

## PENGEMBANGAN USAHA AYDAN MOSLEM STORE MENGGUNAKAN PEMASARAN DIGITAL

Quini Nur Fauziah<sup>1</sup>, Aries Kurniawan<sup>2</sup>  
Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Gresik

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran digital pada usaha Aydan Moslem Store dalam pengembangan bisnisnya. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif fenomenologi. Pengumpulan data penelitian menggunakan sumber data primer dan sekunder berupa hasil wawancara serta observasi terhadap informan terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik usaha telah dengan baik memanfaatkan dan menerapkan pemasaran secara digital atau melalui berbagai macam marketplace. Dengan melakukan beberapa strategi yang telah disusun dan dilaksanakan berdasarkan pengalaman dan riset.

**Kata Kunci:** Pengembangan Usaha, Pemasaran Digital, Analisis Kapabilitas Dinamik

**Abstract** *This research aims to determine the digital marketing strategy of the Aydan Moslem Store business in developing its business. This research was conducted using qualitative phenomenological methods. Research data collection uses primary and secondary data sources in the form of interview and observations of related informants. The results of this research show that business owners have properly utilized and implemented digital marketing or through various marketplaces. By carrying out several strategies that have been prepared and implemented based on experience and research.*

**Keywords:** *Business Development, Digital Marketing, Dynamic Capability Analysis*

## Pendahuluan

Potensi ramainya pasar pada busana muslim dipengaruhi oleh faktor masyarakat Indonesia mayoritas beragama muslim. Berkembangnya dunia *fashion* busana muslim membuat masyarakat dapat mengikuti trend modern dalam berpakaian tanpa menghilangkan hakikat menutup aurat itu sendiri. Bukan hanya kalangan perempuan, *fashion* pada busana muslim pria juga berkembang. Sudah banyak designer yang menawarkan berbagai macam model. (Umi, 2019)

Dengan adanya fakta tersebut, mulai muncul berbagai macam *Online Shop* yang mengambil bidang usaha busana muslim tersebut, terlebih di kota Gresik, dimana Gresik merupakan kota yang mempunyai penduduk mayoritas muslim, bahkan kota ini dikenal sebagai kota santri.

Pengembangan usaha pada bidang *fashion* busana muslim tidak begitu asing lagi di kalangan masyarakat. Bahkan busana muslim merupakan pakaian yang mereka kenakan dalam kehidupan sehari-hari, bukan hanya untuk ibadah namun masyarakat kadang kala menggunakan busana muslim tersebut pada aktivitas yang lain.

Aydan Moslem Store merupakan salah satu bisnis bidang *online shop* busana muslim di kota Gresik. Usaha ini dijalankan oleh perorangan oleh pemilik usaha sendiri termasuk bagaimana mengembangkan bisnisnya. *Online shop* ini menyediakan pakaian muslim pria dengan harga dan kualitas yang cukup bagus.

Dalam pengembangan usahanya, pemilik usaha ini memanfaatkan media sosial serta market place sebagai perantara untuk mendapatkan konsumen. Usaha yang sudah dijalankannya kurang lebih selama satu tahun ini cukup menjanjikan. Kualitas barang yang dihasilkan sangat sesuai dengan harga yang diberikan. Banyak konsumen yang tertarik dengan design yang diberikan oleh aydan moslem store.

Sifat pasar online sangat dinamis dan membutuhkan perubahan yang cepat, dan produk perlu mengambil langkah yang tepat untuk bertahan dan bersaing. Strategi komunikasi pemasaran termasuk hal yang penting dan serius dalam sistem penjualan produk secara online. (Pemasaran & Busana, 2017). Pemasaran secara online sudah menjadi sistem komunikasi yang begitu penting tidak hanya bagi kalangan produsen namun juga pada konsumen. (Aprilya, 2017)

Perdagangan online melakukan hal yang sama seperti perdagangan tradisional, namun memiliki keuntungan karena dapat berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan dan keuntungan suatu usaha. Perdagangan secara online bersifat fleksibilitas, dimana dapat memangkas biaya pemasaran dalam menyampaikan informasi mengenai produk kepada kalangan konsumen. (Studi et al., 2017)

Pemasaran produk secara online hanya cukup perlu mendigitalisasi informasi tentang barang yang dijual dan meletakkannya pada server atau web yang menyediakan tempat untuk penjualan online. Sistem pemesanan dapat diterima secara 24 jam dalam 7 hari karena memiliki jangkauan yang luas di internet. (Studi et al., 2017)

Penjualan secara online memiliki peluang yang begitu besar untuk mendapatkan keuntungan atau pendapatannya. Tetapi disisi lain, banyak persaingan bahkan ketat diantara para pelaku usaha terlebih pemilik usaha dibidang yang sama. Pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengetahui keinginan konsumen agar tertarik dengan produk yang dihasilkan atau dijual. (Subagyo & Safitri, 2019)

Kondisi persaingan pada perdagangan online (*e-commerce*) dibidang ini cukup kompetitif. Dikarenakan begitu banyak pengusaha yang bergerak dibidang yang sama, juga bergerak di

penjualan secara online. Serta bergerak di penjualan online membutuhkan marketing yang baik serta strategis agar toko mudah ditemukan dan dapat dipercaya oleh konsumen, hal tersebut membutuhkan waktu, tenaga, serta pikiran yang lama. (Studi et al., 2017)

Berdasarkan beberapa pemaparan mengenai penjualan secara online bahkan bagaimana persaingannya, maka pelaku usaha dituntut untuk membuat rancangan yang tepat agar proses pengembangan bisnisnya dapat berjalan dengan baik. Peran pemilik usaha Aydan Moslem Store sangatlah penting dalam mengembangkan bisnisnya di pasar online, bagaimana toko tersebut dapat dikenal dan dapat bersaing dengan usaha yang lainnya yang bahkan mungkin lebih unggul.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemilik usaha memanfaatkan platform digital yang ada untuk digunakan sebagai media promosi dan bagaimana pemilik usaha dalam mengoptimalkan promosi produknya untuk mengembangkan usahanya.

## **Metode**

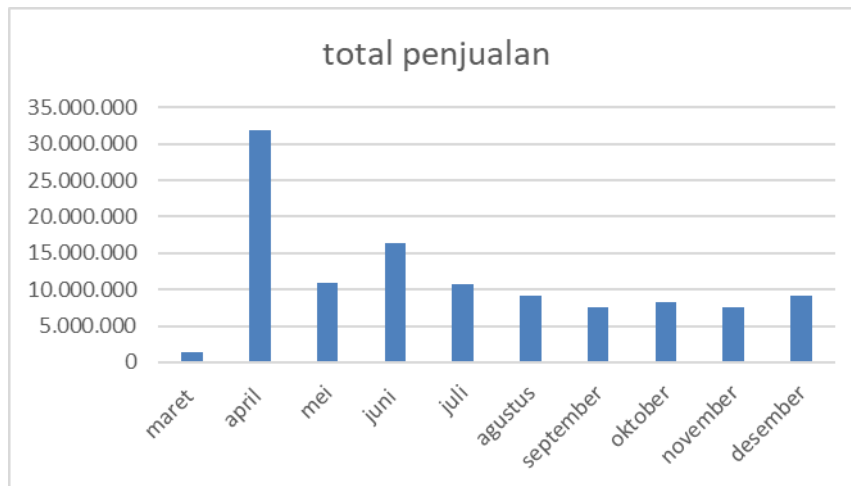
Metode penelitian yang digunakan dalam studi kasus ini adalah jenis penelitian fenomenologi dengan metode kualitatif. Hasil dari metode penelitian kualitatif berupa data tertulis dan lisan tentang orang-orang dan perilaku yang diamati. (Puspita, 2019)

Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan seluruh data dan kondisi obyek atau objek penelitian, menganalisis dan membandingkannya berdasarkan kenyataan yang ada, memberikan solusi permasalahan dan memberikan informasi terkini. Secara umum penelitian deskriptif adalah suatu kegiatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu peristiwa atau gejala dalam suatu sistem yang sistematis, berdasarkan fakta dan akurat. (Puspita, 2019)

Pendekatan kualitatif memiliki kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri ketika terjun ke lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrument utama untuk proses pengumpulan data yang dapat berhubungan langsung dengan objek penelitian. (Puspita, 2019)

## **Hasil dan Pembahasan**

Gambar 1. Grafik Penjualan Shopee Selama 2023



Penjualan pada shopee diawali di bulan Maret dengan jumlah 1,4 Juta, nominal yang masih rendah karena Aydan Moslem Store baru memulai. Aydan Moslem Store membuat akun di shopee untuk memanfaatkan *moment*, dimana bulan tersebut mulai mendekati hari raya idul fitri. Jumlah penjualan sangat meningkat pada *moment* tersebut di bulan April sebanyak 31,8 Juta.

Di bulan Mei mengalami penurunan dengan nominal penjualan 10,9 Juta. Selain idul fitri, *moment* hari raya idul adha juga di dimanfaatkan oleh owner untuk tetap meningkatkan penjualannya, terjadi pada bulan Juni dengan nominal 16,4 Juta. Di bulan Juli, mengalami penurunan karena moment hari raya telah selesai, jumlah penghasilan sebanyak 10,8 Juta.

Lalu di bulan selanjutnya, meskipun *moment* hari raya telah selesai, Aydan Moslem Store tetap konsisten untuk menggunakan iklan guna peningkatan penjualannya. Di bulan Agustus nominal penjualan sebanyak 9,1 Juta, September sebanyak 7,6 Juta, Oktober 8,2 Juta, November 7,5 Juta dan di bulan Desember 9,1 Juta. Aydan Moslem Store selalu berupaya untuk selalu meningkatkan penjualan busana muslim nya. Karena busana muslim merupakan pakaian yang selalu dipakai oleh masyarakat muslim dalam menjalankan ibadahnya maupun sebagai pakaian sehari-hari.

Hasil analisis kapabilitas dinamik :

1. Kapabilitas penginderaan lingkungan

Dalam mengenal pasar, Aydan Moslem Store selalu mengikuti trend atau apa yang baru dari pasar. Mulai dari bagaimana pengembangan strategi dalam marketplace nya atau fitur yang lainnya. Dalam melakukan strategi pemasaran digitalnya, Aydan Moslem Store selalu menganalisa, mempelajari serta memperluas strategi nya dalam mengetahui apa yang sedang terjadi pada pasar. Dengan memanfaatkan semua fitur yang ada pada marketplace atau pun media sosial juga merupakan bentuk strategi yang dilakukan oleh Aydan Moslem Store. Melakukan interaksi pada media digital atau marketplace yang dimiliki adalah hal terpenting yang harus dilakukan. Mengadakan live streaming seperti penjual lain supaya memudahkan pembeli dalam melihat detail produk, mengikuti event yang disediakan marketplace, mengadakan promo, dan membuat konten atau upload video detail produk juga merupakan hal yang harus diutamakan dalam pasar digital sekarang supaya dapat menarik konsumen.

2. Kapabilitas yang diubah dan diperbaharui

Dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh Aydan Moslem Store, selalu mengadakan evaluasi pada bagaimana performa yang diperoleh toko online nya, serta menentukan beberapa strategi baru untuk tetap terus membuat tokonya selalu naik. Memanfaatkan

marketplace sebagai media untuk penjualan produk merupakan hal yang penting dalam pemasaran digital. Namun penjualan tidak akan bertambah jika tidak ada interaksi yang dilakukan pada media tersebut. Aydan Moslem Store selalu menganalisa serta mengevaluasi performa pada toko online nya. Jika performa dari toko mengalami penurunan, maka akan harus ada strategi baru yang dilakukan diantaranya yakni mengubah deskripsi produk, judul atau nama produk, serta menambah variasi produk. Hal tersebut dilakukan untuk menaikkan kembali performa toko dalam pencarian konsumen serta sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan.

### 3. Kapabilitas fleksibilitas teknologi

Dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh Aydan Moslem Store, sudah dengan baik memanfaatkan dan berusaha selalu konsisten dalam melakukan interaksi kepada konsumen melalui media digital. Aydan Moslem Store memanfaatkan digitalisasi era yang sedang terjadi. Memanfaatkan marketplace sebagai media untuk mendapatkan konsumen. Beberapa strategi yang digunakan oleh Aydan Moslem Store yakni membuat promosi serta iklan. Beberapa diantaranya yakni membuat potongan harga saat pembeli cekout di live streaming, atau saat melakukan pembelian di minimal transaksi yang telah ditentukan. Membuat iklan di beberapa platform seperti shopee atau akun instagram, supaya menaikkan performa toko.

### 4. Kapabilitas fleksibilitas organisasional

Dalam usaha busana muslim ini, pemilik usaha memanfaatkan tenaga karyawan dengan tujuan untuk mempermudah dalam menjalankan bisnis yang dimilikinya. Tugas yang diberikan kepada karyawan ini beberapa diantaranya yakni mengadakan live streaming, menjadi *Customer Service* untuk memudahkan para konsumen dalam proses jual-beli produk, menjadi admin untuk media sosial serta marketplace yang dimiliki. Dengan memiliki karyawan, dapat memudahkan proses berjalannya strategi yang dijalankan dalam mengembangkan bisnisnya. Tugas daripada owner adalah memantau perkembangan bisnisnya, membuat strategi baru untuk meningkatkan penjualan, menganalisa pasar.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamblan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dapat menarik beberapa kesimpulan diantaranya yakni :

Aydan Moslem Store sudah melakukan pemasaran digital yang sudah cukup baik dengan memanfaatkan beberapa platform digital serta lapak marketplace yang tersedia.

Dalam melakukan strategi untuk pemasaran digitalnya, Aydan Moslem Store memanfaatkan fitur pada media digital, selain itu Aydan Moslem Store juga mengadakan promosi, potongan harga, iklan serta beberapa cara yang lain untuk menaikkan performa toko baik secara *online* maupun *offline*.

## Daftar Referensi

Aprilya, T. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENINGKATKAN KEPERCAYAAN CUSTOMER DI*. 5(1), 13–23.

Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). 濟無No Title No Title No Title. *NBER Working Papers*, 89.

Issa, J., Tabares, I., Objek, P. B. B., Hasil, L., Informasi, T., Aradea, Ade Yuliana, H. H., Pattiserlihun,

- A., Setiawan, A., Trihandaru, S., Fisika, P. S., Sains, F., Kristen, U., Wacana, S., Diponegoro, J., Jawa, S., Indonesia, T., Putra, R. L., Hidayat, B., ... Adhitya Putra, D. K. T. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1), 2019. [http://www.ghbook.ir/index.php?name=های رسانه و فرهنگ&option=com\\_dbook&task=readonline&book\\_id=13650&page=73&chkhashk=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component%0Ahttp://www.albayan.ae%0Ahttps://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=APLIKASI+PENGENA](http://www.ghbook.ir/index.php?name=های رسانه و فرهنگ&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chkhashk=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component%0Ahttp://www.albayan.ae%0Ahttps://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=APLIKASI+PENGENA)
- Pemasaran, S. K., & Busana, P. (2017). *Sarastuti: Strategi Komunikasi Pemasaran*. 16(01), 71–90.
- Puspita, O. S. (2019). Metode Penelitian. *Metode Penelitian Ilmiah*, 84(2019), 487–492.
- Situmorang, J. R. (2018). Mengenal Lebih dalam Apa itu Kapabilitas Dinamik. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 20–27.
- Studi, P., Tata, P., Teknik, F., & Jakarta, U. N. (2017). *Strategi pemasaran busana pada perdagangan online*.
- Subagyo, W. H., & Safitri, Y. (2019). *PEMBELIAN ONLINE BUSANA MUSLIM DI INDUSTRI NANAD HIJAB*. 13(2), 178–188.