

**Dampak Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Bisnis Fashion Heypearl Store***The Impact Of Implementing A Digital Marketing Strategy In The Heypearl Store Fashion Business***Adisty Pramudyana¹, Budi Prabowo²**^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa TimurEmail : adistypramudiana@email.com¹, bprabowo621@gmail.com²Korespondensi Penulis: adistypramudiana@email.com**Article History:**

Received: 25 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 08 Juli 2023

Keywords: Marketing Strategy, Digital Marketing, Social Media

Abstract: *In today's digital era, the internet is very helpful in facilitating daily work. Likewise in the field of marketing, both direct and indirect product marketing. Having the right marketing strategy can help companies increase profits and avoid losses, one of which is caused by inefficient and effective promotions. This study aims to determine the impact of implementing the digital marketing strategy used by Heypearl Store. This study uses a qualitative descriptive approach and the subject is Heypearl Store. The results of observations, documents, and interviews will be the source of data. Based on the results of the analysis and discussion, the implementation of the digital marketing strategy by the Heypearl Store is by using an optimized website, utilizing the marketplace, being active on social media, and implementing an SEO strategy. So the impact of implementing these implementations is that HeyPearl Store Surabaya can expand reach, increase product visibility, and reach the target audience more effectively. All this contributes to increasing product sales and strengthening brand presence in the digital market.*

Abstrak

Pada era digital saat ini, internet sangat membantu memudahkan pekerjaan sehari-hari. Begitu pula pada bidang pemasaran, baik pemasaran produk secara langsung maupun tidak langsung. Memiliki strategi pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan meningkatkan keuntungan serta menghindari kerugian yang salah satunya disebabkan oleh promosi yang tidak efisien dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari penerapan strategi digital marketing yang digunakan oleh Heypearl Store. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan subjeknya adalah Heypearl Store. Hasil observasi, dokumen, dan wawancara akan menjadi sumber data. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan implementasi strategi digital marketing yang dilakukan Heypearl Store yakni dengan penggunaan website yang dioptimalkan, memanfaatkan marketplace, aktif di sosial media, dan menerapkan strategi SEO. Sehingga dampak dari penerapan implementasi tersebut adalah HeyPearl Store Surabaya dapat memperluas jangkauan, meningkatkan visibilitas produk, dan mencapai target audiens dengan lebih efektif. Semua ini berkontribusi dalam meningkatkan penjualan produk dan memperkuat kehadiran merek di pasar digital.

* Adisty Pramudyana, adistypramudiana@email.com

Kata kunci: Strategi Marketing, Peningkatan Penjualan, Sosial Media.

LATAR BELAKANG

Setiap orang sekarang dapat melakukan berbagai tugas dari mana saja berkat perkembangan teknologi yang cepat. Di tengah padatnya rutinitas sehari-hari, internet saat ini dapat dikatakan sangat praktis, mudah, dan efektif. Begitu pula pada bidang pemasaran, baik pemasaran produk secara langsung maupun tidak langsung. Memiliki strategi pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan meningkatkan keuntungan serta menghindari kerugian yang salah satunya disebabkan oleh promosi yang tidak efisien dan efektif. Perkembangan ini memungkinkan banyak bisnis kecil hingga besar untuk menjalankan usahanya. Mereka dapat meraih pasar yang dituju dengan strategi pemasaran dan media yang tepat, sehingga volume penjualan dan keuntungan terus meningkat.

Banyak bisnis telah memilih pemasaran digital sebagai metode pemasaran produk mereka sejak beberapa tahun terakhir. Saat ini, pemasaran melalui internet adalah salah satu media yang sangat disukai oleh masyarakat untuk membantu mereka dalam kegiatan sehari-hari (Saputra et al., 2020). Mereka mulai beralih dari pola pemasaran tradisional atau bisa disebut konvensional ke pola pemasaran modern, yaitu digital marketing. Karena dengan menggunakan digital marketing, semua transaksi maupun komunikasi dapat terjadi di mana saja dan kapan saja di seluruh dunia. Hal ini juga disebabkan oleh jumlah pengguna social media yang sangat banyak, sehingga UMKM memiliki peluang untuk mengembangkan pasar hanya melalui smartphone mereka.

Salah satu contoh bisnis online yang memanfaatkan strategi ini adalah HeyPearl Store Surabaya. HeyPearl Store merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang penjualan produk fashion dan aksesoris. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, bisnis ini menyadari pentingnya mengimplementasikan strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan produknya, serta meningkatkan keterlibatan dan jangkauan pelanggan. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital yang tersedia seperti media sosial, situs web, dan marketplace, "HeyPearl Store Surabaya" dapat mencapai target audiens dengan lebih efektif dan efisien.

Pada tulisan ini, akan dibahas mengenai strategi digital marketing yang dapat diterapkan oleh HeyPearl Store Surabaya untuk meningkatkan penjualan produknya. Melalui implementasi strategi digital marketing yang tepat, HeyPearl Store Surabaya dapat memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas, menjangkau pelanggan potensial yang sebelumnya sulit dijangkau, serta meningkatkan penjualan produknya.

KAJIAN TEORITIS

Strategi pemasaran merupakan suatu usaha yang terencana untuk mempromosikan produk baik berupa barang maupun jasa, dengan tujuan mencapai tingkat penjualan yang tertinggi melalui hubungan dengan konsumen. Strategi pemasaran memiliki peran yang signifikan dalam perusahaan untuk menentukan nilai keuangan perusahaan. Menurut Gary Armstrong dan Philip Kotler (2019), sebuah strategi pemasaran yang baik memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan dan membantu pelanggan dalam memahami nilai yang ditawarkan oleh merek. Shama Hyder (2018) juga menyatakan bahwa strategi pemasaran yang efektif harus menggabungkan pengetahuan tentang pelanggan dengan penggunaan teknologi yang tepat. Dalam hal ini, Philip Kotler dan Kevin Keller (2018) menunjukkan bahwa pemanfaatan strategi pemasaran melalui media digital memberikan kesempatan untuk menargetkan audiens yang relevan secara lebih presisi dan efektif, mengukur kinerja dengan akurasi, serta menyesuaikan strategi secara real-time.

Saat ini, pemasaran digital telah menjadi salah satu alat yang sangat populer di kalangan masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan pemasaran. Menurut Ann Handley (2018), pemasaran digital melibatkan penggunaan platform media sosial seperti blog, website, surel, iklan berbayar dan jejaring lainnya dengan sangat strategis untuk berinteraksi dengan pelanggan, membangun kepercayaan, dan menciptakan loyalitas merek. Hal ini dikarenakan sebuah penelitian oleh Arda et al. (2022) menemukan bahwa sebanyak 43,1% pengguna melakukan pembelian atau berbelanja melalui media sosial. Oleh karena itu, menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lainnya sebagai sarana untuk memasarkan produk merupakan tindakan yang tepat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini yakni metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif pada objek penelitian Heypearl Store Surabaya dan memanfaatkan dua jenis data yakni data primer dan sekunder. Data primer adalah data atau informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti di lapangan. Sedangkan data sekunder adalah jenis data yang dikumpulkan dari data yang ada. Hasil wawancara, observasi serta dokumen dijadikan sebagai sumber data melalui pertemuan langsung sebagai pewawancara dan informan peneliti. Informan tersebut merupakan Farah Parameswara Hidayat selaku pemilik bisnis yang menjadi objek penelitian yaitu Heypearl Store Surabaya. Dalam pertemuan ini, berbagai pertanyaan tentang topik penelitian diajukan secara langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Heypearl Store Surabaya

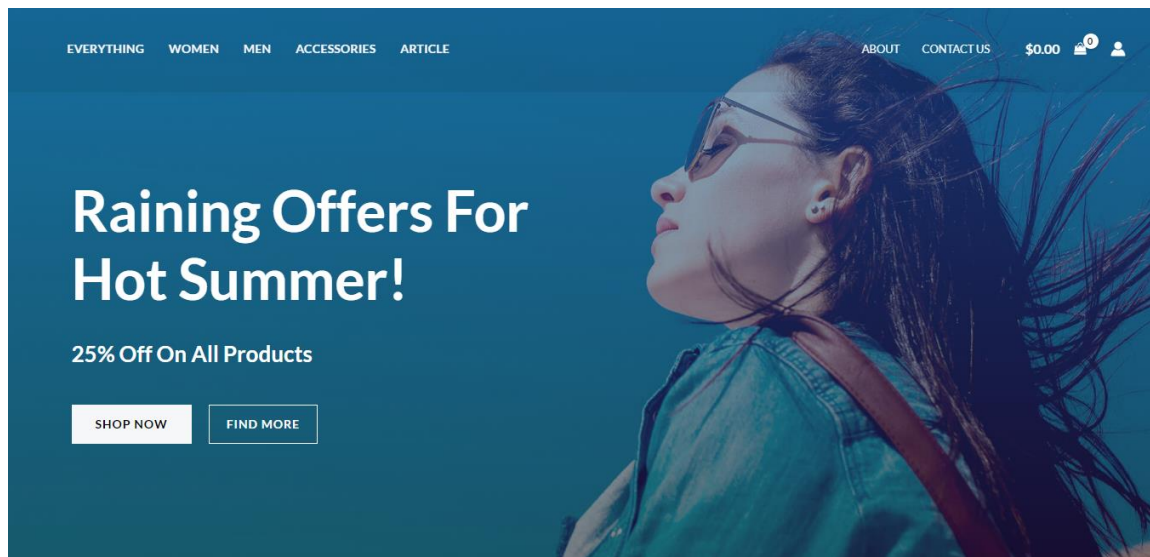
Heypearl Store Surabaya merupakan sebuah perusahaan online di Surabaya yang mengkhususkan diri dalam penjualan berbagai produk fashion, termasuk pakaian, parfum, aksesoris, dan sebagainya. Untuk memasarkan produknya, Heypearl Store menerapkan strategi pemasaran digital. Mereka menggunakan berbagai media digital seperti media sosial, yang meliputi Instagram, Facebook, TikTok, serta platform website dan marketplace.

Strategi Pemasaran Digital Heypearl Store

Berdasarkan hasil riset menunjukkan bahwa Heypearl Store menggunakan strategi digital marketing untuk memasarkan produknya. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan pada Heypearl Store sendiri melalui berbagai cara, yakni sebagai berikut :

1. Penggunaan Website

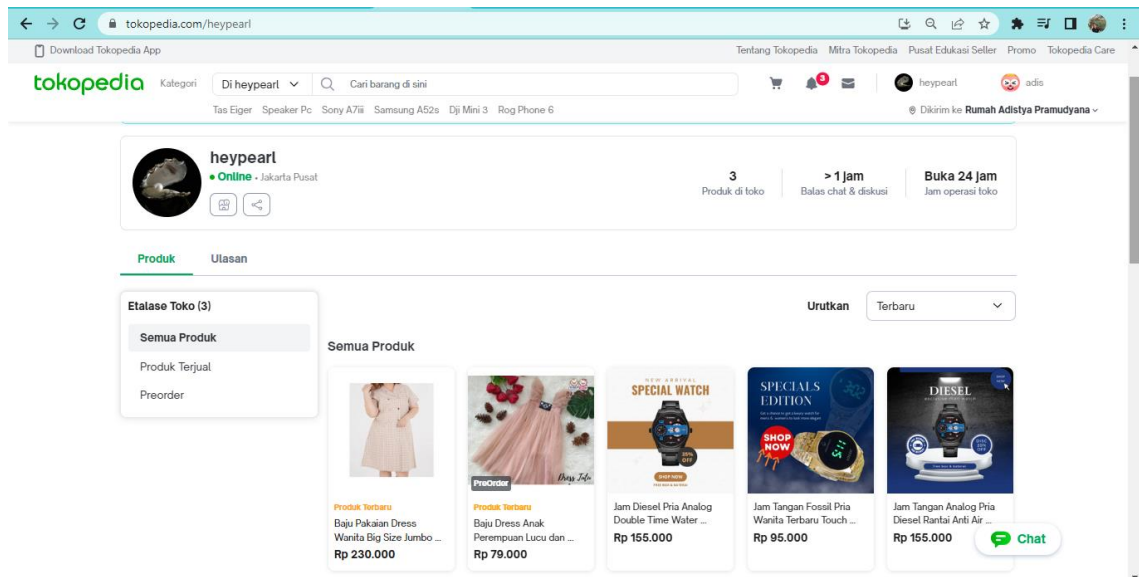
Penggunaan situs web resmi yang menampilkan katalog produk, informasi tentang perusahaan maupun produk, dan fitur-fitur yang memudahkan pelanggan untuk berbelanja secara online. Situs web ini dirancang dengan antarmuka yang responsif dan ramah pengguna untuk memastikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pengunjung. Selain itu juga, tersedia sistem pembayaran yang aman dan efisien. Semua ini bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang baik kepada pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.



Gambar 1. Website Heypearl Store

2. Penggunaan Marketplace

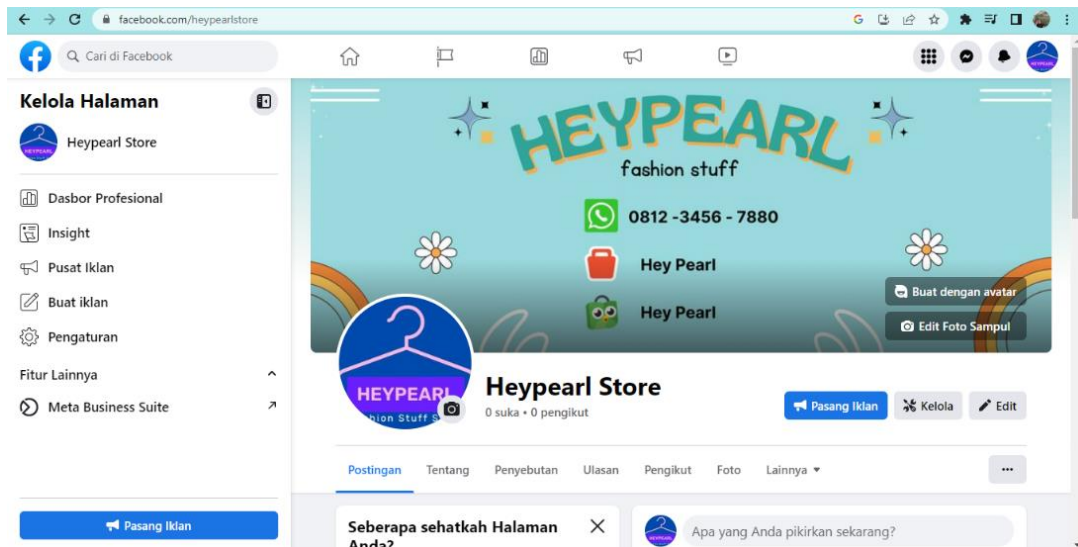
Selain memiliki situs web sendiri, HeyPearl Store juga memanfaatkan platform marketplace terkemuka, seperti Tokopedia, dan Shopee. Dengan memasarkan produknya melalui marketplace, diharapkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memanfaatkan basis pengguna yang sudah ada di platform tersebut. Dengan adanya fitur penilaian dan ulasan pelanggan, HeyPearl Store juga dapat membangun kepercayaan dan reputasi yang baik di mata konsumen.



Gambar 2. Tokopedia Heypearl Store

3. Penggunaan Sosial Media

Strategi digital marketing HeyPearl Store mencakup penggunaan aktif sosial media. Mereka memiliki kehadiran yang kuat di berbagai sosial media populer seperti Tiktok, Instagram, dan Facebook. Melalui platform ini, Heypearl Store dapat mengunggah konten visual menarik, memperkenalkan produk terbaru, memberikan informasi promosi, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, bisnis ini juga memanfaatkan fitur iklan berbayar di sosial media untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten mereka. Dengan memanfaatkan kekuatan sosial media, HeyPearl Store dapat membangun komunitas pengikut yang loyal dan meningkatkan kesadaran merek.



Gambar 3. Facebook Heypearl Store

4. Penerapan strategi seo

HeyPearl Store juga menggunakan strategi SEO (*Search Engine Optimization*) untuk meningkatkan eksposur atau keberadaan situs website mereka pada Search Engine, seperti Google. Dengan melakukan penelitian kata kunci yang relevan dengan produk dan industri mereka, kemudian mengoptimalkan konten situs web mereka dengan kata kunci tersebut. Selain itu, mereka juga melakukan optimisasi teknis, seperti memperbaiki struktur URL, penggunaan tag meta yang tepat, dan memastikan situs web mereka memiliki kecepatan muat yang baik. Dengan menerapkan strategi SEO yang efektif, HeyPearl Store dapat mendapatkan peringkat teratas di hasil pencarian, sehingga meningkatkan kemungkinan pengunjung yang mengakses situs web mereka.

Dampak Penerapan Digital Marketing pada Heypearl Store

Heypearl Store memasarkan produknya melalui marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, juga melalui website tak lupa dengan penggunaan media sosial seperti Tiktok, Facebook, Instagram, serta WhatsApp. Karena dengan menerapkan digital marketing melalui media sosial, para pelanggan dapat dengan mudah berbelanja di Heypearl Store kapan saja dan di mana saja. Ini memberikan keefisienan yang lebih baik daripada para pelanggan harus menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk datang langsung pada toko. Selain itu, Heypearl Store berhasil memperluas pangsa pasarnya melalui penerapan pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan hasil riset oleh Sagita & Wijaya (2022) yang mengungkapkan, "Penggunaan

pemasaran digital terjadi dapat melalui publikasi produk pada berbagai media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, bahkan status WhatsApp." Juga sejalan dengan pendapat Santoso & Mujayana (2021), "Menggunakan sosial media dan marketplace sebagai sarana penjualan terbukti dapat meningkatkan penjualan."

Sehingga dampak penerapan strategi digital marketing yang dilakukan Heypearl Store adalah berhasil memperluas jangkauan pasar secara signifikan dan menjangkau konsumen potensial di berbagai wilayah melalui platform online. Selain itu, strategi digital marketing juga telah memberikan manfaat dalam hal membangun dan memperkuat brand awareness Heypearl Store. Melalui kampanye pemasaran digital yang kreatif dan konsisten, Heypearl Store berhasil menarik perhatian target pasar dan menciptakan citra merek yang kuat di mata konsumen. Hal ini membantu membedakan Heypearl Store dari pesaingnya dan menciptakan hubungan yang lebih erat antara merek dan konsumen. Selain itu, kehadiran aktif di media sosial dan platform online membuka jalur komunikasi yang lebih langsung antara Heypearl Store dan pelanggan potensial, memungkinkan interaksi yang lebih personal dan pelayanan pelanggan yang lebih efisien.

Lebih jauh lagi, penerapan strategi digital marketing juga memungkinkan Heypearl Store untuk mengumpulkan dan menganalisis data konsumen dengan lebih baik. Dengan adanya data yang akurat dan terperinci, perusahaan dapat memahami preferensi dan perilaku konsumen, serta mengidentifikasi tren pasar yang berkembang. Hal ini memberikan wawasan berharga dalam pengembangan produk, penyesuaian strategi pemasaran, dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik.

Secara keseluruhan, penerapan strategi digital marketing oleh Heypearl Store telah memberikan dampak yang signifikan, tidak hanya dalam meningkatkan penjualan dan profit, tetapi juga dalam memperluas jangkauan pasar, membangun brand awareness, dan memperoleh wawasan bisnis yang berharga. Dalam era digital yang terus berkembang, Heypearl Store terus beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk memperkuat posisinya sebagai pemain yang relevan dan kompetitif di industri fashion.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah di bahas sebelumnya, penerapan strategi digital marketing yang dilakukan Heypearl Store membawa sebuah dampak yakni dengan penggunaan website yang dioptimalkan, memanfaatkan marketplace, aktif di sosial media, dan menerapkan strategi SEO. Sehingga dampak dari implementasi tersebut adalah

HeyPearl Store Surabaya dapat memperluas jangkauan, meningkatkan visibilitas produk, dan mencapai target audiens dengan lebih efektif. Semua ini berkontribusi dalam meningkatkan penjualan produk dan memperkuat kehadiran merek di pasar digital.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, penggunaan pemasaran digital pada sebuah bisnis adalah langkah yang tepat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Zakiah (2021) dan Saifuddin (2021), yang menunjukkan bahwa pemasaran digital merupakan strategi yang efektif dalam menarik konsumen. Keuntungan yang didapatkan bukan hanya sekedar tempat di mana produk diiklankan dan informasi yang lengkap saja, tetapi juga menyebabkan penyebaran informasi yang lebih interaktif, meningkatkan kesadaran tentang perusahaan dan produk, serta memperoleh informasi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam riset pasar di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Arfan N, Ali Hasan H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212-224.
- Ayu Larasati Y, Pradiptya A, Mawardani M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397-402.
- Fitri, N. A. (2022). Dampak E-Commerce terhadap Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Platform Shopee). *PROCURATIO: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(2), 67-77.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32-41.
- Putri, S. (2022). Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda "Clothing PRJBus" Dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Jurnal Lugas*, 6(2), 65-72.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.