

# Implementasi Strategi *Digital Marketing* Sebagai Inovasi Kreatif di Bidang Wirausaha *Nails Art*

Banu Radyto Dwi Satrio <sup>1\*</sup>, Raissa Azaria Andini <sup>2</sup>, Siti Sahara <sup>3</sup>

<sup>1\*,2,3</sup> Program Studi Manajemen Pelabuhan dan Logistik Maritim, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

*Email:* banuradytodwisatrio\_1511521030@mhs.unj.ac.id <sup>1\*</sup>, raissaazariaandini\_1511521050@mhs.unj.ac.id <sup>2</sup>, sitisahara@unj.ac.id <sup>3</sup>

## Histori Artikel:

*Dikirim* 28 April 2024; *Diterima dalam bentuk revisi* 15 Juni 2024; *Diterima* 20 Juni 2024; *Diterbitkan* 10 September 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STM IK Indonesia Banda Aceh.

## Abstrak

Perawatan kuku telah menjadi aspek penting bagi semua golongan perempuan. Penggunaan kuku palsu Press on nails telah menjadi alternatif populer dalam industri kecantikan, terutama dalam seni kuku. Baru-baru ini, teknik press on telah menjadi tren signifikan di antara penggemar seni kuku. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi popularitas press on nails dan dampaknya terhadap pengembangan bisnis wirausaha di industri seni kuku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa popularitas press on nails dalam industri wirausaha seni kuku ditentukan oleh beberapa faktor utama seperti kemudahan penggunaan, kecepatan aplikasi, variasi desain, dan daya tahan. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif seperti penggunaan media sosial dan kolaborasi dengan influencer juga memainkan peran penting dalam meningkatkan popularitas press on nails.

**Kata Kunci:** Popularitas; Press on Nail Art.

## Abstract

Nail treatment has become an important aspect for all groups of women. The use of fake nails Press on nails has become a popular alternative in the beauty industry, especially in nail art. Recently, the press on technique has become a significant trend among nail art fans. This study analyzes the factors that influence the popularity of press on nails and their impact on the development of entrepreneurial business in the nail art industry. The results showed that the popularity of press on nails in the nail art entrepreneur industry is determined by several main factors such as ease of use, application speed, design variations, and endurance. In addition, effective marketing strategies such as the use of social media and collaboration with influencers also play an important role in increasing the popularity of press on nails.

**Keyword:** Popularity; Press on Nail Art.

## 1. Pendahuluan

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, pemasaran digital telah menjadi salah satu aspek yang tak terhindarkan bagi berbagai jenis bisnis, termasuk dalam industri kecantikan seperti wirausaha nails art. Nails art tidak lagi hanya berkembang dalam lingkup lokal, tetapi juga merambah ke ranah global, dimana peningkatan permintaan dan persaingan yang ketat menjadi hal yang umum. Di tengah persaingan yang semakin ketat, implementasi strategi *digital marketing* telah menjadi inovasi kreatif yang tak terelakkan dalam upaya mempertahankan eksistensi dan meningkatkan keunggulan kompetitif bagi bisnis nails art. Melalui strategi *digital marketing* yang tepat, para wirausahawan di bidang ini dapat mengoptimalkan eksposur merek mereka, meningkatkan keterlibatan konsumen, serta meningkatkan penjualan dengan lebih efektif.

Dalam implementasi strategi *digital marketing* menawarkan berbagai peluang inovatif, seperti pemanfaatan media sosial, konten kreatif, *influencer marketing*, teknik SEO (*Search Engine Optimization*), dan pemasaran melalui berbagai kanal digital lainnya. Dengan memanfaatkan alat-alat digital ini secara efektif, wirausahawan nails art dapat menciptakan hubungan yang lebih erat dengan konsumen mereka, meningkatkan kesadaran merek, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Namun, untuk berhasil dalam mengimplementasikan strategi *digital marketing*, para wirausahawan perlu memahami dengan baik perilaku konsumen dalam industri ini, serta terus mengikuti perkembangan teknologi dan tren digital terbaru. Selain itu, penting juga bagi mereka untuk terlibat dalam riset pasar yang mendalam dan menganalisis data untuk mengukur efektivitas kampanye digital mereka. Melalui pendekatan inovatif dalam implementasi strategi *digital marketing*, wirausahawan nails art dapat mengubah lanskap industri ini, memperluas jangkauan pasar mereka, dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam era digital ini.

Salah satu alat yang memiliki peran penting dalam pemasaran online untuk nails art adalah promosi Instagram. Instragram bukan hanya sekadar aplikasi posting foto-foto, tetapi juga membantu dalam mempermudah melakukan promosi, memperkenalkan produk-produk nails art melalui postingan feeds dan snapgram untuk calon pelanggan. Dengan adanya Instagram, para pelaku usaha nails art dapat meningkatkan keterlihatan bisnis mereka, menarik minat konsumen, serta membangun kepercayaan. Namun, walaupun pemasaran online menawarkan peluang besar, para pelaku usaha nails art juga menghadapi suatu tantangan tertentu. Salah satu tantangan utamanya adalah kurangnya pemahaman mengenai teknologi internet dan media sosial, serta cara efektif untuk menggunakannya.

Perawatan kuku telah menjadi salah satu aspek penting dalam industri kecantikan, terutama di kalangan perempuan. Dalam penelitian Harjanti *et al.* (2009), kosmetika kuku tidak hanya dilihat dari segi estetika tetapi juga dari aspek keamanan, menekankan pentingnya keseimbangan antara keindahan dan keselamatan dalam penggunaan produk kuku. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan tren kecantikan, inovasi dalam perawatan kuku terus berkembang, termasuk penggunaan kuku palsu yang menawarkan berbagai desain menarik dan praktis, seperti yang diungkapkan oleh Sholikah (2022) dalam studinya tentang kuku palsu berbahan limbah compact disc untuk wedding *nail art*. *Digital marketing* telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau konsumen, terutama melalui *platform* media sosial. Studi yang dilakukan oleh Wardani dan Daniar (2021) menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui Instagram secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk skincare selama pandemi. Hal ini sejalan dengan temuan Wulandari (2023) yang menganalisis efektivitas Instagram sebagai media komunikasi, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen juga menjadi fokus dalam beberapa penelitian. Nazara dan Yunita (2023) menyatakan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di *platform* Tiktok Shop. Studi serupa oleh Nazara dan Yunita (2023) menggarisbawahi pentingnya strategi harga yang tepat dan kualitas produk yang tinggi untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Dalam industri *nail art*, minat konsumen terhadap produk halal juga telah diteliti. Penelitian oleh Donasagita & Maspiyah (2019) menyoroti minat konsumen terhadap *nail art* halal di Gresik,

menunjukkan adanya permintaan yang signifikan untuk produk yang memenuhi standar kehalalan. Selain itu, Puspita Sari dan Lutfiati (2015) menekankan pentingnya pelatihan dan peningkatan keterampilan dalam *nail art* untuk meningkatkan kualitas dan daya saing di pasar. *Digital marketing* juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Studi oleh Studi *et al.* (2023) menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran melalui media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam industri *nail art*, strategi *digital marketing* yang efektif dapat membantu meningkatkan visibilitas, keterlibatan konsumen, dan penjualan, seperti yang dijelaskan oleh Wardani dan Daniar (2021) pada produk *skincare*. Implementasi strategi *digital marketing* dalam industri *nail art* tidak hanya menawarkan peluang inovatif tetapi juga menjadi kebutuhan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan memenuhi ekspektasi konsumen. Melalui pemanfaatan media sosial, konten kreatif, dan kolaborasi dengan *influencer*, wirausahawan dalam industri ini dapat mengoptimalkan eksposur merek mereka dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi popularitas *press on nails* dan dampaknya terhadap pengembangan bisnis wirausaha di industri seni kuku, dengan fokus pada strategi *digital marketing* yang efektif.

## 2. Metode Penelitian

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif deskriptif yang merupakan metode yang tepat untuk menggambarkan, menjelaskan, atau merangkum kondisi, situasi, fenomena, atau variabel penelitian melalui pengumpulan data numerik dan analisisnya. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengolah data secara sistematis, mulai dari pengumpulan data hingga interpretasi hasil yang dapat diterima secara objektif. Metode penelitian melibatkan penggunaan instrumen survei melalui Google Form untuk mengumpulkan data dari responden terkait kepuasan pengguna Transjakarta. Survei ini mencakup berbagai aspek, termasuk kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan "*press on nails*". Contoh pertanyaan dalam survei termasuk evaluasi terhadap kecepatan layanan pembuatan "*press on nails*", kemudahan proses pembelian produk melalui situs web/toko online, dan persepsi tentang harga produk serta desain yang sesuai dengan ekspektasi. Hasil survei dianalisis untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang implementasi strategi *digital marketing* sebagai inovasi kreatif dalam industri *nails art*. Langkah-langkah penelitian mencakup observasi langsung terhadap aktivitas *digital marketing* pada berbagai *platform* seperti Instagram, serta evaluasi terhadap efektivitas strategi tersebut. Evaluasi dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat interaksi konsumen, pertumbuhan jumlah pengikut, dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Adapun pertanyaan survei yang tertera di dalam google form untuk pembahasan hasil kepuasan pelanggan kami yang dijawab oleh 55 orang responden yaitu :

Tabel 1. Variable Penelitian

Variable	Indikator Pertanyaan
Kualitas pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seberapa cepat layanan pembuatan <i>press on nails</i> kami?</li> <li>Seberapa mudah proses pembelian produk di situs web/toko kami?</li> <li>Bagaimana Anda mengetahui tentang produk "<i>press on nails</i>" kami?</li> </ul>
Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apakah Anda merasa harga produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan?</li> <li>Apakah desain "<i>press on nails</i>" sesuai dengan ekspektasi Anda?</li> </ul>

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagaimana strategi *digital marketing* dapat diterapkan secara efektif dalam mendukung pertumbuhan usaha dalam industri *nails art*. Implikasi dari penelitian dapat memberikan panduan praktis bagi praktisi dan pemilik usaha dalam

mengoptimalkan penggunaan *platform* digital untuk meningkatkan visibilitas, keterlibatan konsumen, dan akhirnya, peningkatan penjualan produk.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil

Dalam era digital yang terus berkembang, industri wirausaha *nail art* telah mengalami transformasi besar dalam cara memasarkan produk dan layanan kepada konsumen. Implementasi strategi digital marketing menjadi sangat penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan memperkuat keterlibatan konsumen. Penelitian ini akan mengevaluasi jenis konten, kualitas visual, keterlibatan pengguna, dan strategi konten kreatif yang digunakan oleh pelaku usaha. Fitur Instagram seperti InstaStory dapat membantu pelaku usaha berhubungan langsung dengan calon pelanggan. Sebab umumnya, pelanggan cenderung mencari toko online yang memberikan pelayanan terbaik, merespons pendapat atau pesan, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Fitur Instagram tersebut sangat membantu pelaku usaha untuk memahami keinginan pelanggan. InstaStory juga dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk berkolaborasi dengan *brand* lain atau influencer.

##### 3.1.1 Pemanfaatan Fitur Instagram

Usaha *nail art* banyak memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti Instagram *Stories*, *Reels*, dan *Feeds* untuk menampilkan video tutorial, proses pembuatan *nail art*, dan testimoni pelanggan. Hal ini bertujuan untuk memberikan konten yang menarik dan informatif bagi calon pelanggan.

###### 1) *Instagram Story* dan *Feeds*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan konten singkat yang menarik perhatian. Untuk usaha *nail art*, Anda dapat memposting video tutorial singkat, hasil akhir *nail art*, dan proses pengerjaan. Hal ini dapat meningkatkan *engagement* dan menjangkau lebih banyak *customer*. Banyak usaha *nail art* menggunakan akun bisnis di Instagram. Akun bisnis ini memungkinkan mereka untuk memanfaatkan fitur analitik, iklan, dan promosi yang lebih spesifik. Dengan fitur ini, mereka dapat menargetkan audiens yang lebih tepat dan meningkatkan visibilitas *brand* mereka.

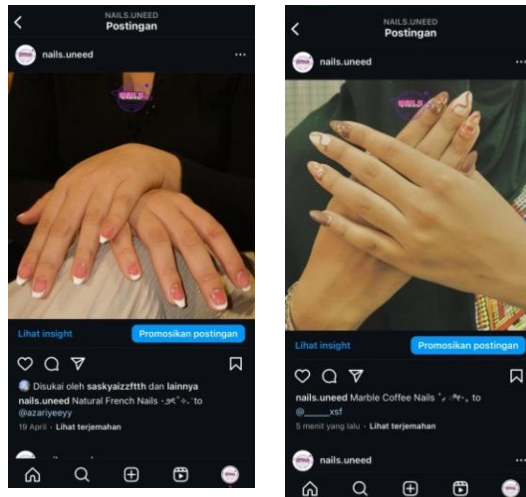


Gambar 1. Instagram Nails U Need

Sumber : <https://www.instagram.com/nails.uneed/>

2) Konten Visual yang Menarik

Karena *nail art* sangat visual, banyak usaha fokus pada kualitas foto dan video yang diunggah. Penggunaan pencahayaan yang baik, latar belakang yang menarik, dan foto close-up dari hasil karya *nail art* adalah beberapa teknik yang umum digunakan untuk menarik perhatian pengguna Instagram.



Gambar 2. Feeds Instagram Nails U Need  
Sumber : <https://www.instagram.com/nails.uneed/>

3) *Insight Analytics*

Instagram menyediakan fitur analytics yang membantu pemilik usaha memahami performa konten mereka. Dengan menganalisis data ini, bisa mengetahui jenis konten apa yang paling diminati dan waktu terbaik untuk posting. Ini sangat penting untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.



Gambar 3. Insight Instagram Nails U Need  
Sumber : <https://www.instagram.com/nails.uneed/>

Dalam penerapan strategi ini, studi kasus analisis pada akun *instagram @nails.uneed* menunjukkan bahwa penggunaan efektif dari fitur-fitur dapat meningkatkan interaksi dan komunikasi dengan *customer* hingga 100% dalam kategori “Sangat Baik”.

### 3.1.2 Evaluasi efektifitas strategi *digital marketing*

Evaluasi efektivitas strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh usaha *nail art* dapat dilakukan melalui beberapa metrik utama seperti tingkat interaksi konsumen, pertumbuhan jumlah pengikut, dan peningkatan penjualan. Berikut penjelasan mengenai masing-masing metrik dan bagaimana mereka dapat digunakan untuk mengevaluasi strategi *digital marketing*.

- 1) Likes dan Komentar: Banyaknya likes dan komentar menunjukkan seberapa menarik dan relevan konten bagi audiens. Menggunakan fitur Instagram Insights, usaha *nail art* dapat menganalisis posting mana yang mendapatkan interaksi terbanyak dan mengidentifikasi pola yang bisa diterapkan pada konten berikutnya.
- 2) Pertumbuhan Organik: Pertumbuhan ini biasanya terjadi melalui konten yang menarik, penggunaan hashtag yang efektif, dan kolaborasi dengan *influencer* atau selebriti di media sosial. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan jumlah pengikut baru dari periode ke periode menggunakan Instagram Insights.
- 3) Direct Messages: Pertanyaan dan pesan langsung dari pelanggan potensial dapat menjadi indikator minat dan prospek penjualan. Tingkat respons cepat dan informatif juga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

### 3.1.3 Pertumbuhan jumlah pengikut

Pertumbuhan jumlah pengikut adalah indikator penting dari keberhasilan kampanye *digital marketing*. Terhitung dari Februari 2024 pembuatan akun instagram @nails.uneed yang hanya menyentuh angka 100 followers karena Konten visual yang tajam dan menarik sangat penting dalam industri *nail art*.



Gambar 4. Followers Instagram Nails U Need bulan Februari 2024

Sumber : <https://www.instagram.com/nails.uneed/>

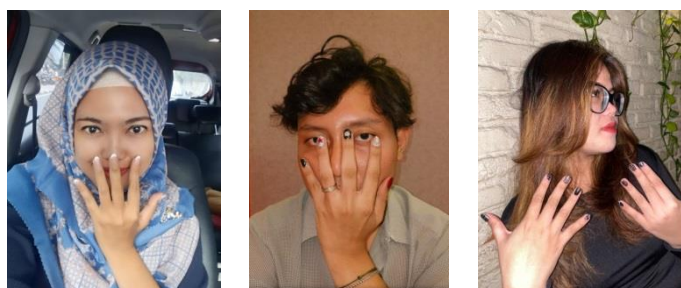
Foto close-up dari desain kuku, video tutorial, dan showcase hasil karya dapat menarik perhatian audiens. Menggunakan pencahayaan yang baik dan latar belakang yang bersih dapat membuat konten lebih menarik. Membagikan tutorial tentang cara membuat desain *nail art* tertentu atau tips perawatan kuku memberikan nilai tambah bagi audiens. Konten ini tidak hanya menarik tetapi juga membangun otoritas Anda dalam bidang *nail art*. Memposting secara teratur tetapi tidak berlebihan membantu menjaga akun tetap relevan di feed followers tanpa membuat mereka merasa spam. Frekuensi ideal bisa bervariasi, tetapi umumnya 3-4 kali seminggu adalah ritme yang baik. Alhasil di bulan Mei 2024 Instagram Nails U Need meningkatkan hampir +700 followers karena mengimplementasikan strategi *digital marketing*nya.



Gambar 5. Followers Instagram Nails U Need bulan Mei 2024  
Sumber : <https://www.instagram.com/nails.uneed/>

### 3.1.4 Peningkatan penjualan

Tingkat interaksi seperti likes, komentar, shares, dan direct messages memberikan indikasi kuat tentang bagaimana konten diterima oleh audiens dan seberapa efektif konten tersebut dalam mendorong penjualan. Faktanya seminggu berjalannya usaha nails u need hanya menerima pesanan 1-3 orang saja dikarenakan tidak menggunakan strategi *digital marketing* melalui instagram. Sekarang dengan strategi *digital marketing* melalui instagram dengan pembuatan konten menarik, memperhatikan engagement dan interaksi semua customer, nails u need sekarang bisa menerima pesanan 10-20 orang perminggu. Dengan memanfaatkan konten yang menarik dan strategi pemasaran yang aktif di Instagram, usaha *nail art* dapat meningkatkan *brand awareness*, keterlibatan pelanggan, dan akhirnya penjualan. Konten berkualitas tinggi, interaksi responsif, penggunaan fitur Instagram Shopping, dan analisis data yang efektif adalah kunci untuk mencapai hasil yang optimal.

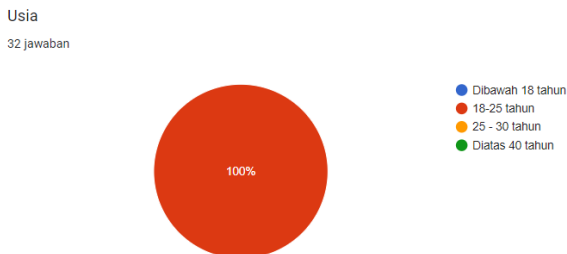


Gambar 6. Testimoni Selfie Pembelian Customer  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2 Pembahasan

Analisis demografis menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 18-25 tahun, yang merupakan segmen pasar utama bisnis ini. Temuan ini menunjukkan fokus utama pemasaran yang tepat sasaran. Selanjutnya, data menunjukkan bahwa Instagram merupakan sumber utama informasi produk, menegaskan peran signifikan *platform* media sosial dalam meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan. Aspek lain yang dievaluasi adalah kemudahan proses pembelian, yang sebagian besar responden menilai sangat mudah dan mudah, mencerminkan efisiensi dan user-friendliness dari *platform* pembelian yang disediakan. Selain itu, survei menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa harga produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, serta desain *press on nails* memenuhi ekspektasi mereka. Kepuasan ini mencerminkan keberhasilan strategi produk dan harga yang diterapkan. Kecepatan layanan pembuatan *press on nails* dinilai cepat oleh sebagian besar responden, menunjukkan efisiensi operasional yang mendukung kepuasan pelanggan. Kesimpulannya, data ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam aspek-aspek utama kepuasan

pelanggan tetapi juga memberikan panduan strategis untuk pengembangan lebih lanjut. Pembahasan lebih rinci mengenai temuan survei ini akan disajikan dalam bagian berikut.



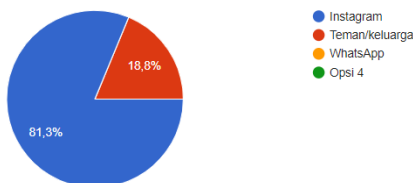
Gambar 7. Hasil survey berdasarkan usia  
Sumber: Google Form

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan dengan melibatkan 32 responden, diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 18-25 tahun berjumlah 32 orang memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 100%, sedangkan responden dengan rentang usia dibawah 18 tahun, 25-30 dan diatas 40 tahun sebanyak 0 orang. Sehingga dari data yang kami peroleh dapat disimpulkan bahwa mayoritas *customer nails u need* yaitu berusia 18-25 tahun.

Tabel 2. Hasil responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
Dibawah 18 tahun	0	0%
18-25 tahun	32	100%
25-30 tahun	0	0%
Diatas 40 tahun	0	0%
Total	55	100%

Bagaimana Anda mengetahui tentang produk "press on nails" kami?  
32 jawaban



Gambar 8. Hasil survey berdasarkan mengetahui produk  
Sumber: Google Form

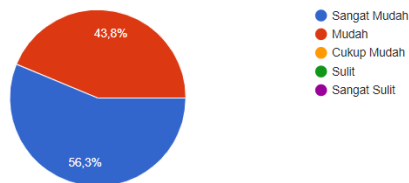
Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan dengan melibatkan 32 orang responden, dapat diketahui bahwa presentase tertinggi yaitu jawaban Instagram berjumlah 26 orang dengan persentase 81,3%. Sedangkan sebanyak 6 orang mengetahui lewat teman/keluarga dengan presentase 18,8%. Dapat disimpulkan bahwa para *customer nails u need* mengetahui produk yang dijual melalui akun media sosial Instragram.

Tabel 3. Hasil responden berdasarkan mengetahui produk

Mengetahui Produk	Jumlah Responden	Persentase
Instagram	26	81,3%
Teman/Keluarga	6	18,8%
WhatsApp	0	0%
Total	32	100%

Seberapa mudah proses pembelian produk di situs web/toko kami?

32 jawaban



Gambar 9. Hasil survey berdasarkan proses pembelian  
Sumber: Google Form

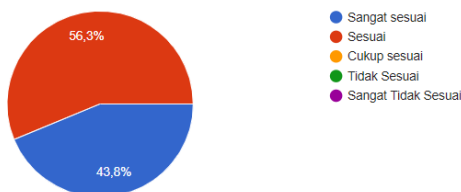
Hasil survei menggunakan Google Form ini dengan melibatkan 32 orang responden, diketahui bahwa jawaban Sangat Mudah memiliki jawaban terbanyak dengan persentase tertinggi yaitu 18 orang dan 56,2% dan jawaban Mudah sebanyak 14 orang dengan presentase 42,8%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para customer tidak kesulitan dalam proses pembeliannya dengan web/toko yang disediakan.

Tabel 4. Hasil responden berdasarkan proses pembelian

Kemudahan Proses Pembelian	Jumlah Responden	Persentase
Sangat Mudah	18	56,2%
Mudah	14	43,8%
Cukup Mudah	0	0%
Sulit	0	0%
Sangat Sulit	0	0%
Total	32	100%

Apakah Anda merasa harga produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan?

32 jawaban

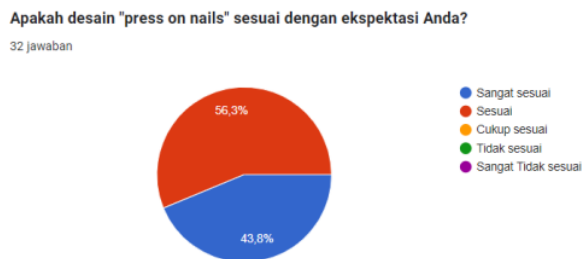


Gambar 10. Hasil survey berdasarkan harga produk  
Sumber: Google Form

Berdasarkan hasil survei yang telah di lakukan dengan melibatkan 32 orang responden, dapat diketahui bahwa presentase tertinggi yaitu jawaban **Sesuai** berjumlah 18 orang dengan persentase 56,3%. Dapat disimpulkan bahwa para costumer tidak keberatan dengan harga yang ditawarkan karena kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan mereka.

Tabel 5. Hasil responden berdasarkan harga produk.

Harga sesuai dengan Kualitas	Jumlah Responden	Persentase
Sangat Sesuai	14	43,8%
Sesuai	18	56,3%
Cukup Sesuai	0	0%
Tidak Sesuai	0	0%
Sangat Tidak Sesuai	0	0%
Total	32	100%



Gambar 11. Hasil survey berdasarkan desain sesuai ekspektasi  
Sumber: Google Form

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan dengan melibatkan 32 orang responden, dapat diketahui bahwa presentase tertinggi yaitu jawaban **Sesuai** berjumlah 18 orang dengan presentase 56,3% dan jawaban **Sangat Sesuai** sebanyak 14 orang dengan presentase 43,8%. Dapat disimpulkan bahwa desain yang dibuat oleh nails u need sesuai dengan ekpetasi para costumer.

Tabel 6. Hasil responden berdasarkan desain sesuai ekspektasi

Desain sesuai	Jumlah Responden	Persentase
Sangat Sesuai	14	43,8%
Sesuai	18	56,3%
Cukup Sesuai	0	0%
Tidak Sesuai	0	0%
Sangat Tidak Sesuai	0	0%
Total	32	100%



Gambar 12. Hasil survey berdasarkan kecepatan pembuatan  
Sumber: Google Form

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan dengan melibatkan 32 responden, diketahui bahwa jumlah responden dengan jawaban Cepat lebih banyak yaitu sebanyak 18 orang dengan presentasi 56,3%, jawaban Sangat Cepat yang berjumlah 13 orang dengan presentasi 40,6 % sedangkan dengan jawaban Cukup Cepat hanya 1 orang dengan presentase 3,1%. Dengan itu bisa dikatakan bahwa layanan pembuatan *press on nails* cepat sesuai dengan permintaan costumer.

Tabel 7. Hasil responden berdasarkan kecepatan pembuatan

Kecepatan Pembuatan	Jumlah Responden	Persentase
Sangat Cepat	13	56,3%
Cepat	18	40,6%
Cukup Cepat	1	3,1%
Lambat	0	0%
Sangat Lambat	0	0%
Total	32	100%

Dalam menghadapi perkembangan era digital, strategi pemasaran digital menjadi peran vital bagi pelaku usaha, termasuk dalam industri *nail art*. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi digital marketing, seperti yang dilakukan melalui *platform* Instagram, dapat memberikan hasil yang signifikan. Penelitian oleh Rofiah (2023) menekankan pentingnya paradigma fenomenologi dan pendekatan Cyber fenomenologi dalam menghadapi tren pemasaran masa depan. Selain itu, penelitian oleh Alfiani *et al* (2022) menyoroti pengaruh karakteristik wirausaha dan kapabilitas inovatif terhadap keberhasilan pemasaran usaha mikro, yang relevan dalam *nail art*.

Penelitian juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang optimal pasca pandemi COVID-19 melalui advokasi digital dapat memberikan dampak positif pada penjualan. Penelitian oleh Sundari dan Lestari (2022) menyoroti peningkatan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam melakukan strategi pemasaran digital, yang dapat diterapkan dalam industri *nail art* untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan. Selain itu, penelitian oleh Wulandari (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan, yang sangat relevan dalam *nail art*. Penelitian oleh Harjanti *et al.* (2009) menekankan pentingnya keseimbangan antara keindahan dan keselamatan dalam penggunaan produk kuku. Penggunaan kuku palsu yang aman dan berkualitas tinggi menjadi krusial, seperti yang diungkapkan oleh Sholikah (2022) dalam studinya tentang kuku palsu berbahan limbah compact disc untuk wedding *nail art*.

Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen juga menjadi fokus dalam beberapa penelitian. Nazara dan Yunita (2023) menyatakan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di *platform* Tiktok Shop. Temuan serupa oleh Nazara dan Yunita (2023) menggarisbawahi pentingnya strategi harga yang tepat dan kualitas produk yang tinggi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Dalam hal ini, penerapan harga yang kompetitif dan kualitas produk yang terjamin sangat penting bagi keberhasilan pemasaran dalam industri *nail art*. Minat konsumen terhadap produk halal dalam *nail art* juga telah diteliti oleh Donasagita dan Maspiyah (2019), yang menunjukkan adanya permintaan signifikan untuk produk yang memenuhi standar kehalalan. Selain itu, peningkatan keterampilan dalam *nail art* melalui pelatihan juga penting, seperti yang diungkapkan oleh Puspita Sari dan Lutfiati (2015), yang menekankan pentingnya pelatihan bagi siswa untuk meningkatkan kualitas dan daya saing di pasar. Strategi komunikasi pemasaran juga memainkan peran penting dalam membangun minat konsumen. Penelitian oleh Sinaga (2023) tentang strategi komunikasi pemasaran untuk membangun minat pengunjung Synchronize Fest 2023 dapat memberikan perspektif tentang efektivitas strategi komunikasi pemasaran digital dalam menarik minat konsumen. Hal ini sangat relevan dalam pemasaran *nail art*, di mana komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen.

Dengan merujuk pada penelitian terdahulu yang relevan, dapat disimpulkan bahwa penelitian dalam industri *nail art* perlu memperhatikan pergeseran strategi pemasaran akibat perubahan lingkungan, seperti pandemi, serta pentingnya strategi komunikasi yang efektif untuk membangun minat konsumen. Penerapan strategi digital marketing yang tepat, seperti pemanfaatan media sosial, konten kreatif, dan kolaborasi dengan influencer, dapat mengoptimalkan eksposur merek dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Studi ini mendukung temuan sebelumnya dengan menekankan bahwa strategi pemasaran digital yang inovatif dan adaptif sangat penting untuk keberhasilan bisnis dalam industri *nail art*.

#### 4. Kesimpulan

Dalam era digital yang terus berkembang, industri wirausaha *nail art* telah mengalami transformasi besar dalam cara mereka memasarkan produk dan layanan kepada konsumen. Implementasi strategi *digital marketing* di Instagram menjadi sangat penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan memperkuat keterlibatan konsumen. Akun Instagram

@nails.uneed menunjukkan peningkatan interaksi dan komunikasi dengan customer hingga 100% setelah menggunakan fitur-fitur Instagram secara efektif. Pertumbuhan jumlah pengikut dan peningkatan pesanan dari 1-3 orang per minggu menjadi 10-20 orang per minggu setelah implementasi strategi *digital marketing* menunjukkan keberhasilan penggunaan konten menarik dan engagement yang aktif. Dengan memanfaatkan konten yang menarik dan strategi pemasaran yang aktif di Instagram, usaha *nail art* dapat meningkatkan *brand awareness*, keterlibatan pelanggan, dan akhirnya penjualan. Konten berkualitas tinggi, interaksi responsif, penggunaan fitur Instagram Shopping, dan analisis data yang efektif adalah kunci untuk mencapai hasil yang optimal dalam pemasaran digital. Implementasi dan evaluasi yang tepat dari strategi ini dapat membawa usaha *nail art* ke tingkat yang lebih tinggi dalam pasar digital.

## 5. Daftar Pustaka

- Annisa, S. Q., Rinuastuti, B. H., & Saufi, A. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Kapabilitas Inovatif Terhadap Keberhasilan Pemasaran Usaha Mikro, Sentral Kerajinan Industri Kain Tenun Pringgasela. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 23-32. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2676>
- Donasagita, A., & Maspiyah, M. K. (2019). Minat konsumen terhadap nail art halal di counter Halal Nail Gresik. *Jurnal Tata Rias*, 104-110.
- Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Harjanti, N., Setiyawati, E., Retno, D., & Winarni, A. (2009). Kosmetika kuku: Antara keindahan dan keamanan (Nail cosmetics: Between aesthetic and safety). *Berkala Ilmu Kesehatan Kulit & Kelamin*, 21(1), 56-61.
- Nazara, I. H., & Yunita, M. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen (Studi pada konsumen platform TikTok Shop). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 146-159. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.813>
- Puspita Sari, Y., & Lutfiati, D. (2015). Peningkatan keterampilan nail art melalui pelatihan bagi siswa kelas XI tata kecantikan rambut SMK Negeri 6 Surabaya. *Jurnal Tata Rias*, 04, 7.
- Rofiah, C. (2023). Tren pemasaran masa depan. *Margin Eco*, 7(2), 113-147. <https://doi.org/10.32764/margin.v7i2.4084>
- Sholikhah, H. (2022). Kelayakan kuku palsu berbahan limbah compact disc sebagai wedding nail art. *Beauty and Beauty Health Education*, 10(2), 78-85. <https://doi.org/10.15294/bbhe.v10i2.53004>
- Sinaga, S. (2023). Strategi komunikasi pemasaran membangun minat pengunjung Synchronize Fest 2023. *Action Research Literate*, 7(9), 91-96. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i9.163>
- Studi, P., Bisnis, A., Bisnis, J. A., & Bali, P. N. (2023). Pengaruh aktivitas sosial media marketing kepuasan konsumen pada usaha. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(3), 147-156.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi COVID-19. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76-86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>

Wardani, N. K., & Daniar, A. (2021). Pengaruh digital marketing Instagram pada keputusan membeli produk skincare saat pandemi. *Prosiding SNADES 2021*, 192–200.

Wulandari, A. (2023). Analisis efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi (Studi kasus @Patrakomala.bandung tahun 2023). *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(6), 2734–2737.