

## Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Konsep Open Reseller

Yunila Dwi Putri Ariyanti<sup>1✉</sup>, Didin Herlinudinkhaji<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Sains dan Matematika, Universitas Diponegoro, Indonesia

<sup>2</sup> Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ivet, Indonesia

### Info Articles

*Sejarah Artikel:*

Dikirim 6 Maret 2023

Direvisi 3 April 2023

Disetujui 16 April 2023

*Keywords:*

*digital marketing, e-commerce, optimization, reseller, swot analysis*

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital melahirkan transaksi e-commerce yaitu metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan secara daring, tetapi pembayaran dan pengiriman utama barang/jasa tidak harus dilakukan secara daring. Berbagai media penjualan e-commerce seperti website, marketplace, media sosial dan pesan instan dimanfaatkan oleh pelaku bisnis mengoptimalkan strategi pemasarannya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu dengan pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Optimalisasi strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Arsyah Bookstore sebagai usaha yang bergerak dalam penjualan buku parenting, anak dan mainan edukasi. Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menggunakan analisis SWOT diperoleh strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dengan konsep reseller. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran dengan konsep open reseller dapat meningkatkan penjualan. Dengan berfokus pada pemasaran dan optimalisasi penjualan, Arsyah Bookstore memilih untuk melakukan pendekatan personal kepada reseller menjahaskan konsumen dan reseller yang loyal sehingga dapat meningkatkan penjualan.

### Abstract

*The development of digital technology results in e-commerce transactions that are methods specifically designed for the purpose of receiving or placed orders online, but the primary payment and delivery of goods/services does not have to be done online. Various e-commerce sales media such as websites, marketplaces, social media and instant messaging are utilized by business people optimizing their marketing strategies. The method used in this study is qualitatively descriptive. Data collection is done by interview, observation, and documentation. Optimization of marketing strategies is done to increase sales at Arsyah Bookstore as a business engaged in the sale of parenting books, children, and educational toys. By identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats using SWOT analysis obtained marketing strategies to increase sales with the reseller concept. The results of the research showed that marketing strategies with the concept of open resellers can increase sales by focusing on marketing and optimization of sales, Arsyah Bookstore chooses to take a personalized approach to resellers to produce loyal consumers and resellers so as to increase sales.*

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan pengguna internet yang semakin meningkat hal tersebut di dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengenalkan dan menjual produknya dengan mengubah metode transaksi jual beli. Transaksi yang awalnya dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli kini bisa dilakukan hanya melalui gawai dan perangkat lainnya dengan berbasis elektronik atau yang disebut e-commerce (Adam dkk, 2020). Electronic Commerce (E-Commerce) berdasarkan Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) 2009 adalah penjualan atau pembelian barang/jasa, yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan, tetapi pembayaran dan pengiriman utama barang/jasa tidak harus dilakukan secara online. Dalam transaksinya, e-commerce menggunakan beberapa media penjualan diantaranya website, marketplace, pesan instan dan media sosial (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Kehadiran e-commerce merubah cara pandang dan perilaku masyarakat dalam bertransaksi. salah satu hal penting yang membedakan dan menjadi tantangan dalam bisnis secara online adalah kepercayaan. Semua pelaku usaha baik formal maupun non-formal berlomba untuk memaksimalkan kemudahan dan fasilitas teknologi digital untuk pemasaran produk maupun jasanya. Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan yang terdiri dari proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan sasaran perseorangan dan organisasi (Kotler dan Keller, 2016). Arsyia Bookstore merupakan salah satu usaha non-formal yang berada di Kota Bogor didirikan pada Tahun 2019 dengan fokus penjualan adalah menjual buku-buku islami dan mainan edukasi anak. Dalam proses pemasaran produknya, Arsyia Bookstore memaksimalkan penjualan tidak hanya dari penjual ke konsumen akhir namun juga menggunakan kesempatan bagi penjual lainnya untuk dapat membantu menjualkan produknya yaitu dengan sistem reseller. Untuk mengoptimalkan pemasarannya, Arsyia Book Store menggunakan konsep reseller (penjual kembali) yaitu orang yang membeli produk dari distributor atau supplier dengan harga yang lebih murah dari pasaran, untuk di jual kembali dengan harapan mendapatkan sejumlah keuntungan dari penjualan barangnya tersebut (Noviyani, 2020). Dari berbagai metode e-commerce yang ada, Arsyia Bookstore memilih untuk pengoptimalkan pada pesan instan.

## METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yaitu pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek-aspek kecenderungan, non perhitungan numerik, situasional deskriptif dan interview mendalam (Sapti & Haryanti, 2017). Berdasarkan pendekatan kualitatif, maka penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif yaitu tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi melainkan bertujuan membuat deskripsi yang secara sistematis, faktual dan akurat (Rizki et al., 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara secara daring dengan pemilik dan reseller, serta observasi secara langsung proses transaksi penjualan yang dilakukan oleh reseller. Pengamatan dilakukan selama tiga bulan dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2021 melalui media e-commerce marketplace, media sosial dan pesan instan.

Jenis data yang digunakan adalah data prime dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dan pengamatan secara langsung terhadap subyek dan objek yang diteliti, wawancara dilakukan kepada informan yang telah ditentukan (*purposive sample*) yaitu pemilik dan reseller. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data bukti-bukti dokumentasi atau kepustakaan terkait topik yang sedang diteliti. Sampel yang diambil adalah reseller dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sample* yaitu menunjuk sampel atau informan terlebih dahulu untuk

mendapatkan tujuan penelitian, selanjutnya menggunakan teknik simple random sampling yaitu sampel diambil secara acak untuk mendapatkan generalisasi yang lebih tinggi. Total reseller yang dimiliki oleh Arsyah Bookstore tahun 2021 adalah 78 reseller, sampel diambil dari reseller yang telah bergabung di Tahun 2021 secara acak dari berbagai wilayah asal reseller sampai memperoleh informasi yang cukup sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penyajian data ditampilkan dalam bentuk deskripsi atau narasi yang logis dan sistematis, kegiatan dilakukan dengan menafsirkan analisa kualitatif terhadap wawancara dan observasi yang mendalam terhadap yang didukung dengan observasi dan referensi sehingga menghasilkan kesimpulan. Analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) yaitu analisa manajemen bisnis dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu menyusun perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Hendrawan, 2021). Selain dijelaskan dalam bentuk deskripsi, analisa SWOT juga dapat ditampilkan dalam bentuk matriks. Analisis tersebut berguna untuk menggambarkan kondisi usaha saat ini. Analisis SWOT jika digambarkan dalam bentuk matriks ditampilkan pada tabel 1.

**Tabel 1** Analisis SWOT dalam bentuk matrik (Hendrawan, 2021)

| IFAS                                | Kekuatan<br>(Strength) | Kelemahan<br>(Weakness) |
|-------------------------------------|------------------------|-------------------------|
| EFAS                                |                        |                         |
| Kesempatan/Peluang<br>(Opportunity) | Strategi SO            | Strategi WO             |
| Ancaman (Threat)                    | Strategi ST            | Strategi WT             |

Strategi SO, Strategi ini dibuat dalam rangka memanfaatkan semua kekuatan yang ada dan peluang yang terbuka untuk peningkatan bisnis. Strategi WO dibuat dengan meminimalkan kelemahan yang ada namun tetap melihat peluang kemajuan bisnis atau usaha. Strategi ST merupakan strategi yang perlu dikembangkan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki namun juga harus mengendalikan ancaman yang muncul dari luar maupun dari dalam. Sedangkan strategi WT merupakan strategi dengan melihat segala kelemahan dan ancaman yang ada (Hendrawan, 2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Arsyah Bookstore merupakan bisnis dalam penjualan buku parenting, buku anak dan mainan edukasi menggunakan strategi pemasaran e-commerce. Buku diperoleh dari penerbit dan mendisplay atau memajang beberapa buku di lokasi usaha. Media penjualan e-commerce yang dipilih oleh Arsyah Bookstore adalah marketplace, sosial media, dan pesan instan. Untuk dapat mengoptimalkan pemasarannya, Arsyah Bookstore menggunakan konsep open reseller yaitu memberi kesempatan kepada oranglain untuk membantu menjual kembali produk yang dimiliki. Konsep ini dioptimalkan dengan cara menjalin komunikasi dan keeratan hubungan antara pemilik dan reseller melalui fasilitas pembuatan grup pada pesan instan. Keunikan pada konsep reseller yang diterapkan pada Arsyah Bookstore adalah terletak pada cara membina hubungan dengan para reseller. Prinsip pemilik Arsyah Bookstore adalah kepercayaan dan kualitas. Prinsip ini optimalkan untuk menjaga dan membuat reseller merasa ikut memiliki produk yang dijual, sehingga produk yang dijual kembali ke orang lain akan ditawarkan dengan maksimal. Sehingga output yang dihasilkan bukan hanya keuntungan berupa uang namun juga nilai kemanfaatan produk, karena banyak reseller yang juga membeli produk untuk digunakan sendiri.

Kekuatan (*Strength*) pada analisis SWOT jika di aplikasikan dalam pemasarannya, Arsyah Bookstore mempunyai kelebihan konsep reseller yang diterapkannya tersebut membuat usaha tersebut tumbuh dengan cepat. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah reseller yang semakin

bertambah setiap tahunnya. Dari Tahun 2019 sebelum pandemi sampai tahun 2021 jumlah reseller mengalami peningkatan, hal tersebut menunjukkan bahwa kondisi pandemi tidak mempengaruhi usaha Arsyas Bookstore. Pemilik meyakini bahwa kelebihan usaha yang dijual bukan hanya memberikan keuntungan namun juga memberikan nilai lebih yaitu kepercayaan, kualitas, dan kemanfaatan. Beberapa teknik yang digunakan dalam membina reseller antara lain pembinaan grup reseller menjadi sebuah tim, pemberian reward kepada reseller yang mendapatkan omset paling banyak dalam satu tahun, adanya evaluasi reseller secara berkala, diberikan sarana untuk saling mengenal antar reseller, reseller diberikan tips parenting melalui grup pesan instan.

Arsyas Bookstore masih memfokuskan pemasaran dengan media pesan instan, meskipun pemasaran melalui sosial media seperti telegram dan marketplace juga dilakukan, namun Arsyas Bookstore belum memiliki website, hal tersebut menjadi salah satu kelemahan (*weakness*) karena adanya website menjadi sarana pendukung yang dapat meningkatkan kualitas produk dan mengenalkan keberadaan usaha. Penjualan buku parenting, buku anak dan mainan edukasi masih memiliki peluang yang luas karena bisnis tersebut memiliki pangsa pasar tersendiri di masyarakat. Para Orangtua yang menyadari pentingnya buku untuk anak-anak mereka tidak begitu mempertimbangkan harga maupun dalam kondisi pandemi, karena nilai kemanfaatan produk tersebut lebih mereka utamakan. Analisis peluang (*opportunity*) inilah yang terus dioptimalkan oleh Arsyas Bookstore. Arsyas Bookstore dengan konsep reseller tidak selalu berjalan lancar, ada beberapa reseller yang memutuskan untuk tidak bergabung lagi atau sebagai reseller tidak aktif hal tersebut menjadi evaluasi Arsyas Bookstore karena hal tersebut dapat menjadi ancaman (*threats*) dalam optimalisasi penjualan. Sebagai ancaman dari luar adalah adanya persaingan dari luar untuk produk yang sama. Analisis SWOT pada Arsyas Bookstore bila digambarkan dalam bentuk matriks ditampilkan pada tabel 2.

**Tabel 2** Analisis strategi pada Arsyas Bookstore

| IFAS                                    | Kekuatan (Strength)   | Kelemahan (Weakness)   |
|---|---|--|
| EFAS                                    |   |  |
| <b>Kesempatan/Peluang (Opportunity)</b> | <p><b>Strategi SO</b></p> <p>Mengoptimalkan penggunaan pemasaran digital yang telah ada dengan membangun media website untuk memperluas pemasaran</p> | <p><b>Strategi WO</b></p> <p>Mengoptimalkan penggunaan pemasaran digital dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan serta menjaga hubungan baik dengan tim reseller</p>               |
| <b>Ancaman (Threat)</b>                 | <p><b>Strategi ST</b></p> <p>Meningkatkan pelayanan yang lebih kepada pembeli dan pelanggan</p>   | <p><b>Strategi WT</b></p> <p>Meningkatkan pemasaran digital yang sudah ada dengan menawarkan produk melalui cara yang unik dan menarik meskipun belum semua media e-commerce digunakan</p> |

### SIMPULAN

Berbagai media pemasaran e-commerce yang ada, media yang digunakan oleh Arsyia Bookstore adalah marketplace, media sosial dan pesan instan. Namun, untuk meoptimalkan pemasaran, Arsyia Bookstore menggunakan konsep reseller dengan membuat grup pada pesan instan. Hal tersebut dipilih untuk membuat usaha penjualan buku parenting, buku anak dan mainan edukasi tersebut tidak hanya berkembang sendiri namun juga tumbuh dan memberi kemanfaatan bagi banyak pihak khususnya reseller. Arsyia Bookstore mengedepankan konsep reseller dengan cara membina hubungan yang baik dengan reseller, memberikan bonus bagi reseller yang melakukan penjualan yang paling banyak dalam periode tertentu, dan menjadikan mereka bekerja dalam sebuah tim, sehingga menumbuhkan rasa memiliki yang besar dengan usaha tersebut. Dengan Penerapan digital marketing dalam pemasarannya dapat meningkatkan penjualan produk Arsyia Bookstore. Dengan didukung oleh tim reseller yang kuat, Arsyia Bookstore dapat menghasilkan konsumen yang loyal dan mempertahankan usahanya tanpa ada dampak yang signifikan selama masa pandemi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwanti (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 03(1).
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127–138. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v7i2.4505>
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Manajemen 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Luthfi, Adam; Anggraini, Nia, dkk. 2020. *Statistik e-commerce 2020*. Badan Pusat Statistik
- Noviyani, F. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan (Agen/Reseller) Roti Brian PT. Nissin Biscuits Indonesia Di Kabupaten Semarang. *Bisecer*, 3(1), 27–41.
- Rizki, D. A. Al, Bustaman, U., & Pramana, S. (2021). Pemanfaatan Big Data Marketplace Terhadap Profil Ekonomi Digital Daerah Sektor Perdagangan Di Kalimantan Barat, Indonesia. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2020(1), 695–703. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.474>