

STRATEGI PEMASARAN AKSESORIS KOMPUTER YANG EFEKTIF UNTUK MENJANGKAU PASAR DI ERA VIRTUAL

Fira Nur Fitriana, Amalia Nur Zoraya, Yessy Sendy H.P., Yolanda Sari D, Dwita
Faradhani S. M, Agus Subandoro
STIE Mahardhika Surabaya
Email: firanurfitriana@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi strategi pemasaran usaha yang bisa di jalankan di era digital atau Virtual oleh Semesta Accessories yang meliputi pemasaran digital yang diterapkan oleh Semesta Accesories, lalu pasar digital atau marketplace apa saja yang digunakan sebagai tempat penjualan produk Semesta Accesories, dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang tersedia dengan menggunakan analisis SWOT. Karena di rasa strategi ini sangat di perlukan bagi semua pengusaha di karenakan semua kegiatan yang di lakukan secara tatap muka atau langsung berhadapan saat ini sangat tidak di anjurkan bahkan di larang oleh pemerintah untuk memutus rantai penyebaran covid 19 terutama dalam sektor perdagangan. Perdagangan disini bukan hanya perdagangan benda mati saja, bahkan perdagangan dalam kategori konsumsi kini pun di batasi kegiatan yang berhubungan langsung. Fokus penelitian ini yaitu agar dapat mengkaji seberapa efektif strategi pemasaran yang telah ada dan di gunakan oleh sebagian kalangan masyarakat terutama oleh Semesta Accessories. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi sedangkan analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Semesta Accessories mempraktikkan strategi pemasaran digital (pemasaran online) melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan whatsapp serta marketplace seperti shopee yang terhubung dengan jangkauan konsumen yang lebih luas sejak bulan September 2020.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Online, Marketplace, Media Sosial, Covid-19

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang mulai pesat, tidak hanya digunakan untuk tukar informasi dan semacamnya.

Namun saat ini teknologi, sudah mulai digunakan untuk memperluas pemasaran dalam dunia bisnis. Hal tersebut memberikan kemudahan pada teknologi

informasi dan komunikasi, supaya lebih mudah dalam mencari konsumen dan untuk memajukan usaha, strategi pemasaran memiliki peran yang sangat besar dalam hal ini. Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai bentuk tindakan yang mengacu pada kegiatan pemasaran dari suatu perusahaan, dalam kondisi lingkungan dan persaingan yang berubah-ubah supaya mencapai hasil yang diharapkan.

Pemasaran di era virtual merupakan cara untuk mempromosikan barang dengan memakai media digital yang dapat mempermudah konsumen menjangkau setiap waktu. Salah satu contoh teknologi yang dapat mempermudah pemasaran di era virtual adalah internet, saat ini internet sudah menjadi teknologi yang digunakan oleh setiap kalangan, dengan adanya internet setiap orang bisa mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan. Melalui internet mereka dapat berkomunikasi dengan siapapun di berbagai wilayah. Dengan adanya internet dapat membantu memperluas pemasaran barang dengan mudah pada setiap kalangan. Internet saat ini bisa menjadi salah satu strategi pemasaran di era virtual, karena bisa dijangkau oleh setiap orang dalam waktu yang tanpa batas dan bisa diakses darimana saja.

Dengan semakin maraknya pengguna internet di Indonesia yang selalu mengalami kenaikan tiap tahunnya, maka layanan belanja secara online juga dapat mengalami kenaikan mengikuti minat belanja secara online. Kenaikan jumlah masyarakat dalam menggunakan internet ini banyak dijadikan peluang oleh pelaku bisnis untuk membuka usaha salah satunya online shop. Strategi pemasaran yang banyak di gunakan online shop dalam memasarkan produknya adalah internet marketing. Pemasaran dengan media digital ini memiliki banyak kelebihan karena pemasaran yg dilakukan melalui internet dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, hemat biaya, serta mudah diketahui orang, dan bisa membuka tidak hanya satu toko tanpa memikirkan biaya sewa. Selain hal tersebut dengan pemasaran melalui internet proses membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan melalui aktifitas secara online. Strategi pemasaran merupakan salah satu Langkah awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini menjadi sangat penting karena berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas bagaimana strategi pemasaran digital yang efektif sebagai referensi untuk

bersaing di dunia digital. Dengan adanya penelitian ini yang bertujuan mengetahui bagaimana pemasaran di media digital dapat digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran online shop dan memiliki manfaat yang dapat dibagi 2 yaitu, manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis adalah yang dapat menjadi penemuan baru tentang peran internet advertising sebagai sarana pemasaran media digital. Selain hal tersebut penelitian ini juga bisa memberikan sumbangan ilmiah dalam studi komunikasi dan sebagai bahan pertimbangan bagi prodi komunikasi khususnya untuk bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang bersangkutan. Sementara Manfaat Praktis berguna untuk penelitian yang mampu mewujudkan sesuatu yang berguna bagi masyarakat.

KAJIAN TEORI

Definisi Strategi

Di dalam melakukan kegiatan bisnis, tentu kita sebagai pengusaha harus memikirkan beberapa strategi sebelum memulai suatu usaha. Strategi yang di buat pun di harap bisa membantu kegiatan usaha agar berjalan lancar. Strategi sendiri memiliki definisi secara umum yaitu suatu (rencana) pendekatan yang semua yang akan berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta

eksekusi dalam aktivitas yang banyak memiliki kurun waktu tertentu. Strategi sama halnya dengan rencana, yang mana harus di buat sebagai tujuan pelaksanaan suatu kegiatan. Strategi sendiri pertama kali di negara Yunani dengan bahasa etimologi “strategos” dari kata stratos yang berarti militer dan Ag yang artinya pemimpin, yang awalnya di maksud sebagai generalship. Perusahaan-perusahaan baru muncul pada masa perdamaian th. 1950-an.

Sedangkan ada beberapa ahli yang mengartikan strategi dengan pemikiran mereka sendiri, antara lain:

- a. Menurut Carl Von Clausewitz, strategi ada sebuah bentuk pengetahuan terhadap penggunaan pertempuran agar dapat memenangkan sebuah peperangan. Dan perang itu sendiri adalah akan kelanjutan dari politik.
- b. Menurut Syafrizal, Strategi merupakan suatu langkah agar dapat mencapai tujuan berdasarkan analisa terhadap faktor internal maupun eksternal.
- c. Menurut Stephanie K. Marrus, strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pimpinan atas yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu organisasi yang akan di jalankan, disertai penyusunan suatu bentuk upaya agar

tujuan tersebut dapat dicapai bersama.

- d. Menurut Halim, definisi strategi yang di kemukakan pada intinya sama dengan yang di kemukakan Syafrizal yang mana isinya adalah suatu cara dimana organisasi ataupun lembaga yang akan mencapai sebuah tujuan tertentu yang sesuai dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang akan dihadapi dan kemampuan internal serta sumber daya.
- e. Menurut Robinson, Strategi merupakan suatu bentuk rencana yang dibuat oleh para pimpinan perusahaan, yang akan mencerminkan kesadaran suatu perusahaan tentang kapan, dimana serta bagaimana mereka harus berlomba dalam yang akan menghadapi lawan dengan tujuan ataupun maksud tertentu (pengajarku, 2020).
- f. Sedangkan Menurut KBBI Strategi Merupakan Ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai (dosenpendidikan, Pengertian Strategi Menurut Para Ahli, 2020).

Pemasaran

Jika membahas kata “Pemasaran” pasti yang muncul dalam pemikiran kita adalah suatu bentuk promosi yang dilakukan suatu perusahaan untuk bisa menarik daya beli konsumen atas produk tersebut. Sedangkan apa sih pengertian pemasaran secara umum dan khusus? dan dari mana awal kata Pemasaran ini muncul? Jadi pemasaran sendiri berasal dari kata dasar pasar.

Dalam KBBI Pemasaran berarti proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan (jagokata, 2020). Pemasaran sendiri mengalami perkembangan sejak tahun 1900 sejak terjadinya revolusi industri secara besar-besaran. Konsep pemasaran yang dibuat harus memenuhi syarat acuan yang antara lain:

- a) Produk apa yang dibutuhkan oleh konsumen
- b) Produksi produk yang dapat dijual dan memiliki nilai
- c) Cari cara untuk mendapat kepuasan konsumen
- d) Lakukan pemasaran sesuai dengan arahan management pemasaran
- e) Tentukan area pemasaran produk
- f) Lakukan konsumen secara adil tanpa membedakan

Media yang digunakan untuk pemasaran pun kini mengalami perkembangan akibat adanya kompetisi antar perusahaan untuk bisa memikat

konsumen. Sewaktu dunia komunikasi dan informasi mulai mengenal internet dan multimedia, experiential marketing juga semakin berkembang dimana pada saat itu para ahli IT juga mengambil peran dengan menciptakan CRM (Customer Relationship Management). Media pemasaran ada beberapa jenis nya antara lain:

- a) *Word of Mouth Marketing*
- b) *Call to Action (CTA)*
- c) *Relationship Marketing*
- d) *PR Marketing*. (maxmanroe, 2020)

Dalam melakukan pemasaran, saat ini kebanyakan para pengusaha juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk bisa menjangkau konsumen sampai jauh. Kemunculan e-commerce dan media sosial kini membantu sekali dalam pihak marketing untuk bisa melancarkan pemasaran produk nya dengan jangkauan yang luas. Tidak hanya kemajuan teknologi berbasis sosial media saja yang membantu para marketing dalam melakukan pemasaran, kemajuan teknologi seperti adanya program-program mendukung para marketing agar dapat membuat design grafis untuk meng iklan kan produk nya pun sangat membantu marketing untuk bisa men design iklan se menarik mungkin agar pembeli

tertarik untuk membeli produk yang mereka pasarkan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif yaitu dengan menjelaskan dan menguraikan secara sistematis mengenai permasalahan yang akan diteliti melalui proses analisis yang dilakukan dengan mengumpulkan data – data dari perusahaan kemudian di analisis sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti, kemudian ditarik kesimpulan.

Pendekatan kualitatif pada penelitian ini merupakan peneliti yang mengamati perilaku masalah yang diteliti dapat berubah sewaktu waktu sesuai kondisi yang ada di lapangan dan sehingga penelitian dpat menghasilkan banyak informasi. Menurut Moleong (2015;44) pihak inkuiri alamiah menamakan penelitian kualitatif sebagai penelitian alamiah, dan penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang mengamati kejadian yang di alami obyek penelitian mulai dari Tindakan, perilaku dan lain sebagainya dengan bentuk deskripsi atau paragraf.

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan studi naratif, dengan berpacu baik cerita maupun narasi menghubungkan serangkaian keadaan, peristiwa dan fenomena alam yang

pernah ada. Alasan peneliti memilih studi naratif karena ingin mengetahui dan mengeksplorasi secara menyeluruh terhadap kejadian atau makna strategi pemasaran aksesoris komputer. selain itu dengan menggunakan studi naratif dapat membawa peneliti pada pemahaman terhadap isu yang kompleks, karena penggunaan studi naratif menekankan pada analisis mengacu pada kronologi kejadian yang menekankan titik balik kehidupan partisipan, yaitu Strategi pemasaran yang efektif di era virtual.

Menurut Hamidi (2007;82) menyatakan bahwa unit analisis adalah sebuah hal yang di amati berupa kelompok, individu maupun benda atau suatu peristiwa sebagai obyek penelitian. Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan oleh peneliti adalah individu yang memahami sasaran pasar di era Virtual. Penentuan unit analisis, diharapkan peneliti dapat mempelajari satu atau lebih individu dan terarah dalam menjalankan proses penelitian. Lokasi penelitian dilakukan di toko Semesta Pemilihan teknik pengambilan data yang tepat dapat menentukan pencapaian dan kelancaran proses hasil penelitian. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini di peroleh dengan cara wawancara beserta bukti dokumentasi.

Kredibilitas merupakan istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menggantikan konsep validitas. Penelitian ini menggunakan member chek dalam pengujian keabsahan data. Menurut Creswell (2015;513). Member Chek adalah proses ketika seorang peneliti untuk memeriksa keakuratan uraiannya. Pemeriksaan ini melibatkan proses pengembalian temuan yang ada untuk di pastikan ke partisipan untuk memastikan benar atau tidak (secara tertulis atau dalam wawancara) tentang keakuratan laporan tersebut. Menanyakan kepada mereka tentang banyak aspek penelitian, seperti apakah deskripsinya lengkap dan realistis, apakah temanya akurat untuk dimasukkan, dan apakah interpretasinya adil dan representatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Saat ini perusahaan yang menjual jasa ataupun produk saling berlomba - lomba menjadi yang terbaik serta terdepan dalam hal melayani kemauan konsumennya."Mereka ingin agar produk / jasa yang mereka hasilkan menjadi sebuah star didalam dunia perdagangan, dimana produk mereka jual dapat menempati posisi terdepan dalam hal pangsa pasar dan permintaan dari para pelanggan. Oleh sebab itu,"perusahaan harus memiliki strategi

bisnis yang tepat supaya tetap mendapatkan kepercayaan dari para konsumen serta dapat bersaing dengan para pesaing lainnya. Teknologi informasi yang terus berkembang dengan pesat dapat memberi peranan yang besar didalam aspek pengelolaan sebuah bisnis. teknologi informasi yang sampai saat ini banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah salah satunya internet.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat maju pada saat ini menyebabkan timbulnya berbagai aplikasi bisnis yang berbasis internet. Pengaruh berkembangnya teknologi tersebut dapat menyebabkan dunia perdagangan diharuskan untuk membuat serta menawarkan sebuah konsep perdagangan yang baru melalui internet yang saat ini disebut dengan e-marketing.”Dimana dengan konsep yang baru ini pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan para penjual dapat menjangkau daerah daerah hingga keseluruh dunia.

Strategi perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan. Ada beberapa strategi pemasaran yang kami digunakan, pemasaran menggunakan media internet yang kami lakukan yaitu adalah sebagai berikut:

1. Branding Usaha Dengan Aktif disosial media adalah sebuah media virtual yang hampir seluruh lapisan masyarakat telah memilikinya, baik digunakan secara personal maupun bisnis. Sosial media ini juga merupakan salah satu digital marketing yang sangat efektif untuk mempromosikan sebuah produk. Oleh karena itu, kami akan menggunakan 3 sosial media dan 1 marketplace untuk branding dan pemasaran kita, yaitu Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Shopee. Hampir seluruh masyarakat di Indonesia memiliki dan menggunakan akun pada sosial media tersebut dan juga telah memanfaatkan fitur belanja di marketplace tersebut. Dan memang kami yakini bahwa platform sosial media dan marketplace tersebut memiliki kekuatan yang sangat tinggi dalam branding usaha. Maka dalam menjalankan branding usaha, kami akan terus secara aktif melakukan update pada akun-akun sosial media kita dan akun marketplace tersebut.
2. Memahami SEM Dan Digital Advertising Langkah selanjutnya yang akan kami gunakan yaitu adalah SEM dan digital advertising. Dimana sem adalah search engine

marketing dan disandingkan dengan digital marketing. Kami akan menggunakan advertising yang disediakan oleh platform social media yang kami gunakan, seperti Facebook dan Instagram Ads.

3. Membuat Halaman E-Commerce Yang Eye Catching Langkah yang satu ini, merupakan salah satu langkah yang sangat penting bagi kami. Karena adanya wabah Covid-19 ini, masyarakat memang dituntut untuk belanja dari rumah saja. Maka kami akan terus mengupdate halaman ecommerce kami. E-commerce yang akan kami gunakan yaitu adalah Shopee.

KESIMPULAN

Dalam pembahasan ini mengenai strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar di era virtual dapat kami simpulkan bahwa strategi pemasaran saat ini sangatlah luas jika kita mengetahuinya, bukan hanya strategi pemasaran yang lebih sering di gunakan oleh masyarakat jaman sekarang yaitu strategi pemasaran online, dari penjelasan diatas dapatlah 3 strategi pemasaran yang bisa kita gunakan dalam memasarkan produk yang kita jual dengan hasil yang maksimal, jika strategi satu tidak menghasilkan penjualan yang sesuai sama keinginan kita, kita bisa

menggunakan strategi lainnya bahkan bisa di kombinasi kan strategi yang ingin di gunakan.

SARAN

Dari kesimpulan yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran untuk Semesta Accesories demi meningkatkan customer satisfaction (kepuasan pelanggan). Adapun saran tersebut adalah rencanakan startegi yang akan di lakukan dan membuat beberapa pilihan agar strategi yang di capai maksimal. Jika gagal cepat buat strategi yang lain agar tidak kalah dengan pesaing yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Dosenpendidikan. (2020). *Pengertian strategi menurut para ahli*. Retrieved from dosen pendidikan.
- Dosenpendidikan. (2020, agustus 22). *Pengertian strategi menurut para Ahli*. Retrieved from dosenpendidikan: <https://www.dosenpendidikan.co.id/s-trategi-adalah/>
- Ibeng, p. (2020, oktober 23). *Pengertian manajemen strategi tujuan, manfaat, cara, dan tahapannya*. Retrieved from pendidikan:

[https://pendidikan.co.id/
pengertianmanajemen-strategi-
tujuan-manfaatcara-dan-
tahapannya/](https://pendidikan.co.id/pengertianmanajemen-strategi-tujuan-manfaatcara-dan-tahapannya/)

Jagokata. (2020). *Arti kata pemasaran menurut kbbi*. Retrieved from jagokata:
<https://jagokata.com/artikata/pemasaran.html>

Maxmanroe. (2020). *Pengertian pemasaran: ruang lingkup, fungsi, tugas, dan jenis-jenisnya*. Retrieved from maxmanroe:
[https://www.maxmanroe.com/
vid/marketing/pengertian-
pemasaran.html](https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-pemasaran.html)

Pengajarku. (2020, september 19). *Strategi*. retrieved from pengajar:
<https://pengajar.co.id/strategi/>

Pengajarku. (2020, september 19). *Strategi*. retrieved from pengajar:
<https://pengajar.co.id/strategi/>

Ramad, niko.2020. Ini dampak perkembangan teknologi yang Dapat Dirasakan.www.akseleren.co.id. diak ses pada 28 februari 2020.