
Meningkatkan Penjualan *E-Commerce*: Strategi Digital Marketing yang Efektif untuk 2025

Dhafa Solan Aji Putra, Alvina Rizqi Salsabila, Dergyna Cleri Arcitra, Diana
Cinta Mahardhika, Falih Akbar Pratama, Helvia Dea Saputri

Program Studi Manajemen Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,
Jawa Tengah, 57135
Telp : (0271) 7470550
Email : 230414022@mhs.udb.ac.id

Abstrak

Didorong oleh perkembangan teknologi yang pesat dan perubahan perilaku konsumen, industri e-commerce terus mengalami pertumbuhan yang kuat. Menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif dan inovatif adalah kunci untuk meningkatkan penjualan e-dagang. Tujuan artikel ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan penjualan e-commerce pada tahun 2025. Metodologi penelitian menggunakan

pendekatan kualitatif yang melibatkan tinjauan pustaka untuk mengeksplorasi tren dan teknologi terkini yang memengaruhi strategi pemasaran digital. Hasil survei menunjukkan bahwa strategi seperti personalisasi pengalaman pengguna, pemasaran berbasis video, pemanfaatan kecerdasan buatan (AI), serta pemanfaatan media sosial dan pemasaran influencer merupakan kunci terpenting untuk meningkatkan penjualan e-commerce. Telah terbukti bahwa: Studi ini menawarkan rekomendasi tentang bagaimana perusahaan e-commerce dapat menerapkan strategi ini untuk bertahan hidup di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: E-commerce, Digital Marketing, Strategi, Peningkatan Penjualan, 2025.

Abstract

Driven by rapid technological developments and changing consumer behavior, the e-commerce industry continues to experience strong growth. Implementing effective and innovative digital marketing strategies is the key to increasing e-commerce sales. The purpose of this article is to identify and analyze digital marketing strategies that can increase e-commerce sales by 2025. The research methodology uses a qualitative approach involving a literature review to explore the latest trends and technologies that influence digital marketing strategies. The survey results show that strategies such as personalizing the user experience, video-based marketing, utilizing artificial intelligence (AI), as well as utilizing social media and influencer marketing are the most important keys to increasing e-commerce sales. It has been proven that: This study offers recommendations on how e-commerce companies can implement these strategies to survive in an increasingly competitive market

Keywords: E-commerce, Digital Marketing, Strategies, Sales Growth, 2025.

A. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, industry e-commerce terus berkembang pesat. Tranformasi digital telah mengubah perilaku belanja konsumen, dengan semakin banyak orang beralih ke platfrom daring untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Diprediksi pada tahun 2025, e-commerce akan semakin menjadi sektor utama dalam

ekonomi global dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi digital (Buildfire,2021). Meningkatnya penggunaan teknologi dan akses internet telah memacu inovasi dalam pemasaran digital. Agar tetap kompetitif, pengusaha masa kini harus menggunakan strategi pemasaran digital yang inovatif.

Strategi seperti personalisasi,intregasi kecerdasan buatan, dan pemasaran berbasis data akan menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Ironistic, 2024).

Artikel ini bertujuan untuk membahas berbagai strategi digital marketing yang efektif untuk meningkatkan penjualan e-commerce pada tahun 2025. Dengan memahami tren terkini dan mengimplementasikan strategi yang relevan, bisnis dapat tetap kompetitif di tengah perubahan yang dinamis dalam industri ini.

B. Metodologi

Studi ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data dari penelitian literatur, makalah akademis, laporan industri dan analisis tren yang ada dalam pemasaran digital. Data yang dikumpulkan dianalisis untuk menentukan strategi yang paling relevan dan efektif untuk meningkatkan penjualan e-commerce pada tahun 2025. Metodologi analisis yang digunakan adalah analisis tematik yang difokuskan pada mengidentifikasi tema-tema utama dalam strategi pemasaran digital, seperti personalisasi dan kecerdasan buatan (AI), pemasaran video, pemasaran pemengaruh, dll.

Sumber data yang digunakan meliputi publikasi akademis, laporan riset pasar, dan studi kasus perusahaan e-commerce terkemuka yang telah berhasil menerapkan strategi pemasaran digital. Tujuan dari studi ini adalah untuk menunjukkan dengan jelas potensi strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan e-dagang di masa mendatang.

C. Hasil dan Pembahasan

Menurut (Hutabarat, 2017), strategi adalah suatu kerangka kerja yang memandu dan mengendalikan keputusan yang menentukan sifat dan arah suatu organisasi pendidikan. Dengan kata lain, strategi berarti melakukan hal yang benar. Berdasarkan analisis data, berikut adalah strategi pemasaran digital paling efektif untuk meningkatkan penjualan e-commerce pada tahun 2025:

Personalisasi Pengalaman Pengguna

Personalisasi telah menjadi salah satu strategi paling efektif dalam pemasaran digital. Perusahaan e-commerce yang memanfaatkan data pelanggan untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang dipersonalisasi dapat meningkatkan loyalitas dan konversi pelanggan. Personalisasi mencakup rekomendasi produk berdasarkan riwayat pembelian, penawaran eksklusif, dan email yang disesuaikan dengan preferensi pengguna (Institute, 2024). Kemajuan dalam teknologi kecerdasan buatan (AI) berarti personalisasi sekarang dapat diterapkan secara real time di berbagai platform.

Pemasaran Berbasis Video

Konten video tetap menjadi salah satu bentuk pemasaran yang paling efektif. Video dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, menyampaikan informasi secara visual, dan menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat. Platform seperti YouTube,

TikTok, dan Instagram Reels memberikan peluang besar bagi bisnis untuk mempromosikan produk mereka melalui video yang menarik dan informatif (Insights, 2024). Contoh populernya meliputi video pendek dengan cerita yang bermakna, tutorial produk, dan ulasan pelanggan.

Influencer Marketing yang Terpersonalisasi

Saat ini, kolaborasi dengan para influencer bergerak ke arah pendekatan yang lebih personal. Alih-alih berfokus pada peningkatan jumlah pengikut, bisnis mulai bermitra dengan mikro-influencer yang memiliki hubungan lebih kuat dengan audiens mereka. Hal ini membuat pesan pemasaran Anda lebih kredibel dan relevan, membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan konversi (Markezing, 2024).

Media Sosial dan Iklan Berbayar yang Lebih Cerdas

Media sosial terus menjadi salah satu saluran utama dalam pemasaran e-commerce. Berkat penerapan teknologi machine learning, iklan berbayar kini dapat ditargetkan dengan lebih tepat berdasarkan perilaku, demografi, dan preferensi pelanggan. Selain itu, inovasi seperti belanja langsung (live shopping) di platform-platform media sosial seperti Instagram dan TikTok memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian produk tanpa harus meninggalkan aplikasi tersebut (MetricsCart, 2024).

Menurut (Radji, 2023) bahwa strategi pemasaran yang efektif yang mampu meningkatkan penjualan pada e-commerce yaitu dengan cara :

- a. Mengenali Pelanggan. Penting bagi penjual untuk memahami pelanggan mereka, agar dapat menemukan segmentasi pasar yang tepat dengan lebih mudah. Sebelum itu, penjual sebaiknya melakukan riset terlebih dahulu untuk mengidentifikasi pangsa pasar serta pesaing yang ada. Promosi harus dilakukan dengan cara kreatif dan inovatif sehingga membuat konsumen lebih tertarik. Promosi juga harus dilakukan secara terus-menerus dan konsisten.
- b. Periklanan untuk meningkatkan minat konsumen, periklanan harus dilakukan dengan cara yang kreatif dan inovatif. Selain itu, periklanan harus berkelanjutan dan konsisten.
- c. Menggunakan teknik SEO Lokal dapat dianggap sebagai salah satu cara paling efektif untuk mempromosikan produk Anda. Dengan menerapkan SEO Lokal, Anda dapat menjangkau konsumen di daerah sekitar Anda dengan lebih mudah.
- d. Prioritaskan pelanggan Anda Cara efektif berikutnya adalah dengan memprioritaskan pelanggan Anda. Hal ini tidak hanya dicapai dengan menawarkan harga yang murah, tetapi juga menuntut pelanggan untuk mencapai tingkat kepuasan yang tidak dapat dicapai dengan toko e-commerce lainnya.
- e. Pemanfaatan media sosial merupakan strategi yang efektif untuk mempromosikan bisnis e-commerce. Para penjual tidak hanya terfokus pada platform e-commerce saja, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan dukungan aplikasi e-commerce, penjualan pun dapat mengalami peningkatan yang signifikan.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Strategi pemasaran digital yang efektif akan memainkan peran penting dalam meningkatkan penjualan e-dagang pada tahun 2025. Personalisasi, pemasaran berbasis video, pemasaran pemengaruh, penggunaan media sosial yang cerdas, dan iklan

berbayar adalah beberapa strategi utama yang perlu diterapkan oleh pemilik bisnis e-dagang. Seiring kemajuan teknologi, penting bagi bisnis e-commerce untuk terus berinovasi dan mengadaptasi strategi ini agar tetap relevan dan kompetitif di pasar global yang semakin kompetitif. Strategi pemasaran yang bisa dilakukan oleh para pebisnis e-commerce adalah (1) mengenal pelanggan, (2) menjalankan promosi secara berkesinambungan, (3) menerapkan SEO, (4) memprioritaskan pelanggan, dan (5) memanfaatkan media sosial, dan lain sebagainya. Mendorong. E-commerce memungkinkan pengusaha untuk meningkatkan pendapatan penjualan.

Saran

Untuk meningkatkan penjualan e-commerce di masa depan, beberapa langkah yang dapat diambil adalah:

- a. Meningkatkan Investasi pada Teknologi AI dan Big Data
Investasi dalam teknologi untuk menganalisis data pelanggan dan menciptakan pengalaman belanja yang dipersonalisasi akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan serta meningkatkan konversi penjualan.
- b. Memperkuat Kehadiran di Platform Media Sosial
Mengintegrasikan e-commerce dengan media sosial, serta memanfaatkan iklan berbayar yang lebih tersegmentasi, dapat menciptakan peluang penjualan yang lebih luas.
- c. Menambah Kerja Sama dengan Influencer yang Tepat
Memilih influencer yang memiliki audiens yang relevan dengan merek Anda dapat memperkuat efektivitas kampanye pemasaran dan memperluas jangkauan pasar.
- d. Mengoptimalkan Video Marketing
Menggunakan video sebagai alat pemasaran untuk menyampaikan informasi produk dengan cara yang menarik dan interaktif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan berdampak positif pada penjualan.

Dengan mengikuti saran-saran ini, bisnis e-commerce dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mengoptimalkan penjualannya di tahun 2025.

Daftar Pustaka

- Buildfire. (2021). *Ecommerce Marketing Trends of 2025*. Buildfire.Com.
- Hutabarat, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3, 112–121.
- Insights, S. (2024). *10 Actionable Digital Marketing Trends for 2025*. Retrieved from Smartinsights.Com.
- Institute, D. M. (2024). *What are the Digital Marketing Trends for 2025? What Are the Digital Marketing Trends for 2025?*
- Ironistic. (2024). *E-commerce and Retail Digital Marketing Strategies for 2025*. Retrieved from Ironistic.Com.
- Markezing. (2024). *Top 10 E-Commerce Marketing Trends to Watch in 2025*. Retrieved from Blog.Markezing.Com.
- MetricsCart. (2024). *Top 10 Strategies for E-Commerce Business in 2025*. Top 10 Strategies for E-Commerce Business in 2025.

Radji, D. L. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN E-COMMERCE. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 3, 1734–1741.