

Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital Menggunakan *E-Commerce* dalam Mendukung Penjualan Produk *Els Computer*

¹Mohamad Rifa'i, ²Apriadi

Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: 202020074@mhs.udb.ac.id

SEJARAH ARTIKEL:

Dikirim
Diterima
Dipublikasikan

KATA KUNCI:

Pemasaran, Digital, E-Commerce

ABSTRAK

Di era digital sekarang ini, pertumbuhan internet semakin meningkat seiring dengan peningkatan teknologi informasi dan komunikasi. Dimanapun dan kapanpun, pengguna dapat terhubung ke jaringan melalui Internet. Penggunaan media sosial terbilang cukup mudah dan dapat dipelajari dengan cepat oleh orang awam sekalipun. Tentunya hal tersebut menjadi peluang positif bagi "vendor" dan "pelanggan" serta semua pihak yang terlibat dalam dunia bisnis. Adanya pemberitaan tentang potensi wisata kawasan Sidowayah dalam media digital dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sumber utama tumbuhnya kegiatan pariwisata berbasis keindahan alam dan kearifan lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media digital sebagai media pemasaran Desa Wisata Sidowayah. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian dan pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan terhadap media komunikasi pemasaran pariwisata Desa Wisata Sidowayah serta studi literatur sebagai pendukung teori. Hasil diperoleh bahwa pemanfaatan media sosial Desa Wisata Sidowayah terbukti dapat menarik banyak minat pengunjung. Penggunaan media sosial sebagai komunikasi pemasaran oleh pengelola Desa Wisata Sidowayah dan juga pengguna umum berjalan dengan efektif dan sangat praktis dalam membangun interaksi positif diantara keduanya. Pengunjung yang merasa puas dapat memberi saran kepada teman, kerabat, saudara sebagai calon pengunjung baru destinasi wisata Desa Sidowayah.

ABSTRACT

The rapid development of information and telecommunications technology in today's world has made people aware of the value of data or information. In today's digital era, with the help of information technology, it is increasingly easy for people to get information very easily. Information technology is very useful for the community because with this technology the community can process, process, obtain, store and modify data so that it can produce useful information. This study uses a qualitative descriptive method for data collection which includes direct observation, interviews, and documentation. The findings of research conducted at the Els Computer store include identifying various digital marketing strategies that utilize e-commerce on online platforms such as websites, Facebook, Instagram and marketplaces (Tokopedia,

Shopee and Blibli) which are expected to bring in new customers and contribute to increased sales. It is hoped that the products sold at Els Computer can be recognized by the wider community and provide opportunities to bring in new potential buyers.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi yang pesat di dunia sekarang membuat masyarakat sadar akan berharganya sebuah data atau informasi. Di era digital sekarang dengan bantuan teknologi informasi masyarakat semakin dimudahkan untuk mendapatkan informasi dengan sangat mudah. Teknologi informasi sangat berguna bagi masyarakat karena dengan teknologi tersebut masyarakat dapat memproses, mengolah, memperoleh, menyimpan, dan mengubah data sehingga dapat menghasilkan informasi yang berguna. Pemasaran digital akan sangat membantu Els Computer dalam memasarkan produk dan memperluas jangkuan pemasaran, selain itu pemasaran digital melalui *e-commerce* juga memungkinkan untuk menambah kosumen baru.

Pemasaran adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan suatu lembaga untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan nilai produk kepada pangsa pasarnya dengan manfaat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pangsa pasarnya dan meraih keuntungan bagi organisasi (Sumarto et al., 2020). Strategi pemasaran perusahaan sangat bervariasi, dan masih banyak yang mengandalkan cara offline seperti flyer, spanduk, pamflet, stiker, dan bentuk media lainnya. Marketing adalah proses dimana seseorang atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa (Alma, 2018). Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi memerlukan kebijakan yang menekankan pada strategi pemasaran online untuk bisnis termasuk *e-commerce* untuk mendukung keunggulan kompetitif perusahaan.

E-commerce adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan internet. E-commerce bisa dilakukan melalui komputer, laptop, sampai

smartphone (Rizeki, 2022). Dalam dunia informasi, *e-commerce* merupakan sebuah terobosan karena dapat memberikan informasi dalam format yang lebih menarik, menyenangkan, dan online setiap saat dan tanpa batasan. Tentunya harus didukung oleh perangkat teknologi yang ada. Ini berlaku untuk bisnis yang sudah mapan maupun yang belum berhasil menerapkan strategi pemasaran *e-commerce*.

Setiap orang memiliki interpretasi unik mereka sendiri tentang istilah "e-niaga", tetapi penting untuk diketahui bahwa ini dapat diterapkan pada hampir semua jenis hubungan bisnis dan melibatkan banyak agen. Sehubungan dengan itu, strategi pemasaran yang efisien dan efektif sebagai sarana informasi dan komunikasi harus dilaksanakan oleh semua pihak yang berkepentingan dengan pertumbuhan perusahaan. Anda dapat menjual barang atau jasa secara online di *e-commerce* dan calon pelanggan umumnya dapat membaca, melihat, memesan, dan membayar produk di perusahaan secara online.

Menghadapi persaingan perdagangan produk elektronik yang semakin inovatif, tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah untuk mendukung penjualan produk Els Computer. Dengan menentukan strategi pemasaran digital *e-commerce* mereka yang meliputi penggunaan platform online, media sosial, *marketplace*, bisnis Google, dan metode serupa lainnya diharapkan Toko Komputer Els dapat memanfaatkannya semaksimal mungkin untuk meningkatkan penjualan, menjangkau pelanggan baru, dan membuat produk mereka dikenal lebih luas. Diharapkan juga dapat membantu menciptakan konten penjualan Els Computer yang lebih kreatif untuk media sosial, *website*, dan *marketplace* untuk mendukung penjualan produk Els Computer.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari sebuah realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Karena peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah (*naturalistic*) bukan hasil perlakuan (*treatment*) atau manipulasi variable yang dilibatkan (Fadli, 2021).

Penelitian deskriptif kualitatif hanya akan meneliti pada variable yang sudah ada dan tidak ditambahkan variable lain, maka dari itu hasil penelitian akan menggambarkan sesuai apa yang terjadi dilapangan berdasarkan data yang dikumpulkan. Maka penelitian ini akan menggunakan metode pengambilan data seperti wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilaksanakan di Els Computer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi informasi adalah suatu proses dari mulai mendapatkan data hingga mengolah dan menganalisis data tersebut hingga tersimpan dengan berbagai cara untuk membuat atau menghasilkan informasi yang berkualitas (Siregar, et al., 2020). Demi meningkatkan kepuasan pelanggan els computer menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu media penunjang penjualan. Dalam hasil wawancara diketahui bahwa els computer menggunakan e-commerce seperti media sosial (instagram dan facebook), website, dan *marketplace* (tokopedia, shopee, blibli).

Leaflet Produk Els Computer

Leaflet adalah selebaran kertas cetak yang berlipat 2-3 halaman. Leaflet merupakan media penyampai informasi dan himbauan. Penggunaan gambar, warna, layout, dan informasi yang disampaikan merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam *leaflet* (Fitriah, 2018). Selain tidak tercatat dalam buku, leaflet adalah media cetak yang isinya tertulis disertai gambar dan informasi. Namun, selebaran biasanya tidak memiliki gambar dan berisi lebih banyak teks. Gambar-gambar di dalamnya hanya digunakan sebagai hiasan atau pemanis saja. Leaflet adalah bentuk media promosi yang populer karena kesederhanaannya dan kurangnya desain yang rumit. Selain itu, selebaran lebih murah, memungkinkan mereka menghemat uang untuk materi pemasaran.

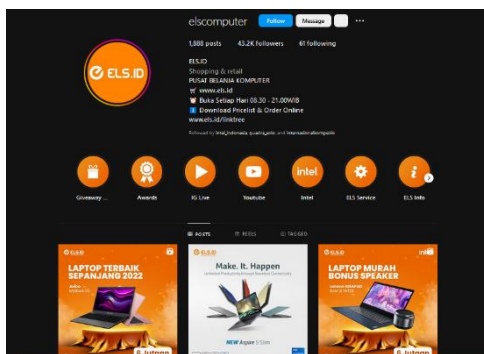


Gambar 1. Leaflet Produk Laptop Els Computer

Leaflet ini bisa dijumpai apabila ada pembeli yang berkunjung ke toko sebagai referensi dan juga media iklan produk els computer, sehingga bisa mempermudah pengoperasional toko dalam menjelaskan spesifikasi produk kepada calon konsumen. Leaflet tersebut juga sering diupload ke media sosial seperti instagram dan juga facebook els computer guna mempromosikan produk mereka kepada calon konsumen.

Media Sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia (Junawan, 2020). Di Indonesia, pengguna media sosial sangat banyak dan beragam mulai dari remaja hingga lansia. Banyak orang menggunakan ponsel mereka untuk menggunakan media sosial untuk berbagai hal termasuk berbelanja.



Gambar 2. Tampilan akun instagram els computer.

Atas dasar ini els computer menggunakan media sosial sebagai toko virtual mereka. Media sosial yang mereka gunakan adalah instagram dan facebook. Dengan akun bernama els computer dan memiliki pengikut sebanyak 43.200 orang. Begitu juga di facebook, els computer juga membuat akun mereka di media sosial tersebut dengan menggunakan akun bernama ELS.ID dengan pengikut sebanyak 60.000 orang.

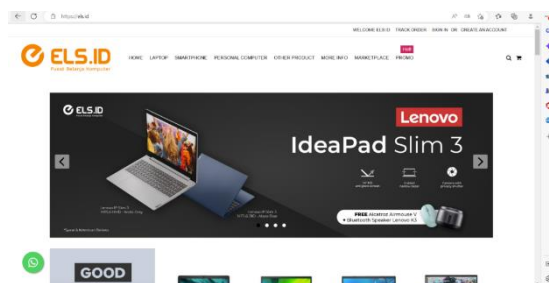


Gambar 3. Tampilan akun facebook els computer

Dalam akun diatas juga bisa dilihat bahwa banyaknya masyarakat yang menjadi pengikut atau *followers* akun tersebut. Terlihat antusias masyarakat sangat tinggi yang dilatar belakangi oleh berbagai macam factor, salah satu kemungkinannya adalah tentang info terbaru produk els computer. Dengan begini, bisa dikatakan bahwa els computer sudah berhasil membangun suatu komunitas dagang mereka.

Website

Website merupakan layanan penyajian informasi yang menggunakan konsep *hyperlink* agar para pengguna komputer dapat dengan mudah menelusuri dan mencari informasi di Internet (Susilo, et al., 2018). Ada dua kategori situs web: statis dan dinamis. Situs web yang hanya berisi informasi berupa teks atau gambar yang tidak dapat diubah oleh pengguna disebut sebagai situs web statis. Sebaliknya, website yang menggunakan pengolahan data yang kompleks dan memungkinkan penggunanya untuk memodifikasi atau mengisi tampilan website tersebut dikenal dengan website dinamis.



Gambar 4. Tampilan website els computer

Dalam kasus els computer, diketahui bahwa els computer menggunakan *website* berjenis statis. Karena kegunaan website tersebut hanyalah sebagai media untuk

menunjukkan ke calon konsumen tentang produk dari els computer yang tersedia pada saat calon konsumen membuka laman website tersebut.

Marketplace

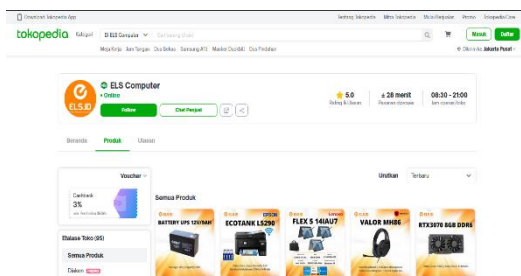
Marketplace adalah model bisnis baru yang muncul seiring dengan pesatnya pertumbuhan infrastruktur telekomunikasi. Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas jual beli online, pasar ini telah dibangun untuk mengurangi jumlah prosedur bisnis yang sangat rumit.

Manfaat dari *marketplace* itu sendiri adalah dapat memfasilitasi penjual dan membayar dalam melakukan transaksi maupun menawarkan barang atau jasa. Berikut adalah *marketplace* yang digunakan oleh Els Computer dalam strategi pemasaran digital mereka.

Tokopedia

Tokopedia adalah salah satu perusahaan manufaktur elektronik atau Toko Daring. Tokopedia bertransformasi menjadi unicorn pada tahun 2009, menjadi unicorn pertama yang melakukannya tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara.

Pemanfaat *marketplace* ini terbilang cukup efektif dalam pemasaran dan pengiklanan produk dari Els Computer. Hal tersebut bisa diketahui dengan banyaknya produk yang ditawarkan di *marketplace* tersebut. Dengan rating yang cukup tinggi yaitu 5,0. Nama dari toko Els Computer di tokopedia adalah “Els Computer” tak hanya produk dan rating tinggi sering kali Els Computer menyajikan berbagai potongan harga dalam bentuk diskon yang sangat menarik. Penggunaan diskon ini ditujukan untuk menarik calon pembeli untuk membeli produk mereka.

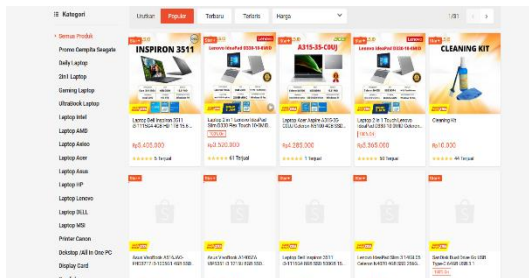


Gambar 5. Tampilan *marketplace* Els Computer di Tokopedia.

Shopee

Shopee adalah platform belanja online paling populer di Taiwan dan Asia Tenggara. Shopee adalah platform khusus wilayah yang diluncurkan pada tahun 2015 dan menawarkan dukungan pembayaran dan logistik yang kuat kepada pelanggan untuk pengalaman belanja online yang mudah, aman dan cepat.

Els Computer juga membuka toko online mereka di *marketplace* tersebut dengan nama “Els Computer”. Tercatat memiliki jumlah pengikut sekitar 8.700 orang dan memiliki rating 4,9, tak diragukan lagi performa Els Computer dalam mengelola *marketplace* tersebut sudah bagus. Produk yang mereka tawarkan juga cukup banyak dan banyak produk baru yang bisa pembeli lihat dalam marketplace tersebut.



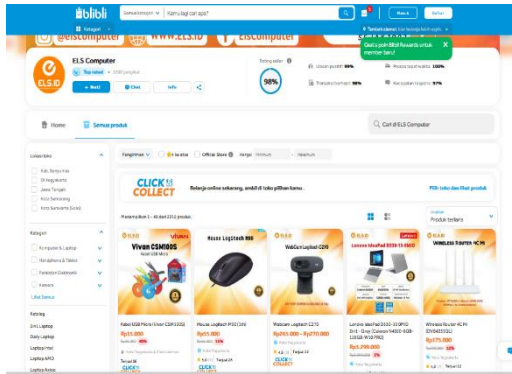
Gambar 6. Tampilan *marketplace* Els Computer di Shopee.

Bibli

Bibli adalah pasar digital yang dioperasikan oleh anak perusahaan Djarum. Bibli adalah perusahaan *e-commerce* asli Indonesia yang didirikan pada tahun 2010 dan berfokus untuk menciptakan lingkungan belanja yang aman dan dapat diandalkan untuk semua gaya hidup.

Dalam *marketplace* tersebut Els Computer juga membuat toko online mereka seperti marketplace sebelumnya dengan nama “Els Computer”. Produk yang ditawarkan cukup lengkap dengan rating yang cukup tinggi di platform marketplace tersebut sudah

bisa dibilang Els Computer sudah cukup sukses dalam membangun market place mereka di Blibli.



Gambar 7. Tampilan *marketplace* Els Computer di Blibli

KESIMPULAN

Dari pembahasan artikel diatas bisa diketahui cara pemanfaatan strategi pemasaran digital yang digunakan Els Computer untuk memasarkan produk mereka secara kreatif dan inovatif dalam guna mendukung penjualan produk di Els Computer. Dalam prosesnya juga diketahui bahwa tentang e-commerce yang digunakan Els Computer dalam memasarkan produk mereka. Mereka menggunakan platform seperti media sosial, *website*, dan *marketplace*. Strategi tersebut digunakan untuk mendukung penjualan produk di Els Computer, selain hal tersebut pemesanan digital melalui *e-commerce* juga diharapkan dapat mendatangkan calon pembeli baru dan mengiklankan produk Els Computer dengan biaya yang relatif terjangkau.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. (2018) *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*,21(1), 33-54.
- Fitriah Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*,4(1), 41-57.

- Rizeki, D.N. (2022, 27 Januari). *Pengertian e-commerce*. Diakses pada 25 Desember 2022, dari <https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah>.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajem*,2(1), 71-75.
- Susilo, M., Kurniati, R. & Kasmawati. (2018). Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *InfoTekJar*,2(2), 98-101
- Sumarto, L.M., Junipriansa, D., & Mustikasari, A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Iklan Melalui Media Sosial Instgram Bimbingan Belajar Ganesha Operation*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*,6(2), 823.