STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI INSTAGRAM OLEH CV. ELECTRA DIAMOND

Kadek Bagus Wira Sujaya[1], Indah Suprabawati Kusuma Negara[2]
Universitas Warmadewa Denpasar[1], IAHN Gde Pudja Mataram[2]
baguswira11@yahoo.com[1], indah.kusumanegara@yahoo.co.id[2]

Keywords: *digital marketing, marketing, strategy, constraint*

Abstract

This research aims to determine the digital marketing management carried out by CV. Electra Diamond; obstacles faced by CV. Electra Diamond in doing digital marketing on Instagram; Instagram digital marketing strategy carried out by CV. Electra Diamond in maintaining its business to be sustainable. To find out this, researchers used marketing theory and digital marketing theory. This research uses descriptive qualitative research methods, with data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The results of this research are (1) digital marketing management carried out by CV. Electra Diamond is very good because it can be seen from the way goods are produced, looking at fashion products that are trending among the public, CV. Electra Diamond promotes its products; (2) obstacles faced by CV. Electra Diamond includes digital obstacles such as a decrease in the number of likes and views on content that has been uploaded, obstacles in carrying out advertising which takes a long time; and (3) digital marketing strategies used by CV. Electra Diamond is an event support and sponsorship strategy via Instagram so that it is well known to the public.

Kata kunci: pemasaran digital, pemasaran, strategi, kendala

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen digital marketing yang dilakukan oleh CV. Electra Diamond; kendala yang dihadapi oleh CV. Electra Diamond dalam melakukan digital marketing di Instagram; strategi digital marketing Instagram yang dilakukan oleh CV. Electra Diamond dalam mempertahankan bisnisnya supaya berkelanjutan. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti menggunakan Teori pemasaran dan teori digital marketing. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) manajemen digital marketing yang dilakukan oleh CV. Electra Diamond sangat baik karena dapat dilihat dari cara produksi barang melihat produk fashion yang lagi tren dikalangan masyarakat maka disana CV. Electra Diamond mempromosikan produknya; (2) kendala yang dihadapi oleh CV. Electra Diamond meliputi kendala digital seperti penurunan jumlah like dan views pada konten yang telah diunggah kendala dalam melakukan

pengiklanan membutuhkan waktu yang lama; dan (3) strategi digital marketing yang digunakan oleh CV. Electra Diamond adalah strategi support event dan bersponsor melalui via Instagram supaya dikenal baik oleh masyarakat.

Pendahuluan

Saat ini teknologi internet telah berkembang pesat dan telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. teknologi ini dapat memberikan keuntungan bagi berbagai pihak termasuk mendukung kegiatan bisnis. Internet kini telah menjadi kebutuhan untuk meningkatkan dan mengalahkan persaingan bisnis dalam promosi dan penjualan produk. Kegiatan penjualan melalui internet umumnya disebut digital marketing. Digital marketing merupakan salah satu alat pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh para pelaku bisnis untuk mendukung dan memudahkan berbagai proses promosi dan transaksi. Dengan digital marketing pelaku bisnis dapat dengan mudah berkomunikasi dan berbisnis dengan konsumen kapan saja tanpa hambatan dan dapat dilakukan setiap waktu, pelaku bisnis dapat menggunakan untuk memasarkan produk dan layanan melalui Instagram, Facebook, situs web, blog, dan media sosial lainnya untuk komunikasi dua arah yang efektif.

Media sosial telah memudahkan pelaku bisnis untuk berkomunikasi dengan banyak orang tentang produk yang mereka buat. Selain itu, media sosial dapat menciptakan pemasaran yang jangkauannya lebih luas. Menurut Purwana (2017:2) pada dasarnya digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang mempromosikan dan mengembangkan pasar melalui media digital online dengan berbagai cara, seperti jejaring sosial. Sedikit demi sedikit pemasar mulai meninggalkan model pemasaran tradisional dan beralih kepemasaran modern, yaitu digital marketing untuk membuat perubahan. Dengan digital marketing, komunikasi dan transaksi dapat terjadi kapan saja/real time dan menjangkau seluruh dunia.

Besarnya potensi digital marketing di Indonesia saat ini sangat dimanfaatkan baik oleh CV. Electra Diamond. CV. Electra Diamond merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang pembuatan dan penjualan produk fashion yang berdiri sejak tahun 2013 yang kini telah mempunyai 3 cabang. Produk yang ditawarkan sangat beragam mulai dari baju, celana, topi, tas, sandal, dan aksesoris Iainnya yang ditargetkan untuk kalangan remaja hingga dewasa. CV. Electra Diamond

mengandalkan kualitas bahan terbaik dan menawarkan desain yang sedang trend atau desain sesuai permintaan konsumen.

Saat ini konsumen cenderung membuka situs atau sosial media hanya untuk melihat apa saja produk yang ditawarkan. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian terhadap perusahaan digital marketing CV. Electra Diamond dengan alasan perusahaan perlu melakukan beberapa cara media komunikasi dengan konsumen, melakukan transaksi secara online.

Metode

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan dan mengungkapkan dan untuk menggambarkan dan menjelaskan. Penelitian ini penulis arahkan pada Strategi Digital Marketing Melalui Instagram Oleh CV. Electra Diamond, agar mendapatkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis yang disusun berdasarkan data lisan, perbuatan dan dokumentasi yang diamati secara menyeluruh.

Dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti bertindak sebagai pengamat partisipan pasif yang artinya peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang sedang diamati, tetapi tidak ikut dalam kegiatan tersebut. Disamping itu, kehadiran peneliti diketahui sebagai peneliti oleh informan (subjek). Mulai dari studi pendahuluan, peneliti mengirim surat kepada CV. Electra Diamond tentang pemberian izin penelitian. Oleh karena itu, peneliti juga bertindak sebagai pengumpul dan penganalisa data serta hasil penelitian.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada CV. Electra Diamond menggunakan halaman instagram dengan menggunakan akun electradiamondstore. CV. Electra Diamond menggunakan instagram sebagai media untuk memberikan informasi inspirasi gaya hidup dan outfit style yang ditunjang oleh produk Electra Diamond, dan juga sebagai media komunikasi dalam menanggapi pertanyaan konsumen terhadap produk yang di posting. Fungsi utama Instagram Electra Diamond merupakan media yang digunakan

sebagai referensi kepada konsumen mengenai tentang gaya hidup dan gaya berbusana dengan menggunakan produk tersebut. Oleh karna itu, konten postingan Instagram Electra Diamond didominasikan oleh konten yang berisi foto-foto tentang outfit produk Electra Diamond dengan berbagai latar belakang dan kondisi.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengelolaan data menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang dilakukan oleh CV. Electra Diamond sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari cara produksi barang jadi Electra Diamond melihat produk fashion apa yang lagi tren dikalangan masyarakat saat ini maka disana Electra Diamond mempromosikan produknya. Dalam fungsi pemasaran memuat empat bagian yaitu produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion). Perealisasian keempat fungsi pemasaran ini dibuktikan dengan tahap produk (product) CV. Electra Diamond menggunakan kualitas bahan terbaik dan menawarkan desain yang sedang trend atau desain sesuai permintaan konsumen. Produk yang ditawarkan sangat beragam mulai dari baju, celana, topi, tas, sandal dan aksesoris lainnya yang ditargetkan untuk kalangan remaja hingga dewasa. Hal ini tentunya termasuk dalam tahap harga (price) CV. Electra Diamond menentukan harga jual produknya dengan memperhatikan desain gambar karena produk yang didesain sendiri oleh owner. Tahap selanjutnya tempat (place) lokasi store (toko) Electra Diamond bisa dibilang sangat strategis karena berada di permukiman yang padat penduduk dan dekat dengan kampus dan sekolah sehingga banyak muda-mudi yang melintas store Electra Diamond. Promosi (promotion) Electra Diamond menggunakan periklanan melalui media sosial seperti Instgram dan mengadakan event-event terutama pada hari-hari besar supaya masyarakat lebih banyak mengenal produk Electra Diamond serta memberikan potongan harga dan bonus apabila mencapai minimal total pembelanjaan.

Digital marketing yang dilakukan oleh Electra Diamond adalah berupa penawaran produk melalui platform digital yang tersedia dalam akun Instagram @electradiamondstore. Dalam Instagram ini tentunya sangat banyak tertera layanan produk yang di promosikan oleh Electra Diamond. Pada akun Instagram

tersebut juga dicantumkan link Electra Diamond berbagai platform untuk melakukan pemesanan produk. Hal ini tentunya memudahkan para konsumen dalam melakukan pemesanan produk yang di sediakan oleh Electra Diamond. Strategi digital marketing yang dilakukan oleh Electra Diamond yaitu berupa pengelolaan akun Electra Diamond, pengelolaan akun Electra Diamond dilakukan dengan cara aktif membuat konten-konten kreatif dalam melakukan promosi produk agar konsumen atau followers tertarik melihat produk yang di tawarkan dan mempromosikan produk-produk yang lagi tren. Dalam menjalankan sebuah usaha baik itu usaha yang kecil maupun usaha yang besar tidak selalu berjalan dengan mulus dan berjalan sesuai dengan harapan. Semua usaha pasti memiliki kendala tersendiri dalam menjalankan usahanya, baik kendala besar maupun kendala kecil. Perusahaan atau pemilik diharuskan mampu Mencari solusi untuk mengatasi kendala yang ada. Jika tidak bisa mengatasi Kendala yang ada, usahanya sulit untuk maju dan bersaing dengan perusahaan yang lain.

Berdasarkan hasil pengelolaan data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi oleh CV. Electra Diamond dalam membuat konten, jadi pembuatan konten harus membutuhkan ide dan kreativitas yang sangat tinggi dan juga harus ter update supaya pengunjung instagram tidak bosan melihat konten yang dibuat oleh Electra diamond. Selanjutnya kendala dalam mempromosikan produk di Instagram dengan cara melakukan pengiklanan atau sponsor. Dalam melakukan pengiklanan atau sponsored membutuh waktu yang cukup lama oleh via Instagram karna video dan foto harus di tinjau terlebih dahulu, apabila kualitas video dan foto kurang menarik maka via Instagram akan melakukan penolakan, sehingga promosi yang dilakukan telat jadinya telat di dilihat oleh pengunjung Instagram dan apabila kualitas video dan foto bagus akan cepat di tinjau/disetujui oleh via Instagram.

Berdasarkan hasil pengelolaan data menunjukkan bahwa strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi digital marketing yang dilakukan oleh CV. Electra Diamond dalam mempertahankan bisnisnya agar tetap berkelanjutan dengan menggunakan media sosial Instagram yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung dan berinteraksi dengan konsumen, sehingga konsumen dapat melihat jenis-jenis barang yang

ditawarkan hingga promosi yang tengah berlangsung. Digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang terdapat pada internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen. Pada dasarnya digital marketing merupakan pemasaran yang menggunkan platform digital yang berada di internet. Dalam pembentukan strategi digital marketing dan memperkenalkan produk baru, mempromosikan event, dan mempromosikan kampanye tertentu CV. Electra Diamond menggunakan internet advertising dengan menggunakan media sosial yaitu Instagram. Media sosial ini banyak dimanfaatkan sebagai media promosi online barang/jasa melalui berbagai fitur aplikasinya yaitu foto, video, snapgram dan berbagai fitur lainnya.

Platfrom Instagram diutamakan dalam melakukan penyebaran informasi serta melakukan kegiatan branding CV. Electra Diamond, dengan menggunkan platform Instagram ini konten yang disampaikan pun cukup lengkap. Mulai dari video, foto dan juga adanya personal chat yang juga pengguna platform ini sangat banyak dan tetap stabil dibandingkan platform lainnya. Dalam postingan pada Instagram, CV. Electra Diamond melakukan share konten di feed Instagram yang membuat konsumen/followers tertarik melihat produk yang dipromosikan, selain itu dilakukan juga berbagai strategi bisnis memberikan hadiah dan give away pada story instagram misalnya bagi konsumen memberikan testimoni atau komentar mengenai produk tersebut. Beberapa kali Electra Diamond membuat Qius dengan cara meminta konsumen untuk memposting foto menggunakan produk Electra Diamond dan membagikannya di story mereka namun dengan melakukan tag ke akun @electradiamondstore yang kemudian di re-post lagi. Testimoni ini cukup manjur membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan karena orang yang melihat merasa tertarik.

Terkait dalam melakukan share konten di feed Instagram Electra Diamond memposting 3-4 hari sekali sedangkan menggunakan story Instagram fitur ini memungkinkan penggunaannya untuk saling berkirim foto dan video yang kemudian akan terhapus secara otomatis selama 24 jam. Electra Diamond menggunakan fitur ini untuk mengunggah ulang foto atau memberikan informasi pada viewers Instagram. Strategi CV. Electra Diamond dalam postingan Instagram yang sudah diiklankan akan bertuliskan sponsored Dan

akan muncul di beranda akun-akun lainnya. Sehingga dengan Mengimplementasikan iklan, akan dapat memperluas peluang untuk Mendapatkan pengunjung baru dan mengadakan support event terutama pada hari-hari besar, sehingga hal ini tentunya juga dapat memperluas dan mengembangkan brand CV. Electra Diamond di masyarakat pada umumnya serta memberikan potongan Harga dan bonus apabila mencapai minimal total pembelian. Selain itu, Electra Diamond juga menggunakan kualitas produk terbaik dan memberikan free stiker dan free gelang bagi setiap konsumen yang berbelanja Jadi, dari kesimpulan bahwa strategi digital marketing yang digunakan oleh Electra Diamond dalam mempertahankan bisnisnya agar tetap berkelanjutan adalah strategi support event dan bersponsor melalui via Instagram supaya brand Electra Diamond di kenal baik oleh masyarakat dalam hal ini pengembangan strategi bisnis yang dilakukan agar tetap berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa strategi digital marketing yang dilakukan oleh CV. Electra Diamond sangat baik karena dapat dilihat dari cara produksi barang jadi Electra Diamond melihat produk fashion apa yang lagi tren dikalangan masyarakat saat ini maka disana Electra Diamond mempromosikan produknya.

Daftar Pustaka

Adela, Jenia Kristianti. 2019. *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Geoff Max Di Bandung.*

Afifah, Yuli Nur. 2020. *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran.* Jurnal Komunikasi.

Amir, Nur Ocvanny. 2019. *Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga Di Desa Sidomulyo Kota Batu.* Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA). Vol. 3, No 4.

Andikal, Rizky. 2020. *Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro Pada Pasar Tradisional.* Jurnal Ekonomi Islam. Vol. 1, No. 1.

Danim, S. 2002. Menjadi Penelitian Kualitatif. Bandung. CV. Pustaka Setia.

Dewi, Farah Karmila.2022. *Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing.* Bandung Conference Series: Communication Management Vol. 2, No. 2.

Dewi, Riza Ciptaning Puspita. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram. Skripsi. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

Hidayah, Nurul. 2018. *Analisis Strategi Digital Marketing* Dalam *Membantu Penjualan Living Space dan Efo Dtore.*

Kusuma, Diana Fitri. 2018. *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts.* Jurnal Manajemen Komunikasi. Vol. 3, No. 1

Pangesti, Annisa Rahayu. 2022. *Implementasi Strategi Promosi Dengan Digital marketing Melalui Media Sosial Instagram Pada Program Studi S1 Bisnis Digital UNAIC.* Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi. Vol. 1, No. 2.

Purwana, Dedi, dkk. 2017. *Pelatihan Berwirausaha Melalui Digital Marketing.* Jurnal pusat pengabdian kepada masyarakat Vol. 5, No. 2.

Rapitasari, diana. 2016. *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.* Jurnal Cakrawala Vol. 10 No. 2.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,* dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.