

**STRATEGI TOKO KOPI GAYO DALAM MEMBANGUN BRAND TOKO
ONLINE DI MARKETPLACE TOKOPEDIA**

KARYA TULIS ILMIAH

JAHARUDIN

1805901010059



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTAIAN
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
ACEH BARAT
2023**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS PERTANIAN
MEULABOH-ACEH BARAT 23615, PO BOX 59
Laman : www.utu.ac.id, Email : pertanian@utu.ac.id

Meulaboh, 31 Oktober 2023

Program Studi : Agribisnis
Jenjang : Strata 1 (SI)

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

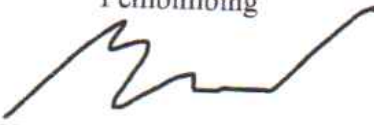
Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan karya ilmiah saudara :

Nama : Jaharudin
Nim : 1805901010059

Dengan Judul : Strategi Toko Kopi Gayo Dalam Membangun Brand Toko Online Di
Marketplace Tokopedia

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian Pada Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh.

Mengesahkan
Pembimbing


Yoga Nugroho, S.P., M.M.
NIP.198801062015041002

Mengetahui


Fakultas Pertanian
Dekan

Ir. Rusdi Faizin, M.Si
NIP.196308111992031001


Program Studi Agribisnis
Ketua

Teuku Athaillah, SP., M.Si
NIP.199107302018031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS PERTANIAN
MEULABOH – ACEH BARAT 23615, PO BOX 59
Laman : www.utu.ac.id, Email : pertanian@utu.ac.id

Meulaboh, 31 Oktober 2023

Program Studi : Agribisnis
Jenjang : Strata 1 (S1)

LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini telah menyatakan bahwa kami mengesahkan Karya Tulis Ilmiah saudara:

Nama : Jaharudin
Nim : 1805901010059

Dengan judul: Strategi Toko Kopi Gayo Dalam Membangun Brand Toko Online Di Marketplace Tokopedia

Menyetujui
Komisi Ujian

1. Yoga Nugroho, S.P., M.M.
(Ketua Sidang)
2. Dr. Rahmat Pramulya, S. TP., MM
(Ketua Penguji)
3. Dedy darmansyah, SP, M.Si
(Anggota Penguji)

Tanda Tangan

Mengetahui
Program Studi Agribisnis
Ketua,


Teuku Athaillah, SP., M.Si
NIP. 199107302018031001



Pamulang, 11 Oktober 2023

No. : 070/JPK/X/2023

Lampiran : -

Perihal : Surat Penerimaan Naskah Publikasi Jurnal

Kepada Yth:

Jaharudin

Yoga Nugroho

Universitas Teuku Umar Meulaboh Aceh Barat

Dengan hormat,

Terimakasih telah mengirimkan artikel ilmiah pada Jurnal Pemasaran Kompetitif dengan Judul : *Strategi Toko Kopi Gayo Dalam Membangun Brand Toko Online di Marketplace Tokopedia.*

Berdasarkan hasil review dan scan turnitin, artikel tersebut dinyatakan **DITERIMA** untuk dipublikasikan pada Jurnal Pemasaran Kompetitif Volume 7, Nomor 2, Februari 2023 ISSN NO. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893.

Demikian informasi ini disampaikan, atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

Jurnal Pemasaran Kompetitif



Dr. Nardi Sunardi, S.E.,S.T.,M.M

STRATEGI TOKO KOPI GAYO DALAM MEMBANGUN BRAND [1] TOKO ONLINE DI MARKETPLACE TOKOPEDIA

Jaharudin, Yoga Nugroho, SP., MM

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh Aceh Barat
Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh Aceh Barat
Jaharudinrijay@gmail.com
yoganugroho@utu.ac.id

Abstrak. Penelitian ini mendalami strategi pemasaran yang digunakan oleh "toko kopi gayo", sebuah toko kopi online yang menghadirkan cita rasa kopi eksklusif dari dataran tinggi gayo. Melalui wawancara mendalam dengan pemilik toko, analisis data transaksi, dan evaluasi materi promosi, penelitian ini membongkar strategi pemasaran yang telah memperkuat brand mereka di platform Tokopedia. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan gambar produk yang menawan dan deskripsi yang informatif telah menjadi pilar kesuksesan dalam menarik perhatian pelanggan. Manajemen ulasan dan feedback pelanggan juga memegang peranan krusial dalam mempertahankan kepercayaan dan membangun hubungan baik dengan konsumen. Selanjutnya, keterlibatan aktif dalam program promosi Tokopedia, seperti diskon dan flash sale, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas dan pertumbuhan penjualan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pemilik toko serupa yang berusaha memperkuat brand mereka di platform marketplace yang kompetitif.

Kata kunci: Strategi; brand; online; marketplace; tokopedia.

Abstract. This research explores the marketing strategy used by "toko kopi gayo", an online coffee shop that presents exclusive coffee flavors from the Gayo Highlands. Through in-depth interviews with the shop owner, analysis of transaction data, and evaluation of promotional materials, this research uncovers the marketing strategies that have strengthened their brand on the Tokopedia platform. Results show that the use of captivating product images and informative descriptions has been a pillar of success in attracting customer attention. The management of customer reviews and feedback also plays a crucial role in maintaining trust and building good relationships with consumers. Furthermore, active involvement in Tokopedia's promotional programs, such as discounts and flash sales, has had a positive impact on increasing visibility and sales growth. This research provides valuable insights for similar store owners seeking to strengthen their brand on a competitive marketplace platform.

Keywords: Strategy; brand; online; marketplace; tokopedia.

A. PENDAHULUAN

Industri kopi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini terlihat dari meningkatnya produksi dan konsumsi kopi di seluruh negeri. Faktor pertama yang berperan dalam pertumbuhan ini adalah kekayaan alam

Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia (Putri, 2020). Dengan lahan pertanian yang luas dan beragam iklim, Indonesia menjadi tempat ideal untuk penanaman kopi. Di samping itu, banyaknya petani lokal yang terlibat dalam industri ini juga memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Selain faktor alam, industri kopi di Indonesia juga didukung oleh meningkatnya minat dan apresiasi terhadap kopi di kalangan masyarakat (Wahyudi, 2023). Kebudayaan minum kopi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, baik sebagai ritual sosial maupun sebagai pengalaman pribadi. Kopi bukan lagi sekadar minuman, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Hal ini tercermin dari popularitas kedai kopi dan kafe yang terus bermunculan di berbagai kota besar, menciptakan lapangan kerja baru dan memajukan ekonomi lokal (Santoso, 2021).

Industri kopi mengalami transformasi signifikan dalam hal diversifikasi produk. Di samping kopi bubuk tradisional, kini terdapat tren peningkatan minat terhadap kopi spesialis, baik dalam bentuk biji maupun kemasan siap saji. Ini mencerminkan keinginan konsumen untuk mencoba berbagai rasa dan varietas kopi yang berbeda. Beberapa daerah di Indonesia bahkan telah berhasil memosisikan diri sebagai produsen kopi khusus dengan citra dan kualitas yang mendunia, seperti kopi Gayo dari Aceh dan kopi Toraja dari Sulawesi (Nugroho, 2021). Pertumbuhan industri kopi diiringi dengan sejumlah tantangan. Di antaranya adalah ketidakpastian iklim yang mempengaruhi produksi kopi dan harga bahan baku yang fluktuatif. Selain itu, perlu juga memperhatikan keberlanjutan industri ini, dengan memperhatikan aspek lingkungan dan kesejahteraan petani (Wijaya, 2020).

Tokopedia memberikan berbagai manfaat signifikan bagi pelaku bisnis dan konsumen di Indonesia. Pertama-tama, platform ini menyediakan akses yang luas bagi para pelaku bisnis, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah, untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara online (Siregar, 2018). Dengan jumlah pengguna yang besar dan jangkauan yang luas, Tokopedia memberikan peluang besar bagi bisnis untuk meningkatkan visibilitas mereka dan mencapai pasar yang lebih besar. Selain itu, Tokopedia menyediakan berbagai fitur dan alat yang memudahkan para penjual dalam mengelola toko online mereka, termasuk sistem pembayaran yang aman dan pengelolaan inventaris yang efisien (Prasetyo, 2019). Bagi konsumen, Tokopedia menawarkan kenyamanan dalam berbelanja secara online dengan banyaknya pilihan produk yang tersedia dari berbagai kategori. Fitur pencarian dan filter yang canggih memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang mereka cari. Selain itu, platform ini juga menyediakan berbagai promosi dan diskon yang menarik, memberikan nilai tambah bagi konsumen. Selain itu, Tokopedia memiliki jaminan keamanan transaksi dan kebijakan perlindungan konsumen yang memberikan kepercayaan dan rasa aman bagi para pembeli (Nugraha, 2019).

Dalam penelitian ini ini, membangun brand yang kuat di platform marketplace menjadi krusial bagi pemilik toko. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi yang diterapkan oleh Toko Kopi Gayo dalam membangun brand-nya di Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Kopi Gayo dalam membangun brand-nya di Tokopedia dan menilai dampaknya terhadap pertumbuhan penjualan.

B. LITERATUR REVIEW^[2]

Penelitian yang dilakukan oleh Winshery Tan, Elisa Nilla Sari Simanjuntak, Angela, Trillian Lim, Jesseline Chang, Ronaldo Tan Virgian, dan Syifa Nur Islam pada tahun 2021, dengan judul "Strategi Penjualan Digital Dan Branding Umkm Tanjungpinang Kedai Kopi Matahari Di Masa Pandemi Covid-19", memberikan gambaran yang sangat penting tentang bagaimana UMKM, seperti Kedai Kopi Matahari, dapat mengadaptasi diri terhadap kemajuan teknologi dan peran internet yang semakin signifikan, terutama dalam konteks pandemi COVID-19 yang mengubah lanskap bisnis secara drastis. Studi ini menekankan bahwa digital marketing telah menjadi kunci sukses dalam mempertahankan koneksi dengan pelanggan di tengah situasi yang sulit. Kedai Kopi Matahari berhasil memanfaatkan kekuatan digital marketing dengan mengenalkan produk-produk unggulannya melalui berbagai platform media sosial, memberikan informasi rinci tentang menu makanan dan minuman yang mereka tawarkan, serta mendokumentasikan penawaran menarik mereka. Lebih dari itu, strategi pemasaran yang mereka terapkan juga mencakup integrasi dengan platform marketplace, memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dan pembayaran secara online. Hasil dari implementasi strategi ini jelas terlihat, di mana UMKM Kedai Kopi Matahari berhasil tidak hanya memahami, tetapi juga mengelola dengan cermat digital marketing dan media sosial, yang pada akhirnya menghasilkan peningkatan signifikan dalam visibilitas dan penjualan produk mereka. Penelitian ini menawarkan wawasan yang sangat berharga dan relevan bagi UMKM lainnya yang sedang berusaha untuk beradaptasi dengan pergeseran tren digital dalam menghadapi tantangan eksternal, terutama dalam konteks pandemi yang belum juga usai. Hal ini memberikan bukti konkret bahwa dengan strategi pemasaran yang tepat dan penerapan teknologi dengan bijak, UMKM dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan kinerja bisnis mereka di tengah kondisi sulit sekalipun. Studi ini memperkuat argumentasi bahwa investasi dalam kemampuan digital dan pemasaran online merupakan langkah yang sangat penting dalam memastikan kelangsungan dan kesuksesan bisnis di era modern ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Aurelia Syafira Widya pada tahun 2021, berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Al'cal Coffee Dalam Branding #Doafirstthencoffee Di Instagram", memberikan wawasan yang sangat penting dalam memahami dinamika industri makanan dan minuman di Indonesia, dengan fokus khusus pada kafe atau coffee shop. Al'Cal Coffee memperlihatkan diri sebagai sebuah coffee shop yang mengusung pendekatan bernuansa Islami, di mana nilai-nilai dakwah menjadi bagian integral dari strategi pemasarannya. Prinsip utama yang diusung adalah #DOAFIRSTTHENCOFFEE, yang menekankan pentingnya berdoa sebelum menikmati secangkir kopi. Hal ini tidak hanya menjadi sebuah moto, tetapi juga membentuk fondasi dari citra dan brand Al'Cal Coffee. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif, dengan memperoleh data primer melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat konsistensi yang kuat antara teori Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dengan praktik yang dilakukan di lapangan. Proses strategi dilakukan secara terencana, dijalankan, dan dievaluasi secara berkelanjutan. Hasil ini menggambarkan bahwa Al'Cal Coffee telah berhasil menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu melalui platform Instagram dengan sangat efektif. Mereka memadukan pendekatan bernuansa Islami dengan prinsip #DOAFIRSTTHENCOFFEE sebagai elemen kunci dalam membangun citra dan brand yang

unik. Strategi ini tidak hanya berhenti pada tahap perencanaan, tetapi juga terintegrasi dengan baik dalam seluruh proses bisnis, dari pelaksanaan hingga evaluasi. Pendekatan ini memungkinkan Al'Cal Coffee untuk menciptakan nilai-nilai dakwah yang dapat dirasakan oleh pelanggan mereka. Penelitian ini memberikan pandangan yang berharga bagi para pelaku industri makanan dan minuman, terutama dalam konteks coffee shop, untuk mengadopsi strategi komunikasi pemasaran yang relevan dan efektif. Selain itu, hal ini juga menekankan betapa pentingnya kehadiran di platform media sosial seperti Instagram dalam membangun citra dan memperluas jangkauan audiens. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyumbangkan pengetahuan baru dalam akademik, tetapi juga memberikan panduan praktis yang dapat diterapkan oleh para pemangku kepentingan industri untuk mencapai kesuksesan dalam komunikasi pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusrin Bin Yusof pada tahun 2022, berjudul "Pengembangan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kopi Di UMKM Griya Kopi & Coklat Lereng Semeru", mengupas isu krusial mengenai pengembangan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan kopi di UMKM Griya Kopi & Coklat Lereng Semeru. Penelitian ini memberikan fokus yang sangat relevan pada peran penting UMKM dalam mendukung perekonomian berkelanjutan, terutama di wilayah Desa Senduro, Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian menyoroti bahwa produk kopi dari UMKM Griya Kopi & Coklat Lereng Semeru mempunyai ciri khas rasa dan aroma yang unik, yang menjadi pembeda signifikan dari produk kopi lainnya di pasaran. Namun, UMKM ini menghadapi tantangan dalam hal pemasaran karena keterbatasan jangkauan. Oleh karena itu, solusi konkret diajukan dalam bentuk pemotretan produk dan pembuatan desain poster yang menarik, dengan tujuan memperluas promosi khususnya kepada kalangan karyawan dan pelanggan potensial UMKM Griya Kopi & Coklat Lereng Semeru. Dampak dari implementasi solusi ini terasa signifikan, dengan terjadi peningkatan omset yang mencolok di UMKM Griya Kopi & Coklat Lereng Semeru. Selain itu, pendekatan ini juga berimbas positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan secara offline melalui penerapan sistem pembayaran menggunakan Qris. Inisiatif ini sejalan dengan semangat untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, yang pada gilirannya memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai. Penelitian ini bukan hanya memberikan kontribusi berharga bagi pengembangan strategi pemasaran UMKM, terutama di sektor industri kopi, tetapi juga memberikan pandangan yang jelas bagi para pelaku industri terkait bagaimana memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan mutu pelayanan mereka. Dengan adanya inovasi strategi pemasaran seperti yang diusulkan dalam penelitian ini, diharapkan UMKM sejenis juga dapat meraih kesuksesan dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam mengurai metode penelitian, peneliti memilih pendekatan kualitatif dengan fokus pada studi kasus Toko Kopi Gayo di Tokopedia. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran dan praktek yang digunakan oleh toko kopi ini di dunia online yang penuh dinamika. Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, wawancara mendalam dengan pemilik toko dilakukan dengan cermat dan terstruktur. Wawancara ini berfungsi sebagai jendela langsung ke dalam strategi dan pemikiran di balik upaya membangun brand toko. Selanjutnya, data

transaksi Toko Kopi Gayo di platform Tokopedia diperoleh dan disaring untuk dianalisis. Data ini mencakup detail transaksi harian, preferensi produk dari pelanggan, dan tren pembelian. Tak hanya itu, peneliti juga memeriksa secara cermat materi promosi dan konten yang dihadirkan di halaman toko tersebut. Inilah yang memberikan gambaran mengenai bagaimana produk dipresentasikan dan bagaimana pesan promosi disampaikan kepada calon pembeli. Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis mendalam. Pertama-tama, wawancara tadi diteliti dengan seksama untuk mengidentifikasi pola dan temuan kunci. Kemudian, data transaksi yang terkumpul dianalisis secara rinci untuk mengeksplorasi trend penjualan serta preferensi konsumen. Semua temuan akan dirangkum dalam laporan akhir penelitian ini, mengungkapkan rahasia keberhasilan Toko Kopi Gayo dalam membangun brand di platform Tokopedia.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

[3] Toko Kopi Gayo, sebagai destinasi utama bagi para penggemar kopi yang mengutamakan kualitas, menghadirkan kepada pelanggan pengalaman yang luar biasa. Dengan spesialisasi dalam kopi asal Gayo, Aceh, toko ini mengangkat tinggi warisan unggul dari wilayah tersebut, memastikan bahwa setiap biji kopi telah melalui proses seleksi yang ketat untuk menjamin aroma dan rasa yang tak tertandingi. Dengan komitmen untuk menyajikan pengalaman minum kopi yang tak terlupakan, Toko Kopi Gayo telah menjelma menjadi tempat yang dipercaya oleh mereka yang menghargai nikmatnya secangkir kopi yang benar-benar istimewa. Melalui serangkaian wawancara mendalam dan analisis data yang teliti, temuan penelitian mengungkapkan gambaran yang jelas mengenai strategi pemasaran yang diimplementasikan oleh Toko Kopi Gayo di platform Tokopedia. Pernyataan mengenai strategi pemasaran inti toko ini memberikan wawasan mendalam tentang pendekatan yang diambil dalam membangun brand mereka di Tokopedia.

Fokus mereka pada penggunaan gambar produk yang menarik dan deskripsi yang informatif bukan sekadar upaya untuk mempresentasikan produk dengan baik, melainkan juga menunjukkan keseriusan mereka dalam memastikan kepuasan dan pemahaman pelanggan terhadap produk yang mereka tawarkan. Tidak hanya itu, keterlibatan aktif dalam program promosi yang diselenggarakan oleh Tokopedia menandakan strategi pemasaran yang adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar. Dengan memanfaatkan kesempatan promosi ini, Toko Kopi Gayo secara proaktif meningkatkan visibilitas dan daya tarik toko mereka di antara komunitas belanja online. Oleh karena itu, kombinasi dari strategi pemasaran yang cermat ini membentuk fondasi yang kokoh untuk membangun brand dan meningkatkan eksposur serta penjualan di platform Tokopedia. Dengan demikian, Toko Kopi Gayo telah menetapkan standar tinggi dalam memberikan pengalaman belanja kopi yang superior di platform ini.

Iwan Aramiko, mengatakan: "Strategi pemasaran utama kami yaitu gambar produk yang menarik dan deskripsi yang informatif, serta keterlibatan aktif dalam program promosi yang diselenggarakan oleh Tokopedia."

Manajemen ulasan dan feedback pelanggan merupakan aspek kritis yang tidak pernah diabaikan oleh Toko Kopi Gayo. Mereka mengakui bahwa responsifitas adalah kunci utama dalam memastikan bahwa ulasan dan masukan pelanggan dikelola dengan baik. Toko ini memiliki pemahaman yang mendalam akan pentingnya memberikan tanggapan yang

cepat, yang secara signifikan berkontribusi dalam mempertahankan serta membangun hubungan yang positif dengan pelanggan. Setiap ulasan, baik yang bersifat positif maupun kritik konstruktif, diperlakukan dengan serius.

Dalam menghadapi umpan balik positif, Toko Kopi Gayo menunjukkan apresiasi yang tulus terhadap setiap apresiasi yang diberikan oleh pelanggan. Mereka tidak hanya merespons dengan ringkas, tetapi juga menyampaikan terima kasih atas dukungan yang diberikan. Sementara itu, ketika dihadapkan pada kritik konstruktif, mereka menanggapi dengan sikap terbuka dan proaktif. Mereka tidak hanya mendengarkan, tetapi juga mengambil tindakan konkret untuk memperbaiki aspek yang diperlukan. Respons yang cepat dan efisien seperti ini bukan hanya menunjukkan komitmen toko terhadap pelayanan pelanggan yang unggul, tetapi juga menciptakan atmosfer saling percaya di antara toko dan konsumen.

Pentingnya manajemen ulasan dan feedback ini tidak hanya sebatas pada tingkat individual, tetapi juga memegang peran strategis dalam memelihara citra positif toko secara keseluruhan. Ulasan yang dikelola dengan baik dan tanggapan yang responsif membantu mengonstruksi reputasi positif untuk Toko Kopi Gayo. Dengan demikian, hal ini mempengaruhi persepsi pelanggan potensial, memberikan kepercayaan bahwa toko ini peduli terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, manajemen ulasan yang efektif juga berdampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan yang berkelanjutan, menciptakan lingkaran positif yang memperkuat hubungan antara toko dan konsumen.

Kesimpulannya, manajemen ulasan dan feedback pelanggan bukanlah sekadar rutinitas administratif, tetapi adalah investasi strategis yang membawa dampak besar bagi Toko Kopi Gayo. Responsifitas mereka terhadap setiap ulasan mencerminkan dedikasi mereka terhadap keunggulan dalam pelayanan. Dengan mempertimbangkan dan mengintegrasikan masukan dari pelanggan, toko ini tidak hanya membangun hubungan yang kuat, tetapi juga terus memperbaiki kualitas layanan mereka. Inilah yang membentuk dasar untuk pertumbuhan berkelanjutan dan keberhasilan Toko Kopi Gayo di platform Tokopedia.

Iwan Aramiko, mengatakan: "Iya saya sepakat pentingnya tanggapan cepat terhadap pelanggan. Kami memantau secara berkala dan memberikan respon yang cepat, baik untuk umpan balik positif maupun kritik konstruktif."

Pemanfaatan fitur promosi di Tokopedia telah menjadi strategi yang vital bagi Toko Kopi Gayo dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik toko mereka. Dengan aktif berpartisipasi dalam program promosi, seperti diskon dan flash sale, mereka berhasil mencapai tujuan ini. Diskon dan penawaran khusus lainnya membantu menarik perhatian calon pelanggan dan menciptakan insentif bagi mereka untuk melakukan pembelian. Selain itu, flash sale dengan penawaran eksklusif memberikan dorongan ekstra pada penjualan. Dengan demikian, strategi ini telah membuktikan efektivitasnya dalam meningkatkan eksposur toko dan menghasilkan pertumbuhan penjualan yang signifikan. Kesadaran dan keaktifan mereka dalam memanfaatkan fitur-fitur promosi di platform memberikan contoh positif tentang bagaimana toko online dapat memaksimalkan potensi marketplace untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Iwan Aramiko, mengatakan: “Kami itu aktif dalam memanfaatkan program promosi Tokopedia seperti diskon dan flash sale untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian pelanggan potensial.”

Dalam wawancara dengan Iwan Aramiko, pemilik Toko Kopi Gayo, terungkap bahwa strategi pemasaran utama mereka adalah memfokuskan pada gambar produk yang menarik dan deskripsi yang informatif, serta terlibat aktif dalam program promosi di Tokopedia. Pendekatan ini menunjukkan komitmen mereka untuk memberikan pengalaman berbelanja yang menarik dan informatif bagi para pelanggan potensial. Manajemen ulasan dan feedback pelanggan juga menjadi fokus utama. Mereka memahami betapa pentingnya responsifitas dalam mempertahankan dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, Toko Kopi Gayo secara rutin memantau ulasan pelanggan, dan memberikan respon yang cepat dan efisien, baik untuk umpan balik positif maupun kritik konstruktif. Pendekatan ini tidak hanya memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa setiap masukan mereka dihargai, tetapi juga menciptakan atmosfer saling percaya antara toko dan konsumen. Dengan demikian, manajemen ulasan dan feedback yang efektif berperan penting dalam memelihara citra positif toko dan memastikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Selanjutnya, Iwan Aramiko juga menegaskan pentingnya tanggapan cepat terhadap pelanggan. Mereka memahami bahwa kecepatan dalam memberikan tanggapan merupakan faktor krusial dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan. Toko Kopi Gayo memastikan bahwa mereka selalu siap untuk merespon setiap umpan balik, baik itu positif maupun kritik konstruktif, sebagai prioritas utama mereka.

Dalam mengejar visibilitas yang lebih luas dan menarik perhatian pelanggan potensial, Toko Kopi Gayo telah mengadopsi strategi agresif dalam memanfaatkan berbagai fitur promosi yang tersedia di platform Tokopedia. Mereka tidak hanya pasif, namun secara aktif terlibat dalam program-program promosi yang mencakup diskon besar dan acara flash sale. Langkah ini tidak hanya menciptakan insentif kuat bagi pelanggan untuk melakukan pembelian, tetapi juga berhasil menarik perhatian calon konsumen yang sedang mencari penawaran menarik dan produk berkualitas. Tidak hanya diskon, tetapi penawaran khusus lainnya juga turut berperan dalam meningkatkan daya tarik dari Toko Kopi Gayo. Mereka secara teratur menyajikan penawaran khusus yang mencakup berbagai jenis produk, dari kopi biji hingga kopi bubuk siap seduh. Adanya flash sale dengan penawaran eksklusif untuk periode waktu tertentu juga memberikan dorongan tambahan pada tingkat penjualan. Pelanggan yang melihat penawaran ini seringkali merasa terdorong untuk segera berbelanja, memastikan adanya lonjakan aktivitas yang signifikan selama periode promosi ini berlangsung.

Dengan demikian, strategi yang dijalankan oleh Toko Kopi Gayo ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan eksposur toko dan menghasilkan pertumbuhan penjualan yang signifikan. Toko ini secara jelas telah memahami potensi dan daya tarik dari berbagai program promosi di Tokopedia, dan menggunakannya dengan cerdas untuk keuntungan mereka sendiri. Namun, apa yang lebih menonjol dari strategi ini adalah kesadaran dan proaktifnya Toko Kopi Gayo dalam memanfaatkan fitur-fitur promosi di platform Tokopedia.

Mereka tidak hanya sekadar mengikuti tren promosi, tetapi secara aktif mencari dan mengambil bagian dalam berbagai program yang sesuai dengan profil dan tujuan bisnis mereka. Pendekatan ini memberikan contoh positif tentang bagaimana toko online dapat memaksimalkan potensi dari marketplace yang mereka ikuti untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan. Hal ini menegaskan bahwa penggunaan strategi promosi yang cerdas dan terfokus dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang di dunia e-commerce. Dengan terus mengamati dan menyesuaikan strategi ini sesuai dengan dinamika pasar, Toko Kopi Gayo memiliki dasar yang kokoh untuk terus bersaing dan tumbuh dalam lingkungan e-commerce yang kompetitif.

E. KESIMPULAN

Hasil penelitian yang diperoleh memberikan gambaran jelas bahwa Toko Kopi Gayo telah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang sangat efektif di platform Tokopedia. Penggunaan gambar produk yang tidak hanya menarik, tetapi juga menggambarkan produk dengan jelas, bersama dengan deskripsi yang informatif, telah memainkan peran kunci dalam menarik perhatian calon pelanggan. Dengan memberikan informasi yang komprehensif, toko ini berhasil membangun kepercayaan dan memenuhi harapan pelanggan potensial. Selain itu, keterlibatan aktif dalam program promosi telah terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap visibilitas dan pertumbuhan penjualan. Dengan mengambil inisiatif dalam promosi, Toko Kopi Gayo berhasil menjangkau khalayak yang lebih luas dan mempertahankan minat pelanggan terhadap produk-produknya. Hal ini juga mencerminkan dedikasi toko dalam memberikan pengalaman berbelanja yang menarik dan memuaskan. Tidak kalah penting, manajemen ulasan dan feedback pelanggan yang responsif adalah faktor kunci dalam memperkuat citra toko. Dengan memberikan respons yang cepat dan memuaskan terhadap ulasan, toko ini tidak hanya memperlihatkan perhatian terhadap pelanggan, tetapi juga memperbaiki dan mempertahankan kualitas layanan mereka. Tindakan ini secara positif memengaruhi persepsi pelanggan terhadap toko, sehingga membangun kepercayaan dan loyalitas yang kuat. Secara keseluruhan, hasil penelitian dan temuan ini menyiratkan bahwa Toko Kopi Gayo telah berhasil menciptakan fondasi pemasaran yang kokoh di platform Tokopedia. Dengan memanfaatkan gambar produk yang menarik, deskripsi informatif, keterlibatan aktif dalam promosi, dan manajemen ulasan yang responsif, toko ini telah membuktikan komitmennya terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan. Dengan mempertahankan pendekatan ini, Toko Kopi Gayo berpotensi untuk terus tumbuh dan memperkuat posisinya dalam industri kopi online.

Oleh karena itu, untuk mempertahankan keberhasilan ini dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, Toko Kopi Gayo dapat mempertimbangkan beberapa saran. Pertama, terus tingkatkan kualitas gambar produk dan deskripsi untuk mempertahankan daya tarik pelanggan. Kedua, tetap aktif dalam memantau ulasan pelanggan dan memberikan respons yang cepat dan memuaskan. Terakhir, eksplorasi dan pemanfaatan fitur promosi Tokopedia dapat terus dilakukan untuk memaksimalkan potensi pemasaran di platform tersebut. Dengan mempertahankan fokus pada kualitas produk dan pelayanan pelanggan yang unggul, Toko Kopi Gayo memiliki potensi untuk terus berkembang dan memperkuat posisinya di pasar online.

Untuk mempertahankan kesuksesan yang telah dicapai dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, Toko Kopi Gayo disarankan untuk mengambil beberapa langkah strategis. Pertama, terus meningkatkan kualitas gambar produk dan deskripsi. Hal ini akan membantu mempertahankan daya tarik pelanggan dan memastikan bahwa produk-produk yang ditawarkan terlihat profesional dan menarik. Kedua, penting untuk tetap aktif dalam memantau ulasan pelanggan dan memberikan respons yang cepat dan memuaskan. Menerima dan merespons umpan balik pelanggan dengan baik adalah kunci untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan cara ini, Toko Kopi Gayo dapat memastikan bahwa setiap pelanggan merasa dihargai dan didengar. Terakhir, teruslah melakukan eksplorasi dan memanfaatkan fitur promosi yang disediakan oleh platform Tokopedia. Dengan memaksimalkan potensi pemasaran di platform ini, Toko Kopi Gayo dapat lebih efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas dan meningkatkan visibilitasnya di pasar online. Dengan mempertahankan fokus pada kualitas produk dan pelayanan pelanggan yang unggul, Toko Kopi Gayo memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memperkuat posisinya di pasar online. Langkah-langkah ini tidak hanya akan mempertahankan keberhasilan yang sudah dicapai, tetapi juga membuka jalan untuk pertumbuhan yang lebih besar di masa depan.

Saran

[4] Untuk menjaga kesuksesan yang telah diraih dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, Toko Kopi Gayo harus terus memprioritaskan peningkatan kualitas gambar produk dan deskripsi. Hal ini penting karena visual dan informasi yang menarik akan terus memikat minat pelanggan. Selain itu, menjaga keterlibatan aktif dengan pelanggan melalui tanggapan yang cepat dan memuaskan terhadap ulasan adalah kunci. Responsibilitas terhadap umpan balik pelanggan tidak hanya memperkuat hubungan dengan mereka, tetapi juga membangun kepercayaan yang lebih dalam. Terakhir, eksplorasi dan optimalisasi fitur promosi di platform Tokopedia sebaiknya terus dilakukan. Menggali potensi penuh dari alat-alat pemasaran yang tersedia dapat membantu meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar. Dengan mempertahankan fokus pada kualitas produk dan pelayanan yang unggul, Toko Kopi Gayo memiliki potensi yang besar untuk terus tumbuh dan memperkuat posisinya di pasar online yang kompetitif. Dengan menerapkan saran-saran ini secara konsisten, Toko Kopi Gayo dapat membangun fondasi yang kuat untuk masa depan yang sukses dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugraha, A. B. (2019). Strategi Toko Kopi Flores dalam Mengoptimalkan Penjualan Melalui Platform Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 7(2), Hal. 10-11.
- Nugroho, T. (2021). Analisis Segmen Pasar dan Strategi Targeting Toko Kopi Aceh di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3), Hal. 15.
- Prasetyo, H. (2019). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Pelayanan Unggul: Studi Kasus Toko Kopi Bali di Tokopedia. *Jurnal Pemasaran Terapan*, 10(2), Hal. 12-13.

- Putri, A. K. (2020). Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kopi Sulawesi di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(3), Hal. 12.
- Santoso, R. (2021). Peningkatan Kehadiran Merek Melalui Toko Online: Studi Kasus pada Toko Kopi Java Arabica di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19(2), Hal. 7-5.
- Siregar, C. D. (2018). Analisis Daya Saing Brand Toko Kopi Sumatera di Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 14(1), Hal. 3
- Wahyudi, B. (2023). Penggunaan Teknologi E-Commerce sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Toko Kopi Malang di Tokopedia. *Jurnal Pemasaran*, 11(1), Hal. 6.
- Wijaya, D. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Membangun Citra Brand Toko Kopi Toraja di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 8(1), Hal. 4.