

## **Analisis Digital Marketing terhadap Penjualan Toko Allea Outfit**

**Risa Vionita Agusti<sup>1</sup>, Diva Hesti Candra<sup>2</sup>, Arya Bagus Pamungkas<sup>3</sup>, M. Reza Arwana<sup>4</sup>, Fitri Ayu Nofirda<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail: [220304050@student.umri.ac.id](mailto:220304050@student.umri.ac.id)<sup>1</sup>, [220304044@student.umri.ac.id](mailto:220304044@student.umri.ac.id)<sup>2</sup>,  
[220304087@student.umri.ac.id](mailto:220304087@student.umri.ac.id)<sup>3</sup>, [220304071@student.umri.ac.id](mailto:220304071@student.umri.ac.id)<sup>4</sup>,  
[fitriayunofirda@umri.ac.id](mailto:fitriayunofirda@umri.ac.id)<sup>5</sup>

### **Abstrak**

Di era modern saat ini, digital marketing telah menjadi salah satu alat yang paling efektif untuk mempromosikan produk. Salah satunya yaitu Toko Allea Outfit merupakan toko fashion yang berlokasi di Pekanbaru, Riau, yang menggunakan pemasaran digital untuk mempromosikan produknya. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif karena akan memberikan wawasan tentang strategi dan taktik yang digunakan toko tersebut untuk memasarkan produknya secara online. Analisis pemasaran digital di toko Allea Outfit akan melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif terkait strategi pemasaran digital yang digunakan oleh toko ini. Data kualitatif akan dikumpulkan melalui wawancara, analisis konten online, dan observasi interaksi pelanggan dengan platform digital Toko Allea Outfit. Penggunaan pemasaran digital telah mempercepat pertumbuhan penjualan pada Toko Allea Outfit. Kesuksesan tersebut ditunjukkan melalui popularitas yang diperoleh melalui jejaring sosial seperti TikTok dan Instagram serta Shopee dengan akun @allea.outfit. memiliki 101.000 pengikut. Kesimpulannya, digital marketing menjadi kunci sukses untuk menghadapi persaingan bisnis di era saat ini yang semakin digital. Dengan kemampuan komunikasi serta bertransaksi secara real-time serta cakupan pasar global, Digital Marketing memungkinkan bisnis menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

**Kata kunci:** *Digital marketing, E-Commerce, Promosi*

### **Abstract**

In today's modern era, digital marketing has become one of the most effective tools to promote products. One of them is Allea Outfit, a fashion store located in Pekanbaru, Riau, that uses digital marketing to promote its products. This research will be carried out using qualitative methods, as it will provide insight into the strategies and tactics used by the store to market its products online. Digital marketing analysis in the Allea Outfit store will involve the collection and analysis of quantitative data related to the digital marketing strategy used by this store. Qualitative data will be collected through interviews, online content analysis, and observation of customer interaction with the digital platform of Allea Outfit Store. The success is demonstrated by popularity gained through social networks like TikTok and Instagram, as well as Shopee's account @allea.outfit, which has 101,000 followers. In conclusion, digital marketing is the key to success in dealing with business competition in today's increasingly digital era. With real-time communication and transaction capabilities, as well as global market coverage, digital marketing enables businesses to reach a wider and more diverse audience.

**Keywords :** *Digital Marketing, E-Commerce, Promotion*

## PENDAHULUAN

Di era Revolusi Industri 4.0, digital marketing menjadi salah satu strategi yang paling banyak digunakan oleh bisnis. Memiliki fitur penunjang yang baik akan membuat digital marketing semakin efektif. Sari et al., 2021:8). Digital marketing adalah segala bentuk aktivitas pemasaran yang menggunakan internet untuk menjangkau target audiens, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan mempromosikan barang dan jasa. Dimulai dengan pemasaran yang hanya berlangsung secara tatap muka, sekarang ada media online dan penjual tidak perlu bertemu secara langsung. Dengan perkembangan ini, toko-toko dapat menggunakan teknologi untuk mengikuti perkembangan. Dalam abad kedua puluh satu, Internet telah menjadi komponen yang paling signifikan dalam transformasi sosial, budaya, dan ekonomi (Henning et al., 2010). Dengan menggunakan strategi pemasaran digital, bisnis dapat menghemat uang untuk periklanan sambil mengiklankan barang atau jasa mereka kepada lebih banyak orang. Semua orang tahu bahwa internet sangat penting untuk semua aspek kehidupan, terutama dalam jejaring sosial, yang memungkinkan orang bersosialisasi dan berinteraksi satu sama lain, dan memungkinkan semua orang mengakses dan mengakses berbagai informasi seperti produk, lapangan pekerjaan, kewirausahaan, dll. Situasi ini menunjukkan perkembangan teknologi yang pesat, yang mengharuskan para pelaku ekonomi untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di era digital. Perusahaan harus mampu menguasai teknologi dan informasi agar mereka dapat tetap terdepan dalam era yang berkembang pesat dan inovatif ini.

Di era internet saat ini, pemasaran digital telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran keseluruhan banyak bisnis karena memungkinkan mereka berhubungan dengan konsumen yang semakin terkoneksi dan menghabiskan banyak waktu di internet. Digital marketing adalah jenis pemasaran di mana branding dilakukan dengan berbagai media. seperti blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai jaringan media sosial. (Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan:2009). Digital marketing berusaha untuk membangun interaksi yang lebih kuat dan meningkatkan keterlibatan audiens. Digital marketing memungkinkan bisnis untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas, membangun hubungan yang lebih dalam, dan mendapatkan umpan balik yang berharga melalui konten yang menarik, kampanye interaktif, dan media sosial (Lee et al., 2014). Pemasaran online dapat didukung oleh platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, Shopee, dan lainnya.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha, kemajuan teknologi telah mendorong pemanfaatan internet dan pemasaran digital sebagai cara utama untuk mempromosikan produk mereka melalui platform media sosial maupun toko online. Oleh karena itu, toko Allea Outfit harus mengikuti tren terbaru agar dapat bersaing dan menjangkau pasar internasional. Media sosial adalah platform online yang memungkinkan perusahaan berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka, seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok, dan lainnya. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk menjawab pertanyaan pelanggan, mempromosikan produk, membagikan konten, dan membangun hubungan dengan audiens (Erwin et al., 2022). Salah satu cara pembelanjaan yang paling cepat berkembang adalah online (Levy dan Weitz, 2001).

Digital marketing adalah proses perencanaan dan implementasi dari konsep, ide, harga, promosi, dan distribusi. Secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai membangun dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara pembeli dan produsen (Kleindl dan Burrow, 2005). Di era teknologi informasi, kunci kesuksesan bisnis terletak pada kemampuan perusahaan dalam menarik perhatian pelanggan dan meraih kepercayaan mereka. Kemampuan perusahaan untuk memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran adalah salah satu kunci kesuksesan perusahaan, karena ini akan memungkinkan toko Allea Outfit untuk terus menjual produk dan layanan berkualitas tinggi. Penjual dapat menggunakan pemasaran digital untuk melacak ketersediaan barang dan menganalisis permintaan dan preferensi pasar secara lebih efektif.

Salah satu kelebihan pemasaran digital adalah memberi konsumen kemampuan untuk mencari dan mengakses informasi tentang produk secara mandiri tanpa perlu berinteraksi langsung dengan penjual; akibatnya, lebih mudah bagi pembeli untuk membuat

keputusan pembelian berdasarkan informasi dan layanan yang mereka dapatkan. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, pelanggan dan konsumen dapat berkomunikasi dan melakukan transaksi lebih lanjut, yang dapat dilakukan secara langsung dan tanpa gangguan.

Toko Allea Outfit saat ini menjadi salah satu bisnis yang menggunakan media sosial dengan 101.000 pengikut di Instagram, jadi tidak mengherankan jika menjadi terkenal dan menjadi tempat belanja favorit mahasiswa. Ini karena toko Allea Outfit menawarkan berbagai pakaian modis dengan harga terjangkau. Penelitian ini didasarkan pada upaya perusahaan ritel untuk menerapkan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memengaruhi keputusan pembelian pelanggan mereka. Dengan mempertimbangkan latar belakang ini, peneliti ingin mempelajari lebih lanjut bagaimana toko Allea Outfit menggunakan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan lebih banyak uang.

## **METODE**

Metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, yang akan menggunakan teknik purposive sampling untuk penentuan sampel. Peneliti akan melakukan penelitian ini dengan melihat dan mencatat sebanyak mungkin peristiwa untuk mendapatkan pemahaman yang lengkap dan mendalam tentang keadaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam, memberikan penjelasan yang akurat, dan menganalisis secara kritis situasi nyata yang berkaitan dengan penggunaan teknologi dan internet dalam pemasaran barang atau jasa.

Sumber yang akan diwawancarai juga akan dipilih dengan metode sampling purposive. Toko Allea Outfit di Pekanbaru menggunakan media sosial untuk memasarkan barang dan meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan metode purposive sampling, peneliti akan memperoleh data yang representatif dan relevan untuk analisis lebih lanjut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Digital marketing untuk meningkatkan penjualan toko Allea Outfit**

Toko Allea Outfit terletak di Pekanbaru, provinsi Riau. Toko Allea Outfit berdiri sejak tahun 2019 dan menjual berbagai macam baju, celana, rok, gamis, sepatu, jilbab, dan tas yang sangat modis dan disukai oleh remaja bahkan ibu-ibu. Toko Allea Outfit menyediakan berbagai jenis fashion dengan model terbaru, sehingga pelanggan selalu tertarik dengan barang yang mereka jual. Ini karena banyaknya model fashion terbaru yang tersedia di zaman sekarang, yang membuat pelanggan tetap tertarik. Allea Outfit berhasil membangun merek yang kuat dan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menawarkan pengalaman belanja yang menyenangkan melalui kampanye digitalnya yang konsisten dan kreatif di Instagram dan TikTok. Mereka dapat meningkatkan reputasi produk dan entitas bisnis mereka serta memperluas cakupan pasar konsumen secara online dengan memanfaatkan sarana digital tersebut. Target pembeli dapat tertarik dengan konten yang menarik tentang inspirasi untuk pakaian sehari-hari dan berbagai produk terbaru mereka.

Pemasaran digital memungkinkan calon pembeli untuk mempelajari lebih lanjut tentang barang atau jasa yang mereka cari melalui platform online, dan mereka juga dapat mengakses ulasan dan testimoni pelanggan. Karena pelanggan atau calon pelanggan terlibat dalam interaksi digital, penelitian ini berguna untuk mengkaji dan memahami perilaku konsumen. Dalam pemasaran digital, berbagai alat dan teknik online digunakan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa kepada pelanggan melalui saluran digital yang relevan. Pemasaran digital telah menjadi strategi penting bagi bisnis seperti toko Allea Outfit karena kemajuan teknologi dan perubahan perilaku pelanggan. Ini memungkinkan mereka untuk meningkatkan jumlah penjualan dan memperkuat hubungan mereka dengan pelanggan. Karena internet menjadi pasar yang sangat prospektif, perusahaan harus mampu mengidentifikasi target pembeli serta portal online yang tepat untuk memasarkan barang dagangan mereka.

Banyak pebisnis menggunakan pemasaran digital untuk mempromosikan produk mereka. Pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk terhubung dengan calon pelanggan

di seluruh dunia secara langsung, memungkinkan komunikasi dua arah yang efektif, dan memungkinkan transaksi secara real-time tanpa hambatan jarak dan waktu. Pemasaran digital dapat memiliki banyak manfaat, seperti menghubungkan bisnis dengan pelanggan online, meningkatkan penjualan produk mereka, dan Februari dan Arisandi (2018) Dengan menggunakan strategi pemasaran digital, toko Allea Outfit dapat dikenal oleh masyarakat luas di seluruh Kota Pekanbaru, bahkan di luar kota. Ini dapat dilihat melalui akun Instagram @allea.outfit, yang memiliki 101.000 pengikut. Pemasaran akan jauh lebih menyenangkan dilakukan melalui platform media sosial.

Toko Allea Outfit menggunakan digital marketing untuk mengembangkan bisnis mereka. Dengan menggunakan pengetahuan yang luas tentang marketing digital, Allea Outfit berhasil menerapkan strategi kreatif, mengoptimalkan situs web mereka di berbagai platform, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang signifikan melalui peningkatan penjualan online. Menghasilkan konten yang unik, relevan, dan menghibur untuk Toko Allea Outfit sangat penting untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan mendorong mereka untuk menyebarkan konten tersebut secara aktif di berbagai platform online. Dengan konten yang mengundang minat, khalayak dapat terdorong untuk membeli atau memanfaatkan barang yang dijual. Toko Allea Outfit biasanya melakukan penelitian terlebih dahulu sebelum membuat konten yang menarik, seperti mengetahui kebutuhan pelanggan melalui kuis, polling, dan tanya jawab. Untuk meningkatkan penjualan, toko Allea Outfit juga menggunakan live streaming tiktok dan instagram untuk meningkatkan penjualan. Produk yang dijual melalui live streaming tiktok dan instagram biasanya lebih murah karena toko Allea Outfit menawarkan voucher diskon untuk menarik pelanggan untuk berbelanja online. Toko Allea Outfit memiliki kesempatan untuk meningkatkan penjualan dan pertumbuhan lebih lanjut dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang berhasil.

## SIMPULAN

Studi menunjukkan bahwa pemasaran digital memainkan peran penting sebagai cara yang mudah dan dapat diakses untuk memasarkan produk kepada pelaku bisnis dan berbagai organisasi lainnya. Belanja online sekarang lebih populer daripada belanja langsung di toko fisik berkat kemajuan teknologi digital. Belanja online sangat diminati oleh pelanggan karena waktu, biaya, dan energi yang dihemat.

Toko Allea Outfit terutama menggunakan Instagram dan Tiktok sebagai media sosial. Karena konten di media tersebut lebih mudah diakses dan didistribusikan, produk menjadi lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak fitur yang memudahkan pemasaran bisnis, seperti banyaknya sampel musik dan video yang menarik. Bahkan live streaming dapat meningkatkan daya beli dan daya tarik pelanggan dengan konten yang menarik dan inovatif. Jika Allea Outfit Shop melihat peluang untuk meningkatkan penjualan, mereka harus memanfaatkan momentum.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Hafiz, R. K., Syah, F., Kusangraini, M., Alfriandica, A., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Digital Marketing terhadap Penjualan UMKM Seblak Teh Betty. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30369-30375.
- Aulia, R., Dewita, S. A., Afrina, W., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital yang Efektif dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31179-31184.
- Aziz, R. A. (2020). E-Book Digital Marketing Content
- Erwin, S. E., MM, C., Elia Ardyan, S. E., Ilyas, M. A., SE, M., Ariasih, M. P., & Kom, M. DIGITAL MARKETING.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12-20.
- Juliandra, G., Gunawan, M. I., Tanjung, N., Fajar, M., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5249-5253.

- Keytimu, E. S., Bunga, M., Dhae, Y. K., & Fanggidae, A. H. Analisis Digital Marketing Dalam Penjualan Majalah Kesehatan Pada Pt. Medika Star Kota Kupang.
- Lestari, V. (2023). *Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekan Baru Menurut Ekonomi Syariah* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Pratiwi, A. C., Nofirda, F. A., & Akhmad, I. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Produk Import Pada Perdagangan Elektronik Aliexpress. *DeReMa (DevelopmentofResearch Management): JurnalManajemen*, 17(2), 223-241.
- Prayoga, A. W., & Yuliana, Y. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Herbal Di Toko Herbal Al-Mubarak Banjarnegara: Analysis Of Digital Marketing Strategies To Increase Sales Of Herbal Products At Al-Mubarak Herbal Shop Banjarnegara. *Study of Applied Marketing Journal*, 1(1), 23-33.
- Widya, F., Asrila, W., Ilahi, B. D. W., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Teknologi Digital dan Daya Tarik Konsumen terhadap Produk UMKM Di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27858-27864.