

## Strategi Pemasaran Digital Busana Muslim di saat Pandemi Covid-19

Hasna Aulia\*, Indri Rachmawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*hasnaaulia1@gmail.com, indri.rachmawati@unisba.ac.id

**Abstract.** The times have made marketing more sophisticated so that the emergence of digital marketing through e-commerce is one of them Shopee. Elzatta has joined Shopee for 5 years, from the assessment and appearance on e-commerce Shopee Elzatta is more attractive than other brands. This research was conducted so that the discussion focused on how digital marketing through e-commerce Shopee Elzatta during the covid-19 pandemic in maintaining sales and promoting products. The purpose of this research is to find out Elzatta uses digital marketing through Shopee e-commerce, to find out Elzatta's obstacles that occur in promoting products through Shopee e-commerce during the covid-19 pandemic, and to find out Elzatta's strategy in promoting products through e-commerce. Shopee during the covid-19 pandemic. In this study, the researcher uses the constructivist paradigm and uses a qualitative method with a case study approach. The technique of collecting data in this research is by observation and interviews. Informants in this study were Sales digital marketing Elzatta and Admin Shopee Elzatta. The data validity test in this study was source triangulation because it involved two informants. The results of this study are Elzatta uses Shopee e-commerce as a medium to carry out digital marketing activities because Shopee e-commerce is the platform most widely used by the public for online shopping which features free shipping, discounts and so on. Elzatta has experienced obstacles in promoting its products, due to the implementation of restrictions on community activities which are commonly called (ppkm) with digital marketing through Shopee e-commerce experiencing quite an increase. The strategy carried out in digital marketing through Shopee Elzatta's e-commerce during the covid-19 pandemic is through preparation, planning, implementation, and evaluation. Elzatta also participates in promotional programs at Shopee such as monthly sales and uses ads, and there are also special products so that can increase traffic and good exposure. The solution taken by Elzatta in promoting digital marketing through Shopee e-commerce during the covid-19 pandemic is by participating in the Shopee promotion program and also because now it's PPKM so Elzatta is doing a PPKM promotion, the purpose of Elzatta's PPKM promotional program is "delivery promotion. Pride cheap "and free postage.

**Keywords:** *Digital marketing, e-commerce, Shopee, Elzatta.*

**Abstrak.** Perkembangan zaman membuat pemasaran semakin canggih sehingga munculnya digital marketing melalui e-commerce salah satunya Shopee. Elzatta bergabung di Shopee sudah 5 tahun, dari penilaian dan penampilan di e-commerce Shopee Elzatta lebih menarik dibanding brand lainnya. Penelitian ini dilakukan agar terfokusnya pembahasan mengenai bagaimana digital marketing melalui e-commerce Shopee Elzatta saat pandemi covid-19 dalam mempertahankan penjualan dan mempromosikan produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Elzatta menggunakan digital marketing melalui e-commerce Shopee, untuk mengetahui hambatan Elzatta yang terjadi dalam mempromosikan produk melalui e-commerce Shopee di saat pandemi covid-19, serta untuk mengetahui Strategi Elzatta dalam mempromosikan produk melalui e-commerce Shopee di saat pandemi covid-19. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Paradigma konstruktivis serta menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah Sales digital marketing Elzatta dan Admin Shopee Elzatta. Uji keabsahan data pada penelitian ini adalah triangulasi sumber karena melibatkan dua informan. Hasil dari penelitian ini adalah Elzatta menggunakan e-commerce Shopee sebagai media untuk melakukan kegiatan pemasaran digital karena e-commerce Shopee merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk belanja online yang memiliki fitur gratis ongkir, diskon dan sebagainya. Elzatta mengalami hambatan dalam mempromosikan produknya, dikarenakan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang biasa di bilang (ppkm) dengan adanya pemasaran digital melalui e-commerce Shopee mengalami cukup peningkatan. Strategi yang dilakukan dalam digital marketing melalui e-commerce Shopee Elzatta saat pandemi covid-19 yaitu melalui persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi Elzatta juga mengikuti program promosi di shopee seperti sale di tiap bulannya dan menggunakan iklan ads, dan juga ada produk khusus sehingga bisa meningkatkan traffic dan exposure yang baik. Solusi yang ditempuh oleh Elzatta dalam mempromosikan digital marketing melalui e-commerce Shopee saat pandemi covid-19 yaitu dengan cara mengikuti program promosi Shopee dan juga karena sekarang sedang ppkm jadi Elzatta melakukan promosi ppkm, maksud dari program promosi ppkm Elzatta itu "promo pengiriman kebangetan murahnya" dan gratis ongkir.

**Kata Kunci:** *Digital marketing, e-commerce, Shopee, Elzatta*

## A. Pendahuluan

Akibat munculnya Pandemi Covid-19. Covid-19 atau yang sering disebut virus corona yang berasal dari Cina yang menyebar luas ke berbagai negara yang salah satunya memicu memperburuk ekonomi dunia dan munculnya krisis baru. Pandemi Covid-19 ini membuat banyak orang beraktivitas dan bekerja di rumah saja (*work from home*), tentu menjadi banyak orang yang mengakses internet dari rumah. Aktivitas pencarian online di internet juga terus meningkat secara signifikan selama masih berada di rumah saja, semua orang berburu informasi melalui gadget, seperti belanja online. Di era globalisasi saat ini perkembangan tren fashion semakin pesat, munculnya tren hijab wanita muslim yang semakin berkembang dan berinovasi sampai saat ini. Pada saat ini Hijab merupakan bagian penting bagi seorang wanita Muslimah dan menjadi tren yang cukup berkembang di masyarakat Indonesia, yang pada awalnya hanya penutup aurat bagi seorang wanita muslimah, sekarang digunakan untuk tampil lebih tren dengan tidak menyimpang dari syariat islam, dengan adanya perkembangan zaman mendorong teknologi *digital marketing* dan dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis harus melakukan berbagai cara untuk tetap dapat memasarkan jasa atau produknya kepada konsumen. Elzatta merupakan brand lokal muslim yang menjadi pioneer di dunia fashion Muslim Tanah Air, dengan kekuatan hijab, gamis dan keragaman printingnya. Elzatta menerapkan *digital marketing* melalui *e-commerce* salah satunya Shopee. *Digital marketing* merupakan kegiatan pencarian pasar dan promosi melalui media *digital* melalui *online* dimana media yang digunakannya yaitu melalui jejaring sosial. Elzatta membutuhkan strategi *digital marketing* yang berbeda dari biasanya salah satunya dengan menerapkan digital marketing melalui *e-commerce* salah satunya Shopee agar bisnis tetap bertahan. Elzatta termasuk *Top Brand Index* kerudung bermerek peringkat 3 besar pada tahun 2019 sampai dengan 2020, namun pada tahun 2021 Elzatta mendapatkan peringkat 1.

## B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Paradigma konstruktivis serta menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah Sales digital marketing Elzatta dan Admin Shopee Elzatta. Uji keabsahan data pada penelitian ini adalah triangulasi sumber karena melibatkan dua informan. Hasil dari penelitian ini adalah Elzatta menggunakan *e-commerce* Shopee sebagai media untuk melakukan kegiatan pemasaran digital karena *e-commerce* Shopee merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk belanja online yang memiliki fitur gratis ongkir, diskon dan sebagainya. Elzatta mengalami hambatan dalam mempromosikan produknya, dikarenakan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang biasa di bilang (ppkm) dengan adanya pemasaran digital melalui *e-commerce* Shopee mengalami cukup peningkatan. Strategi yang dilakukan dalam digital marketing melalui *e-commerce* Shopee Elzatta saat pandemi covid-19 yaitu melalui persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi Elzatta juga mengikuti program promosi di shopee seperti sale di tiap bulannya dan menggunakan iklan ads, dan juga ada produk khusus sehingga bisa meningkatkan traffic dan exposure yang baik. Solusi yang ditempuh oleh Elzatta dalam mempromosikan digital marketing melalui *e-commerce* Shopee saat pandemi covid-19 yaitu dengan cara mengikuti program promosi Shopee dan juga karena sekarang sedang ppkm jadi Elzatta melakukan promosi ppkm, maksud dari program promosi ppkm Elzatta itu “promo pengiriman kebangetan murahnya” dan gratis ongkir.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### **Elzatta menggunakan E-Commerce Shopee untuk melakukan digital marketing saat pandemi covid-19.**

Elzatta hijab adalah brand lokal Muslim yang menjadi pioneer di dunia fashion Muslim Tanah Air, dengan kekuatan hijab, gamis dan keragaman printingnya. Mengusung koleksi bergaris feminis dengan pemakaian bahan dan fitting yang nyaman serta detail yang tidak berlebihan, Elzatta sangat sesuai menemani Muslimah berkegiatan sehari-hari. Dari alasan tersebut Elzatta memutuskan untuk membangun tim khusus untuk makin menguatkan merek di kanal digital

termasuk menggaandeng e-commerce, salah satunya Shopee dalam penjualan produknya dengan membangun toko virtual disana. Elzatta berdiri di Shopee sejak tahun 2016. Platform pemasaran online yang digunakan Elzatta yaitu Elzatta apps lalu website elzatta.com dan e-commerce salah satunya Shopee.

Elzatta menggunakan media yang efektif untuk melakukan digital marketing saat pandemi covid-19 yaitu melalui E-Commerce Shopee agar tetap memudahkan konsumen untuk berbelanja dalam kondisi pandemi covid-19 seperti ini, pengguna Shopee di Indonesia cukup banyak dan dilihat juga dari kebutuhan pasar nya dari mulai anak-anak, remaja, dewasa untuk bisa menggunakan Shopee. Shopee sendiri juga memang di Elzatta cukup *looks* maksud dari *looks* itu penjualannya cukup banyak karena ada tawaran gratis ongkir, diskon tiap event di tanggal-tanggal istimewa, jadi konsumen tertarik untuk menggunakan E-Commerce shopee untuk berbelanja online khususnya produk Elzatta. Alasan Elzatta menggunakan *e-commerce* Shopee sebagai media untuk melakukan kegiatan pemasaran digital karena e-commerce Shopee merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk belanja online yang memiliki fitur gratis ongkir, diskon dan sebagainya. Dampak yang terjadi setelah dilakukannya Digital Marketing pada E-Commerce Shopee cukup meningkat sejak elzatta rintis pada tahun 2016 dan bekerja sama dengan relationship manager dari shopee dikarenakan dampak pandemi covid-19 elzatta mengalami penurunan tetapi karena adanya digital marketing melalui *e-commerce* Shopee Elzatta mengalami cukup peningkatan.

**Minat Konsumen**, seperti yang sudah dikatakan bahwa konsumen Elzatta tidak dapat belanja langsung di toko karena adanya pandemi covid-19 yang salah satunya memicu memperburuk ekonomi dunia dan munculnya krisis baru. Minat beli konsumen, menurut (Kotler dan Armstrong, 1996) minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau menginginkan suatu produk. Elzatta harus melakukan berbagai cara untuk tetap dapat memasarkan jasa atau produknya kepada konsumen.

**Media yang efektif**, untuk promosi dan penjualan sangat baik bagi memasarkan produk di era digital dan kondisi pandemi covid-19 ini sebagai media yang efektif melalui pemasaran digital untuk promosi dan penjualan. Pemasaran digital terlihat sangat masif di Indonesia dan Elzatta juga menilai bahwa sangat baik untuk memasarkan produk menggunakan *e-commerce* Shopee.

Sesuai dengan pengertian *e-commerce* menurut David Daum dalam *Oracle Magazine* yang dikutip oleh Utama (2006) *e-commerce* merupakan satu set teknologi yang dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, pelanggan, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dalam perdagangan barang, pelayanan, dan informasi melalui elektronik.

Elzatta menggunakan e-commerce Shopee sebagai teknologi yang dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan Elzatta dengan pelanggan maupun konsumen melalui transaksi elektronik dalam penjualan dan pelayanan dan informasi melalui elektronik.

Menurut Riyadi, dkk (2015) terdapat beberapa komponen yang menjadi bagian dari dalam kegiatan *e-commerce* yaitu produk, tempat produk, cara menerima pesanan, cara pembayaran, dan *customer service*.

Kegiatan *e-commerce* yaitu produk yang dipasarkan dan dijual melalui e-commerce Shopee Elzatta yaitu hijab, gamis, tunik dan sebagainya, tempat menjual produk menggunakan *e-commerce* Shopee untuk memasarkan produknya. Cara menerima pesan dengan chat di Shopee dengan toko Elzatta (@elhijab.official) dapat membantu Elzatta dalam menerima pesanan dari konsumen. Cara pembayaran dengan transfer bank, pembayaran melalui minimarket dan juga ShopeePay. Customer Service bantuan yang diberikan kepada konsumen ketika mengalami masalah dalam melakukan order di *e-commerce* Shopee.

Elzatta menggunakan e-commerce Shopee sebagai media untuk melakukan kegiatan pemasaran digital karena *e-commerce* Shopee merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk belanja online yang *simple* dan memiliki fitur gratis ongkir, promo, pilihan jasa pengiriman yang banyak, dan sebagainya. Selain itu Shopee juga menjadi

*e-commerce* yang paling diminati konsumen selama pandemi Covid-19.

**Digital Marketing**, Pemasaran online atau yang biasa disebut dengan digital marketing merupakan kegiatan marketing yang menggunakan berbagai media online ataupun jejaring sosial Pemasaran digital yang digunakan oleh Elzatta yaitu Elzatta apps lalu website elzatta.com dan e-commerce. Elzatta memutuskan untuk membangun tim khusus untuk makin menguatkan merek di kanal digital termasuk menggaandeng e-commerce, salah satunya Shopee dalam penjualan produknya dengan membangun toko virtual disana. Elzatta berdiri di Shopee sejak tahun 2016.

Selaras dengan teori digital marketing yang di kemukakan oleh Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009:47) mengungkapkan bahwa *digital marketing* adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, web site, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial.

### **Strategi Elzatta dalam mempromosikan digital maketing melalui E-Commerce Shopee saat pandemi Covid-19**

Strategi yang dilakukan dalam digital marketing melalui E-Commerce Shopee Elzatta saat pandemi Covid-19 yaitu melalui persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Elzatta harus bisa menyampaikan dengan cara yang baik, efektif, efisien kemudian customer Elzatta juga merasa diberikan informasi secara penuh melalui Customer Service atau Admin Shopee bagaimana kecepatan Admin Shopee didedikasikan untuk Customer Elzatta, jadi jika Customer Elzatta mempunyai keluhan apalagi dalam kondisi pandemi covid-19 seperti ini Customer Elzatta akan menghubungi melalui chat di Shopee. Strategi digital marketing yang digunakan *e-commerce* Shopee Elzatta saat pandemi covid-19 yaitu mengikuti event-event besar di shopee seperti sale di tiap bulannya dan menggunakan iklan ads, dan juga ada produk khusus sehingga bisa meningkatkan traffic dan exposure yang bagus. Strategi Elzatta dalam mempromosikan digital maketing melalui E-Commerce Shopee saat pandemi Covid-19 yaitu :

**Persiapan dan perencanaan** harus memastikan produk, dan memilih produk mana yang bisa masuk ke dalam kategori sale, diskon, mapun gratis ongkir, mempersiapkan produk yang akan di upload di shopee dan kelengkapan informasi produk, kemudian deskripsi produk, lalu berkoordinasi dengan pihak-pihak kain lalu selanjutnya di upload di Shopee.

**Pelaksanaannya** mengikuti event-event besar seperti tanggal-tanggal istimewa Shopee dan juga dilakukannya flash sale. Iklan ads efektif dalam strategi digital marketing, perlu diketahui yang digunakan oleh Elzatta yaitu Google ads, menampilkan iklan pada youtube, aplikasi-aplikasi yang tersedia di *playstore* serta *platform* atau media lain yang berafiliasi dengan Google. Iklan Google atau Google ads memiliki lima format yang berbeda, mulai dari iklan gambar, iklan aplikasi, iklan video dan iklan *shopping*. Advertising seperti google ads yang dilakukan Elzatta yaitu komunikasi beragam ide mengenai produk Elzatta untuk para konsumen dengan menggunakan alat yang berupa tulisan ataupun simbol. Jadi iklan sangat efektif dan dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk Elzatta.

**Evaluasi** yang dilakukan Elzatta yaitu membuat strategi seperti planning, organizing, actuating, dan contolling. Setelah itu di evaluasi, Elzatta harus bisa meng optimalisasi dari chat di Shopee, persentasenya baik konsumen Elzatta agar bisa mendapatkan informasi secara cepat dan responsive dari Elzatta.

### **Elzatta menangani hambatan yang terjadi dalam mempromosikan digital marketing melalui E-Commerce Shopee saat pandemi covid-19**

Dengan adanya Pandemi Covid-19 perusahaan Elzatta mengalami hambatan dalam mempromosikan produknya, dikarenakan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang biasa di bilang (ppkm) yang membuat masyarakat jadi tidak bisa keluar rumah untuk berbelanja ke mall, jadi konsumen Elzatta tidak dapat berbelanja secara langsung ke toko dan juga sebagian besar karyawan Elzatta *work from home* dan ada juga yang harus isoman.

**PPKM**, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat merupakan kebijakan dari Pemerintah Indonesia dari awal tahun 2021 untuk menangani pandemi Covid-19 di Indonesia, awal pelaksanaan ppkm, pemerintah telah melakukan pembatasan sosial berskala besar yang berlangsung di sejumlah wilayah di Indonesia. Elzatta cukup kuat di penjualan secara offline karena toko Elzatta mencapai 250 toko yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan adanya

pandemi covid-19 membuat seluruh toko offline Elzatta tutup dan konsumen hanya bisa berbelanja melalui online saja.

**WFH, Work From Home** bekerja dari rumah sebagai salah satu upaya untuk mencegah penyebaran covid-19, keterbatasan karyawan Elzatta sebagai penjual harus *work from home* (*wfh*) dikarenakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (ppkm) dan juga akan sangat berpengaruh juga terhadap kecepatan memberikan informasi melalui chat di Shopee untuk melayani sikap konsumen, karyawan Elzatta di bagi beberapa tim dan juga yang bisa untuk hadir hanya beberapa orang saja agar bisa lebih efisien

**Isolasi Mandiri**, Perawatan terhadap pasien positif covid-19 dengan beberapa kondisi yang diizinkan oleh dokter, syarat isolasi yaitu kondisi rumah yang memadai, setelah melakukan perjalanan yang jauh, gejala covid ringan. Jika tidak masuk ke dalam kategori tersebut tidak isolasi tetapi melakukan perawatan yang tepat seperti di rumah sakit. Elzatta di bagi beberapa tim dan juga yang bisa untuk hadir hanya beberapa orang saja agar bisa lebih efisien karena sebagian karyawan melakukan isolasi mandiri (isolasi) karena positif covid-19, dan untuk sumber daya manusia (sdm) nya sangat berdampak sekali terutama dalam segi waktu untuk pemberian pelayanan terhadap konsumen.

Pemasaran secara offline yang mengalami dampak kurang baik dalam penjualan, tetapi karena adanya penjualan Online itu sangat membantu untuk penjualan Dampak yang kurang baik yaitu penjualan secara offline yang berpengaruh karena toko offline sangat kuat penjualannya tetapi dengan adanya pemasaran secara digital atau yang biasa dibidang digital marketing itu sangat membantu untuk penjualan di saat pandemi covid-19 seperti ini. Toko offline Elzatta tutup karena adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (ppkm) itulah dampak kurang baik nya, akan tetapi Elzatta menggunakan strategi pemasarannya melalui pemasaran digital atau yang biasa dibidang digital marketing melalui e-commerce Shopee dengan melakukan promosi, untuk membantu penjualannya di saat pandemi covid-19.

Pandemi covid-19 ini cukup meningkatkan penjualan secara online karena masyarakat yang tidak keluar rumah untuk berbelanja secara offline, walaupun penjualan secara online tidak sama dengan penjualan offline akan tetapi dengan adanya pemasaran digital melalui e-commerce Shopee mengalami cukup peningkatan.

Solusi yang ditempuh oleh Elzatta dalam mempromosikan digital marketing melalui *e-commerce* Shopee saat pandemi covid-19 yaitu dengan cara menghubungi konsumen Elzatta secara langsung melalui direct di whatsapp, broadcast message dan mempromosikan produk melalui *e-commerce* Shopee lewat diskon di tanggal spesial contohnya seperti 4.4, 5.5 dan sebagainya, lalu Elzatta memiliki program promosi gratis ongkir dan juga karena sekarang sedang ppkm jadi Elzatta melakukan promosi ppkm, maksud dari program promosi ppkm Elzatta itu “promo pengiriman kebangetan murah nya” dan gratis ongkir.

**Promosi**, dengan adanya promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Salah satu upaya untuk menangani hambatan dalam mempromosikan produk Elzatta di *e-commerce* Shopee yaitu melakukan program promosi di Shopee.

**Program Promosi Shopee** yang dilakukan Elzatta yaitu Gratis Ongkir, Cashback xtra, Gratis ongkir xtra, mengikuti promosi di tanggal istimewa salah satunya promo Elzatta 4.4 yang melakukan diskon hingga 80%, lalu serba 44 ribu, beli 4 bayar 2. Dan juga karena sekarang sedang ppkm jadi Elzatta melakukan promosi ppkm, maksud dari program promosi ppkm Elzatta itu “promo pengiriman kebangetan murah nya” dan gratis ongkir. Selain itu untuk menangani hambatan dalam mempromosikan produk Elzatta di E-Commerce Shopee yaitu melakukan promosi di media sosial melalui Iklan ads efektif dalam strategi digital marketing, perlu diketahui yang digunakan oleh Elzatta yaitu Google ads, menampilkan iklan pada youtube, aplikasi-aplikasi yang tersedia di *playstore* serta *platform* atau media lain yang berafiliasi dengan Google. Iklan Google atau Google ads memiliki lima format yang berbeda, mulai dari iklan gambar, iklan aplikasi, iklan video dan iklan *shopping*. Iklan seperti Google ads yang dilakukan Elzatta yaitu komunikasi beragam ide mengenai produk Elzatta untuk para

konsumen dengan menggunakan alat yang berupa tulisan maupun simbol. Jadi iklan sangat efektif dan dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk Elzatta. Iklan yang digunakan oleh Elzatta sangat beragam dari Google ads, iklan dari Shopee nya sendiri, Instagram ads dan juga facebook ads.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Elzatta menggunakan E-Commerce Shopee untuk melakukan digital marketing saat pandemi covid-19. Digital Marketing pada Shopee yaitu sebagai media pemasaran digital untuk melakukan promosi dan penjualan yaitu terlihat sangat masif di Indonesia dan Elzatta juga menilai bahwa sangat baik untuk memasarkan produk menggunakan platform E-Commerce Shopee, karena pengguna Shopee di Indonesia cukup banyak dan dilihat juga dari kebutuhan pasar nya dari mulai anak-anak, remaja, dewasa untuk bisa menggunakan Shopee. Di saat kondisi pandemi covid-19 yang menyebabkan konsumen tidak bisa belanja langsung di toko maka dari itu Elzatta menggunakan media yang efektif untuk melakukan digital marketing saat pandemi covid-19 melalui *e-commerce* Shopee untuk memudahkan konsumen berbelanja. Alasan Elzatta menggunakan *e-commerce* Shopee sebagai media untuk melakukan kegiatan pemasaran digital karena *e-commerce* Shopee merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk belanja online yang memiliki fitur gratis ongkir, diskon dan sebagainya. Dampak yang terjadi setelah dilakukannya Digital Marketing pada *e-commerce* Shopee cukup meningkat sejak elzatta rintis pada tahun 2016 dan bekerja sama dengan relationship manager dari shopee dikarenakan dampak pandemi covid-19 elzatta mengalami penurunan tetapi karena adanya digital marketing melalui *e-commerce* Shopee Elzatta mengalami cukup peningkatan.
2. Strategi yang dilakukan dalam digital marketing melalui *e-commerce* Shopee Elzatta saat pandemi covid-19 yaitu melalui persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Elzatta harus bisa menyampaikan dengan cara yang baik, efektif, dan efisien kemudian customer Elzatta juga merasa diberikan informasi secara penuh melalui Customer Service atau Admin Shopee bagaimana kecepatan Admin Shopee didedikasikan untuk Customer Elzatta, jadi jika Customer Elzatta mempunyai keluhan apalagi dalam kondisi pandemi covid-19 seperti ini Customer Elzatta akan menghubungi melalui chat di Shopee. Selain itu Elzatta juga mengikuti program promosi di Shopee seperti sale di tiap bulannya dan menggunakan iklan ads, dan juga ada produk khusus sehingga bisa meningkatkan traffic dan exposure yang baik.
3. Dengan adanya Pandemi Covid-19 perusahaan Elzatta mengalami hambatan dalam mempromosikan produknya, dikarenakan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang biasa di bilang (ppkm) yang membuat masyarakat jadi tidak bisa keluar rumah untuk berbelanja ke mall, jadi konsumen Elzatta tidak dapat berbelanja secara langsung ke toko dan juga sebagian besar karyawan Elzatta *work from home* dan ada juga yang harus isolasi. Dampak yang kurang baik yaitu penjualan secara offline yang berpengaruh karena toko offline sangat kuat penjualannya tetapi dengan adanya pemasaran secara digital atau yang biasa di bilang digital marketing itu sangat membantu untuk penjualan di saat pandemi covid-19 seperti ini. Toko offline Elzatta tutup karena adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (ppkm) itulah dampak kurang baik nya, akan tetapi Elzatta menggunakan strategi pemasarannya melalui *digital marketing* melalui *e-commerce* Shopee dengan melakukan promosi, untuk membantu penjualannya di saat pandemi covid-19. Pandemi covid-19 ini cukup meningkatkan penjualan secara online karena masyarakat yang tidak keluar rumah untuk berbelanja secara offline, walaupun penjualan secara online tidak sama dengan penjualan offline akan tetapi dengan adanya pemasaran digital melalui *e-commerce* Shopee mengalami cukup peningkatan. Solusi yang ditempuh oleh Elzatta dalam mempromosikan digital marketing melalui *e-commerce* Shopee saat pandemi covid-19 yaitu dengan cara

menghubungi konsumen Elzatta secara langsung melalui direct di whatsapp, broadcast messege dan mempromosikan produk melalui *e-commerce* Shopee lewat diskon di tanggal spesial contohnya seperti 4.4,5.5 dan sebagainya, lalu Elzatta memiliki program promosi gratis ongkir dan juga karena sekarang sedang pphm jadi Elzatta melakukan promosi pphm, maksud dari program promosi pphm Elzatta itu “promo pengiriman kebangetan murahny” dan gratis ongkir.

### Daftar Pustaka

- [1] Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). Digital Marketing & Social Media. International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions (pp. 163-167). Nagpur: Tripude Institute of Management Education.
- [2] Fikrillah, Adhitya Fajar & Rachmawati, I (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran “ Bakar Uang” di Bukalapak terhadap Minat Beli Pelanggan. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/22867>.
- [3] Honni, Amelia Fitri. (2011). Pengembangan Website E-Marketing : Studi Kasus Pada PT. Usaha Gedung Bank Dagang Negara. Binus University.
- [4] Imanulloh, B & Rochim, M (2020). Analisis Startegi Digital Marketing Clothing. <http://103.78.195.33/handle/123456789/29325>.
- [5] Iram , M., & Chopade, T. (2018). Effectiveness of Digital Advertising on Instagram Followers. International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions (pp. 283-302). Nagpur: Tripude Institue of Management Education.
- [6] Kanaya, Azzahra Fiesa & Rachmawati, I (2021). Digital Marketing Produk Busana Muslim melalui Konten Instagram. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/30354>.
- [7] Ramadhan, Iqbal Jati & Rachmawati, I (2021). Hubungan antara Promosi Penjualan Brand Pakaian dengan Minat Beli Calon Konsumen. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/25867>.
- [8] Riyadi, dkk. 2015. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pasbrik di Kota Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 29(1) : 1-9.
- [9] Utama, DN. 2006. E-Commerce Sebagai Sebuah Sistem Sosial. Jurnal FASILKOM. 4(2) : 78-87
- [10] Ramadiansyah, Surya. Dede Lilis Chaerowati. (2021). *Pemasaran Interaktif melalui Media Sosial sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing*. Junal Riset Manajemen Komunikasi Univeristas Islam Bandung. 1 (2). 8-16