

## **Analisis Strategi Internet Marketing Butik Kusuma Permata di Sukoharjo Melalui Instagram**

**Raffi Nur Alfarizqi<sup>1</sup>, Rahmanita Latifah<sup>2</sup>, Azzahra Salsa Nabila<sup>3</sup>**

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa  
Surakarta

Jl. Ki Mangun Sarkoro N0.20 Nusukan Banjarsari Surakarta, Kode Pos 57135

HP 085642478722

E-mail: raffinuralfarizqi7@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini fokus pada analisis strategi internal marketing butik kusuma permata di Sukoharjo melalui media sosial Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh pemilik butik online tersebut ialah celebrity endorse Instagram. Kekuatan visual yang ditampilkan melalui celebrity Instagram dimanfaatkan untuk menciptakan interaktifitas dengan tujuan promosi. Sehingga internet marketing melalui Instagram lebih mengunggulkan pada kekuatan visual jika dibandingkan dengan media sosial lainnya.*

*Kata Kunci: Promosi,tempat,produk,Kepuasan konsumen,internet marketing*

### **Abstract**

*This research focuses on analyzing the internal marketing strategy of kusuma jewel boutique in Sukoharjo through Instagram social media. The results of this study indicate that the strategy applied by the owner of the online boutique is celebrity endorse Instagram. The visual power displayed through Instagram celebrities is utilized to create interactivity with promotional purposes. So that internet marketing through Instagram is more favorable to visual power when compared to other social media.*

*Keywords: promotion, place, product, consumer satisfaction,internet marketing.*

### **1. Pendahuluan**

Butik Kusuma Pertama adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian yang ditujukan pada semua kalangan.sejauh ini semua kegiatan dibutik ini di nilai belum maksimal,karena selama ini kegiatan transaksi masih dilakukan cara konvensional yaitu pembeli datang langsung ke Butik Kusuma Permata. Bisnis ditengah persaingan yang semakin mengglobal disegala bidang, menuntut manusia untuk memiliki kemampuan bersaing. Selain dibutuhkan pemikiran yang solutif dan ide-ide yang inovatif, penampilan merupakan salah satu kunci penting yang harus diperhatikan bagi setiap manusia. Karena bagaimanapun penampilan seseorang merupakan refleksi dari kepribadian orang itu sendiri. Fashion menjadi salah satu jawaban bagi manusia untuk merefleksikan kepribadian mereka. Fashion artinya benda-benda dan atribut yang dipakai manusia untuk mengidentifikasi dirinya secara khusus dan kelompok sosialnya, sebagai satu kesatuan dirinya dengan pikiran atau pernyataan citra diri pribadi ataupun yang sifatnya komunal. Benda- benda tersebut bisa berarti gaya pakaian, rambut, kendaraan, atau apa saja yang dipandang sebagai identitas setiap diri pribadi atau kelompok. Fashion merupakan bagian terpenting dari gaya hidup suatu masyarakat.

Pengembangan bisnis secara elektronik atau yang disebut dengan E-Business atau e-Commerce merupakan solusi yang cukup tepat pada saat ini. E-Business atau e-Commerce diharapkan juga mampu menjawab adanya kecenderungan pasar untuk mendapatkan informasi, barang dan jasa secara berkualitas. Dari latar belakang diataslah yang mendasari berdirinya "Butik Kusuma Permata" dikelola dengan model pengelolaan dan pemasaran berbasis teknologi informasi.

Adapun tujuan yang akan dicapai, antara lain: Memperoleh keuntungan usaha sebanyak mungkin baik secara konvensional maupun menggunakan teknologi informasi dan komunikasi melalui jaringan internet, Memberikan warna baru dalam dunia Fashion bagi para remaja dan wanita dewasa di Sukoharjo khususnya dan masyarakat umumnya dengan harga yang kompetitif dan terjangkau, Menghasilkan produk yang unik karena merupakan dari baju berkualitas tinggi.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah nya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi penjualan tanpa harus datang langsung ke Butik Kusuma Permata.
2. Belum efektifnya dan efisien promosi terhadap fashion di Butik Kusuma Permata.
3. Bagaimana cara memperluas pangsa pasar khususnya konsumen luar kota Sukoharjo, tanpa mengeluarkan modal/biaya yang lumayan besar.

## **2. Metodologi**

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi yang dilakukan dengan melalui wawancara pemilik usaha yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang masalah yang terjadi saat sekarang dan sedang berlangsung. Metode ini ditujukan untuk menggali data mengenai manfaat hasil belajar manajemen bisnis busana butik sebagai kesiapan perintisan bisnis butik busana. Penggunaan metode ini diharapkan memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada pada masa sekarang dengan cara mengumpulkan, menyusun, dan menjelaskan data mengenai manfaat hasil belajar manajemen bisnis busana butik sebagai kesiapan perintisan bisnis butik

Mengidentifikasi target pasar melalui analisis pelanggan potensial dan penentuan segmen pasar yang sesuai. Selanjutnya, perencanaan promosi yang mencakup strategi pemasaran, iklan, dan penjadwalan promosi diterapkan untuk menarik perhatian target pasar. Seiring itu, langkah krusial lainnya adalah menetapkan stok barang dengan cara mengevaluasi permintaan pasar, menganalisis tren, dan mengoptimalkan persediaan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan pendekatan ini, butik dapat membangun pangsa pasar yang kuat dan efektif dalam mengelola bisnisnya.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

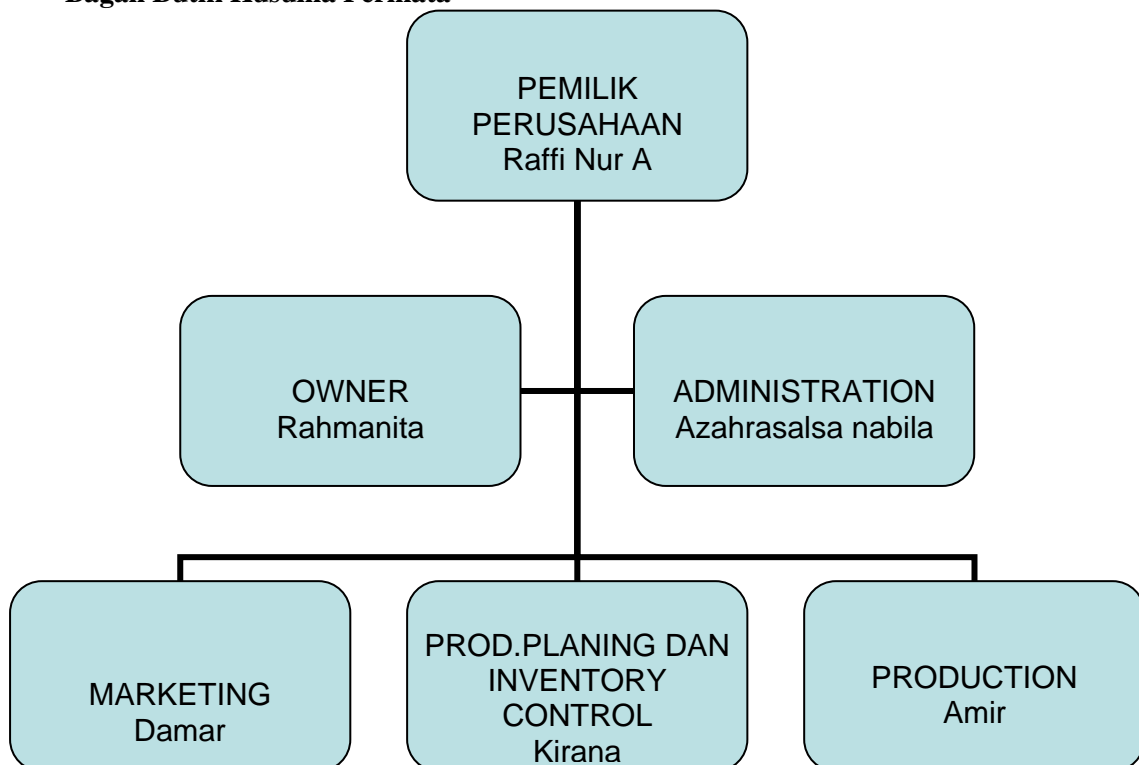
Perusahaan Butik Kusuma Permata bergerak di bidang jasa serta perdagangan yang menjual berbagai macam aneka pakaian pria wanita serta anak-anak. Seperti kemeja, kaos, rok, gamis/dress, jas, dll yang pastinya update dan cocok dengan selera masyarakat. Sebelum kami menjalankan perusahaan yang hampir rencanakan ini, maka kami harus mempunyai modal usaha. Modal ini menjadi pondasi utama dalam menjalankan kegiatan bisnis seperti produksi, distribusi, dan pemasaran. Untuk merencanakan pemasaran perusahaan kami akan mempromosikan dan mendistribusikan produk kami melalui pasar tradisional maupun modern yang mudah terjangkau oleh para pembeli atau konsumen

seperti promosi lewat instagram. Instagram menonjolkan keunggulan visualnya, memberikan platform yang menarik untuk memamerkan produk dengan cara yang menarik dan estetik. Konteks pemasaran secara online, internet tak hanya menawarkan kemudahan saja, tetapi juga menawarkan media-media baru dalam media komunikasi pemasarannya. Dengan merencanakan distribusi produk melalui pasar tradisional dan modern, Butik Kusuma Permata memastikan ketersediaan produknya di berbagai tempat, mencapai konsumen dengan preferensi berbelanja yang beragam.

Media baru dalam dunia pemasaran saat ini adalah sosial media. Pada penelitian ini, peneliti melihat bagaimana sosial media khususnya Instagram memiliki keunggulan jika dibandingkan media sosial lain dalam hal pemasaran secara online. Instagram merupakan sebuah aplikasi tidak berbayar yang mengedepankan keunggulan visualnya jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Terbukti sampai sekarang Butik Kusuma Permata mampu bersaing dipasaran hingga sekarang mampu bertahan karena itu, tidak diragukan lagi untuk masalah kualitas produk dan citra merek. Perencanaan promosi yang mencakup strategi pemasaran, iklan, dan penjadwalan promosi diterapkan untuk menarik perhatian target pasar.

Penjualan butik kusuma permata berawal dari pesanan kebaya di kerjakan, sampai akhirnya, ia berfikir untuk membutuhkan sebuah butik untuk mengerjakan semua pesanan kebaya. kemudian mulai membuka butik kusuma permata yang berlokasi di jalan Kapten Mulya NO 12, Sukoharjo. Lokasi ini dipilih dengan cermat untuk memastikan aksesibilitas bagi konsumen serta menciptakan kehadiran fisik yang memperkuat brand Butik Kusuma Permata. Dengan fokus pada kualitas produk, citra merek yang kuat, dan strategi pemasaran yang terencana, Butik Kusuma Permata terus berjaya dalam dunia fashion dan mampu menjaga daya saingnya di pasaran yang terus berkembang. Keberhasilan perusahaan ini memberikan inspirasi bagi pelaku bisnis lainnya untuk mengadopsi strategi yang cerdas dan berfokus pada kebutuhan konsumen dalam mencapai kesuksesan jangka panjang.

**Bagan Butik Kusuma Permata**



#### 4. Kesimpulan dan Saran

Dari pembahasan diatas bahwa perusahaan "Butik Kusuma Permata" berencana bergerak di bidang jasa dan perdagangan pakaian, dengan fokus pada pemasaran online melalui Instagram. Mereka mengakui keunggulan visual Instagram dan merencanakan promosi melalui pasar tradisional dan modern. Modal usaha menjadi pertimbangan utama sebelum memulai operasional perusahaan. Dengan demikian, strategi pemasaran yang terencana dan pemahaman terhadap media sosial, khususnya Instagram, dianggap kunci untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk pada fashion busana modern di sukoharjo yaitu usaha Butik Kusuma Permata. Dalam strategi pengembangan produk adapun beberapa yang harus dikembangkan untuk dapat meningkatkan kualitas produk tersebut sehingga dapat juga meningkatkan kepada penjualan pula. Desain produk Butik Kusuma Permata selalu mengikuti trend mode fashion busana modern terbaru tiap tahunnya tujuannya mengikuti perkembangan produk pada pasar untuk dapat mengembangkan penjualan produk dengan menciptakan produk model baru.

Dalam membangun sebuah Usaha tentu ada kekurangan dan kelebihan. Kami selaku penulis ingin memberikan masukan atas saran yang bersifat positif. Agar pelaksanaan suatu usaha dapat berjalan dengan lancar, maka penulis mempunyai beberapa saran, yaitu :

1. Terapkan sikap disiplin waktu agar tidak membuang-buang waktu jadi manfaatkanlah waktu seefisien mungkin.
2. Selalu mengutamakan kepuasan pelanggan.
3. Terus berinovasi dan berkreasi tanpa menghilangkan budaya indonesia.

Demikian saran yang dapat kami sampaikan, Semoga bermanfaat dan dapat membantu kemajuan dalam berusaha

#### Daftar Pustaka

DAMAYANTI, ULFA. *ANALISIS TRACER STUDY LULUSAN PROGRAM STUDI PENDIDIKAN VOKASIONAL DESAIN FASHION YANG BEKERJA DI BIDANG NON PENDIDIKAN TAHUN LULUS 2014-2017*. Diss. UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA, 2018.

Sanjaya, Putu Krisna Adwitya, and I. Putu Nuratama. "Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Mengengah." (2021).

Sukmadinata, S. N. "Metode penelitia." *Bandung: PT remaja rosdakarya* (2005).

AMALIA, DINI WUTSQA. *PENERAPAN METODE DRILL TERHADAP PENGUASAAN PEMBELAJARAN TARI SERAMPANG XII DALAM KEGIATAN EKSTRAKURIKULER DI SMA NEGERI 3 MEDAN*. Diss. UNIMED, 2017.