
PENGAPLIKASIAN *DIGITAL MARKETING TOOLS* TERHADAP QBEE NAIL SALON

Oleh:

Anthoni Sentoso¹, Angeline², Angela Adriyanti Yang³, Dennis Yang⁴, Leonard Suryadi Yusuftan⁵, Whitney Ong⁶

Universitas Internasional Batam

E-mail: ¹anthoni.sentoso@uib.ac.id, ²2041062.angeline@uib.edu,

³2041385.angela@uib.edu, ⁴2041085.dennis@uib.edu, ⁵2041256.leonard@uib.edu,

⁶2041244.whitney@uib.edu

Article History:

Received: 24-04-2023

Revised: 06-05-2023

Accepted: 20-05-2023

Keywords:

Digital Marketing ;

Instagram ; Linktree ;

Mailchimp ; Whatsapp

Business ; Digital Marketing

Tools

Abstract: *Research on the application of digital marketing tools was conducted at Qbee Nail Salon, which is located in Batam City, with the aim of helping MSMEs in increasing their audience to profit. A descriptive research method was used with the collection of primary and secondary data sources. The results are in the form of application of tools such as Whatsapp Business, Mailchimp, Instagram to Linktree. As for suggestions that can be given in the form of further learning about the tools that have been implemented, put them to good use and use them consistently, in order to maintain and increase the performance level of Qbee Nail Salon's branding.*

PENDAHULUAN

Pada era digital sekarang tentunya semua pihak dihimbau untuk mengikuti lajunya perkembangan teknologi dan media yang canggih. Strategi *marketing* sendiri merupakan peran yang penting pada dunia bisnis yang dimana para pelaku bisnis bertanggung jawab akan mengaplikasikan strategi yang tepat untuk mencapai market luas. Dapat dikatakan juga berhasil atau tidaknya sampai dengan keberlangsungan hidup suatu perusahaan semua bergantung pada strategi *marketing* yang dilakukan [1].

Strategi marketing sendiri banyak jenisnya, salah satunya adalah *digital marketing*, yang dimana merupakan strategi bisnis yang paling relevan untuk menghadapi era sekarang. *Digital marketing* sendiri menggunakan instrumen digital, seperti internet sampai dengan aplikasi, yang membantu menghubungkan setiap pihak tanpa ada batasan jarak, waktu hingga tempat [2].

Pengaplikasian *digital marketing* sendiri tergolong mudah untuk dilakukan, terutama bagi para pemilik usaha kecil dan menengah, yang dimana merupakan salah satu pendorong akan peningkatan perekonomian dan juga menciptakan lapangan kerja [3]. Dengan mengaplikasikan *digital marketing* pada bisnisnya, tentunya akan sangat membantu UMKM dalam peningkatan *audiences* sampai dengan *profit*. Maka dari itu, dilakukannya penelitian sebagai berikut untuk membantu UMKM dalam penerapan *digital marketing*.

LANDASAN TEORI***Digital Marketing***

Pemasaran digital merupakan sebuah strategi pemasaran yang melibatkan konsumen dengan pihak perusahaan dalam kegiatan bisnis melalui web sehingga kedua pihak dalam melakukan transaksi secara langsung demi memajukan sebuah produk atau jasa [4]. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, pemasaran lebih mudah dilakukan melalui sosial media, internet, email dan lain-lain. Hal ini tentunya akan membantu perusahaan dalam promosi bisnis, meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan bisnis dan mengurangi biaya dalam melakukan pemasaran. Berbagai manfaat dari pemasaran digital antara lain sebagai berikut :

1. Meningkatkan jangkauan, pemasaran digital dapat membantu perusahaan dalam menarik perhatian calon konsumen di berbagai daerah bahkan negara.
2. Meningkatkan pengalaman pelanggan, pemasaran digital membantu perusahaan lebih mudah memahami perilaku konsumen sehingga dapat mempermudah perusahaan dalam penawaran produk sesuai permintaan konsumen.
3. Meningkatkan analisis, pemasaran digital mempermudah dalam melakukan analisis terhadap perusahaan seperti kinerja, keuangan, peluang dan lain-lain.
4. Meningkatkan fleksibilitas, pemasaran digital membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran sesuai dengan tren pasar dan permintaan konsumen.
5. Meningkatkan profitabilitas, pemasaran digital membantu perusahaan dalam mengurangi biaya operasional perusahaan dalam hal pemasaran dan meningkatkan profit yang lebih besar sehingga perusahaan dapat melakukan alokasi dana pada bidang lainnya.

Whatsapp Business

Whatsapp business merupakan sebuah aplikasi yang dapat mempermudah komunikasi antara pihak perusahaan dengan pelanggan. Pada tahun 2020, tercatat sekitar lebih dari 5 juta orang yang menggunakan whatsapp business dimana terdiri dari para pelaku UMKM. *Whatsapp business* menyediakan beberapa fitur seperti katalog untuk mempromosikan produk maupun layanan, *respond chat* otomatis selama kegiatan berbelanja [5].

Mailchimp

Mailchimp adalah platform pemasaran yang digunakan untuk membantu bisnis dalam melakukan komunikasi dengan target konsumen melalui email dan media sosial. Fitur yang ada di mailchimp seperti template design email, otomatisasi pemasaran, alat segmentasi konsumen, alat pembuatan laman landas. Mailchimp juga ada fitur analisis laporan sehingga perusahaan dapat menghitung tingkat keberhasilan pemasaran.

Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto, video, story dan lain-lain. Sama seperti *whatsapp business* dan *mailchimp*, *instagram* juga memiliki fitur-fitur seperti berbagi video pendek (*stories* dan *reels*), berbagi video dengan durasi yang lebih lama (IGTV), memudahkan pengguna dalam mencari sesuatu yang relevan (*explore* dan *hashtags*). Menurut Rahmayani [6], terdapat beberapa manfaat dari menggunakan instagram yaitu :

- Informasi yang ditampilkan lengkap.
- Dapat mengetahui permintaan pengguna sehingga pemasaran lebih efektif.

- Mudah diakses.
- Tampilan *user-friendly*.
- Memudahkan pengguna dalam komunikasi.
- Dapat di *download*.

Linktree

Menurut Renova [7], *linktree* merupakan sebuah platform yang dapat digunakan untuk membuat link karena kemudahan dalam mendesain dengan berbagai tautan didalamnya. Pengguna dapat membuat semua tautan di dalam satu tempat dan dibagikan di media sosial seperti instagram, facebook dan lain-lain. Linktree sendiri juga memiliki tools-tools seperti :

- *Link Button*, berfungsi untuk penambahan tautan.
- *Instagram bio*, berfungsi untuk mengubah berbagai tautan di bio instagram secara langsung.
- *Analytics*, berfungsi untuk menganalisis informasi-informasi.
- *Customization*, digunakan untuk mempermudah pengguna dalam melakukan desain.
- *Integrations*, digunakan untuk menghubungkan ke platform lain.
- *Team linktree*, berfungsi untuk melakukan kolaborasi dengan pihak linktree dalam pengelolaan linktree.

METODE PENELITIAN

Penelitian atas *digital marketing* yang dilakukan pada Qbee Nail Salon yang terletak di BCS Mall, Pulau Batam, Kepulauan Riau. Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian jenis deskriptif [8] yang dimana dengan penggunaan data yang dimana lebih condong atas analisa dan hasilnya didapatkan langsung dari tempat.

Sumber data yang digunakan pada penelitian berikut merupakan sumber baik dari data primer, yang dimana untuk sumber data primernya dikumpulkan secara langsung dari hasil wawancara dengan pemilik dari Qbee Nail Salon [9]. Dengan melakukan wawancara, maka dapat dikumpulkan informasi yang dapat digunakan untuk penelitian. Untuk sumber data sekunder sendiri dikumpulkannya data dari studi seperti jurnal, artikel, buku, internet dan literatur lainnya, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan [10].

Berikut merupakan pertanyaan yang diajukan selama berwawancara dengan pemilik toko Qbee Nail Salon, dengan tujuan untuk mengetahui informasi terkait *digital marketing* dari toko:

1. Apa yang anda ketahui tentang *Digital marketing*?
2. Menurut anda seberapa pentingnya *Digital Marketing* di era sekarang?
3. Kira-kira *platform* apa saja yang ingin anda gunakan untuk mempromosikan usaha anda?
4. Kira-kira dari penerapan *marketing*, apakah anda memiliki target yang diinginkan?
5. Apakah ada rencana untuk mengubah penerapan *marketing* pada sosial media yang digunakan saat ini?
6. Apa yang membuat Qbee Nail berbeda dari toko lain?

HASIL DAN PEMBAHASAN

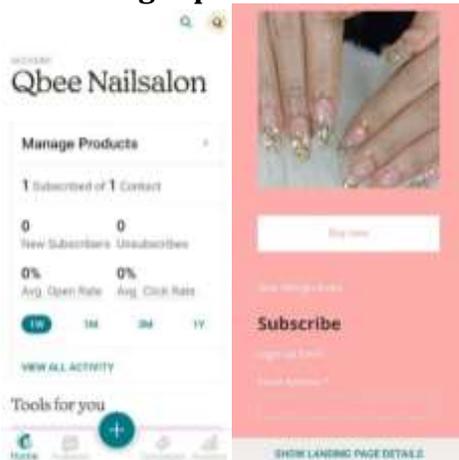
Digital Marketing Qbee Nail Salon

Sebelum dilakukan pengembangan strategi pemasaran digital, Qbee Nail Salon telah menggunakan akun media sosial Instagram dan platform chatting Whatsapp untuk mendukung operasional brand. Namun, kedua akun tersebut masih kurang memanfaatkan

fitur – fitur bisnis. Qbee Nail Salon sebelumnya masih menggunakan Whatsapp personal untuk bertukar pesan dengan pelanggan dan akun Instagram belum mencantumkan linktree. Pada bio Instagram @qbee_nail, meskipun mencantumkan nomor Whatsapp yang bisa dihubungi pada lokasi yang berbeda, namun sedikit lebih kompleks bagi pelanggan karena mereka tidak dapat langsung klik nomor tersebut, melainkan harus memasukan ke daftar kontak terlebih dahulu sebelum dapat menghubunginya. Sehingga kebanyakan pelanggan Qbee nail datang dari customer yang sudah langganan.

Dengan pengembangan strategi pemasaran digital, Qbee Nail Salon dapat memudahkan target audiens untuk mengakses berbagai channel bisnis lainnya yang dimiliki brand hanya dengan satu klik, meningkatkan keterlibatan konsumen serta *traffic* di setiap channelnya, serta memudahkan Qbee Nail Salon untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan pelanggannya.

Hasil Pengimplementasian Mailchimp pada Qbee Nail Salon



Berdasarkan gambar hasil pengimplementasian Mailchimp pada Qbee Nail Salon di atas, dapat diketahui bahwa pada saat gambar tersebut sedang diambil, Qbee Nail Salon telah memiliki jumlah *subscriber* sebanyak satu dan jumlah kontak sebanyak satu. Dengan informasi akun ini, maka Qbee Nail Salon dapat mengetahui dan mengamati sejauh mana usaha mereka telah berkembang dengan data-data yang telah tersedia.

Kemudian pada gambar kedua, dapat diketahui gambar tersebut merupakan halaman jasa yang disediakan oleh Qbee Nail Salon untuk konsumen, dengan mengakses halaman tersebut maka konsumen dapat mengisi *e-mail* mereka pada kolom *e-mail* yang telah disediakan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai jasa yang ditawarkan Qbee Nail Salon.

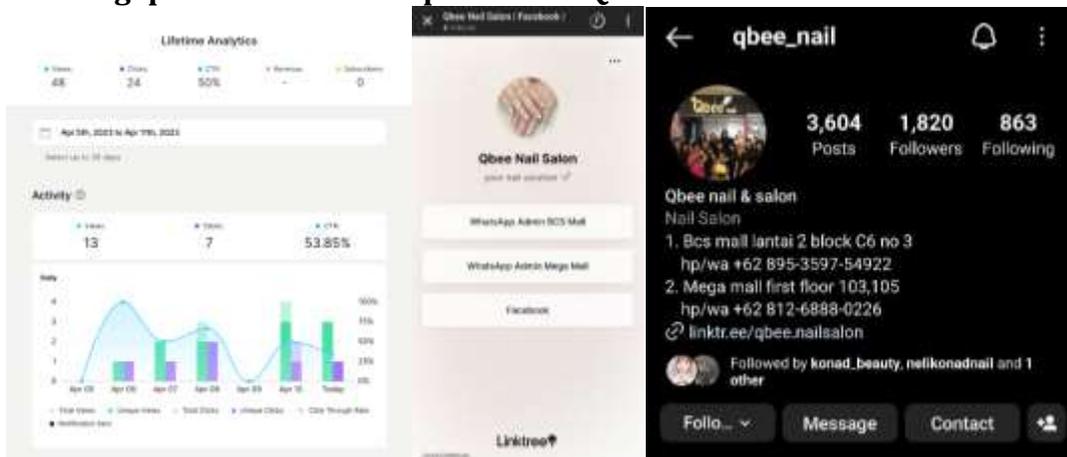
Hasil Pengimplementasian Instagram pada Qbee Nail Salon

1.1 Perubahan Design Foto pada Akun Qbee Nail Salon



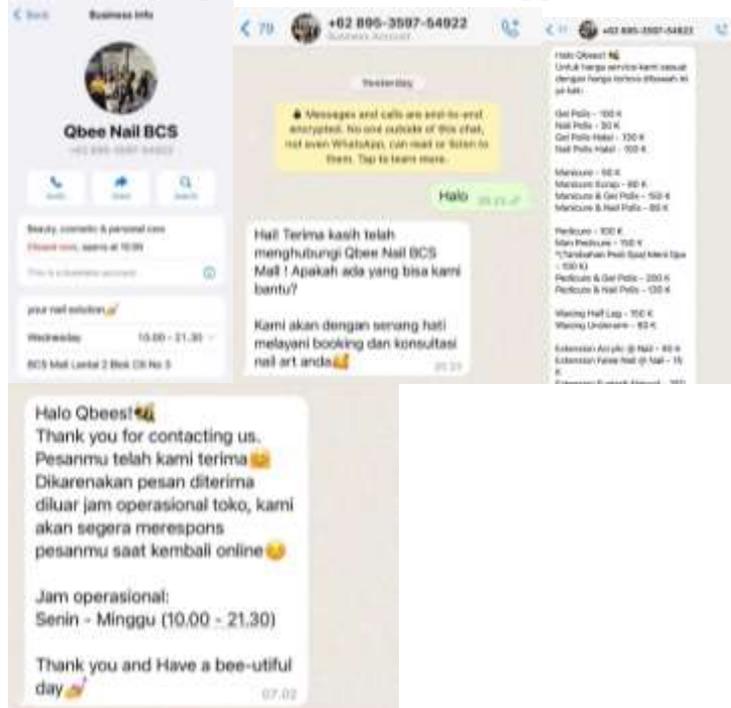
Gambar pertama menunjukkan postingan foto yang selama ini diunggah oleh Qbee Nail Salon pada akun instagramnya @qbee_nail, sementara gambar kedua merupakan hasil perubahan pada postingan setelah proses pengeditan tanpa menghilangkan ciri khas dari Qbee Nail Salon. Tujuan dari perubahan bentuk unggahan ini adalah untuk menambahkan kesan yang lebih indah pada foto *design* kuku Qbee Nail Salon agar dapat menarik perhatian para konsumen untuk mengunjungi dan melihat-lihat hasil karya *design* Qbee Nail Salon. Tidak hanya itu saja, logo dari Qbee Nail Salon juga ditambahkan ke dalam foto tersebut dengan tujuan untuk memperkuat *branding* Qbee Nail Salon di benak target audiens serta untuk menghindari terjadinya pengambilan atau penyalahgunaan foto milik Qbee Nail Salon oleh pihak lain.

1.2 Pengaplikasian Linktree pada Akun Qbee Nail Salon



Dengan mencantumkan Linktree pada akun Instagram Qbee Nail Salon, brand dapat mempermudah konsumen untuk mengakses tautan yang dibagikan oleh brand. Hanya dengan satu klik, konsumen dapat langsung diantarkan ke sebuah halaman seperti pada gambar kedua yang menyediakan 3 pilihan, sehingga konsumen dapat memilih kontak yang ingin mereka hubungi untuk mendapatkan informasi yang lebih lanjut terhadap Qbee Nail Salon. Tujuan dari pengaplikasian Linktree pada akun Instagram Qbee Nail Salon itu sendiri adalah agar dapat memudahkan para konsumen untuk menghubungi pihak Qbee Nail Salon tanpa melalui proses yang rumit dan dengan proses yang gampang tersebut akan memperbesar tingkat ketertarikan calon konsumen untuk mencoba atau menggunakan jasa-jasa yang disediakan oleh Qbee Nail Salon. Bagi brand sendiri, Linktree juga memungkinkan brand untuk mengetahui berapa jumlah audiens yang menjangkau tautan dalam jangka waktu tertentu serta mengukur rasio klik tayang (CTR) pada tautan tertentu.

Hasil Pengimplementasian WhatsApp Business Qbee Nail Salon



Dengan beralih pada penggunaan Whatsapp Business, Qbee Nail Salon kini dapat mencantumkan berbagai informasi penting terkait brand pada profil akun seperti deskripsi usaha, jam operasional, alamat lengkap, hingga email yang dapat mempermudah pelanggan menghubungi, mengunjungi, dan memahami Qbee Nail Salon dengan lebih baik. Tidak hanya itu saja, pemanfaatan fitur – fitur yang tersedia pada Whatsapp Business seperti *greetings*, *quick message*, dan *away message* juga membantu Qbee Nail Salon dalam menyampaikan informasi dan membalas pesan pelanggan secara otomatis, sehingga komunikasi tetap dapat terjalin dengan baik bahkan diluar jam kerja sekalipun. Dengan begitu, Qbee Nail Salon tidak hanya dapat memberikan kesan yang lebih professional pada pelanggan, tetapi juga meningkatkan efisiensi komunikasi dan kredibilitas usaha, serta membangun hubungan yang lebih baik lagi dengan setiap pelanggannya.

KESIMPULAN

Kurangnya pemanfaatan Whatsapp Business dan Linktree pada akun Instagram tidak hanya dapat mempersulit akses pelanggan ke channel bisnis lainnya yang dimiliki brand, tetapi juga berpotensi mengurangi keterlibatan konsumen dan *traffic* di setiap channel. Oleh karena itu, strategi digital marketing diperlukan Qbee Nail Salon agar dapat memaksimalkan atau memperkuat branding mereka kepada konsumen dengan berbagai perubahan yang telah diaplikasikan, seperti sistem Whatsapp Business yang terotomatisasi untuk membalas pesan dari konsumen, fitur Linktree yang memudahkan konsumen untuk terhubung ke berbagai *channel* yang dimiliki *brand*, perubahan postingan pada Instagram Qbee Nail Salon ke arah yang lebih modern, dan pengaplikasian *Mailchimp* untuk memperkuat pemasaran *brand*. Dengan pengembangan strategi digital marketing, maka *branding* Qbee Nail Salon akan semakin kuat sehingga dapat menarik lebih banyak audiens untuk berkunjung dan

mencoba jasa *design* kuku yang ditawarkan Qbee Nail Salon.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada Qbee Nail Salon adalah untuk mempelajari lebih lanjut mengenai aplikasi-aplikasi yang telah diimplementasikan pada usaha tersebut dan memanfaatkan aplikasi yang telah diimplementasikan tersebut dengan baik dan menggunakannya secara konsisten, agar dapat mempertahankan sekaligus meningkatkan tingkat perfoma *branding* Qbee Nail Salon.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kemudahan dalam penulisan artikel yang berjudul "Pengaplikasian *Digital Marketing Tools* terhadap Qbee Nail Salon". Selain itu keberhasilan penulisan artikel juga tidak terlepas dari bantuan Bapak Anthoni Sentoso, S.M., M.M., selaku dosen pada mata kuliah pemasaran digital di Universitas Internasional Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Ayesha *et al.*, *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022.
- [2] D. Rapitasari, "DIGITAL MARKETING BERBASIS APLIKASI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN," *J. Cakrawala*, vol. 10, no. 2, pp. 107–112, 2016, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/236339673.pdf>.
- [3] A. P. Wati, J. A. Martha, and A. Indrawati, *Digital Marketing*, 1st ed. Malang: Edulitera, 2020.
- [4] M. E. Keke, "The use of digital marketing in information transport in social media: The example of Turkish companies," *Transp. Res. Procedia*, vol. 63, pp. 2579–2588, 2022, doi: 10.1016/j.trpro.2022.06.297.
- [5] G. S. Nugroho, M. Muchran, G. Hazmin, and A. Prasetyo, "Pelatihan Bisnis dan Marketing Digital Berbasis Aplikasi WhatsApp Business di SMA Sang Timur Yogyakarta," *J. Pengabd. UNDIKMA*, vol. 3, no. 3, p. 507, 2022, doi: 10.33394/jpu.v3i3.5948.
- [6] O. Rahmayani and R. Nofrialdi, "The Effect of Utilization of Social Media Instagram @Nanarfshop on Buying Interest of Fisipol Students University Ekasakti Padang," *J. Law Polit. Humanit.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–10, 2022.
- [7] A. Renova, A. Idrus, and S. Suratno, "Linktree Sebagai Multimedia Pembelajaran Online Dalam Pemahaman Konsep Sistem Persamaan Linear Dua Variabel (Spldv)," *J. Ilm. Bina Edukasi*, vol. 15, no. 2, pp. 101–115, 2022, doi: 10.33557/jedukasi.v15i2.2119.
- [8] Z. Saleh, "Pengembangan Potensi Diri Anak Melalui Program Kegiatan Islami Majelis Anak Shaleh Kota Parepare," *Cent. Libr. State Islam. Inst. Parepare*, vol. 1, pp. 9–25, 2021, [Online]. Available: <http://repository.iainpare.ac.id/2732/>.
- [9] N. I. Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi," *J. Ilm. Din. Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 202–224, 2017, [Online]. Available: <file:///C:/Users/user/Downloads/219-Article Text-804-1-10-20180328.pdf>.
- [10] W. Santoso, P. M. Sitorus, S. Batunanggar, F. T. Krisanti, G. Anggadwita, and A. Alamsyah, "Talent mapping: a strategic approach toward digitalization initiatives in the banking and financial technology (FinTech) industry in Indonesia," *J. Sci. Technol. Policy Manag.*, vol. 12, no. 3, pp. 399–420, 2020, doi: 10.1108/JSTPM-04-2020-0075.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN