



## Pengembangan Strategi Pemasaran Digital terhadap Penjualan Produk Peralatan Rumah Tangga di Toko Mekar Bireuen

Zuriani Ritonga<sup>1\*</sup>, Fatimah Zuhra<sup>2</sup>, Afriana<sup>3</sup>, Rara Astili Siregar<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup> Program studi Manajemen, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Administrasi Publik, Universitas Al Muslim, Indonesia

<sup>4</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara, Indonesia

Email: [zuriani2017@gmail.com](mailto:zuriani2017@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [zuhramatang@gmail.com](mailto:zuhramatang@gmail.com)<sup>2</sup>, [afria063@gmail.com](mailto:afria063@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[rarasiregar.rara@gmail.com](mailto:rarasiregar.rara@gmail.com)<sup>4</sup>

Korespondensi penulis : [zuriani2017@gmail.com](mailto:zuriani2017@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze effective digital marketing strategies in increasing sales of household appliance products at Toko Mekar. The growth of digital technology has changed the business landscape, and businesses must adopt relevant marketing strategies to stay competitive. Through a qualitative approach, data is collected through in-depth interviews with Store owners who have implemented digital marketing strategies. The analysis was conducted to identify patterns, challenges, and successes in implementing the strategy. The findings show that those who implement digital marketing strategies well tend to have a significant increase in their sales. Factors such as a good understanding of the target market, creativity in content, and the appropriate use of digital platforms have proven to be effective in increasing the visibility and appeal of products on their stores. This research provides valuable insights for business actors and other stakeholders about the importance of digital marketing strategies in increasing business competitiveness and growth in the digital era.*

**Keywords:** Digital, Sales, Strategy

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk peralatan Rumah tangga di Toko Mekar. Pertumbuhan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis, dan pelaku usaha harus mengadopsi strategi pemasaran yang relevan untuk tetap bersaing. Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik Toko yang telah menerapkan strategi pemasaran digital. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola, tantangan, dan keberhasilan dalam menerapkan strategi tersebut. Temuan menunjukkan bahwa yang menerapkan strategi pemasaran digital dengan baik cenderung memiliki peningkatan signifikan dalam penjualan mereka. Faktor-faktor seperti pemahaman yang baik tentang target pasar, kreativitas dalam konten, dan penggunaan platform digital yang sesuai telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk pada toko mereka. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan lainnya tentang pentingnya strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis di era digital.

**Kata kunci :** Digital, Penjualan, Strategi

### 1. PENDAHULUAN

Berdasarkan tren dalam dunia marketing menunjukkan adanya perubahan perilaku dan juga kebiasaan customer dalam melakukan pembelian, seperti perubahan pembelian yang sebelumnya mengandalkan pembelian offline dan sekarang dilakukan secara online. (Febriansyah, 2023). Banyak aplikasi online yang diadopsi banyak perusahaan, terdapat social media, seperti online marketplace, online transportation (Gojek, Grab) yang dikembangkan untuk beragam hal seperti : pengantaran barang, taksi online, pembelian makanan dan minuman.

Melihat kemajuan teknologi dan juga perubahan perilaku customer secara massive dan berkelanjutan ini, merupakan suatu perubahan yang sepatutnya perlu diikuti dan diterapkan dalam bisnis yang kita miliki ke depannya sehingga kesan outdated (ketinggalan zaman) tidak menjadi penghalang bagi kita untuk semakin menaikkan dan mensukseskan bisnis yang kita miliki. Digital Marketing telah menjadi trend pemasaran yang naik daun dewasa ini, selain lebih hemat cost wilayah cakupan jangkauan juga lebih luas untuk promosi penjualan barang dan jasa. Berdasarkan teori yang dipaparkan (GreatNusa, 2023), ada beberapa keunggulan yang bisa diperoleh dengan melakukan Digital Marketing di antaranya adalah: (a) menjangkau target pasar yang lebih luas, (b) mendongkrak angka penjualan, dan (c) lebih hemat.

Fokus penelitian ini pada bisnis peralatan rumah tangga yang sudah dirintis dan dijalani sejak tahun 2009. Usaha ini termasuk dalam kategori usaha keluarga karena dikelola oleh keluarga pemilik. Meskipun demikian, usaha ini juga merekrut karyawan dari luar keluarga. Penjualan yang mampu dibukukan usaha ini setiap bulannya bervariasi dalam kisaran Rp 20 juta s/d Rp 30 juta. Margin contribution margin bersih (laba dibagi penjualan) mencapai kisaran 60% s/d 70%, artinya usaha ini cukup profitabel. Jangkauan pemasaran offline masih di sekitaran Bireuen. Usaha ini diharapkan terus bisa bertahan mengikuti perkembangan zaman.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi pemasaran digital yang dapat membantu Toko Mekar meningkatkan penjualan mereka. Dengan memahami karakteristik toko tersebut, tantangan yang mereka hadapi, serta peluang yang ditawarkan oleh pemasaran digital, penelitian ini akan memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel karya ilmiah tentang strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan adalah metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan melalui serangkaian wawancara kualitatif dengan pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menerapkan digital marketing mendapatkan penjualan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital dapat menjadi solusi yang efektif bagi pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan mereka. Selain itu, artikel juga menyebutkan bahwa strategi pemasaran di era digital tidak hanya bertujuan untuk mencapai target penjualan, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran dan branding usaha itu sendiri. Toko Mekar saat ini juga sudah menggunakan proses pembayaran digital secara online, yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Dalam penelitian ini, digital marketing memudahkan pelaku usaha untuk memberikan informasi dan berinteraksi langsung dengan

konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan mereka.

Dengan demikian, strategi pemasaran digital dapat menjadi cara yang efektif bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan mereka. Dengan memanfaatkan internet dan teknologi digital, dan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan memperoleh penjualan yang lebih tinggi. Hasil juga menunjukkan bahwa tidak hanya manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan digital marketing. Toko Mekar juga sering mengalami kendala dalam penerapannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengimplementasian digital marketing, berpengaruh dalam meningkatkan pemasaran Toko Mekar, serta pengimplementasiannya memberikan manfaat dan kendala yang mengiringinya.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian artikel karya ilmiah tentang strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan menunjukkan beberapa temuan penting. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif menunjukkan bahwa usaha yang menerapkan digital marketing mendapatkan penjualan yang lebih tinggi. Dalam era revolusi industri 4.0. Perkembangan teknologi internet telah mengubah aturan dasar pemasaran dari yang tradisional menjadi digital marketing. Internet memberikan peluang baru bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka dengan lebih efektif. Strategi pemasaran di era digital tidak hanya bertujuan untuk mencapai target penjualan, tetapi juga meningkatkan awareness dan branding usaha itu sendiri.

Pelaku usaha saat ini juga sudah menggunakan proses pembayaran digital secara online, yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Salah satu strategi komunikasi pemasaran digital yang efektif adalah melalui penggunaan jejaring media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor sosio-psikologi dan kredibilitas. Dalam penelitian ini, melalui toko mekar, penjualan produk dan keterampilan para pelaku usaha dapat meningkat. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital memiliki pengaruh positif terhadap penjualan Toko Mekar. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, Toko Mekar dapat meningkatkan penjualan mereka dan memperluas jangkauan pasar. Tantangan dan Peluang Untuk Toko Mekar Meskipun pemasaran digital menawarkan banyak peluang bagi usaha tersebut. mereka juga menghadapi beberapa tantangan. Tantangan ini termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital, dan persaingan yang ketat dengan perusahaan besar.

## **Strategi Pemasaran Digital**

Untuk pelaku usaha Strategi pemasaran digital membantu Toko Mekar mengurangi biaya promosi dan meminimalkan penggunaan materi promosi fisik seperti brosur, spanduk, dan pamflet. Dengan memanfaatkan platform online, toko Mekar dapat menghemat biaya promosi.

## **Penggunaan Media Sosial**

Memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial, mempromosikan produk atau layanan, dan membangun komunitas online dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan menghasilkan penjualan.

## **Pemasaran Konten**

Pemasaran konten adalah strategi pemasaran yang difokuskan pada pembuatan dan pendistribusian konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan audiens yang jelas dan dipahami dengan tujuan mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan. Pemasaran konten memiliki beberapa manfaat dan tujuan yang dapat membantu bisnis dalam mencapai kesuksesan. Berikut adalah beberapa manfaat dan tujuan dari pemasaran konten :

1. Membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, pemasaran konten yang baik dapat memperkuat citra merek di mata pelanggan dan membangun kepercayaan. Dengan memberikan konten yang bernilai dan relevan, pelanggan cenderung kembali melakukan transaksi dengan merek tersebut.
2. Meningkatkan kredibilitas, Dengan memberikan konten yang bermanfaat dan relevan, pemasaran konten dapat membantu meningkatkan kredibilitas merek di mata konsumen. Jika konsumen merasakan manfaat dari konten yang disediakan, mereka cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap merek tersebut.
3. Meningkatkan visibilitas dan traffic, Konten yang dibuat dan dipublikasikan secara konsisten dapat membantu meningkatkan visibilitas dan traffic pada website atau platform digital lainnya. Dengan meningkatnya traffic, peluang untuk menjangkau lebih banyak audiens juga semakin besar.
4. Meningkatkan engagement, Pemasaran konten yang baik dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan audiens. Dengan memberikan konten yang menarik dan relevan, pelanggan cenderung lebih aktif dalam berinteraksi dengan merek dan konten yang disediakan

## **Strategi Pemasaran Digital**

Strategi pemasaran digital dapat membantu toko Mekar dalam meningkatkan penjualan dan kesuksesan bisnis. Berikut adalah beberapa hasil pembahasan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan :

1. Meningkatkan Awareness dan Branding, Strategi pemasaran digital tidak hanya bertujuan untuk mencapai target penjualan, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran dan branding bisnis. Dalam era digital, penting untuk menggunakan platform dan media yang beragam untuk mencapai audiens target.
2. Pemanfaatan Media Sosial, Media sosial adalah platform yang efektif untuk memasarkan produk atau layanan toko mekar. Anda dapat membangun kerja sama dengan konsumen, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan bisnis Anda melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube.
3. Pemasaran Konten, Konten yang berkualitas dan relevan dapat membantu membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan visibilitas bisnis Anda. Buat konten yang bermanfaat, seperti artikel blog, video tutorial, atau infografis, yang dapat menarik minat dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.
4. Optimasi Mesin Pencari (SEO), Optimasi mesin pencari adalah langkah penting dalam strategi pemasaran digital. Dengan menerapkan teknik SEO yang tepat, Anda dapat meningkatkan visibilitas situs web Anda di hasil pencarian organik dan menarik lebih banyak pengunjung potensial.
5. Pemasaran Email, Pemasaran melalui email dapat membantu Anda berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. Kumpulkan alamat email pelanggan dan kirimkan konten yang relevan, penawaran khusus, atau informasi terbaru tentang produk atau layanan. Kemitraan dan Kolaborasi, Kerja sama dengan pelaku usaha lain atau influencer dalam industri Anda dapat membantu memperluas jangkauan bisnis Anda. Cari influencer dengan audiens yang relevan dengan produk atau layanan Anda dan kerja sama untuk saling mempromosikan.
6. Analisis dan Pengukuran, Lakukan analisis dan pengukuran secara teratur untuk melihat efektivitas strategi pemasaran digital Anda. Gunakan alat analitik seperti Google Analytics untuk melacak kinerja kampanye Anda dan melakukan perubahan yang diperlukan.

Strategi pemasaran digital dapat membantu toko mekar dalam mengurangi biaya promosi, menjangkau lebih banyak konsumen, dan meningkatkan keunggulan bersaing. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat, toko mekar dapat memperluas

jangkauan bisnis mereka dan mencapai kesuksesan dalam era digital. Berikut adalah beberapa platform digital yang efektif digunakan dalam strategi pemasaran:

1. Facebook, Facebook memiliki jangkauan pengguna yang luas dan dapat digunakan untuk memasarkan produk atau layanan toko. Dapat membuat halaman bisnis, beriklan, dan berinteraksi dengan pelanggan potensial.
2. Instagram, Instagram juga merupakan platform yang populer untuk pemasaran digital. Dapat membagikan foto dan video produk, menggunakan fitur iklan, dan berinteraksi dengan pengguna melalui komentar dan pesan langsung.
3. Google Ads, Google Ads adalah platform periklanan online yang memungkinkan menampilkan iklan di hasil pencarian Google dan situs web mitra. Dapat menargetkan kata kunci yang relevan dengan produk atau layanan untuk mencapai audiens yang tepat.
4. Email Marketing, Email marketing tetap menjadi strategi yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Dapat mengumpulkan alamat email pelanggan dan mengirimkan konten yang relevan, penawaran khusus, atau pembaruan produk secara teratur
5. Website dan Blog, Memiliki website dan blog yang informatif dan menarik adalah penting dalam strategi pemasaran digital. Dapat menggunakan website untuk memperkenalkan bisnis, menampilkan produk atau layanan, dan berbagi konten yang bermanfaat bagi pelanggan.

Setelah mengenal pengertian dan fungsi strategi pemasaran, kamu pasti udah paham, dong, kenapa strategi pemasaran dibutuhkan oleh setiap bisnis dan usaha. Karena sifatnya yang berisi taktik atau cara jitu untuk memasarkan suatu produk/jasa, maka penyusunan dan pelaksanaan strategi pemasaran harus disesuaikan dengan keadaan yang sedang terjadi. Salah satu tren strategi pemasaran yang sudah mulai banyak digunakan saat ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan dengan perangkat digital atau sering disebut digital marketing.

### **Pentingnya Strategi Pemasaran**

Berikut ini terdapat beberapa poin penting strategi pemasaran di era digital yang perlu diketahui:

1. Jangkauan konsumen lebih luas
2. Mudah digunakan
3. Informasi lebih cepat tersampaikan
4. Biaya relatif lebih sedikit daripada pemasaran offline, contohnya mengadakan event pemasaran di lokasi tertentu.

5. Return of Investment (ROI) cepat. ROI berarti pendapatan yang kamu hasilkan dari biaya promosi, pemasaran, atau iklan yang dihabiskan.

Dari poin-poin tersebut, kamu bisa menilai bahwa seiring dengan perkembangan teknologi, pelaksanaan strategi pemasaran semakin mudah. Bisnis dan usaha yang bersaing di era ini memang harus pintar-pintar menggunakan media digital untuk menarik konsumen yang mayoritas sudah melakukan transaksi secara online.

Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam kesuksesan bisnis, terutama dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan berubah dengan cepat seperti saat ini.

1. Strategi pemasaran membantu memperkenalkan produk atau layanan kepada pelanggan potensial. Melalui berbagai saluran pemasaran seperti iklan, media sosial, atau kampanye konten, bisnis dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap apa yang mereka tawarkan.
2. Lingkungan bisnis selalu berubah, dan strategi pemasaran yang efektif memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Dengan mengikuti tren industri, menganalisis pesaing, dan mendengarkan umpan balik pelanggan, bisnis dapat tetap relevan dan kompetitif.
3. Strategi pemasaran yang baik tidak hanya tentang menjual produk atau layanan, tetapi juga tentang membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Melalui konten yang bermanfaat, interaksi yang terlibat di media sosial, atau layanan pelanggan yang responsif, bisnis dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan mereka.
4. Strategi pemasaran memungkinkan bisnis untuk memahami pelanggan mereka dengan lebih baik, baik melalui riset pasar, analisis data, atau interaksi langsung. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, bisnis dapat merancang kampanye yang lebih efektif untuk menjangkau mereka.

#### **4. KESIMPULAN**

Dengan meningkatnya penetrasi internet dan peran yang semakin penting dari platform digital dalam perilaku konsumen, pemasaran digital merupakan elemen krusial bagi keberhasilan pelaku usaha seperti Toko Mekar. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat, toko Mekar dapat meningkatkan visibilitas mereka, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan mereka secara signifikan. Kesimpulan mengenai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan Perabotan Toko Mekar dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Perlu memahami siapa target pasar mereka, termasuk karakteristik demografis, perilaku, dan preferensi konsumen potensial mereka.
2. Branding yang kuat dan konsisten akan membantu Toko Mekar membedakan diri dari pesaing dan membangun kepercayaan konsumen.
3. Memahami dan menerapkan praktik SEO yang baik akan membantu Toko Mekar meningkatkan visibilitas online mereka dan mendapatkan lalu lintas organik ke situs web atau platform e-commerce mereka.
4. Manfaatkan Konten Berkualitas: Konten yang informatif, relevan, dan menarik dapat membantu Toko Mekar menarik minat calon pelanggan, membangun otoritas dalam industri mereka, dan meningkatkan kesadaran merek.
5. Memantau dan menganalisis kinerja strategi pemasaran digital mereka untuk mengidentifikasi apa yang berhasil dan yang perlu ditingkatkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfianto, D., & Choirunissa, N. (2024). Penyusunan pemasaran produk melalui konten media sosial UMKM Bontot Ngopi. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 4(3), 136–146.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson.
- Dewi, R. S., Imanuel, E., & Putra, R. A. P. (2022). Penggunaan strategi periklanan di Kawasan Batik Mart Bekasi. *Masarin*, 1(1), 7–12.
- Febriansyah, R. (2023). Perubahan perilaku konsumen dalam era digital: Studi pada pola pembelian online dan offline. *Mitra Media Digital*.
- GreatNusa. (2023). Keunggulan digital marketing untuk bisnis masa kini. <https://greatnusa.com/artikel/keunggulan-digital-marketing>
- Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. Wiley.
- He, W., Zha, S., & Li, L. (2013). Social media competitive analysis and text mining: A case study in the pizza industry. *International Journal of Information Management*, 33(3), 464–472. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.01.001>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill Education.
- Smith, P. J., & Davies, B. T. (2019). *E-marketing: Using the internet for market research, product development, and direct marketing*. Routledge.

Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-marketing* (7th ed.). Pearson.

Sugiyanti, L., & Wijaya, I. S. (2022). Pengaruh budaya organisasi dan insentif terhadap produktivitas kerja karyawan pada Politeknik Bina Madani. *Masarin*, 1(1), 27–33.

Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). SAGE Publications.