

STRATEGI PEMASARAN MELALUI LIVE INSTAGRAM TERHADAP PENJUALAN PADA TOKO AW STORE SITUBONDO

Maisaroh

Sarohmay425@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Riza Rachman

Riza_rachman@unars.ac.id

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Yuli Norchalicatin

yulinrclctn@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Muhammad Mishbahul Anam

mmanam079@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Shafa Arina Indriani

Syafaarina08@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Fatima Abaitunnisa

Fatimahabay644@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Ahmad Syaifurahman

syaifurrahmanahmad@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Abstract

The AW store is a shop that operates in the thrift sector, where the shop sells various kinds of clothing such as shirts, trousers, and others. In marketing its products, the AW store carries out a marketing strategy, namely live Instagram. Live Instagram is a live broadcast activity on social media, especially Instagram. Where with live Instagram, sellers and buyers do not meet in person. Buyers can see what the AW store sells without having to come directly to the store. The research carried out was qualitative research, where data collection was obtained by means of interviews. The conclusion of this research is that the AW store carries out a marketing strategy for its store by means of live Instagram. This research shows that the live Instagram carried out by the AW store has had a big impact on increasing sales.

Keywords : Marketing Strategy, live instagram, sale

1. PENDAHULUAN

Semakin pesat perkembangan media sosial saat ini telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Fenomena ini mengubah cara orang berinteraksi, berkomunikasi, berbagi informasi dan membangun hubungan

baik dengan media sosial. Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, bertukar informasi dan berbagai jenis lainnya. Penggunaan media sosial saat ini dimanfaatkan oleh beberapa usaha untuk menjual produk atau jasa.

Sebagian besar pelaku usaha menggunakan media sosial sebagai media penjualan. Adanya pemasaran online memberikan dampak positif bagi pelaku usaha maupun konsumen. Dampak positif tersebut bagi pelaku usaha ialah adanya peningkatan penjualan, serta mudahnya pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Sedangkan bagi konsumen sendiri yaitu, konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat, dan dapat memahami secara jelas terkait produk yang akan dibeli atau dipakai. Media sosial yang biasanya digunakan salah satunya ialah instagram. Instagram mudah diakses oleh semua kalangan dan memberikan peluang baru bagi bisnis kecil hingga menengah untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka.

Dapat dilihat dari pengguna instagram yang sebagian besar penggunanya adalah remaja. Penggunaan instagram membuka peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha. Dengan adanya instagram pelaku usaha dapat memasarkan usahanya secara *live streaming*. *Live streaming* adalah penyiaran langsung menggunakan media online seperti instagram, tiktok, dan lainnya. Live streaming biasa digunakan pelaku usaha untuk memasarkan usahanya. Dengan live streaming, pelaku usaha hanya perlu memamerkan barang

barangnya melalui siaran langsung yang bisa diakses dari smartphone masing-masing tanpa harus berbicara langsung kepada setiap konsumen. Live streaming juga menyediakan media untuk konsumen berkomentar, sehingga memudahkan konsumen untuk bertanya tentang spesifik barang yang dijual atau bertanya harga sehingga bisa dibaca langsung oleh host.

AW store berdiri sejak tahun 2020 yang berlokasi di Jl. Wijaya Kusuma No.49, Parse, Dawuhan, Kec. Situbondo, Kabupaten situbondo, Jawa timur. Toko ini bergerak dibagian fashion. Konsep pemasaran yang digunakan toko ini adalah konsep pemasaran modern, dimana toko ini memasarkan produknya melalui live streaming instagram. Berbagai macam produk fashion yang dijual seperti baju , celana , jaket dan berbagai macam lainnya . toko *AW store* mampu bersaing dengan harga produk pasar lainnya. *AW Store* menyadari potensi besar yang dimiliki media sosial dalam mencapai audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam tentang analisis penggunaan media sosial, terutama live streaming Instagram, terhadap penjualan di *AW Store*.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti toko *AW store* dalam menggunakan media sosial

terhadap penjualan yang melibatkan strategi pemasaran melalui live streaming, interaksi dengan pelanggan, dan analisis data penjualan yang dapat dihubungkan dengan aktivitas media sosial. Dengan ini bisa meningkatkan penjualan pada toko Aw store di situbondo .

2. KERANGKA TEORITIS

Strategi pemasaran

Menurut Kotler (2018) strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Media sosial

Van Dijk menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang fokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka para pengguna dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai media (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna dan juga sebuah ikatan sosial. Sedangkan menurut Boyd media social adalah sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam hal tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial juga memiliki kekuatan pada

user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa (Rulli Nasrullah:2015).

Media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya, hal ini merupakan suatu kesempatan bagi para pengusaha untuk digunakan sebagai salah stau alat komunikasi pemasaran (La Moriansyah:2015). Keuntungan dalam menggunakan media sosial sebagai alat marketing menurut Neti (2013) diantaranya:

1. Menyediakan ruang dengan tidak hanya untuk memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan namun juga untuk mendengarkan keluhan dan saran dari pelanggan.
2. Mempermudah dalam mengidentifikasi berbagai kelompok atau pengaruh antara berbagai kelompok, yang dapat menjadi pemberi informasi tentang merek dan dapat membantu dalam pertumbuhan merek.
3. Biaya yang rendah karena sebagian besar situs jejaring sosial gratis.

Instagram

Instagram ialah media sosial berbentuk gambar dan menyajikan layanan berbagai macam foto dan video secara online. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, ini artinya instagram bisa memperlihatkan

gambar-gambar secara instan, sebagaimana kamera polaroid dimasanya sering disebut “foto instan”. Dan kata “gram” berasal dari kata “telegram” dimana yang diketahui cara kerjanya yaitu mengirimkan informasi untuk khalayak secara cepat. Jadi, instagram berasal dari kata instan dan telegram. Hal ini dikarenakan instagram bisa mengirimkan gambar, yang membuat informasi yang akan disampaikan terkirim dengan cepat. Instagram diluncurkan pada tahun 2010, yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Diawal kemunculannya instagram mendapatkan popularitas yang luar biasa, hal ini dibuktikan pada satu tahun pertama kemunculannya, jumlah unduhan mencapai 10 juta dan terus mengalami peningkatan secara terus-menerus hingga saat ini. Instagram sangat berguna dalam mengutarakan inspirasi bagi siapa saja penggunanya dan dapat pula meningkatkan kreatifitas, hal ini dikarenakan instagram memiliki berbagai macam fitur yang bisa membuat posting an menjadi lebih menarik.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa manfaat media sosial termasuk instagram bagi pelaku usaha adalah untuk memperluas dan mempermudah promosi serta memudahkan pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan calon pembeli dengan mengetahui

bagaimana penilaian merka terhadap produk yang kita promosikan.

Penjualan

Menurut Rangkuti Freddy (2009:57) Penjualan adalah proses berpindahnya hak milik terhadap barang atau jasa yang dilakukan penjual dan pembeli dengan harga yang sudah disepakati. Setiap penjual tentu mengharapkan hasil yang baik terhadap keberhasilan penjualan, untuk mengetahuinya hal ini dapat dilihat dari tingkat penjualan yang didapat. Dengan tingkat penjualan yang tinggi, penjual akan dapat meraih keuntungan yang optimal. Kotler dalam Putra, dkk (2016:3), menyatakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan diantaranya:

1. harga jual
2. produk (barang atau jasa) yang ditawarkan
3. promosi yang dirancang
4. saluran distribusi dan
5. mutu

Adanya media sosial salah satunya dapat digunakan sebagai perantara bertemunya penjual dan pembeli secara online.

Penjualan ialah pembelian suatu produk atau jasa yang berasal dari suatu pihak ke pihak yang lain dengan memperoleh tukaran berupa uang dari pihak itu, penjualan berperan pula sebagai suatu pusat penghasilan para pedagang, semakin banyak penjualan

yang dilakukan, maka semakin banyak juga penghasilan yang didapatkan para pedagang (Basu Swastha dan Irawan:1997).

Penjualan ialah suatu kesepakatan pemberian suatu produk atau jasa dari penjual ke pembeli melalui harga yang telah disetujui dan berdasarkan rasa suka rela. Penjualan bisa pula disebut dengan jual-beli, dari segi bahasa bisa diartikan sebagai pergantian sesuatu dengan sesuatu (Rahmat Syafei:2001). Dalam hal ini , Penjualan adalah kegiatan atau proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau nilai tukar yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Dalam konteks bisnis, penjualan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan, seperti meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Proses penjualan melibatkan serangkaian kegiatan, mulai dari pemasaran produk atau jasa, penawaran kepada calon pelanggan, negosiasi, hingga penutupan transaksi. Pada dasarnya, penjualan melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli, di mana penjual berusaha meyakinkan pembeli untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Selain itu, penjualan juga mencakup pemeliharaan hubungan

dengan pelanggan setelah transaksi dilakukan, termasuk memberikan layanan purna jual, menanggapi keluhan, dan membangun loyalitas pelanggan. Kesuksesan penjualan sangat bergantung pada pemahaman yang baik tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta kemampuan untuk memberikan solusi yang memenuhi harapan mereka.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif yaitu metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif (Sugiyono, 2011). pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menekankan aspek proses suatu tindakan yang dilihat secara menyeluruh. teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara , wawancara yang dilakukan kepada pemilik atau pengelola usaha toko AW store di situbondo. sebagaimana untuk mengetahui penggunaan media sosial terhadap penjualan melalui instagram.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pembahasan diatas bahwasanya promosi di media sosial live streaming sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian yang dilakukan di salah satu online shope AW store di

situbondo, pada dasarnya hasil pembahasan ini adalah pengaruh media social dalam penjualan produk sangat berpengaruh besar. Era hari ini semua sudah digitalisasi dimana semuanya sudah serba online. Metode penjualan ini sempat mendapat protes dari pedagang tanah abang, dikarenakan mematikan usaha para pedagang yang dimana dengan memasarkan menggunakan media sosial sangatlah praktis dan terjangkau. Oleh karena itulah banyak pedagang tanah abang memprotes untuk menutup penjualan online sehingga pemerintah menganmbil kebijakan perna meng off kan pemasaran digital di aplikasi tiktok. AW sendiri memasarkan produk degan offline maupun online, akan tetapi pemasaran toko AW lebih ditekankan pada pemasaran online dengan cara live Instagram. Live di intagram dilakukan setiap hari kecuali hari sabtu. Live dilakukan dari jam 20.00 sampai 23.00. dengan memanfaatkan metode live ig produk dari toko AW terjual rata-rata 40 pcs setiap harinya. Ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial terhadap penjualan toko AW melalui live *streaming Instagram* sangatlah berpengaruh terhadap penjualan.

Di dalam live streaming Instagram, host juga melayani dengan baik, mulai dari komunikasi yang dipakai, melayani konsumen dengan

baik, menjelaskan setiap detail produk mulai dari bahan, ukuran, dan warna. Hal inilah yang mempengaruhi Keputusan pembelian. Dengan metode ini kita tidak perlu repot-repot untuk datang panas panasan ke toko, cukup dega menyimak live streaming ig kita sudah bisa mengetahui detail dari produk yang di inginkan. Selain praktis harga dari produk AW store sangat terjangkau dan toko aw menghadirkan produk yang mengikuti trend masa kini. Pemilik toko AW mengaku akan mengembangkan pemasarannya di kanal media sosial yang lain seperti tiktok. Walaupun toko aw berada di Situbondo akan tetapi dampak dari live streameng penjualan dari toko aw hingga sampai luar Situbondo bahkan sampai ke luar Jawa.

Metode transaksi dari toko aw menggunakan metode cash bagi mereka yang membeli di live streaming lalu mengambil produk langsung ke toko aw. Hal ini hanya berlaku pada konsumen yang berada di sekitar tidak jauh dari toko AW. Metode transfer antar bank dilakukan oleh konsumen yang berada di luar kota Situbondo ataupun di luar pulau Jawa dan produk diantar menggunakan ekspedisi J&T. karena toko AW bergerak di bidang fashion bekas, terkadang tim toko AW lengah menyortir barang dikarekan banyaknya produk sehingga lolos dari penjualan.

Tapi toko AW bertanggung jawab dalam hal ini, ketika ada kecacatan barang, konsumen bisa langsung mengecek barang di offline store bagi yang dalam jangkauan toko AW, bagi mereka yang jauh dari jangkauan toko konsumen bisa melakukan pengembalian barang bisa juga dengan menukarkan barang atau mendapatkan potongan harga.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini, kita bisa mengetahui bahwa pemasaran digital sangatlah berpengaruh besar terhadap penjualan produk. Zaman ini sudah memasuki era yang semuanya serba digital. Dengan era ini mau atau tidak mau kita akan beradaptasi dengan teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat adalah peluang besar bagi mereka pelaku ekonomi. Ketika kita menolak akan adanya perkembangan teknologi maka kita harus siap siap akan tertinggal jauh seperti halnya Perusahaan raksasa teknologi pada jamannya yaitu Nokia yang mengalami kemerosotan dan bangkrutnya Perusahaan. Perusahaan Nokia tidak melakukan kesalahan terhadap produknya akan tetapi melakukan kesalahan pada adaptasi zaman. Toko AW sangat baik dalam pemanfaatan peluang digital. Dengan

memasarkan produk melalui kanal Instagram toko aw berhasil meraup keuntungan yang sangat besar. Kita harus mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan peluang dengan sangat baik agar kita berkembang lebih jauh.

DAFTAR PUSTAKA

- Rulli Nasrullah. 2015. Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi. Simbiosis : Rekatama Media.
- La Moriansyah. Pembahasan Melalui Media Sosial : *Antecedents* dan *Consequences*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No.3, Desember 2015.
- Reni Ria Armayani , Lisa Chintiya Tambunan , Ridha Maysaroh Siregar , Nurul Rafiqoh Lubis , Alma Azahra (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online
- Basu Swastha dan Irawan. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Rahmat Syafei. Fiqih Muamalat. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2001