

Baskhara's Mind
by Rendy Baskhara

MODUL 00 · FASE 1 · FONDASI

Orientasi: Peta Full-Stack Digital Marketing

Pahami apa itu full-stack marketer, bagaimana seluruh kanal saling terhubung, dan cara belajar paling efektif di era AI.

1,5 jam | 5 pelajaran | Level: Pemula | Full-Stack Digital Marketing & AI

RINGKASAN MODUL

Setelah modul ini kamu bisa

- ✓ Menjelaskan peran full-stack digital marketer dan bedanya dengan spesialis kanal
- ✓ Memetakan 7 lapisan sistem marketing dari strategi sampai otomasi
- ✓ Memahami metrik bisnis inti: revenue, CAC, conversion rate, LTV
- ✓ Menyiapkan workspace belajar: akun tools, folder kerja, dan jurnal belajar

TOOLS YANG DIPAKAI

Google Drive · Google Sheets · ChatGPT / Claude / Gemini

HASIL AKHIR (DELIVERABLE)

Penilaian diri 11 bidang + roadmap belajar pribadi & target 90 hari

AGENDA

Isi modul 00

- **00.1** Apa itu full-stack digital marketer?
- **00.2** Tujuh lapisan sistem marketing
- **00.3** Metrik bisnis yang harus kamu pahami sejak awal
- **00.4** Cara belajar paling efektif di era AI
- **00.5** Penilaian diri & roadmap 90 hari
- Checklist & post-test

MODUL 00

Pengantar

Selamat datang. Modul ini singkat, tapi penting: kita menyamakan peta sebelum mulai berjalan. Di akhir modul kamu akan tahu posisi skill kamu sekarang, apa yang akan dipelajari, dan bagaimana menilai kemajuanmu sendiri.

00.1

PELAJARAN 1 DARI 5

Apa itu full-stack digital marketer?

PELAJARAN 00.1

Apa itu full-stack digital marketer?

Istilah "full-stack" dipinjam dari dunia software: developer yang bisa mengerjakan bagian depan (tampilan) sampai bagian belakang (server dan database). Di marketing, artinya mirip: kamu memahami **seluruh sistem** yang mengubah orang asing menjadi pelanggan setia — bukan hanya satu kanal.

Bayangkan dua marketer yang sama-sama diminta "naikkan penjualan online 30%":

- **Marketer A (spesialis kanal)** langsung menaikkan budget Meta Ads. Klik naik, tapi penjualan hanya naik 5% karena landing page lambat dan admin WhatsApp butuh 3 jam untuk membalas chat.
- **Marketer B (full-stack)** mengecek data dulu. Ia menemukan 60% chat tidak dibalas dalam 1 jam. Ia memperbaiki SLA balasan dan template chat, mempercepat landing page, baru kemudian menambah budget. Penjualan naik 35% dengan biaya iklan hampir sama.

Bedanya bukan pada skill teknis, tapi pada **cara berpikir sistem**: tahu bahwa hasil akhir ditentukan oleh titik terlemah di funnel.

PELAJARAN 00.1

Apa itu full-stack digital marketer? lanjutan

Bentuk ”T”

Full-stack bukan berarti ahli di semua hal. Polanya berbentuk huruf T:

- **Garis horizontal** — pemahaman yang cukup di semua lapisan: strategi, konten, SEO, iklan, konversi, retensi, data, dan otomasi. Cukup untuk bisa mendiagnosis masalah, berdiskusi dengan spesialis, dan menentukan prioritas.
- **Garis vertikal** — keahlian mendalam di 1–2 bidang yang menjadi "senjata utama" kamu, misalnya SEO atau performance ads.

> ⓘ CATATAN
>
> Di pasar kerja Indonesia, posisi seperti Digital Marketing Lead, Growth Manager, dan Head of Marketing hampir selalu mencari profil T. Untuk UMKM, profil T bahkan lebih penting — karena sering kali kamu satu-satunya orang marketing di bisnis itu.

00.2

PELAJARAN 2 DARI 5

Tujuh lapisan sistem marketing

PELAJARAN 00.2

Tujuh lapisan sistem marketing

Seluruh kurikulum disusun mengikuti tujuh lapisan ini. Setiap lapisan bergantung pada lapisan sebelumnya.

LAPISAN	PERTANYAAN UTAMA	MODUL
1. Strategi	Siapa pelanggan kita, apa masalahnya, kenapa memilih kita?	01, 03
2. AI & workflow	Bagaimana kita bekerja lebih cepat tanpa mengorbankan kualitas?	02
3. Konten	Pesan apa yang membuat orang berhenti, percaya, dan bertindak?	04, 06
4. Akuisisi	Dari mana orang yang tepat datang — organik dan berbayar?	05, 06, 07
5. Konversi	Apa yang membuat pengunjung menjadi pembeli?	08, 10
6. Retensi	Bagaimana pembeli kembali dan merekomendasikan?	09
7. Data & otomasi	Bagaimana kita tahu apa yang berhasil dan mengulanginya otomatis?	11, 12

Modul 13 (Capstone) menyatukan semuanya menjadi Growth Plan 90 hari.

PELAJARAN 00.2

Tujuh lapisan sistem marketing lanjutan

AI bukan lapisan terpisah

Perhatikan bahwa AI punya modul khusus (02), tapi sebenarnya AI hadir di **setiap** lapisan: riset pasar dengan AI, menulis draf konten, membuat variasi iklan, menganalisis data penjualan, sampai membangun otomasi. Karena itu setiap modul punya template prompt sendiri.

00.3

PELAJARAN 3 DARI 5

Metrik bisnis yang harus kamu pahami sejak awal

PELAJARAN 00.3

Metrik bisnis yang harus kamu pahami sejak awal

Marketer yang dihargai adalah marketer yang bicara dengan bahasa bisnis. Hafalkan lima rumus ini — kita akan memakainya terus.

1. Revenue (pendapatan)

```
Revenue = Traffic × Conversion Rate × Average Order Value (AOV)
```

Rumus ini menunjukkan tiga tuas yang bisa kamu tarik: tambah pengunjung, naikkan persentase yang membeli, atau naikkan nilai belanja per transaksi.

2. Conversion Rate (CR)

```
CR = Jumlah konversi ÷ Jumlah pengunjung × 100%
```

Konversi bisa berupa pembelian, chat WhatsApp, isi form, atau daftar akun — tergantung tujuan.

3. CAC (Customer Acquisition Cost)

```
CAC = Total biaya akuisisi ÷ Jumlah pelanggan baru
```

Termasuk biaya iklan, tools, konten, bahkan gaji tim jika ingin melihat CAC "penuh".

PELAJARAN 00.3

Metrik bisnis yang harus kamu pahami sejak awal lanjutan

4. ROAS (Return on Ad Spend)

```
ROAS = Revenue dari iklan ÷ Biaya iklan
```

ROAS 4 berarti setiap Rp1 iklan menghasilkan Rp4 pendapatan. Ingat: ROAS bukan profit — kamu masih harus mengurangi HPP dan biaya lain.

5. LTV (Lifetime Value)

```
LTV ≈ AOV × Frekuensi beli per tahun × Lama jadi pelanggan (tahun) × Margin
```

Aturan praktis yang sehat: **LTV minimal 3× CAC**.

PELAJARAN 00.3

Metrik bisnis yang harus kamu pahami sejak awal lanjutan

HITUNG CEPAT: KOPI SENJA

Kopi Senja adalah roastery kecil di Semarang yang menjual biji kopi online. Bulan lalu: 8.000 pengunjung toko online, 160 order, AOV Rp120.000, biaya iklan Rp4.000.000, dan 120 dari 160 order berasal dari pelanggan baru.

- Conversion rate = 160 ÷ 8.000 = **2%**
- Revenue = 160 × Rp120.000 = **Rp19.200.000**
- CAC (hanya biaya iklan) = Rp4.000.000 ÷ 120 = **Rp33.333**
- ROAS = Rp19.200.000 ÷ Rp4.000.000 = **4,8**

Studi kasus Kopi Senja akan kita pakai di seluruh modul. Di setiap tugas, kamu boleh memakai Kopi Senja atau — lebih baik — bisnis kamu sendiri.

00.4

PELAJARAN 4 DARI 5

Cara belajar paling efektif di era AI

PELAJARAN 00.4

Cara belajar paling efektif di era AI

Kurikulum ini dirancang dengan pola **Pelajari → Praktikkan dengan AI → Evaluasi → Simpan sebagai portofolio**. Beberapa prinsip yang membuat belajarmu jauh lebih cepat:

1. **Kerjakan tugas, jangan hanya membaca.** Pemahaman yang tidak dipraktikkan hilang dalam seminggu. Setiap modul punya satu deliverable — anggap itu "gaji" dari waktu belajarmu.
2. **Pakai bisnis nyata.** Bisnis sendiri, bisnis keluarga, atau brand yang kamu kagumi. Konteks nyata memaksa kamu menghadapi masalah nyata.
3. **AI adalah rekan kerja, bukan pengganti berpikir.** Kamu yang memberi konteks, mengevaluasi hasil, dan memutuskan. Output AI yang diterima mentah-mentah biasanya generik dan mudah dikenali.
4. **Catat di jurnal belajar.** Satu dokumen sederhana: apa yang dipelajari, apa yang dicoba, apa hasilnya. Ini akan menjadi bahan portofolio dan wawancara kerja.
5. **Ukur kemajuan dengan output.** Bukan "sudah nonton berapa jam", tapi "sudah menghasilkan apa".

PELAJARAN 00.4

Cara belajar paling efektif di era AI lanjutan

Siapkan workspace kamu

Buat struktur folder ini di Google Drive:

```
Academy/
├── 00-Jurnal-Belajar (Google Docs)
├── 01-Strategi/
├── 02-AI-Workflow/
├── ...
└── 13-Capstone/
```

Lalu siapkan akun gratis berikut: Google (Drive, Sheets, Analytics), satu asisten AI (ChatGPT, Claude, atau Gemini — idealnya dua untuk perbandingan), Canva, dan CapCut. Akun tambahan akan dijelaskan di modul yang membutuhkannya.

00.5

PELAJARAN 5 DARI 5

Penilaian diri & roadmap 90 hari

PELAJARAN 00.5

Penilaian diri & roadmap 90 hari

Sebelum masuk Modul 01, ukur posisi kamu sekarang di halaman **Penilaian Diri & Roadmap**. Ini wajib diisi sekali — Modul 01–13 baru terbuka setelahnya. Beri nilai 1–5 untuk setiap bidang:

- **1** = belum pernah dengar / belum pernah mencoba
- **3** = pernah mengerjakan dengan panduan
- **5** = bisa mengerjakan sendiri dan mengajarkan ke orang lain

Lalu pilih bidang yang paling ingin kamu kuasai, target peran, waktu belajar per minggu, dan target 90 hari. Begitu dikirim, kamu langsung mendapat **roadmap pribadi**:

- **Urutan modul** — fondasi dulu, lalu spesialisasimu, lalu sisanya sesuai prioritas.
- **Label tiap modul** — *Spesialisasi* (dikerjakan mendalam), *Fokus* (masih baru buatmu), *Perkuat*, atau *Review cepat* (kamu sudah kuat, cukup baca sekilas lalu post-test).
- **Perkiraan minggu** sesuai waktu belajarmu, plus peringatan kalau target 90 hari terlalu padat.
- **Rencana 2 minggu pertama** — daftar pelajaran yang dikerjakan tiap minggu, lengkap dengan link langsung ke pelajaran dan post-test-nya. Rencana ini ikut bergeser setiap kali kamu menyelesaikan pelajaran.

PELAJARAN 00.5

Penilaian diri & roadmap 90 hari lanjutan

Jawabanmu juga diterima Rendy, sehingga arahan dan contoh kasus bisa disesuaikan. Roadmap bisa diperbarui kapan saja dari menu **Roadmap Saya** — misalnya setelah beberapa modul, saat nilaimu sudah naik.

JUJUR LEBIH BERGUNA DARIPADA TERLIHAT HEBAT

Nilai yang terlalu tinggi membuat modul penting berlabel "Review cepat" dan kamu melewatkan dasar yang sebenarnya belum kuat. Kalau ragu antara dua angka, pilih yang lebih rendah.

TUGAS MODUL 00

1. Isi **Penilaian Diri & Roadmap** dengan jujur.
2. Lihat **Rencana 2 minggu pertama** di bawah roadmap-mu, lalu masukkan jadwal belajarnya ke kalender — pilih hari dan jam yang tetap setiap minggu.
3. Catat spesialisasi yang disarankan dan target 90 hari di jurnal belajar. Pastikan target 90 hari kamu memakai format: *"Pada [tanggal], saya [hasil terukur], dibuktikan dengan [bukti]."*

PENUTUP MODUL

Checklist modul

Centang di halaman modul yang sudah kamu kerjakan. Kalau semua tercentang, kamu siap lanjut.

- [ ] Saya bisa menjelaskan full-stack marketer dalam 2 kalimat
- [ ] Saya sudah mengisi penilaian diri dan menyimpan roadmap belajar saya
- [ ] Saya sudah membuat folder kerja 'Academy' di Google Drive
- [ ] Saya sudah punya akun minimal satu asisten AI (ChatGPT, Claude, atau Gemini)
- [ ] Saya sudah menulis target belajar 90 hari yang spesifik dan terukur

PENILAIAN UTAMA MODUL

Saatnya post-test.

Post-test dikerjakan online di halaman modul. Soal dan pilihan diacak setiap percobaan, dan nilai terbaikmu dipakai untuk sertifikat.

10	≥ 80%	14
soal studi kasus & hitungan	nilai minimal lulus	post-test untuk sertifikat

rendybaskhara.com/belajar/modul/orientasi/#posttest

LANGKAH BERIKUTNYA

Modul 00 selesai. Terus bergerak.

MODUL BERIKUTNYA

01. Riset Pasar, Persona & Positioning

rendybaskhara.com/belajar/modul/riset-pasar-persona-positioning/

MENTORING 1:1

Deliverable kamu di-review langsung oleh Rendy

rendybaskhara.com/belajar/#paket · r3ndy.2394@gmail.com