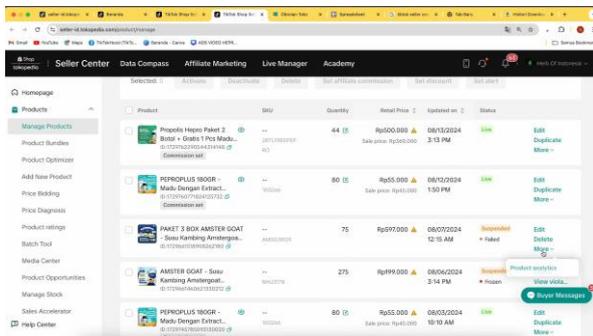
SKU: Penting untuk mencantumkan SKU (Stock Keeping Unit) agar memudahkan pengelolaan inventaris. Contohnya, "Nuki001".



Gambar: Mencantumkan Catatan SKU

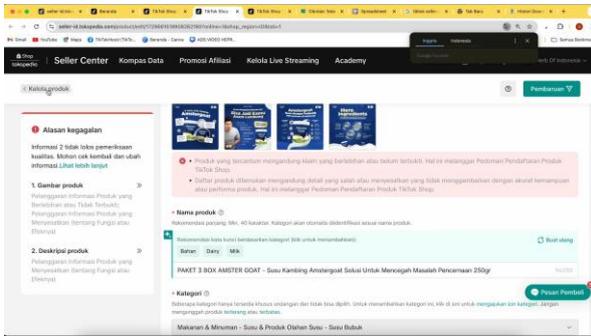
Tutorial TikTok Shop: 4. Proses Review

Setelah semua informasi diisi, Kita bisa mengklik **Submit**. Produk Kita akan masuk ke proses review.



Gambar: Halaman Kelola Produk

Pastikan semua informasi yang Kita masukkan sesuai dengan pedoman TikTok, karena jika ada yang tidak sesuai, produk Kita bisa gagal untuk diupload.**5.**



Gambar: Contoh Produk Review Gagal

Kesimpulan Mengupload produk di TikTok Shop memang memerlukan ketelitian dan pemahaman yang baik tentang syarat dan ketentuan yang berlaku. Pastikan Kita mengikuti semua langkah dengan benar agar produk Kita dapat ditampilkan dengan baik di platform ini.

Tutorial TikTok Shop: Dashboard Kelola Produk

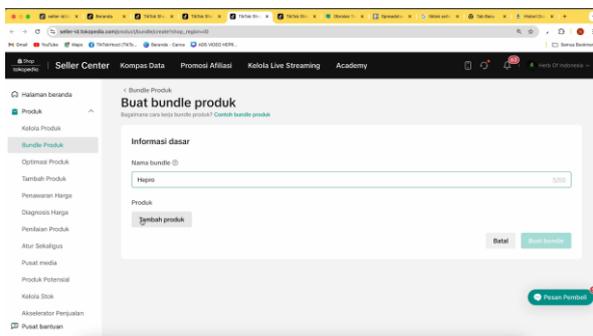
Pada bab kali ini, kita akan membahas cara mengelola produk di dashboard TikTok Shop. Berikut adalah beberapa poin penting yang perlu kita ketahui.

Mengupload Produk Pertama-tama, kita sudah membahas cara untuk mengupload produk. Sekarang, mari kita lihat beberapa fitur yang ada di dashboard TikTok Shop ini.



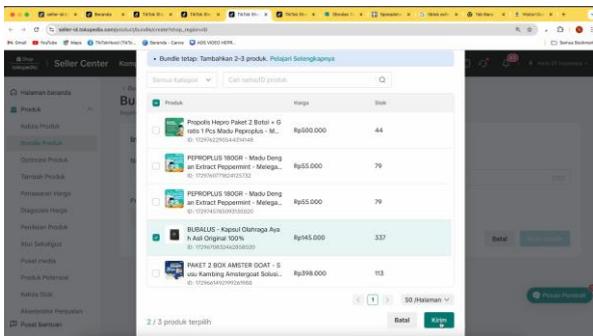
Gambar: Menu-menu Produk

Bundle Produk Jika kita ingin membuat bundle produk, itu sangat mudah! Kita bisa memilih beberapa produk untuk dibundling menjadi satu paket.



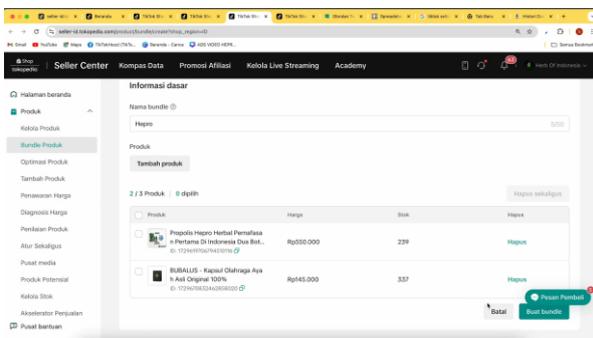
Gambar: Halaman Bundle Produk

Misal, jika kita ingin menggabungkan produk seperti "Bubalus" dengan produk lainnya, cukup pilih produk yang diinginkan dan lakukan proses bundling.



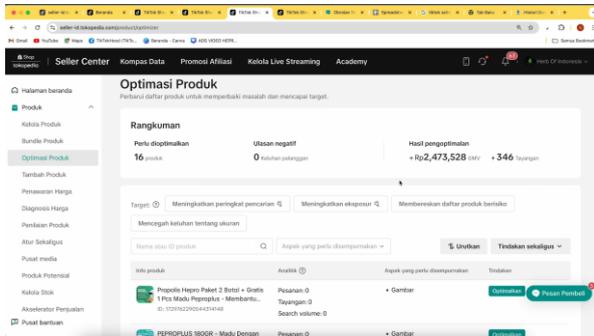
Gambar: Menambahkan Produk Bundle

Dengan cara ini, kita bisa menawarkan dua produk dalam satu paket.



Gambar: Hasil Menambahkan Produk Bundle

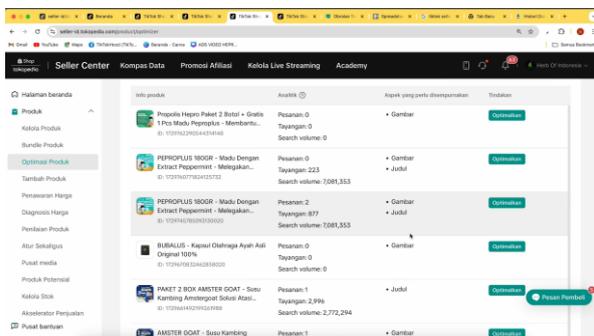
Optimasi Produk Selanjutnya, ada fitur optimasi produk. Di sini, kita akan mendapatkan rangkuman tentang apa yang perlu dioptimalkan.



Gambar: Optimasi Produk

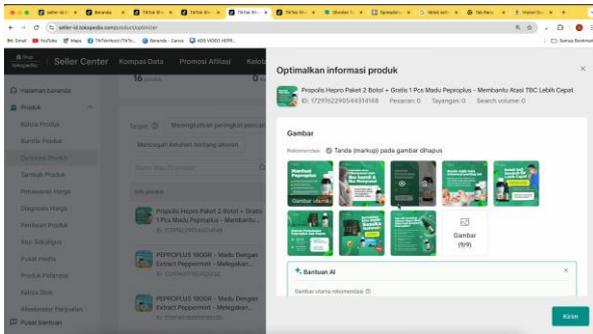
Hasil pengoptimalan bisa meningkatkan JMC (Jumlah Klik Masuk) hingga 2 juta dengan lebih dari 346 tayangan. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan adalah gambar dan judul produk.

Pastikan gambar utama menarik dan judulnya jelas agar dapat menarik perhatian pembeli.



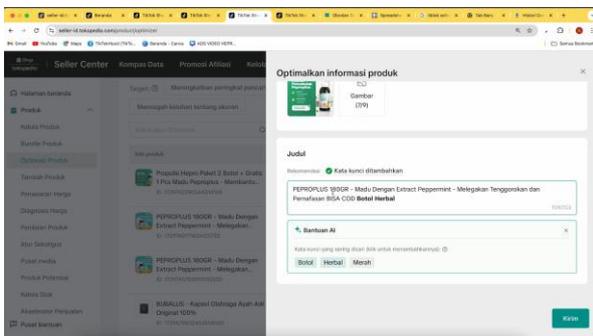
Gambar: Hasil Menambahkan Produk Bundle

Penggunaan AI untuk Deskripsi Produk Kita juga bisa memanfaatkan AI untuk membantu membuat deskripsi produk.



Gambar: Contoh Penerapan AI untuk Deskripsi

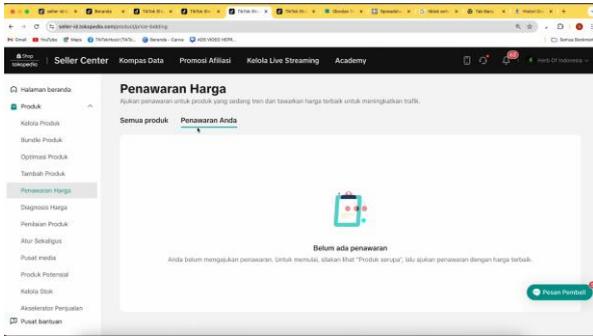
Misal, jika produk kita adalah "Perpo Plus" dengan ekstrak peppermint, AI dapat menambahkan kata-kata seperti "botol" dan "herbal" untuk memperjelas deskripsi. Jika deskripsi sudah sesuai, kita tinggal mengirimkannya.



Gambar: Hasil Penerapan AI untuk Deskripsi

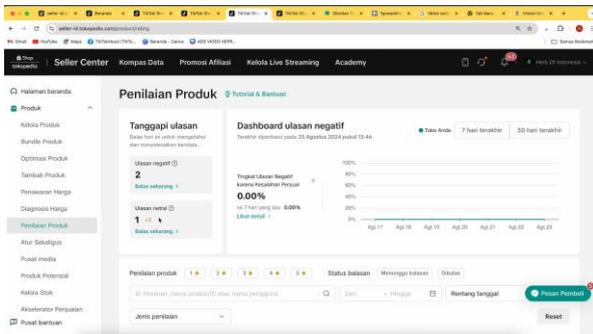
Penawaran Harga Selanjutnya, kita akan membahas penawaran harga. Kita bisa mengajukan penawaran untuk produk yang sedang

tren dan menawarkan harga yang kompetitif untuk meningkatkan trafik. Pastikan untuk melakukan riset harga agar produk kita tetap kompetitif di pasar.



Gambar: Halaman Penawaran Harga

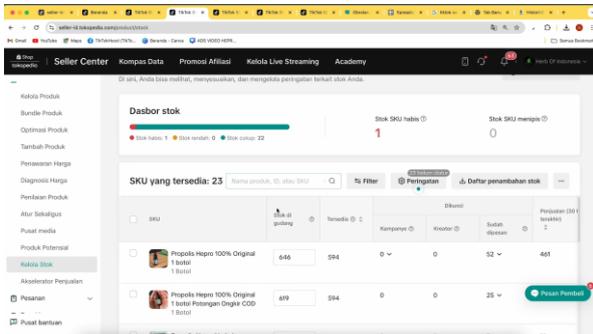
Penilaian Produk Jangan lupa untuk memantau penilaian produk. Jika ada ulasan negatif atau netral, perhatikan detailnya agar kita bisa melakukan perbaikan.



Gambar: Penilaian Harga

Tingkat kepuasan pelanggan juga penting untuk diperhatikan, jadi pastikan untuk memberikan pelayanan yang baik.

7. **Pengelolaan Stok Terakhir**, kita bisa mengelola stok produk di dashboard. Pastikan untuk memantau ketersediaan stok di gudang agar tidak kehabisan barang. Ini penting untuk menjaga kelancaran penjualan.



Gambar: Halaman Kelola Stok

Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, kita dapat mengelola produk di TikTok Shop dengan lebih efektif. Semoga tutorial ini bermanfaat dan selamat berjualan!

Tutorial TikTok Shop: Strategi Display Produk

Sebelumnya, kita sudah membahas cara mengelola produk, termasuk cara mengupload produk dan memastikan bahwa volume serta beratnya sesuai.

Hal ini penting agar tidak ada biaya tambahan yang harus ditanggung akibat ketidaksesuaian tersebut. Sekarang, mari kita fokus pada strategi display produk.

No		Deskripsi	Detail	ALUR FOTO PRODUK DISPLAY / PRODUK						
1	Tidak ada video display produk	Urutan video display produk								
2	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 1)	Produk							
3	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 2)	Produk							
4	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 3)	Produk							
5	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 4)	Produk							
6	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 5)	Produk							
7	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 6)	Produk							
8	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 7)	Produk							
9	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 8)	Produk							
10	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 9)	Produk							
11	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 10)	Produk							
12	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 11)	Produk							
13	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 12)	Produk							
14	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 13)	Produk							
15	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 14)	Produk							
16	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 15)	Produk							
17	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 16)	Produk							
18	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 17)	Produk							
19	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 18)	Produk							
20	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 19)	Produk							
21	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 20)	Produk							
22	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 21)	Produk							
23	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 22)	Produk							
24	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 23)	Produk							
25	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 24)	Produk							
26	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 25)	Produk							
27	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 26)	Produk							
28	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 27)	Produk							
29	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 28)	Produk							
30	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 29)	Produk							
31	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 30)	Produk							
32	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 31)	Produk							
33	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 32)	Produk							
34	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 33)	Produk							
35	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 34)	Produk							
36	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 35)	Produk							
37	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 36)	Produk							
38	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 37)	Produk							
39	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 38)	Produk							
40	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 39)	Produk							
41	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 40)	Produk							
42	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 41)	Produk							
43	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 42)	Produk							
44	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 43)	Produk							
45	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 44)	Produk							
46	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 45)	Produk							
47	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 46)	Produk							
48	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 47)	Produk							
49	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 48)	Produk							
50	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 49)	Produk							
51	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 50)	Produk							
52	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 51)	Produk							
53	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 52)	Produk							
54	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 53)	Produk							
55	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 54)	Produk							
56	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 55)	Produk							
57	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 56)	Produk							
58	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 57)	Produk							
59	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 58)	Produk							
60	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 59)	Produk							
61	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 60)	Produk							
62	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 61)	Produk							
63	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 62)	Produk							
64	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 63)	Produk							
65	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 64)	Produk							
66	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 65)	Produk							
67	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 66)	Produk							
68	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 67)	Produk							
69	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 68)	Produk							
70	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 69)	Produk							
71	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 70)	Produk							
72	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 71)	Produk							
73	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 72)	Produk							
74	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 73)	Produk							
75	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 74)	Produk							
76	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 75)	Produk							
77	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 76)	Produk							
78	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 77)	Produk							
79	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 78)	Produk							
80	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 79)	Produk							
81	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 80)	Produk							
82	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 81)	Produk							
83	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 82)	Produk							
84	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 83)	Produk							
85	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 84)	Produk							
86	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 85)	Produk							
87	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 86)	Produk							
88	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 87)	Produk							
89	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 88)	Produk							
90	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 89)	Produk							
91	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 90)	Produk							
92	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 91)	Produk							
93	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 92)	Produk							
94	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 93)	Produk							
95	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 94)	Produk							
96	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 95)	Produk							
97	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 96)	Produk							
98	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 97)	Produk							
99	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 98)	Produk							
100	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 99)	Produk							
101	Tidak ada foto produk	Susunan foto produk (A/B ke 100)	Produk							

Gambar: Tabel Strategi Display Produk

Terdapat **9 jenis display** yang bisa dimanfaatkan, dan penting untuk memastikan bahwa semua slot diisi dengan baik. Dalam penjualan online, konten adalah kunci.

Berbeda dengan penjualan offline yang mengkitalkan interaksi langsung, penjualan online memerlukan konten yang menarik dan informatif.

Strategi Display Produk: 1. Video Produk

Pertama-tama, setiap etalase produk harus memiliki **video produk**. Video ini sebaiknya menampilkan **masalah dan solusi**. Misal, jika produk Kita adalah obat batuk, tunjukkan masalah yang dihadapi konsumen, seperti batuk yang tidak kunjung sembuh.

No	Detail	Tipe
1	Tentukan alur foto produk	Tentukan
2	Tentukan alur foto produk	Tentukan
3	Tentukan alur foto produk	Tentukan
4	Tentukan alur foto produk	Tentukan
5	Tentukan alur foto produk	Tentukan
6	Tentukan alur foto produk	Tentukan
7	Tentukan alur foto produk	Tentukan
8	Tentukan alur foto produk	Tentukan
9	Tentukan alur foto produk	Tentukan
10	Tentukan alur foto produk	Tentukan
11	Tentukan alur foto produk	Tentukan
12	Tentukan alur foto produk	Tentukan
13	Tentukan alur foto produk	Tentukan
14	Tentukan alur foto produk	Tentukan
15	Tentukan alur foto produk	Tentukan
16	Tentukan alur foto produk	Tentukan
17	Tentukan alur foto produk	Tentukan
18	Tentukan alur foto produk	Tentukan
19	Tentukan alur foto produk	Tentukan
20	Tentukan alur foto produk	Tentukan
21	Tentukan alur foto produk	Tentukan
22	Tentukan alur foto produk	Tentukan
23	Tentukan alur foto produk	Tentukan
24	Tentukan alur foto produk	Tentukan
25	Tentukan alur foto produk	Tentukan
26	Tentukan alur foto produk	Tentukan
27	Tentukan alur foto produk	Tentukan
28	Tentukan alur foto produk	Tentukan
29	Tentukan alur foto produk	Tentukan
30	Tentukan alur foto produk	Tentukan
31	Tentukan alur foto produk	Tentukan
32	Tentukan alur foto produk	Tentukan
33	Tentukan alur foto produk	Tentukan
34	Tentukan alur foto produk	Tentukan
35	Tentukan alur foto produk	Tentukan
36	Tentukan alur foto produk	Tentukan
37	Tentukan alur foto produk	Tentukan
38	Tentukan alur foto produk	Tentukan
39	Tentukan alur foto produk	Tentukan
40	Tentukan alur foto produk	Tentukan
41	Tentukan alur foto produk	Tentukan
42	Tentukan alur foto produk	Tentukan
43	Tentukan alur foto produk	Tentukan
44	Tentukan alur foto produk	Tentukan
45	Tentukan alur foto produk	Tentukan
46	Tentukan alur foto produk	Tentukan
47	Tentukan alur foto produk	Tentukan
48	Tentukan alur foto produk	Tentukan
49	Tentukan alur foto produk	Tentukan
50	Tentukan alur foto produk	Tentukan
51	Tentukan alur foto produk	Tentukan
52	Tentukan alur foto produk	Tentukan
53	Tentukan alur foto produk	Tentukan
54	Tentukan alur foto produk	Tentukan
55	Tentukan alur foto produk	Tentukan
56	Tentukan alur foto produk	Tentukan
57	Tentukan alur foto produk	Tentukan
58	Tentukan alur foto produk	Tentukan
59	Tentukan alur foto produk	Tentukan
60	Tentukan alur foto produk	Tentukan
61	Tentukan alur foto produk	Tentukan
62	Tentukan alur foto produk	Tentukan
63	Tentukan alur foto produk	Tentukan
64	Tentukan alur foto produk	Tentukan
65	Tentukan alur foto produk	Tentukan
66	Tentukan alur foto produk	Tentukan
67	Tentukan alur foto produk	Tentukan
68	Tentukan alur foto produk	Tentukan
69	Tentukan alur foto produk	Tentukan
70	Tentukan alur foto produk	Tentukan
71	Tentukan alur foto produk	Tentukan
72	Tentukan alur foto produk	Tentukan
73	Tentukan alur foto produk	Tentukan
74	Tentukan alur foto produk	Tentukan
75	Tentukan alur foto produk	Tentukan
76	Tentukan alur foto produk	Tentukan
77	Tentukan alur foto produk	Tentukan
78	Tentukan alur foto produk	Tentukan
79	Tentukan alur foto produk	Tentukan
80	Tentukan alur foto produk	Tentukan
81	Tentukan alur foto produk	Tentukan
82	Tentukan alur foto produk	Tentukan
83	Tentukan alur foto produk	Tentukan
84	Tentukan alur foto produk	Tentukan
85	Tentukan alur foto produk	Tentukan
86	Tentukan alur foto produk	Tentukan
87	Tentukan alur foto produk	Tentukan
88	Tentukan alur foto produk	Tentukan
89	Tentukan alur foto produk	Tentukan
90	Tentukan alur foto produk	Tentukan
91	Tentukan alur foto produk	Tentukan
92	Tentukan alur foto produk	Tentukan
93	Tentukan alur foto produk	Tentukan
94	Tentukan alur foto produk	Tentukan
95	Tentukan alur foto produk	Tentukan
96	Tentukan alur foto produk	Tentukan
97	Tentukan alur foto produk	Tentukan
98	Tentukan alur foto produk	Tentukan
99	Tentukan alur foto produk	Tentukan
100	Tentukan alur foto produk	Tentukan

Gambar: Tabel Strategi Display Produk

Kemudian, jelaskan bagaimana produk Kita dapat menjadi solusi untuk masalah tersebut. Contoh lainnya, jika Kita menjual pakaian, Kita bisa menunjukkan masalah terkait bahan, seperti ketahanan atau warna.

Pastikan untuk menyoroti pengalaman buruk yang mungkin pernah dialami konsumen saat membeli produk serupa, dan bagaimana produk Kita dapat mengatasi masalah tersebut.

Strategi Display Produk: 2. Tampilkan Keunggulan Produk

Pada display kedua, tambahkan informasi mengenai **keunggulan produk**. Misal, tawarkan **gratis bubble wrap**, konsultasi 24 jam, atau jaminan 100% original. Informasi ini dapat menarik perhatian konsumen dan memberikan rasa aman saat berbelanja.

No	Urutan	Detail
1	Tentukan foto produk	Tentukan foto produk yang akan digunakan
2	Susun foto produk	Susun foto produk yang akan digunakan
3	Susun produk	Susun produk yang akan digunakan

ALUR FOTO PRODUK DISPLAY / PRODUK

1. Jika lihat skema alur foto produk display di bawah ini, ada beberapa yang tidak ada di produk lainnya seperti ini produk dan lain lain, selain itu gambar bahan baku foto nya promette dan halal orodent jadi saya request untuk halal cangkang aja dan bahan baku

EVALUASI MARKETPLACE LAINNYA

Gambar: Tabel Strategi Display Produk

Strategi Display Produk: 3. Manfaat dan Kegunaan Produk

Selanjutnya, jelaskan **manfaat dan kegunaan produk**. Misal, jika produk Kita adalah parfum, sebutkan bahwa produk tersebut dapat membuat pengunanya wangi sepanjang hari.

Untuk produk fashion, Kita bisa menekankan bagaimana produk tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri saat digunakan.

No	Urutan	Detail
1	Tentukan foto produk	Tentukan foto produk yang akan digunakan
2	Susun foto produk	Susun foto produk yang akan digunakan
3	Susun produk	Susun produk yang akan digunakan

ALUR FOTO PRODUK DISPLAY / PRODUK

1. Jika lihat skema alur foto produk display di bawah ini, ada beberapa yang tidak ada di produk lainnya seperti ini produk dan lain lain, selain itu gambar bahan baku foto nya promette dan halal orodent jadi saya request untuk halal cangkang aja dan bahan baku

EVALUASI MARKETPLACE LAINNYA

Gambar: Tabel Strategi Display Produk

Gambar: Tabel Strategi Display Produk

Kesimpulan

Dengan mengikuti strategi display produk ini, Kita akan lebih mudah menarik perhatian konsumen.

Pastikan konten yang Kita buat informatif dan menarik, sehingga konsumen tidak hanya melihat produk, tetapi juga memahami nilai yang ditawarkan.

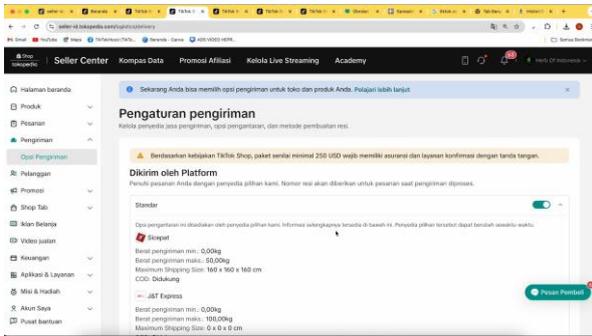
Ingat, dalam berjualan online, konten adalah segalanya. Dengan strategi yang tepat, Kita akan lebih siap untuk mempromosikan produk Kita di TikTok Shop. Selamat mencoba, dan semoga sukses!

Tutorial TikTok Shop: Pengenalan Dashboard Pengiriman, Kesehatan Toko, dan Chat Broadcast

Halo kita! Pada kesempatan kali ini, kita akan membahas beberapa fitur penting di TikTok Shop, yaitu **Dashboard Pengiriman, Kesehatan Toko, dan Chat Broadcast**.

Tutorial TikTok Shop: Pengenalan Dashboard Pengiriman

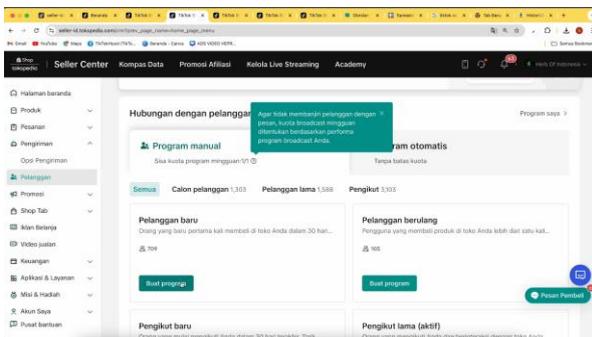
Setelah sebelumnya kita membahas tentang pesanan dan produk, kini saatnya kita fokus pada pengiriman. Di sini, kita dapat memilih **ekspedisi** yang ingin digunakan untuk pengiriman barang.



Gambar: Halaman Pengaturan Pengiriman

Kita bisa melakukan **checklist** pada ekspedisi yang diinginkan. Selain itu, terdapat informasi mengenai **ukuran maksimum** yang dapat digunakan untuk pengiriman.

Selanjutnya, mari kita lihat **dashboard pelanggan**. Di dashboard ini, kita dapat melihat berbagai kategori pelanggan, seperti:

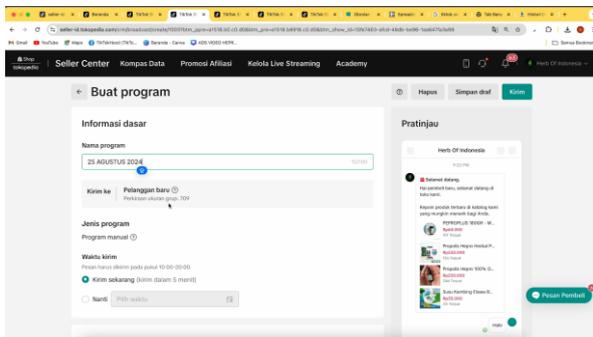


Gambar: Halaman Dashboard Pelanggan

- Pelanggan baru
- Pelanggan berulang

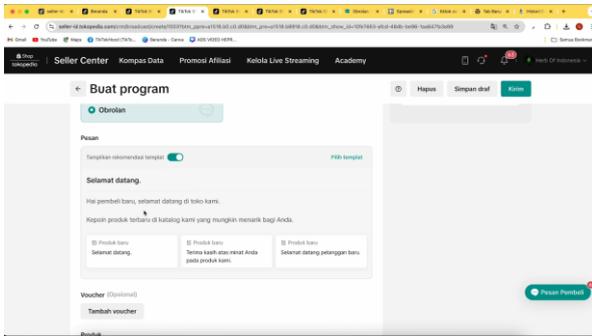
- Pengikut lama
- Pengikut baru
- Pelanggan aktif
- Pelanggan tidak aktif
- Calon pelanggan baru

Informasi ini sangat berguna untuk merancang program pemasaran, seperti **chat broadcast** untuk pelanggan baru.



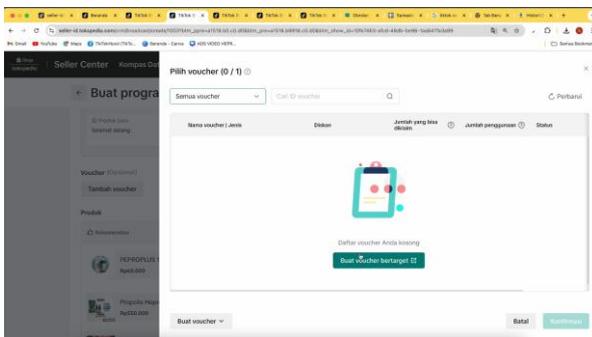
Gambar: Buat Program Chat Broadcast

Misal, jika kita ingin mengirim pesan kepada pelanggan baru, kita bisa memilih untuk menggunakan **template** yang telah disediakan atau membuat pesan sendiri.



Gambar: Membuat Pesan Program

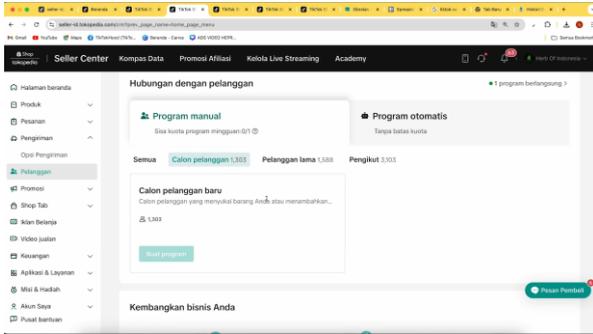
Kita juga bisa menambahkan **voucher** untuk menarik perhatian pelanggan.



Gambar: Membuat Voucher Program

Tutorial TikTok Shop: Chat Broadcast

Ketika menggunakan fitur **chat broadcast**, penting untuk memperhatikan **anggaran** yang telah ditentukan sebelumnya. Kita dapat mengirim pesan kepada pelanggan baru dan pelanggan lama.

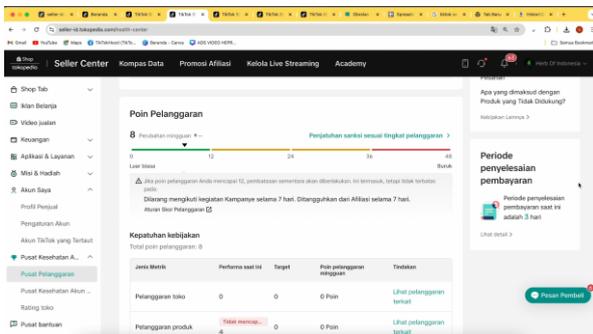


Gambar: Halaman Hubungan dengan Pelanggan

Namun perlu diingat bahwa pengiriman hanya dapat dilakukan **sekali dalam seminggu** untuk setiap kategori pelanggan.

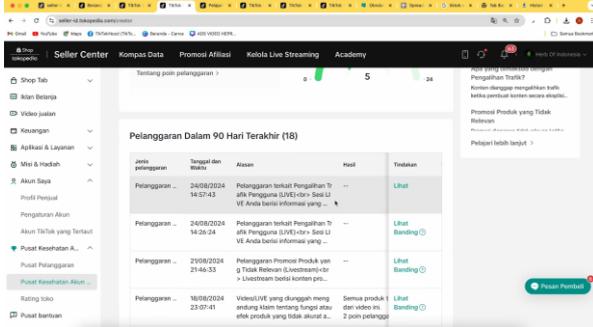
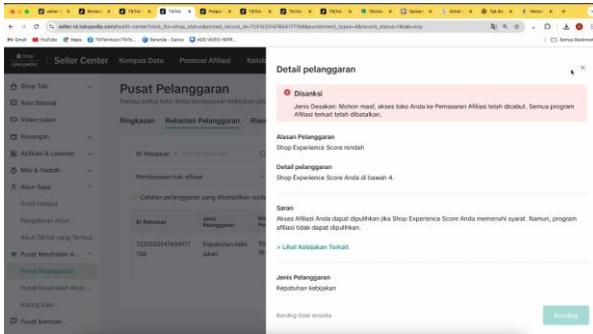
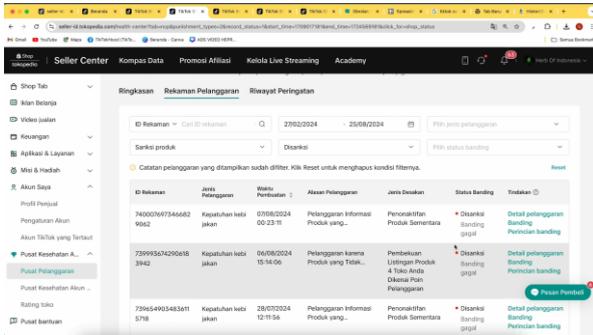
Tutorial TikTok Shop: Kesehatan Toko

Selanjutnya, mari kita bahas tentang **kesehatan toko**. Di sini, kita akan menemukan informasi mengenai **perubahan mingguan** dan **sanksi produk**.



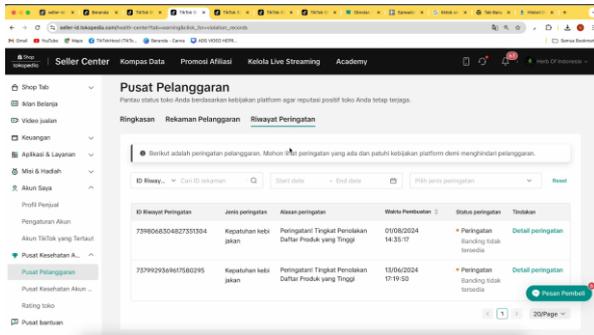
Gambar: Halaman Pusat Pelanggaran

Jika ada pelanggaran, seperti informasi produk yang tidak sesuai atau produk yang tidak didukung, kita dapat melihat detailnya dan mengajukan **banding** jika diperlukan.



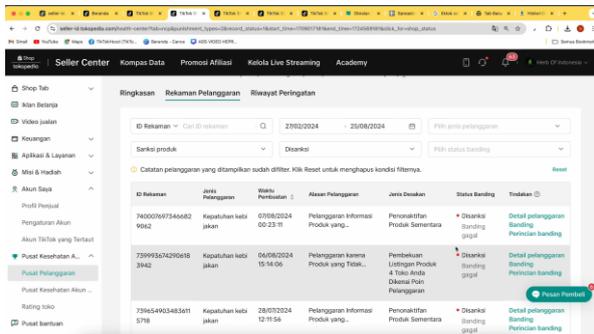
Gambar: Mengajukan Banding

Penting untuk memahami bahwa kebijakan di TikTok Shop cukup ketat. Kita harus selalu mematuhi kebijakan yang berlaku untuk menghindari pelanggaran.



Gambar: Halaman Riwayat Pelanggaran

Di dashboard kesehatan toko, kita juga dapat melihat **rekaman pelanggaran** yang terjadi dan melakukan permohonan banding jika merasa ada kesalahan.



Gambar: Halaman Rekaman Pelanggaran

Kesimpulan

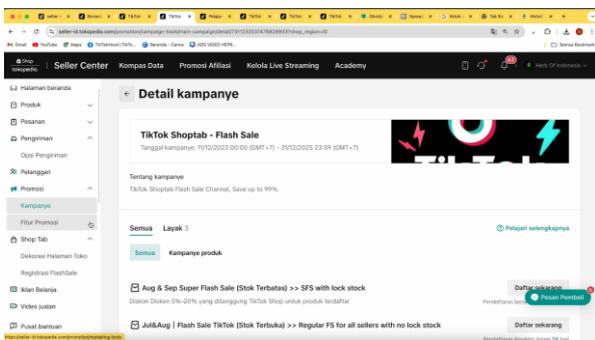
Dengan memahami fitur-fitur di TikTok Shop, seperti **dashboard pengiriman, kesehatan toko, dan chat broadcast**, kita dapat mengelola toko online dengan lebih efektif.

Pastikan untuk selalu mematuhi kebijakan yang ada dan memanfaatkan semua fitur yang tersedia untuk meningkatkan penjualan.

Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promosi Toko Part 1

Kali ini kita akan membahas tentang cara membuat promosi untuk toko kita di TikTok. Di sini, penulis akan menjelaskan beberapa poin penting yang bisa kita ikuti untuk membuat promosi yang efektif.

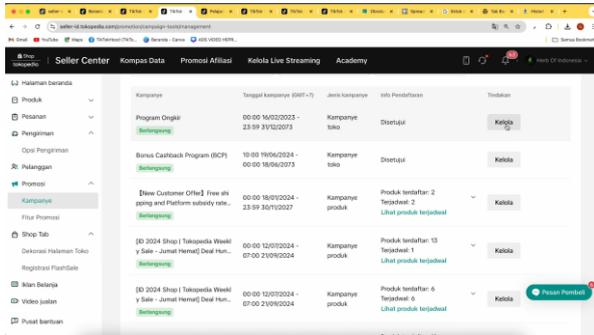
Jenis Kampanye Promosi Ada beberapa jenis kampanye yang bisa kita pilih, baik dari event TikTok maupun yang kita buat sendiri.



Gambar: Halaman Promosi Kampanye

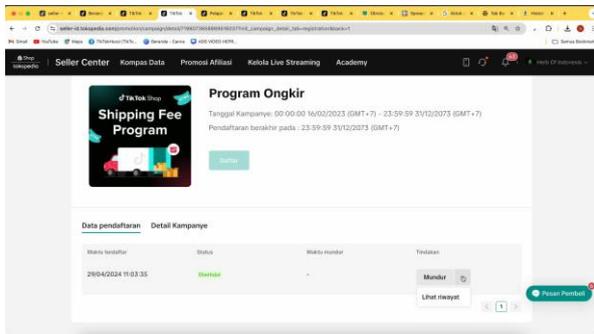
Salah satu contohnya adalah kampanye dari Shopee. Jika kita ingin berpartisipasi, kita bisa mendaftar di sini. Contoh kampanye yang sudah berakhir dan yang sedang berlangsung bisa kita lihat di platform tersebut.

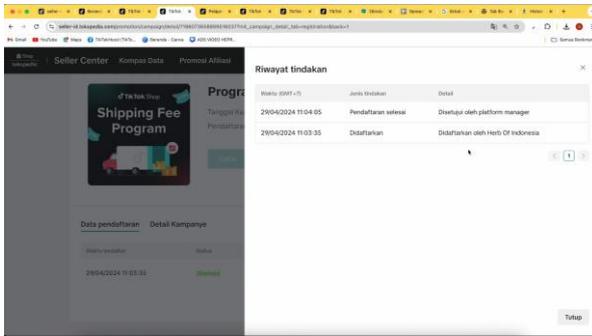
Program Ongkir Kampanye program ongkir adalah salah satu yang menarik. Misal, kampanye ini berlangsung dari tanggal tertentu di tahun 2023.



Gambar: Contoh Program Ongkir

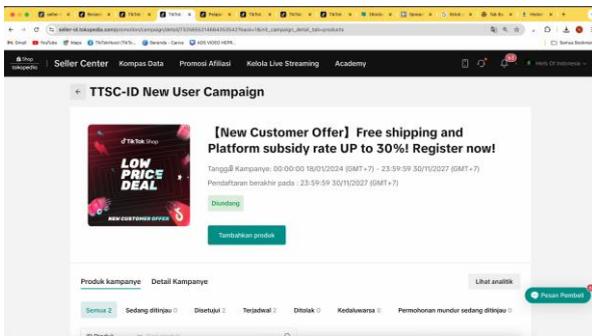
Kita bisa melihat riwayat kampanye yang telah diikuti dan statusnya. Jika sudah disetujui oleh manajer performa, kita akan mendapatkan potongan ongkir untuk produk yang terdaftar.

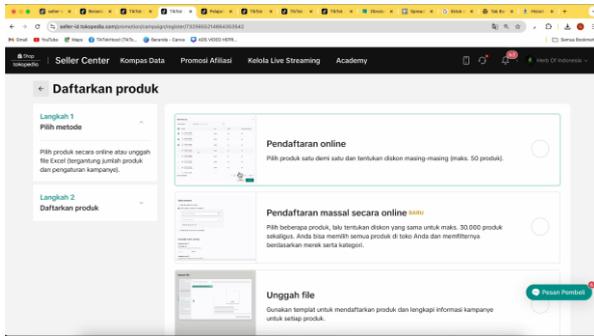




Gambar: Detail Program Ongkir

Pendaftaran Produk Untuk mendaftar produk, ada beberapa langkah yang perlu kita lakukan:

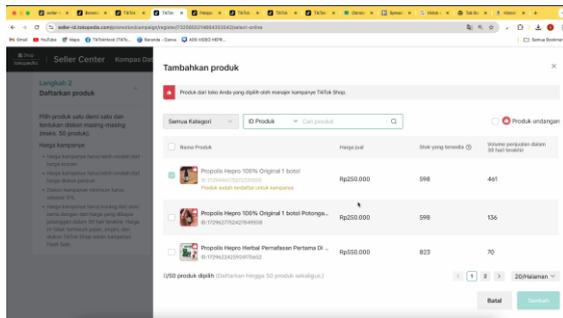


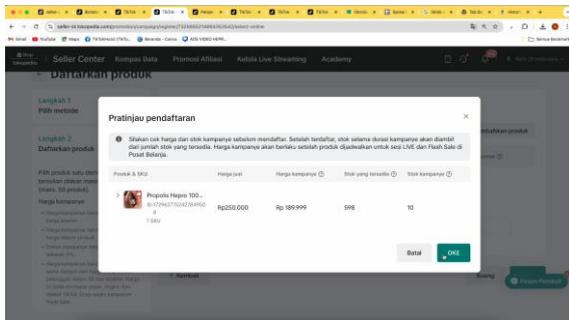


Gambar: Pendaftaran Produk Promosi

- **Pendaftaran Online:** Pilih produk satu per satu dan tentukan diskon untuk masing-masing produk.
- **Pendaftaran Massal:** Kita juga bisa menggunakan file Excel untuk mendaftarkan beberapa produk sekaligus.

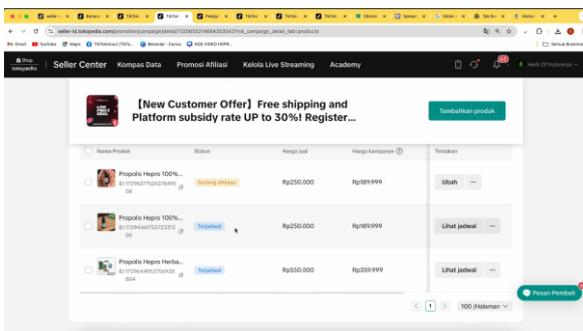
Sebagai contoh, jika harga produk kita adalah Rp215.000, pastikan untuk mendaftarkan dengan harga yang sesuai dengan ketentuan kampanye.





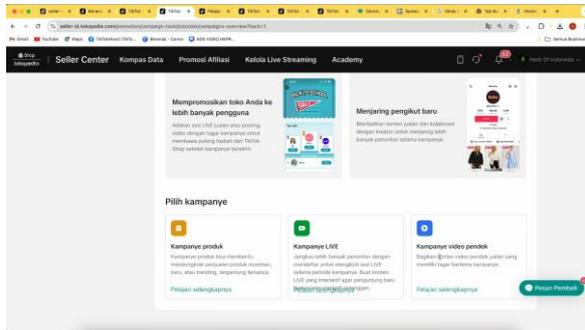
Gambar: Menambahkan Produk Promosi

Setelah mendaftar, produk kita akan ditinjau dan jika disetujui, akan masuk ke jadwal kampanye.



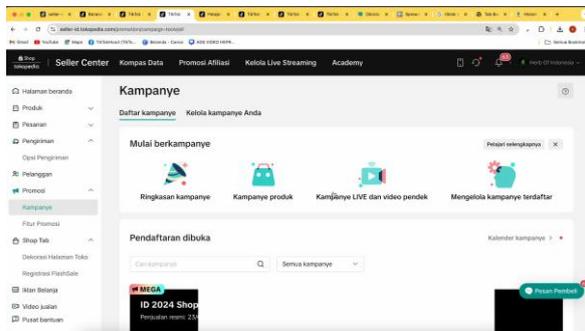
Gambar: Peninjauan Produk Baru

Memanfaatkan Event TikTok Mengikuti event di TikTok memiliki banyak manfaat. Pertama, kita akan mendapatkan **traffic** yang lebih besar karena TikTok sendiri yang mengadakan event tersebut.



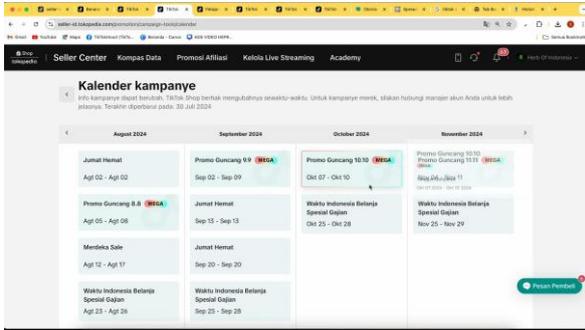
Gambar: Event Kampanye

Ini adalah kesempatan baik untuk meningkatkan **exposure** dan **visibility** toko kita. Semakin banyak orang yang melihat produk kita, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian.



Gambar: Daftar Kampanye

Rencana Kampanye Kita juga bisa melihat kalender promo untuk bulan-bulan mendatang. Misal, ada event besar di bulan November dan Desember yang bisa kita ikuti.

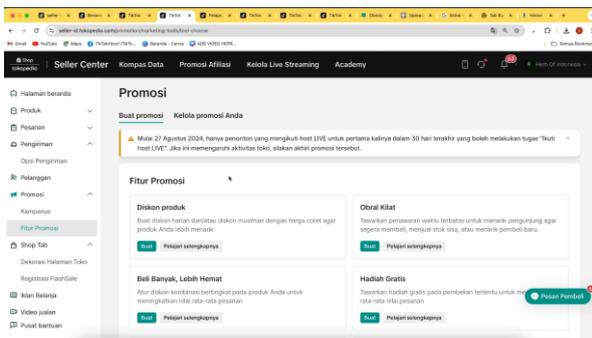


Gambar: Kalender Rencana Kampanye

Pastikan untuk memanfaatkan setiap kesempatan yang ada untuk meningkatkan penjualan.

Bab Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promosi Toko Part 2

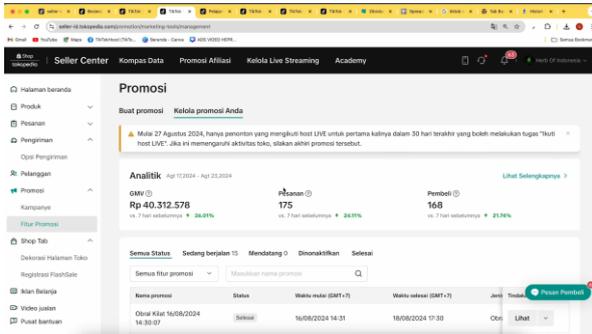
Pada bagian sebelumnya, kita telah membahas tentang cara promosi di event TikTok. Ada dua jenis promosi yang bisa kita lakukan: satu yang kita atur sendiri di toko internal, dan yang lainnya diselenggarakan oleh pihak TikTok.



Gambar: Halaman Promosi Kampanye

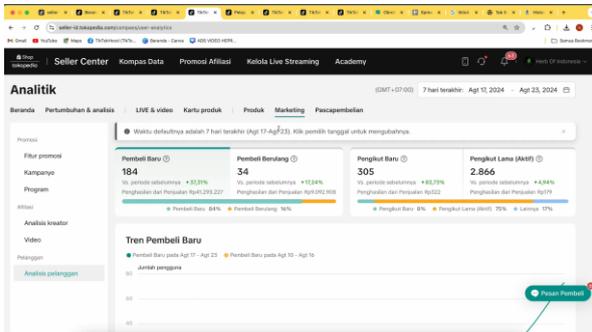
Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Point-Poin Promosi

Berikut adalah **point** penting yang perlu kita ketahui jika ingin menggunakan fitur promosi di TikTok Shop:



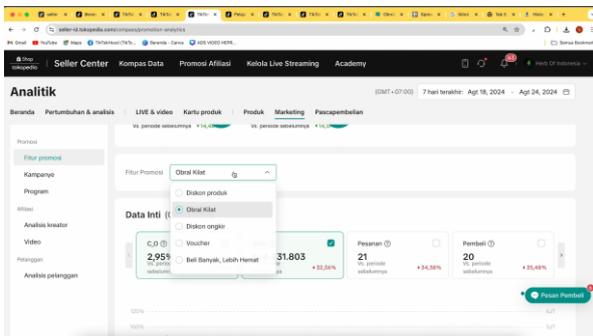
Gambar: Halaman Kelola Promosi

Kelola Promosi: Di sini, kita dapat melihat ringkasan promosi yang telah dilakukan. Terdapat informasi tentang pembeli baru, pengikut lama, dan aktivitas lainnya.



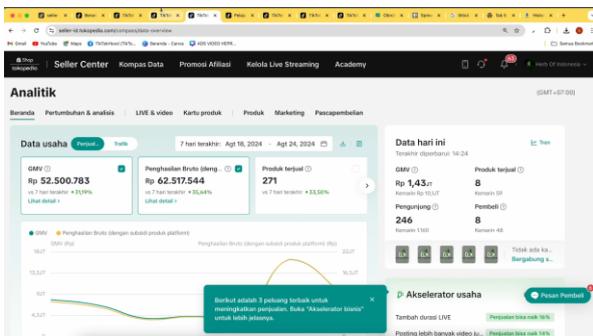
Gambar: Halaman Ringkasan Kelola Promosi

Diskon Produk: Kita bisa mengatur berbagai jenis promosi seperti diskon produk, diskon ongkir, obral kilat, dan voucher. Semua ini berpotensi meningkatkan omset.



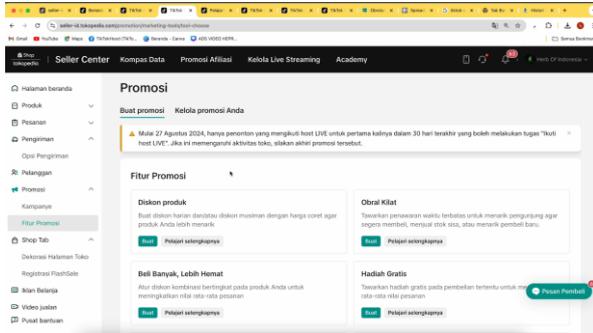
Gambar: Mengatur Diskon Produk

Analitik: Setelah promosi berjalan, kita dapat memantau analitik untuk melihat hasilnya secara keseluruhan. Ini penting untuk memahami efektivitas promosi yang telah dilakukan.



Gambar: Halaman Analitik

Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Mengatur Diskon

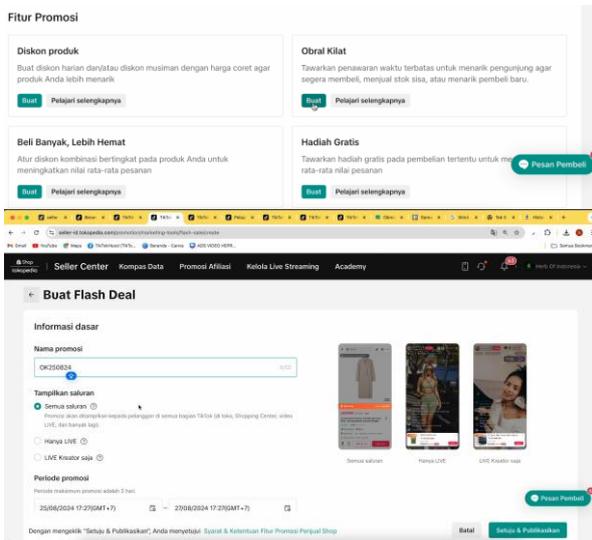


Gambar: Membuat Promo Diskon

Untuk membuat promosi diskon, berikut langkah-langkahnya:

- **Penentuan Tanggal:** Kita bisa memilih kapan promosi dimulai dan berakhir. Misal, mulai dari tanggal 25 Agustus hingga 21 Februari 2025.
- **Jenis Diskon:** Pilih antara diskon persentase atau harga tetap. Misal, diskon 20% atau harga tetap Rp200.000.
- **Stok:** Kita bisa menentukan apakah akan ada batasan stok atau tidak. Jika sudah, tinggal **setujui** untuk melanjutkan.

Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Obrol Kilat

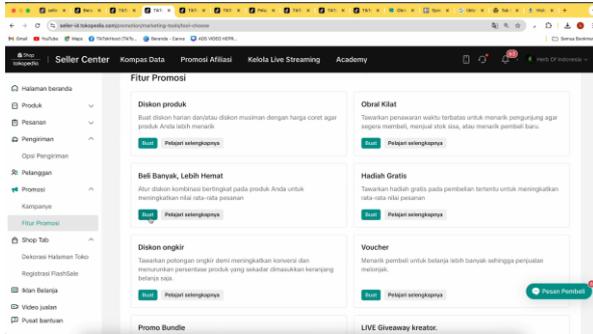


Gambar: Membuat Promo Obrol Kilat

Untuk promosi obrol kilat, berikut langkah-langkahnya:

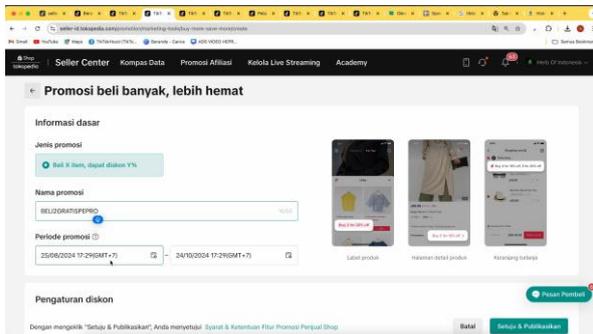
1. Pilih produk yang ingin dijadikan obrol kilat.
2. Tentukan durasi promosi, misal hanya berlangsung di left atau semua saluran.
3. Pastikan untuk menyetujui semua pengaturan yang telah dibuat.

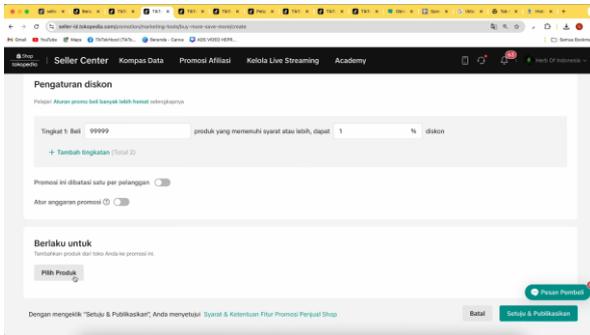
Cara Membuat Promosi Toko Part 2 : Promosi Beli Banyak



Gambar: Membuat Promo “Promosi Beli Banyak”

Promosi beli banyak ini mirip dengan konsep grosir. Berikut adalah langkah-langkahnya:





Gambar: Menambahkan Promo “Promosi Beli Banyak”

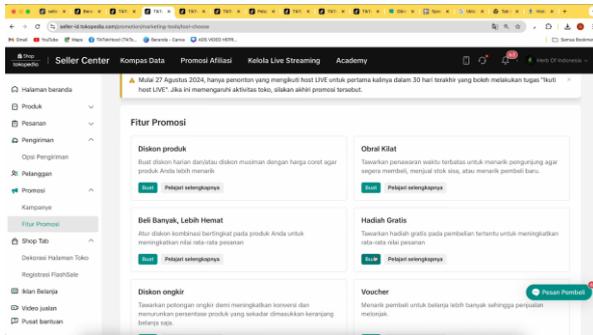
- **Atur Diskon:** Misal, beli dua produk dengan total Rp510.000 dan dapat diskon 1%.
- **Tingkat Pembelian:** Kita bisa menetapkan pembelian minimum untuk mendapatkan diskon yang lebih besar.

Kesimpulan

Dengan memahami semua langkah dan poin penting di atas, kita dapat mengatur promosi di TikTok Shop dengan lebih efektif. Jangan ragu untuk bereksperimen dengan berbagai jenis promosi untuk menarik lebih banyak pembeli!

Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promosi Toko Part 3

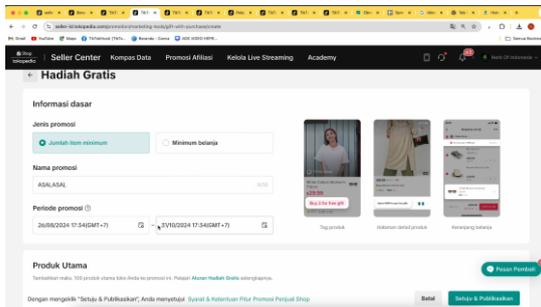
Pada bagian ini, kita akan membahas beberapa cara untuk membuat promosi di TikTok Shop. Sebelumnya, kita telah membahas tiga poin penting, yaitu **diskon produk**, **obral kilat**, dan **beli banyak**. Sekarang, kita akan menambahkan **hadiah gratis** sebagai bagian dari promosi.



Gambar: Halaman Fitur Promosi

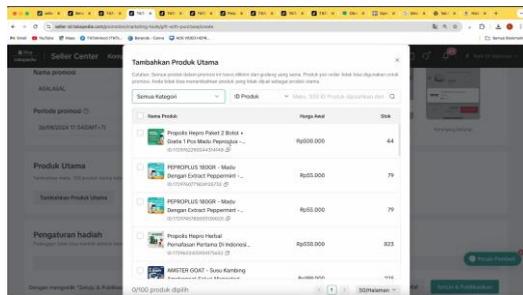
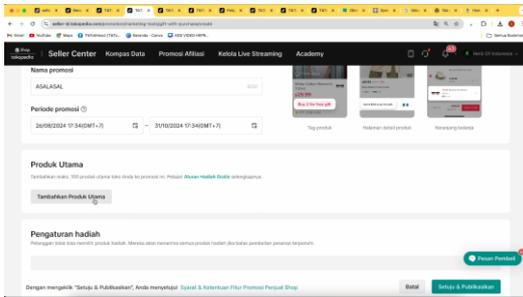
Cara Membuat Promosi Toko Part 3: Hadiah Gratis

Hadiah gratis dapat diberikan dengan syarat minimum belanja. Misal, jika Kita membeli dua produk tertentu, Kita akan mendapatkan item gratis.



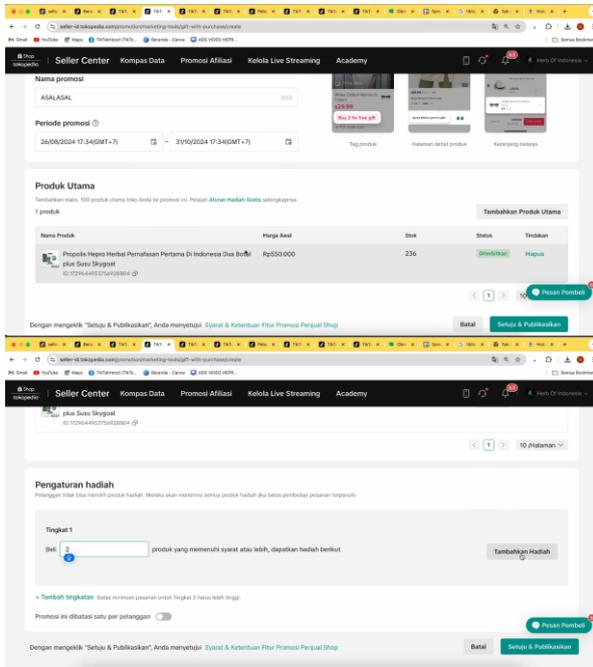
Gambar: Membuat Promo Hadiah Gratis

Contohnya, jika Kita membeli dua produk, Kita berhak mendapatkan **PROPOLIS** secara gratis. Pertama atur nama, periode dan tambah produk hadiah.



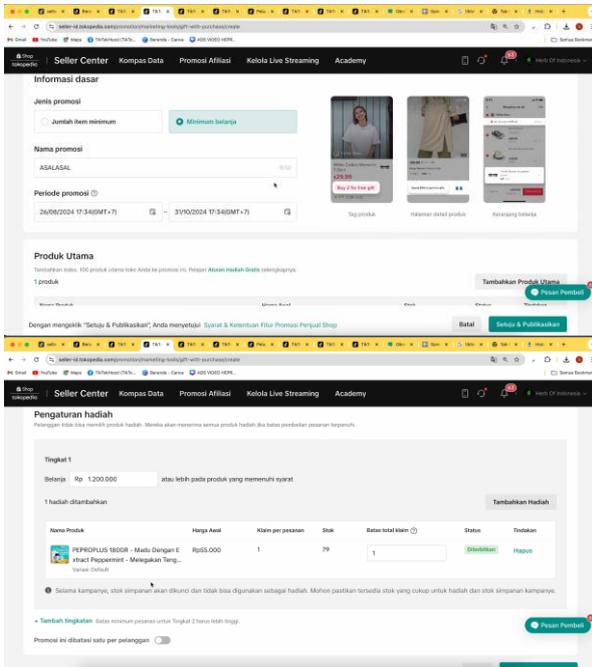
Gambar: Tambah Produk Promo Hadiah

Setelah itu atur pengaturan hadiah menjadi 2 lalu simpan. Perlu diingat bahwa batas klaim hadiah ini hanya satu per pelanggan, sehingga pelanggan yang sama tidak dapat mengklaim hadiah lebih dari sekali.



Gambar: Pengaturan Hadiah

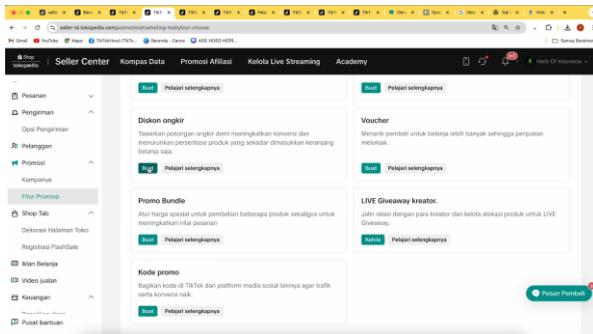
Selain itu, kita juga bisa menetapkan syarat minimum belanja. Misal, jika total belanja mencapai **Rp 1.200.000**, pelanggan akan mendapatkan hadiah tertentu. Promosi ini dapat dibatasi untuk pelanggan yang berbeda agar lebih adil.



Gambar: Membuat Promo Hadiah Berdasarkan Syarat Minimum Belanja

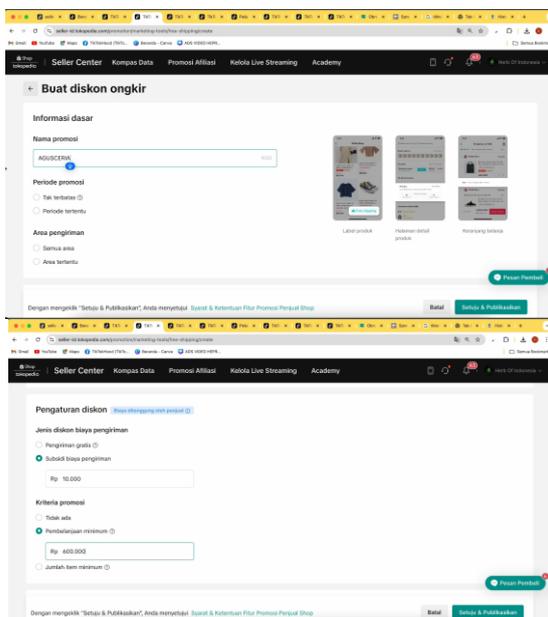
Cara Membuat Promosi Toko Part 3: Diskon Ongkir

Selanjutnya, kita akan membahas tentang **diskon ongkir**. Misal, kita bisa memberikan subsidi pengiriman sebesar **Rp 10.000** atau bahkan pengiriman gratis.



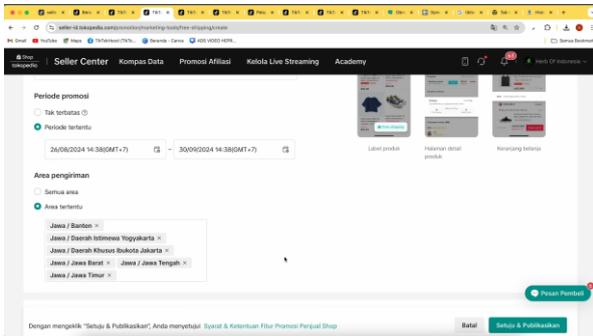
Gambar: Membuat Promo Diskon Ongkir

Syaratnya, pelanggan harus melakukan pembelian minimum, misal Rp 600.000 untuk mendapatkan subsidi tersebut.



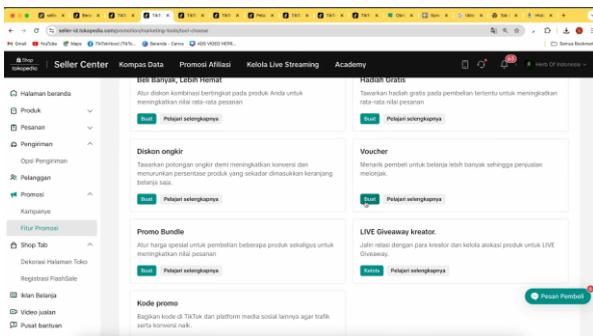
Gambar: Mengatur Promo Diskon Ongkir

Jika Kita ingin membuat promosi khusus untuk area tertentu, seperti luar Jawa, Kita dapat mengatur syarat dan ketentuan yang sama.



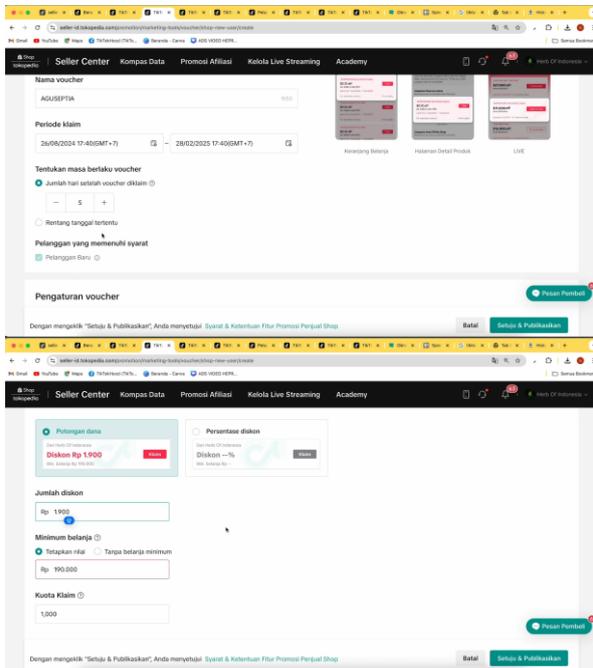
Gambar: Mengatur Promo Berdasarkan Area

Cara Membuat Promosi Toko Part 3: Voucher Diskon



Gambar: Membuat Promo Voucher

Selain itu, Kita juga dapat menawarkan **voucher diskon**. Misal, untuk pelanggan baru, Kita bisa memberikan diskon sebesar **Rp 1.900** dengan syarat minimum belanja **Rp 190.000**.



Gambar: Mengatur Promo Voucher

Promosi ini dapat berlangsung dari tanggal **26 hingga 28** bulan depan. Voucher ini bisa digunakan saat live streaming atau untuk pelanggan baru. Kita dapat mengatur berbagai jenis voucher sesuai kebutuhan, dan skema pengaturannya tetap sama.

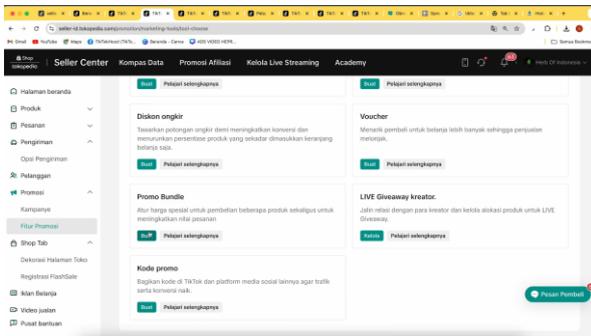
Kesimpulan

Dengan berbagai cara promosi yang telah dibahas, Kita dapat meningkatkan penjualan di TikTok Shop. Pastikan untuk selalu memperhatikan syarat dan ketentuan yang berlaku agar promosi berjalan dengan lancar dan efektif.

Tutorial TikTok Shop: Cara Membuat Promo & Shop Tab

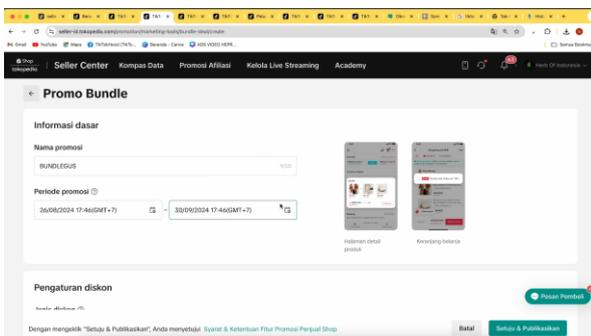
Pada bab kali ini, kita akan membahas tentang cara membuat promo dan mengatur Shop Tab di TikTok Shop.

Tutorial TikTok Shop: Membuat Voucher Promo Bundle



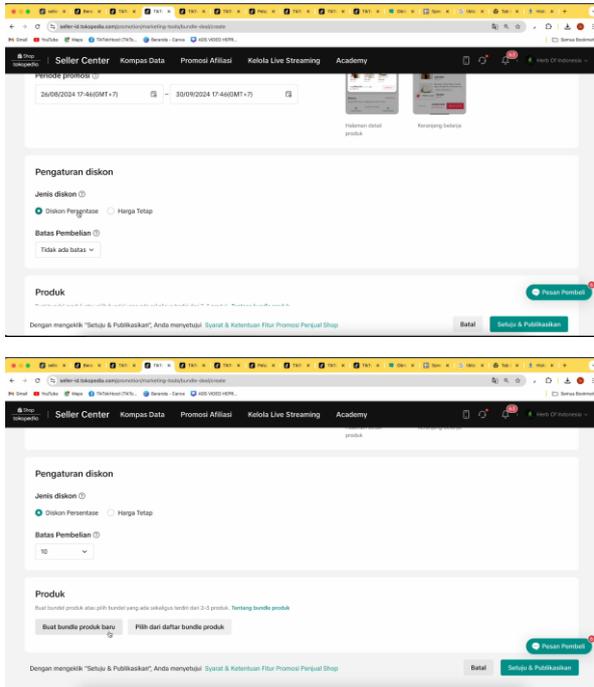
Gambar: Halaman Fitur Promo

Saat ini, kita akan membuat voucher untuk promo bundle. Promo ini berlaku dari tanggal **26 hingga 30**.



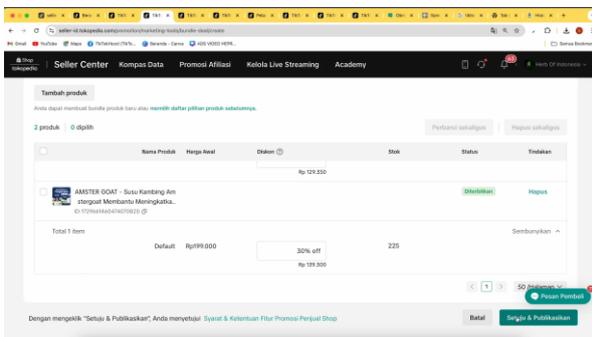
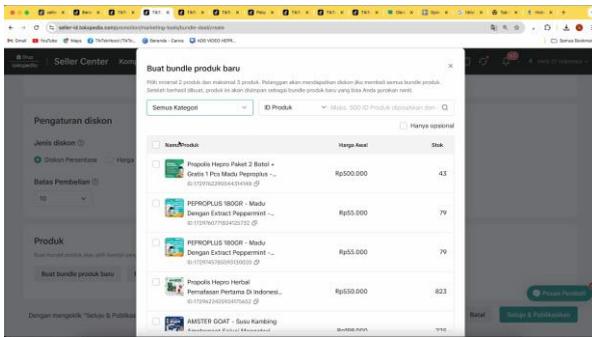
Gambar: Membuat Promo Bundle

Kita akan menggunakan jenis diskon **persentase** dengan batas maksimal **10%**. Misalkan kita ingin menetapkan harga promo bundle.



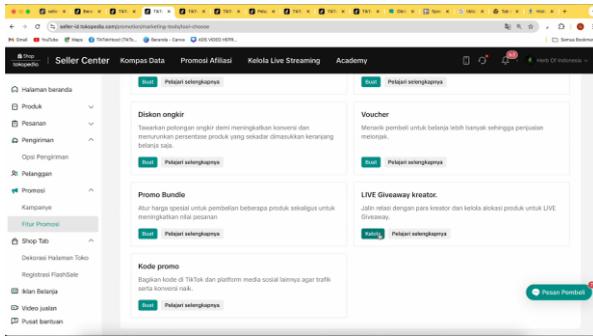
Gambar: Mengatur Diskon

Tetapkan produk dengan harga awalnya adalah **380.000** ditambah **55.000**, sehingga totalnya menjadi **435.000**. Pastikan semua informasi sudah diisi dengan benar sebelum melanjutkan.



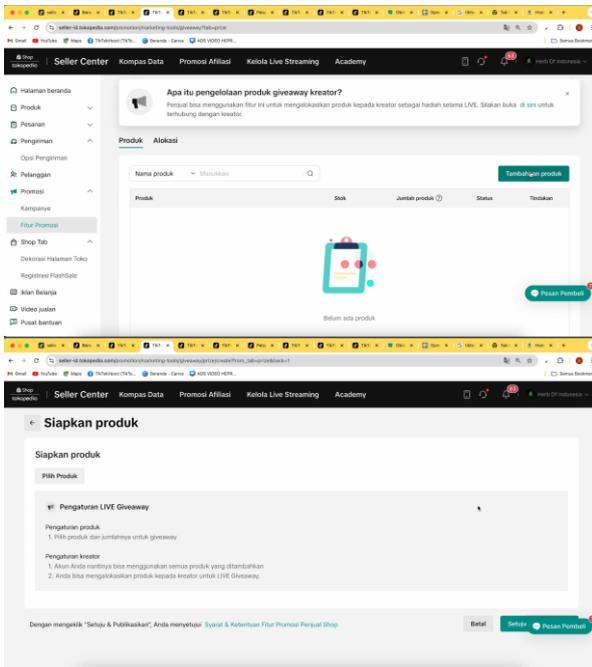
Gambar: Mengatur Harga Produk

Tutorial TikTok Shop: Menambahkan Promo untuk Creator



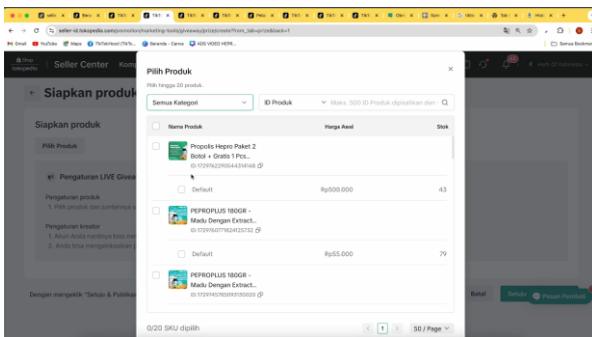
Gambar: Membuat Promo Live Giveaway Creator

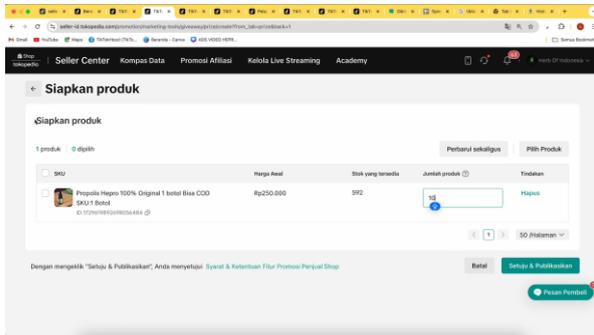
Selanjutnya, kita akan masuk ke bagian **Live Giveaway Creator**. Ini khusus untuk para kreator yang ingin melakukan live streaming produk kita.



Gambar: Siapkan Produk Giveaway

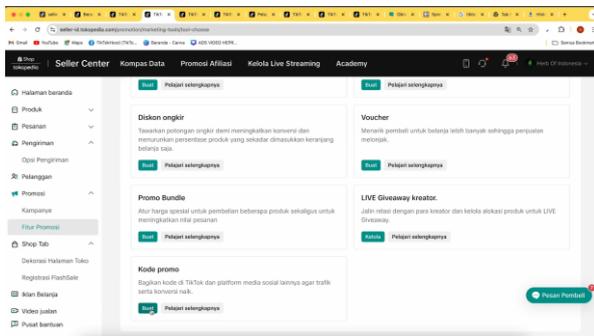
Pastikan untuk memilih **5 produk** yang totalnya tidak melebihi batas yang ditentukan. Jika sudah siap, tinggal setuju saja.





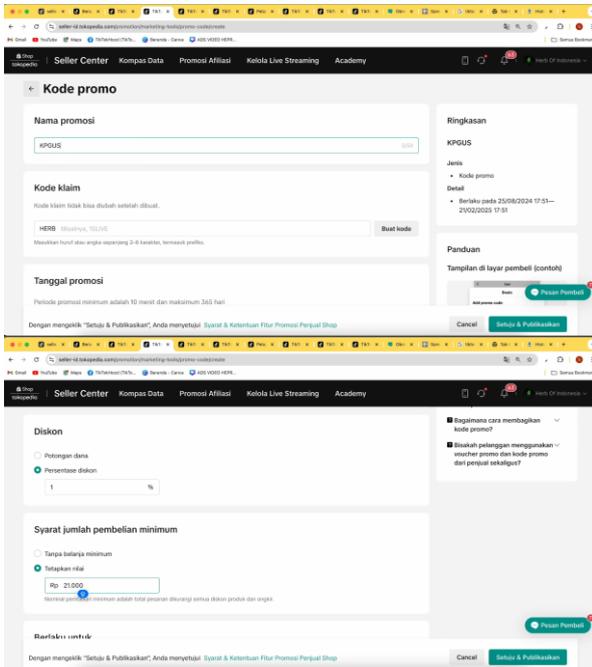
Gambar: Unggah Produk Giveaway

Tutorial TikTok Shop: Kode Promo Khusus untuk Live



Gambar: Halaman Fitur Promo

Kita juga akan membuat kode promo khusus untuk live streaming. Misal, dengan kode **KPGUS**, pengguna bisa mendapatkan diskon 1-50%.

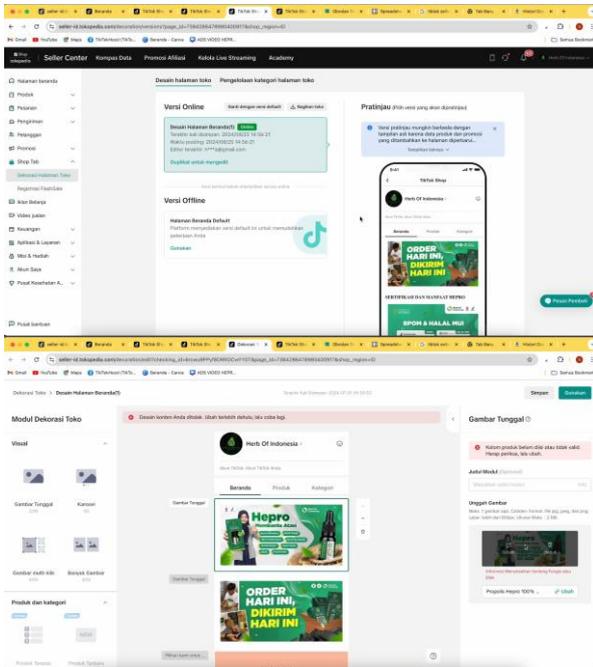


Gambar: Membuat Promo Khusus Live

Pastikan untuk mencatat kode ini dan informasikan kepada audiens saat live.

Tutorial TikTok Shop: Dekorasi Shop Tab

Sekarang, mari kita bahas tentang dekorasi Shop Tab. Jika ada kesalahan saat mengupload, seperti kolom produk yang belum diisi, pastikan untuk memperbaikinya.

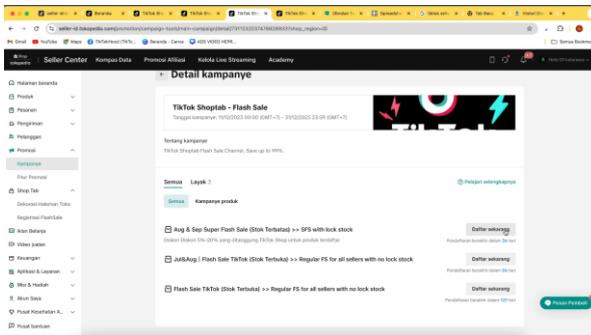


Gambar: Dekorasi Shop Tab

Informasi yang menyesatkan atau overclaim tidak diperbolehkan di TikTok, jadi pastikan semua informasi akurat.

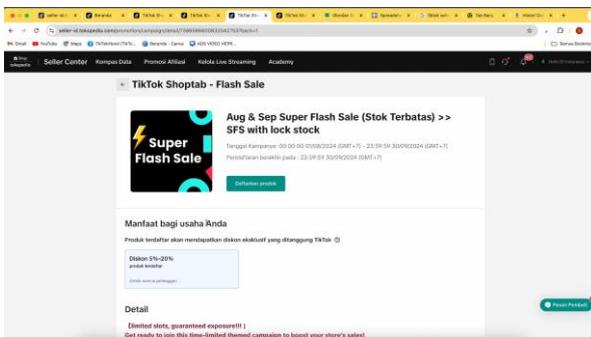
Tutorial TikTok Shop: Registrasi Flash

Jika kita ingin mengadakan **flash sale**, silakan daftar di sini.



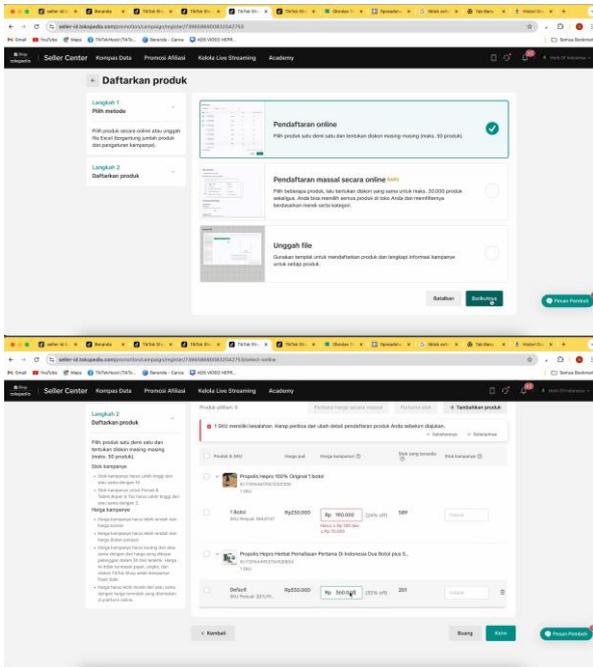
Gambar: Kampanye Flash sale

Tentukan diskon yang diinginkan.



Gambar: Mengatur Harga Diskon

Misal, jika harga produk adalah **Rp. 190.000**, pastikan diskon yang diberikan sesuai dengan margin yang telah ditentukan.



Gambar: Unggah Produk & Mengatur Diskon

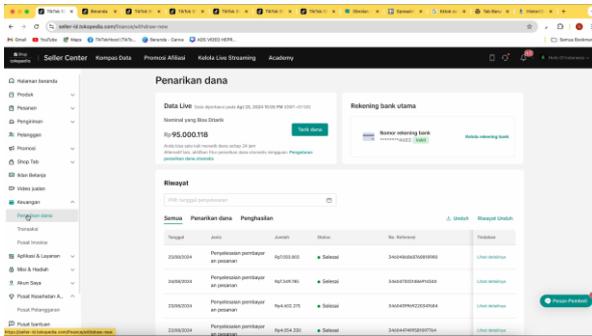
Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, kita dapat dengan mudah membuat promo dan mengatur Shop Tab di TikTok Shop.

Tutorial TikTok Shop: Dashboard Keuangan, Kelola Video, & Analisis

Halo kita! Kali ini kita akan membahas mengenai **keuangan**, **video jualan**, dan **iklan belanja** di TikTok Shop. Mari kita mulai!

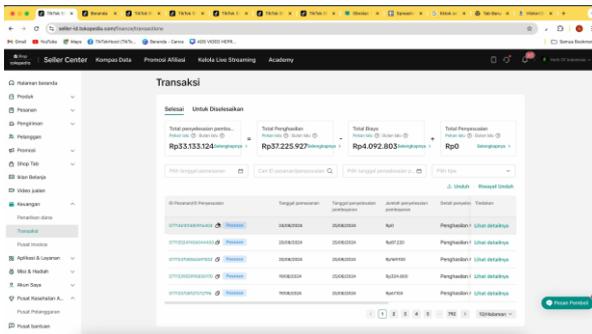
Tutorial TikTok Shop: Dashboard Keuangan

Untuk penarikan dana, tampilan dashboard akan terlihat seperti ini. Di sini, Kita dapat melihat **track record** untuk penarikan dana yang telah dilakukan.



Gambar: Halaman Dashboard Penarikan Dana

Data ini diperbaharui per tanggal 25, dan total penarikan dana sudah mencapai **95 juta**. Jika Kita ingin mengunduh data transaksi, Kita bisa melakukannya di sini.

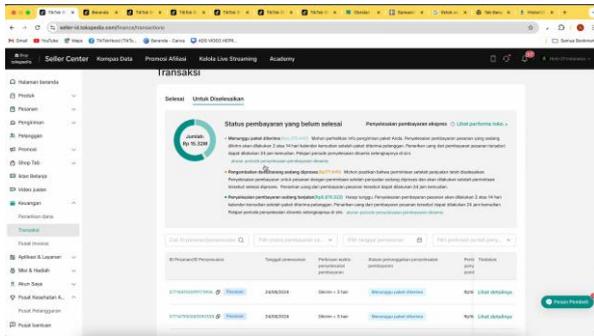


Gambar: Halaman Kelola Transaksi

Semua transaksi tercatat dengan baik, sehingga Kita dapat memantau dan memastikan tidak ada kecurangan.

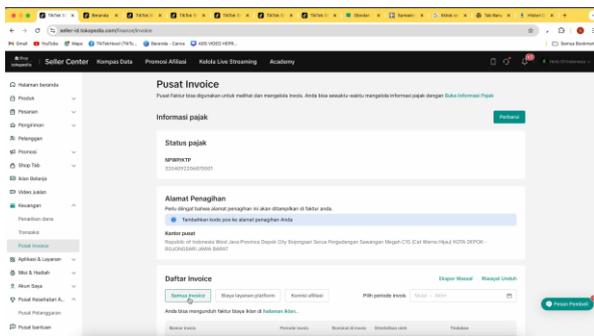
Di dashboard ini, Kita juga akan menemukan informasi mengenai total penyelesaian pembayaran, total penghasilan, total biaya, dan total penyesuaian.

Sebagai contoh, Kita dapat melihat detail dari 100 pembayaran yang telah diselesaikan, dengan total sekitar **15 juta** yang masih dalam proses pengiriman.



Gambar: Halaman Detail Transaksi

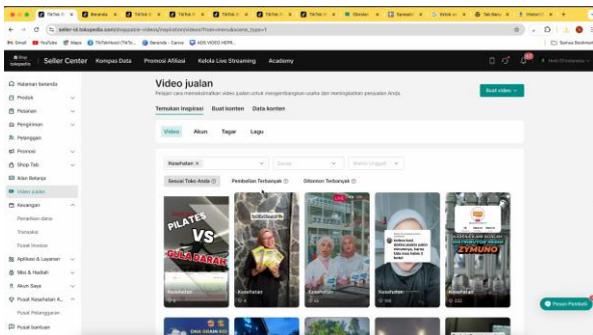
Jika Kita memerlukan **invoice**, Kita bisa mengunduhnya atau mengekspor detailnya dengan mudah.



Gambar: Halaman Pusat Invoice

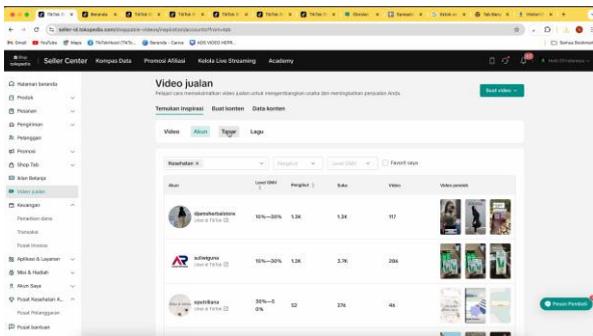
Tutorial TikTok Shop: Kelola Video Jualan

Selanjutnya, mari kita bahas tentang **video jualan**. Di sini, Kita dapat melakukan reset dan mengintegrasikan berbagai elemen seperti video, iklan, dan afiliasi.



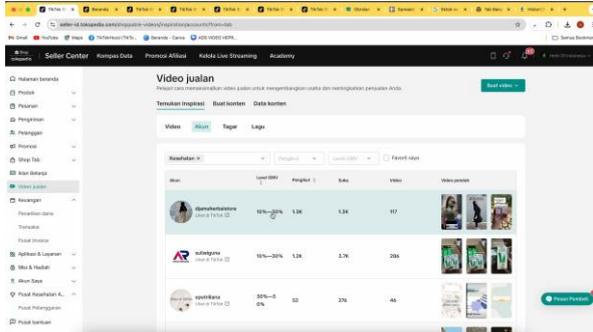
Gambar: Halaman Video Jualan

Kita akan menemukan berbagai video, akun, tagar, dan lagu yang sedang tren. Ini adalah kesempatan bagi Kita untuk menciptakan video yang menarik dan relevan.



Gambar: Kumpulan Video Jualan Berdasarkan Akun

Misal, Kita bisa melihat video yang sedang populer, seperti tema kesehatan atau perlengkapan rumah.

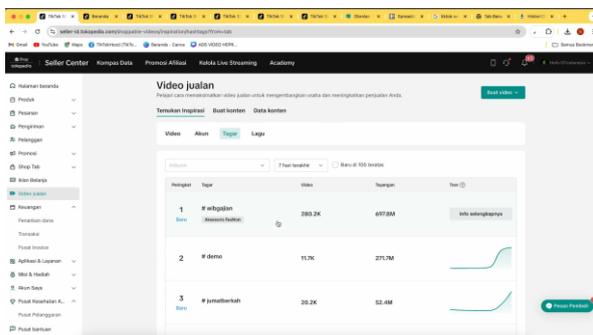


Gambar: Pencarian Video Berdasarkan Tema Kesehatan

Dengan memanfaatkan informasi ini, Kita dapat membuat konten yang lebih menarik dan sesuai dengan tren saat ini. Amati, tiru, dan modifikasi video yang sudah ada untuk mendapatkan ide-ide baru.

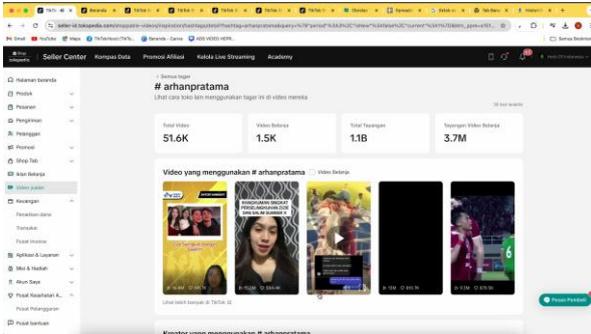
Tutorial TikTok Shop: Analisis dan Hashtag

Di bagian analisis, Kita dapat melihat **tagar** yang sedang tren. Penulis akan membahas lebih detail tentang hashtag di materi selanjutnya.



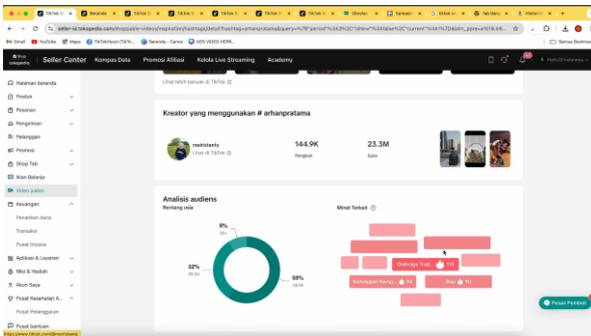
Gambar: Halaman Analisis Hashtag

Kita bisa melihat 30 hashtag terakhir yang populer. Pastikan untuk memanfaatkan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas video Kita.



Gambar: Pencarian Video Berdasarkan Hashtag

Misal, jika ada video yang mendapatkan **23 juta suka**, Kita bisa mempelajari pola dan konten yang digunakan untuk menarik perhatian audiens.



Gambar: Analisis Audiens pada Akun Kreator

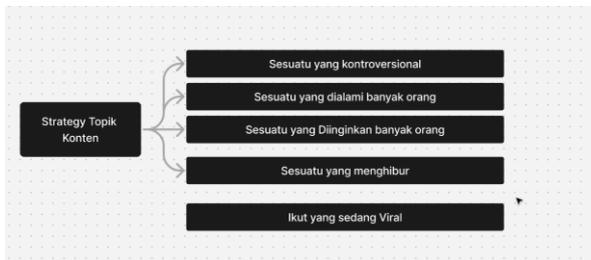
Kesimpulan

Dengan memanfaatkan fitur-fitur di TikTok Shop, Kita dapat mengelola keuangan, video jualan, dan analisis dengan lebih efektif. Jangan ragu untuk mengeksplorasi semua fitur yang ada dan sesuaikan dengan kebutuhan bisnis Kita.

Tutorial TikTok Shop: Strategi Topik Konten

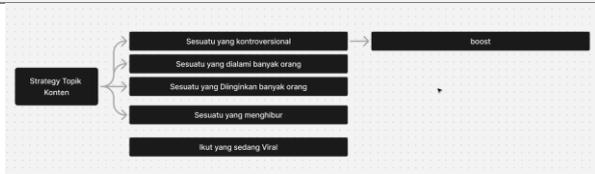
Pada materi kali ini, kita akan membahas tentang **strategi pembuatan konten** untuk TikTok Shop. Penting untuk diingat bahwa hanya mengandalkan toko tanpa membuat konten yang menarik akan membuat kita kesulitan.

Di TikTok, konten yang menarik adalah kunci untuk meningkatkan penjualan. Mari kita bahas beberapa strategi yang bisa kita terapkan.



Gambar: Strategi Topik Konten

Strategi Topik Konten: Konten Kontroversial



Gambar: Strategi Topik Konten Kontroversial

Salah satu cara untuk menarik perhatian adalah dengan membuat konten yang **kontroversial**. Konten seperti ini memiliki potensi untuk mendapatkan lebih banyak tampilan dan peluang untuk muncul di **For You Page (FYP)**.

Misal, jika ada isu yang sedang hangat dibicarakan, kita bisa mengaitkan produk yang dijual dengan isu tersebut.

Contohnya, jika ada tren tentang sakit hati karena diselingkuhi, kita bisa mempromosikan produk yang berhubungan dengan **stamina** atau **fashion** yang relevan dengan tema tersebut.

Strategi Topik Konten: Mengangkat Pengalaman Bersama



Gambar: Strategi Topik Konten Pengalaman

Konten yang menggambarkan **pengalaman yang dialami banyak orang** juga sangat efektif. Misal, jika produk yang dijual adalah fashion, kita bisa membuat konten yang menunjukkan bagaimana

produk tersebut dapat membantu orang yang tidak mampu membeli pakaian baru.

Kita bisa melakukan **social experiment** untuk menunjukkan dampak positif dari produk yang dijual, seperti memberikan pakaian kepada mereka yang membutuhkan.

Strategi Topik Konten: Menyasar Keinginan Banyak Orang



Gambar: Strategi Topik Konten Keinginan Orang

Banyak orang menginginkan **badan ideal** atau penampilan yang menarik. Kita bisa membuat konten yang menunjukkan bagaimana produk yang dijual dapat membantu mencapai tujuan tersebut.

Misal, jika menjual parfum, buatlah konten yang menunjukkan bagaimana parfum tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri dan membuat seseorang merasa lebih menarik.

Strategi Topik Konten: Konten yang Menghibur



Gambar: Strategi Topik Konten Hiburan

TikTok adalah platform yang mengutamakan **hiburan**. Kita bisa membuat konten yang lucu dan menghibur sambil tetap mempromosikan produk.

Misal, buatlah sketsa lucu yang melibatkan produk fashion yang dijual. Konten yang menghibur akan lebih mudah dibagikan dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Strategi Topik Konten: Mengikuti Tren Viral



Gambar: Strategi Topik Konten Tren Viral

Selalu perhatikan tren yang sedang viral di TikTok. Kita bisa mengaitkan produk dengan tren tersebut.

Misal, jika ada tantangan atau meme yang sedang populer, cobalah untuk mengaitkan produk dengan konten tersebut. Ini akan membantu produk kita mendapatkan lebih banyak perhatian.

Kesimpulan

Strategi Hashtag Terhadap Engagement: Perbedaan Hashtag di Tiktok

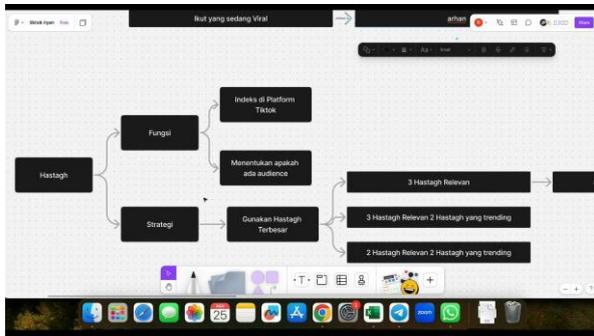
Di Tiktok, hashtag berfungsi sebagai pendukung video. Misal, jika Kita melihat isu-isu besar di Twitter, biasanya akan ada hashtag yang terkait, seperti #RianMarketing atau #ObatStamina.



Gambar: Contoh Penerapan Hashtag

Di Tiktok, penggunaan hashtag juga sangat penting. Hashtag dapat membantu video Kita untuk lebih mudah ditemukan dan berpotensi masuk ke halaman **For You Page (FYP)**. Contoh hashtag yang sering digunakan adalah #TikTokLive, #FYP, atau nama-nama influencer seperti #ArhanPratama.

Strategi Hashtag Terhadap Engagement: Fungsi Hashtag



Gambar: Fungsi Hashtag

Hashtag memiliki dua fungsi utama:

1. **Indeks di Platform:** Hashtag membantu video Kita terindeks di TikTok. Misal, jika Kita menggunakan hashtag #Arhan, Kita dapat melihat bahwa hashtag tersebut memiliki jutaan tayangan, yang menunjukkan bahwa hashtag ini berfungsi dengan baik di TikTok.
2. **Menentukan Audiens:** Hashtag juga membantu menentukan apakah ada audiens yang mencari konten dengan hashtag tersebut. Jika hashtag yang Kita gunakan tidak memiliki audiens, maka konten Kita mungkin tidak akan terlihat.
- 3.

Strategi Hashtag Terhadap Engagement: Strategi Penggunaan Hashtag



Gambar: Strategi Penggunaan Hashtag

Mari kita breakdown strategi penggunaan hashtag:

1. **Tiga Hashtag Relevan:** Gunakan tiga hashtag yang relevan dengan isi konten dan produk Kita. Misal, jika Kita menjual obat herbal, Kita bisa menggunakan hashtag seperti #ObatHerbal, yang memiliki tayangan tinggi.
2. **Dua Hashtag Trending:** Selain tiga hashtag relevan, tambahkan dua hashtag yang sedang trending. Ini bisa membantu meningkatkan visibilitas video Kita. Misal, Kita bisa menggunakan hashtag seperti #FYP atau hashtag lain yang sedang populer.

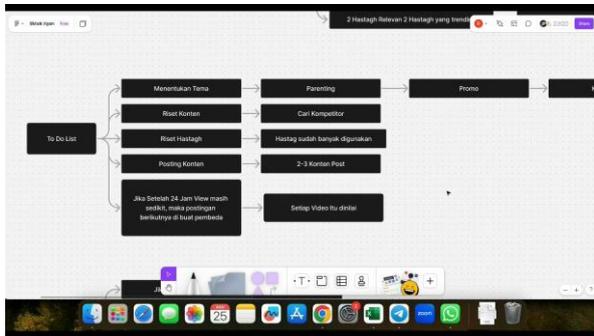
Dengan kombinasi ini, Kita akan memiliki **tiga hashtag relevan** dan **dua hashtag trending**, yang dapat meningkatkan peluang video Kita untuk mendapatkan lebih banyak tayangan dan engagement.

Kesimpulan

Menggunakan strategi hashtag yang tepat sangat penting untuk meningkatkan engagement di TikTok. Pastikan untuk selalu memeriksa relevansi dan popularitas hashtag yang Kita gunakan.

Ingat, kesuksesan tidak datang dari kemalasan, jadi tetap semangat dan terus berinovasi dalam membuat konten!

Penjelasan Tutorial TikTok Shop: Todo List TikTok

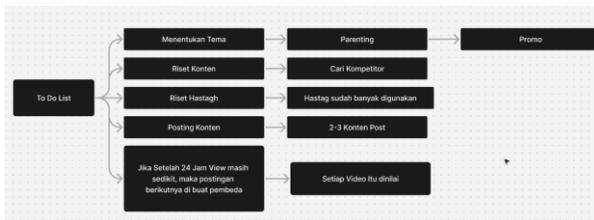


Gambar: Todo List Tiktok

Pada bab kali ini kita akan membahas dua hal penting yang telah kita pelajari: **strategi topik konten** dan **strategi hashtag**. Konten yang kita buat sangat memengaruhi **penjualan**, sementara hashtag berperan dalam **engagement**.

Dengan menggunakan hashtag yang tepat, video kita bisa menjangkau lebih banyak orang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peluang pembelian.

Tutorial TikTok Shop: Todo List TikTok



Gambar: Todo List Tiktok

Sekarang, mari kita bahas tentang **to do list**. Apa saja yang perlu kita lakukan? Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. **Menentukan Tema untuk Akun Pribadi:** Tentukan tema yang sesuai untuk video kita berdasarkan produk yang dijual. Misal, jika kita menjual kurma muda, fokuslah pada tema yang berkaitan dengan hubungan atau pernikahan.
2. **Riset Konten:** Cari kompetitor yang berpengaruh di pasar. Pastikan untuk meneliti kompetitor yang lebih tinggi, bukan yang setara atau di bawah kita. Ini penting agar kita bisa belajar dari strategi yang mereka terapkan.
3. **Riset Hashtag:** Gunakan Google Sheets atau Excel untuk mencatat hashtag yang digunakan. Pantau pengaruh hashtag selama satu atau dua bulan. Penting untuk memiliki ukuran yang jelas agar kita tahu apakah hashtag tersebut efektif atau tidak.
4. **Posting Konten:** Usahakan untuk memposting konten minimal satu kali sehari. Jika memungkinkan, coba variasikan waktu posting untuk menemukan **gold time** yang paling efektif untuk kategori bisnis kita. Setiap kategori memiliki waktu terbaik untuk posting, jadi lakukan eksperimen untuk menemukan waktu yang tepat.
5. **Evaluasi Konten:** Jika setelah 24 jam interaksi konten masih rendah, evaluasi dan ciptakan variasi baru. Jangan ragu untuk menetapkan target baru, seperti meningkatkan jumlah view dari 1.000 menjadi 5.000.
6. **Cek Promo:** Selalu evaluasi promo yang sedang berjalan. Jika tidak ada penjualan, coba analisis apakah konten kita sudah sesuai dan jika ada yang perlu diperbaiki dalam strategi pemasaran.

Penutup

Alhamdulillah, kita telah menyelesaikan pelatihan TikTok ini. Semoga materi yang disampaikan bermanfaat.

Mohon maaf jika ada kekurangan, dan semoga semua yang lebih baik menjadi berkah bagi kita.

Terima kasih telah berkontribusi dan meluangkan waktu untuk ikut pelatihan ini. Sampai jumpa, semoga Allah memudahkan segala urusan kita!



PERINGATAN!

EBOOK INI DIPUBLIKASIKAN OLEH
SKILLPEDIA INDONESIA
HANYA UNTUK PEMBELI PAKET BELAJAR
DI WEBSITE SKILLPEDIA.ID

**HARAM MEMBACA EBOOK INI JIKA KAMU
BUKAN PEMBELI PAKET BELAJAR
SKILLPEDIA.ID**

HARAM MEMBAJAK!

EBOOK INI DIPUBLIKASIKAN OLEH
SKILLPEDIA INDONESIA
HANYA UNTUK PEMBELI PAKET BELAJAR
DI WEBSITE SKILLPEDIA.ID

**SETIAP BENTUK PENYEBARLUASAN TANPA
IZIN DAN PEMBAJAKAN KONTEN HASIL
KARYA SKILLPEDIA AKAN DIMINTAI
PERTANGGUNGJAWABAN DI AKHIRAT**

BERANI MEMBAJAK = SIAP MASUK NERAKA