

## Penerapan Strategi Promosi Melalui Media E-Commerce Pada Toko Prima Sejahtera

Golan Hasan<sup>1</sup>, Janes Tan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Manajemen, Universitas Internasional Batam  
e-mail: [golan.hasan@uib.ac.id](mailto:golan.hasan@uib.ac.id)<sup>1</sup>, [2141156.janes@uib.edu](mailto:2141156.janes@uib.edu)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini membahas penerapan strategi promosi melalui media *e-commerce* pada Toko Prima Sejahtera, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan daya saing di era digital. Media *e-commerce* dipilih karena potensi luasnya jangkauan dan efisiensinya dalam menjangkau konsumen secara langsung. Strategi yang diterapkan meliputi penggunaan iklan digital, optimasi *platform marketplace*, penawaran diskon khusus, dan program loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi promosi ini berhasil meningkatkan kesadaran merek, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Selain itu, integrasi data pelanggan melalui *e-commerce* memungkinkan Toko Prima Sejahtera untuk memahami preferensi konsumen, sehingga dapat merancang promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Dengan demikian, penggunaan *e-commerce* sebagai media promosi memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis Toko Prima Sejahtera, sekaligus menunjukkan pentingnya adaptasi teknologi dalam industri ritel. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan lebih lanjut dalam analisis data dan inovasi strategi promosi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, E-commerce, Penjualan, Toko Ritel, Pemasaran Digital*

### Abstract

This research discusses the implementation of promotional strategies through e-commerce media at Toko Prima Sejahtera, which aims to increase sales and competitiveness in the digital era. E-commerce media was chosen because of its potential reach and efficiency in reaching consumers directly. The strategies implemented include the use of digital advertising, marketplace platform optimization, special discount offers, and customer loyalty programs. The results showed that the implementation of these promotional strategies successfully increased brand awareness, expanded market share, and significantly increased sales. In addition, the integration of customer data through e-commerce allows Toko Prima Sejahtera to understand consumer preferences, so that it can design more effective and targeted promotions. Thus, the use of e-commerce as a promotional medium contributes positively to the growth of Toko Prima Sejahtera's business, while demonstrating the importance of technological adaptation in the retail industry. This research recommends further development in data analysis and promotional strategy innovation to face increasingly fierce competition.

**Keywords:** *Promotion Strategy, E-commerce, Sales, Retail Store, Digital Marketing*

### PENDAHULUAN

Toko Prima Sejahtera adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang ritel dan grosir bahan bangunan, melayani berbagai kebutuhan konstruksi dan renovasi. Perusahaan ini menyediakan berbagai produk seperti semen, pasir, kerikil, hingga aplus untuk berbagai kebutuhan konstruksi. Selain itu, mereka juga menyediakan cat dalam berbagai warna dan jenis, serta berbagai perlengkapan seperti kuas dan peralatan lainnya yang diperlukan untuk proyek bangunan, dengan fokus pada kualitas dan harga yang kompetitif. Dengan jaringan distribusi yang luas dan layanan pelanggan yang responsif, Toko Prima Sejahtera bertujuan untuk menjadi solusi utama bagi konsumen dan kontraktor dalam memenuhi kebutuhan bahan bangunan, baik untuk

proyek skala kecil maupun besar. Toko Prima Sejahtera masih tergolong ramai di dunia nyata saat ini, tetapi sayangnya, penjualan daringnya tampaknya tidak begitu. Bisnis *online* mereka belum mencapai potensinya, meskipun pengunjung toko fisik mereka masih cukup banyak. Dalam era teknologi yang terus berkembang, Prima Sejahtera menghadapi tantangan khusus untuk mengimbangi bisnis *offline* dan *online*. Agar mereka dapat memanfaatkan potensi pasar *online* yang lebih besar, pihak mereka mungkin perlu memperbarui strategi pemasaran *online* mereka (Hasan, 2024).

Toko Prima Sejahtera, yang bergerak di bidang toko bangunan, akan memanfaatkan strategi promosi melalui media *e-commerce* dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting. Pertama, dalam proyek ini, akan dilakukan analisis menyeluruh profil Toko Prima Sejahtera, yang mencakup sejarah perusahaan, visi dan misi, produk yang mereka tawarkan, dan target pasar yang ingin mereka capai. Kami akan menemukan berbagai alat dan strategi pemasaran *e-commerce* yang cocok untuk industri toko bangunan. Ini mencakup penggunaan *platform* media sosial, kampanye iklan *online*, situs *web e-commerce*, dan pendekatan email marketing yang efektif (Kabupaten et al., 2023).

Dengan memulai langkah pembuatan media sosial di *platform* Shopee, Toko Prima Sejahtera memiliki beberapa target. Salah satunya adalah untuk melibatkan pelanggan melalui komentar, reaksi, dan interaksi lainnya. Penulis berharap untuk membangun hubungan yang lebih erat dan berkelanjutan dengan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, target tambahan Prima Sejahtera adalah untuk meningkatkan penjualan di internet. Mereka berharap dapat meningkatkan penjualan produk bangunan secara signifikan dengan menggunakan media sosial untuk menarik pelanggan ke toko *online* Shopee mereka (Friadi, 2022). Untuk mengukur pengaruh strategi kami, kami juga akan berkonsentrasi pada melacak dan mengukur aktivitas media sosial kami. Ini akan mencakup melacak pertumbuhan pengikut, keterlibatan, konversi penjualan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk meningkatkan kehadiran online Prima Sejahtera dalam industri dan memaksimalkan manfaat dari media sosial (Damayanti et al., 2023).



**Gambar 1. Toko Prima Sejahtera, Sumber: Penulis (2024)**

Toko Bangunan Prima Sejahtera dapat mencapai berbagai hasil konkret yang dapat diukur dan diamati sebagai hasil dari luaran kegiatan pembuatan media sosial yang disebut *shiningstar\_batam* di toko online Shopee (Hasan & Aulia, 2024). Beberapa efek eksternal yang diharapkan dari proyek ini termasuk:

1. Profil Media Sosial yang Aktif: Prima Sejahtera akan memiliki profil media sosial yang aktif yang berisi informasi yang relevan tentang produk, layanan, dan penawaran yang tersedia di Shopee.
2. Konten Berkualitas Tinggi: Prima Sejahtera akan membuat konten yang berkualitas tinggi, termasuk gambar produk yang menarik dan deskripsi yang informatif, yang akan meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan.

3. Tanggapan terhadap Pertanyaan Pelanggan: Prima Sejahtera akan meningkatkan kemampuan mereka untuk menjawab pertanyaan pelanggan dengan lebih baik.
4. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan yang ada melalui interaksi media sosial yang positif dapat menghasilkan lebih banyak retensi dan loyalitas pelanggan.

Luaran ini menunjukkan hasil dari upaya Shopee yang berhasil untuk Toko Bangunan Prima Sejahtera untuk pembuatan media sosial dan bagaimana hal itu berdampak positif pada penjualan, citra merek, dan interaksi pelanggan dalam e-commerce.

## METODE

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendalami dan menjelaskan fenomena sosial secara menyeluruh dengan melihat konteks, pengalaman, dan perspektif orang-orang yang terlibat (Sugiyono, 2013). Mengumpulkan data yang relevan untuk melaksanakan strategi promosi melalui media e-commerce di toko Prima Sejahtera. Untuk menyelesaikan laporan kerja praktek ini, teknik pengumpulan data berikut digunakan:

1. Observasi: melihat bagaimana pelanggan berinteraksi dengan platform e-commerce Toko Prima Sejahtera dengan melihat iklan atau penawaran khusus.
2. Wawancara: mengumpulkan umpan balik langsung dari pelanggan dan staf internal Toko Prima Sejahtera tentang strategi promosi melalui tanggapan pelanggan terhadap program promosi khusus.
3. Dokumentasi: mengumpulkan dokumen atau data tertulis untuk mendukung analisis strategi promosi, misalnya dengan menyimpan catatan tentang komentar atau ulasan produk di media sosial.

Untuk menerapkan strategi promosi melalui media e-commerce di toko Prima Sejahtera, ada beberapa langkah yang harus dilakukan.

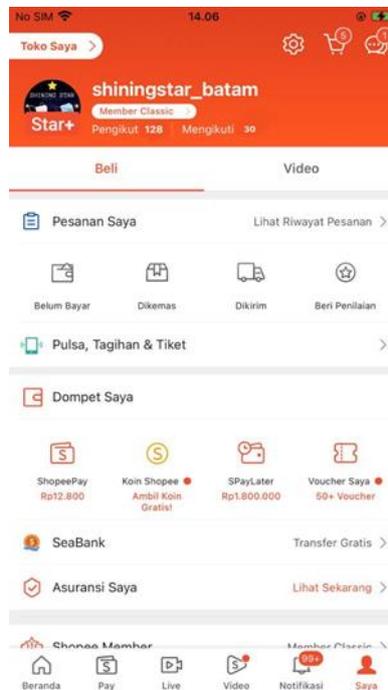
1. Lakukan analisis situasi untuk menentukan tujuan promosi dan sasaran yang ingin dicapai oleh toko. Kemudian, lakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal toko.
2. Tentukan *Target Audience*: Tentukan audiens tujuan promosi ini. Apakah mereka pelanggan tetap, pelanggan potensial baru, atau segmen pasar tertentu.
3. Membuat Pesan Promosi: Pertimbangkan tujuan dan nilai-nilai merek Toko Prima Sejahtera saat membuat pesan promosi. Pastikan pesan tersebut menarik dan relevan dengan target audiens.
4. Memilih Media *E-commerce*: Pilih *platform e-commerce* yang akan digunakan untuk kampanye pemasaran.
5. Desain dan Materi Promosi Kreatif: Buat materi promosi yang menarik dan mencolok, seperti foto, video, atau teks. Pastikan desain sesuai dengan identitas merek Toko Prima Sejahtera.
6. Menentukan Anggaran Promosi: Tentukan berapa banyak uang yang akan digunakan untuk kampanye promosi Anda, dan pastikan bahwa anggaran tersebut mencakup biaya untuk periklanan online, pembuatan konten promosi, dan biaya terkait lainnya.
7. Penjadwalan Kampanye: Rencanakan jadwal kampanye promosi dengan mempertimbangkan waktu mulai, durasi, dan akhir, serta peristiwa atau musim yang dapat memengaruhinya.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Toko Prima Sejahtera akan dapat membuat dan menerapkan strategi promosi yang lebih efisien melalui media e-commerce, yang akan meningkatkan visibilitas merek dan mendorong pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

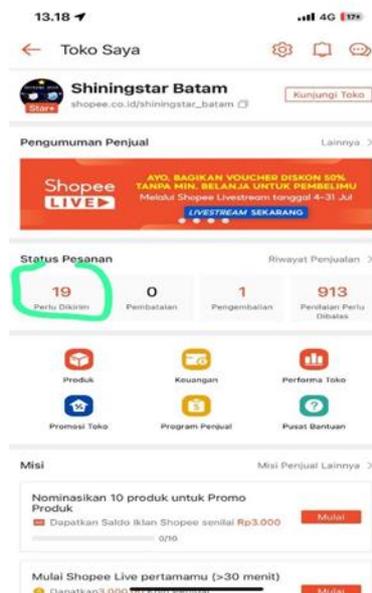
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah penulis menerapkan promosi dan konten berkualitas tinggi di Toko Prima Sejahtera, yang disebut *Shiningstar\_batam*, di *platform e-commerce* Shopee, terjadi peningkatan besar dalam penjualan dan peningkatan jumlah pengikut (*follower*) di akun Shopee. Perbedaan ini dapat dilihat melalui data visual yang menunjukkan bagaimana toko beroperasi melalui media sosial selama beberapa bulan setelah promosi.

Toko Prima Sejahtera menghadapi kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan menumbuhkan pengikut yang signifikan sebelum menerapkan strategi promosi di *platform e-commerce* Shopee. Meskipun telah beroperasi, toko ini belum berhasil mencapai peningkatan yang cepat dalam dua aspek tersebut. Akibatnya, toko ini menyadari betapa pentingnya membuat strategi promosi yang efektif di Shopee untuk meningkatkan visibilitas produk, menarik minat pelanggan, dan memperluas jangkauan audiens potensial untuk mencapai pertumbuhan yang diinginkan dalam *platform e-commerce* tersebut.



**Gambar 2. Sebelum Melakukan Promosi, Penulis (2024)**

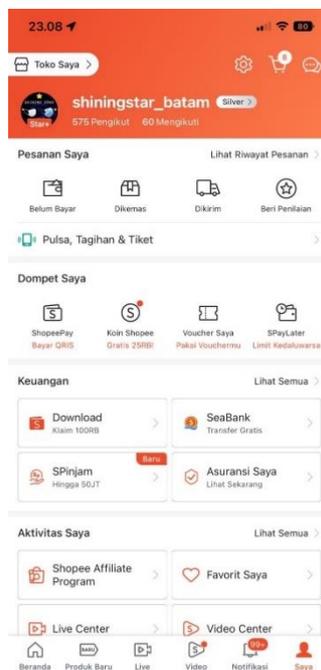


**Gambar 3. Penjualan Sebelum Melakukan Promosi, Penulis (2024)**

Toko Bangunan Prima Sejahtera di Batam mencapai sejumlah hasil yang positif setelah menerapkan strategi promosi yang terstruktur di *platform e-commerce* Shopee. Pertama dan terpenting, toko dapat mempertahankan kehadiran online yang konsisten melalui profil media

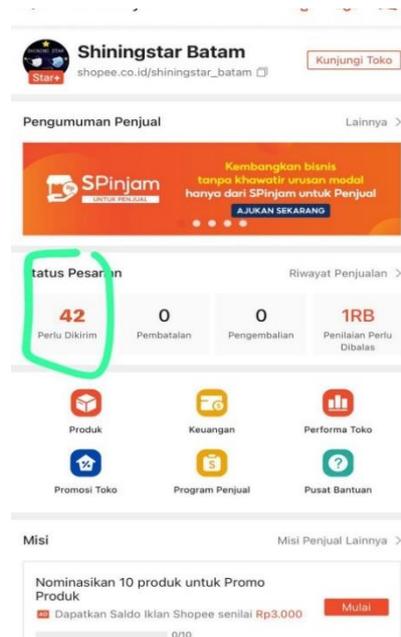
sosial yang aktif. Profil ini tidak hanya meningkatkan visibilitas toko tetapi juga memungkinkan interaksi terus-menerus dengan pelanggan dan membangun komunitas online yang lebih kuat.

Pembuatan konten berkualitas tinggi, tahap kedua, juga berdampak positif. Toko berhasil menarik pelanggan potensial dengan menyampaikan informasi produk dengan cara yang menarik dan informatif. Konten berkualitas tinggi memperkuat posisi toko di industri bahan bangunan karena membangun reputasi merek yang kuat dan dapat diandalkan di mata pelanggan. Salah satu faktor penting dalam membangun hubungan yang positif dengan klien adalah tanggapan yang cepat dan efektif terhadap pertanyaan mereka. Toko Bangunan Prima Sejahtera berhasil membangun pengalaman berbelanja yang lebih personal dan membangun kepercayaan pelanggan dengan menjawab pertanyaan dan umpan balik pelanggan dengan baik. Peningkatan loyalitas pelanggan, langkah keempat dalam strategi promosi, juga menghasilkan hasil yang memuaskan. Toko Bangunan Prima Sejahtera berhasil mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan setia dengan menyediakan program loyalitas yang menarik. Diskon khusus, penawaran eksklusif, dan program loyalitas mendorong pelanggan untuk tetap memilih Toko Bangunan Prima Sejahtera untuk semua bahan bangunan yang mereka butuhkan. Secara keseluruhan, penerapan strategi ini menunjukkan bahwa toko dapat membangun kehadiran yang kuat, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mempertahankan peningkatan loyalitas yang berkelanjutan.



**Gambar 4. Setelah Melakukan Promosi, Penulis (2024)**

Setelah penulis menerapkan promosi dan konten berkualitas tinggi di Toko Prima Sejahtera, yang disebut Shiningstar\_Batam, di platform e-commerce Shopee, terjadi peningkatan penjualan pada toko online tersebut. Bukti data visual *screenshot* ialah sebagai berikut:



**Gambar 5. Penjualan Setelah Melakukan Promosi, Penulis (2024)**

## SIMPULAN

Toko Prima Sejahtera adalah penyedia bahan bangunan dan material terkemuka di Kota Batam. Toko ini menjadi destinasi utama bagi pembangun, kontraktor, dan masyarakat umum di sekitarnya karena menyediakan berbagai jenis bahan untuk proyek konstruksi, perbaikan, atau renovasi rumah. Toko ini memiliki banyak keunggulan, bukan hanya menyediakan produk berkualitas tinggi, tetapi lokasinya yang strategis di Komplek Ruko Aku Tahu Blok F No. 5 & 6, Sei Panas, Batam Kota, memungkinkan pelanggan memenuhi kebutuhan mereka dengan cepat dan efisien. Toko Prima Sejahtera telah membangun reputasi yang kuat dengan menjadi pilihan utama di industri bahan bangunan. Sangat membantu proyek konstruksi dan perbaikan di wilayah tersebut karena keberadaannya. Toko ini terus melayani pelanggan dengan profesionalisme dan menjadi bagian penting dari kemajuan pembangunan dan renovasi Kota Batam dengan menekankan kualitas produk dan pelayanan yang handal.

Penelitian kualitatif, metode pelaksanaan yang digunakan oleh penulis untuk Toko Prima Sejahtera, menunjukkan pendekatan yang mendalam dan menyeluruh untuk strategi promosi melalui media *e-commerce*. Toko ini mampu mengumpulkan data dengan baik dengan fokus pada interpretasi konteks, pengalaman, dan perspektif individu yang terlibat dalam fenomena sosial. Pendekatan kualitatif memungkinkan toko untuk merinci strategi yang lebih tepat sesuai dengan kebutuhan target audiensnya karena memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang preferensi dan respons pelanggan terhadap promosi yang dijalankan.

Hasil dan luaran dari penerapan strategi promosi di *platform e-commerce* Shopee dengan akun *Shiningstar\_batam* menunjukkan bahwa upaya tersebut berhasil. Peningkatan penjualan yang signifikan menunjukkan daya tarik dari kampanye promosi yang dijalankan, sementara peningkatan jumlah pengikut di akun Shopee menunjukkan pengakuan dan minat yang semakin meningkat dari konsumen. Data visual yang menunjukkan kinerja toko selama beberapa bulan setelah peluncuran promosi menjadi alat evaluasi yang berguna yang menunjukkan manfaat dari pendekatan media sosial yang telah diterapkan.

Analisis data visual dan metode penelitian kualitatif memberikan dasar yang kuat untuk terus mengoptimalkan strategi promosi. Oleh karena itu, Toko Prima Sejahtera memiliki kemampuan untuk terus beradaptasi dengan perubahan keinginan dan kebutuhan pelanggan, memastikan keberlanjutan kesuksesan dalam industri *e-commerce*.

Pembuat konten berkualitas tinggi telah terbukti menjadi bagian penting dari strategi promosi yang sukses. Toko Prima Sejahtera dapat mempertahankan minat pelanggan dan membedakan diri dari pesaing dengan terus menyajikan informasi produk secara menarik dan

informatif. Toko dapat mempertahankan ketertarikan pelanggan dan bahkan menarik perhatian segmen pasar baru dengan konten yang terus diperbarui dan relevan. Hubungan dengan pelanggan telah diperkuat karena respons yang cepat dan ramah terhadap pertanyaan mereka. Toko harus terus memprioritaskan tanggapan yang cepat dan solutif untuk mempertahankan semangat ini. Keterlibatan pelanggan yang aktif di *platform* Shopee akan menjadi kunci keberlanjutan kesuksesan, karena pertanyaan dan umpan balik pelanggan akan memberikan kesempatan untuk peningkatan dan inovasi. Oleh karena itu, Toko Prima Sejahtera memiliki kemampuan untuk terus membangun fondasi yang kokoh untuk memperluas bisnisnya di pasar *e-commerce*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, A. A. S. E. R., Wiarini, P. P., Nyoman, N., & Yasa, K. (2023). *Strategi Pemasaran Pada Café Alleyway di Kota Denpasar*. 1(6), 125–133.
- Friadi, J. (2022). Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 4(1), 71–77. <https://doi.org/10.33884/jpb.v4i1.4712>
- Hasan, G. (2024). *Pengembangan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Mantap Yong Tahu di Kota Batam*. 5(1), 445–452.
- Hasan, G., & Aulia, G. (2024). *Pengembangan Inovasi Pemasaran Terhadap Kedai TRGODA Pakcik Menggunakan E-commerce*. 4.
- Kabupaten, D. I., Zamihu, J. Z., & Muhaimin, O. (2023). *E-COMMERCE DALAM a \**, *Tries Handriman Endang Wulandari Jamain*. 132–135.
- Sugiyono. (2013). *Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian*. 1, 1–9.