

**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN *PRELOVED STUFF* MELALUI
PEMANFAATAN *SOCIAL MEDIA* INSTAGRAM (STUDI PADA
ROCKABELLA.ID)**

Ety Dwi Susanti

Prodi Administrasi Bisnis , FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur

ety_dwisisusanti.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRAKSI

Rockabella.id adalah salah satu akun yang menjual *preloved stuff* didirikan pada tahun 2013. *Rockabella.id* memperkenalkan dan menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya untuk menarik perhatian pelanggannya. *Rockabella.id* banyak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui upaya peningkatan penjualan *preloved stuff* melalui pemanfaatan *social media* instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan informan 7 (tujuh) orang, pemilik *Rockabella.id* , 2 (dua) pembeli baru, 2 (dua) repeat order, dan 2 (pelanggan). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan *internet searching*.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa instagram dapat membantu dalam meningkatkan volume penjualan produk *Rockabella.id*, dengan fitur-fitur bawaan instagram dapat membuat pengguna media sosial suka menggunakan aplikasi dan menyederhanakan untuk pemasaran dan mampu memberikan dampak untuk menarik banyak pengunjung baru yang tertarik dan mungkin akan menjadi pengunjung biasa di akun instagram dari bisnis online.

Kata Kunci : Pemanfaatan *Social Media* , Peningkatan Penjualan *Preloved Stuff*

ABSTRACTION

Rockabella.id is an account that sells preloved stuff, founded in 2013. Rockabella.id introduced and used Instagram as a marketing medium to attract the attention of its customers. Rockabella.id makes a lot of profit from its sales.

The aim of this research is to determine efforts to increase sales of preloved goods through the use of social media Instagram. This research uses qualitative research methods with descriptive analysis. This research used 7 (seven) informants, the owner of Rockabella.id, 2 (two) new buyers, 2 (two) repeat orders, and 2 (customers). The data collection techniques used were observation, interviews, documentation and internet searching.

The results obtained show that Instagram can help increase the sales volume of Rockabella.id products, with Instagram's built-in features it can make social media users like using the application and simplify marketing and is able to have an impact on attracting many new visitors who are interested and who might become regular visitors on Instagram accounts of online businesses.

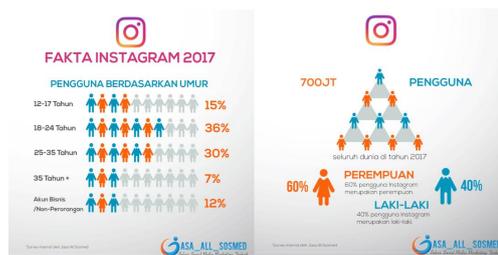
Keywords: Utilization of Social Media, Increase in Sales of Preloved Stuff

PENDAHULUAN

Produsen pada *e-commerce* seringkali memiliki sebuah alat atau media dalam internet yang disebut dengan *webstore*. Kegunaan *webstore* pada transaksi *online* adalah untuk memfasilitasi calon konsumen dalam memilihat atau mencari informasi produk yang diinginkan. Peran *webstore* sendiri disamakan dengan toko atau *showroom* pada transaksi konvensional.

Webstore memberikan beberapa fitur dan fasilitas yang membantu calon konsumen dalam melakukan proses transaksi *online*. Namun dengan adanya fasilitas dan fitur yang disediakan tidak lantas menjadikan calon konsumen memilih *webstore* sebagai media pencari informasi produk yang diinginkan. Meskipun banyak *webstore* yang dihadirkan oleh produsen pengguna internet, namun terdapat beberapa pengguna internet lebih memilih mencari informasi produk yang diinginkan melalui *social media*. Hal ini didukung dengan data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2014 yang menyebutkan bahwa mayoritas masyarakat di Indonesia menggunakan internet untuk mengakses *social media*. Selain itu data lain yang disajikan oleh APJII pada tahun yang sama juga menyebutkan bahwa dari tujuh lokasi penjualan online (*forum jual beli, social media, mailing list, blog, domain, messenger* dan komunitas online) mayoritas penjual di Indonesia lebih memilih melakukan bisnisnya melalui *social media*. Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) – *Social media* adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain. *Social media* menjadi alat yang cukup efektif dalam menyebarkan informasi tanpa mengenal batas dan jarak. Pemanfaatan situs *social media* telah menjadi trend atau gaya

hidup bagi sebagian masyarakat. *Social media* di Indonesia memang menjadi salah satu hal yang paling diminati oleh pengguna internet di Indonesia. Beberapa sosial media terbesar di dunia memiliki banyak pengguna yang berasal dari Indonesia, salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu bentuk sosial media berbasis serangkaian gambar yang berdiri pada Oktober 2010. Indonesia sendiri menjadi negara dengan pengguna Instagram terbesar se-Asia Pasifik. Dari 700 pengguna aktif bulanan alias *monthly active user* (MAU) yang diraup Instagram secara global, 45 juta di antaranya berasal dari Indonesia. Angka 45 juta MAU menunjukkan peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan Januari 2016.



Data pengguna instagram di Indonesia yang diperoleh dari *Jasa All Sosmed* mengatakan bahwa mayoritas pengguna aktif Instagram di Indonesia adalah anak muda. Menurut rangkuman datanya, jenjang usia paling aktif yang menggunakan Instagram adalah orang berusia 18 - 24 tahun. 60 persen di antaranya merupakan perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa instagram dianggap sebagai peluang sekaligus alternatif yang dapat digunakan untuk membantu proses transaksi *online*. Banyak barang yang dipasarkan di instagram, salah satunya yang sedang menjadi trend saat ini ialah penjualan *second hand* atau yang biasa disebut dengan *preloved stuff*. Ada banyak akun yang menjual barang *preloved* atau barang *secondhand* di Instagram.

Fenomena penjualan *Preloved stuff* memang menjadi trend di masa sekarang, industri jual-beli barang *second* telah bergeser memasuki dunia *fashion* dan merambah di semua kalangan. Di mata **Syahmedi Dean (Femina 2016)**, pengamat mode dan gaya hidup, fenomena ini juga dipengaruhi oleh teknologi informasi dan media *online* saat ini yang makin memudahkan masyarakat untuk mengakses tren *fashion* maupun gaya hidup terkini.

Rockabella.id adalah salah satu akun *preloved stuff* yang menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya dan mulai beroperasi sejak tahun 2013. *Rockabella.id* merupakan toko online yang sukses dalam menjual *preloved stuff* nya. Kini pengikut toko online *Rockabella.id* di jejaring sosial instagram mencapai 1600 pengikut. Jumlah pengikut instagram *Rockabella.id* terbanyak di tempat oleh kaum remaja dimana hal tersebut telah dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai target pasarnya. Ekspansi online shop ke instagram oleh produsen memiliki berbagai latar belakang yang dapat mempengaruhi usaha penjual *preloved stuff* seperti akun *Rockabella.id* yang memilih media sosial instagram untuk media pemasaran usahanya.

Dengan pemikiran pada hasil penelitian tentang sosial media *Instagram* dan menekankan pada penjualan *preloved stuff* yang juga menjadi fenomena saat ini.dengan judul “Upaya Peningkatan Penjualan *Preloved Stuff* Melalui Pemanfaatan *Social Media* Instagram (Studi Pada *Rockabella.id*)

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sekarang sudah banyak pesaing yang memiliki produk yang sejenis, perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan bisa terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Perusahaan harus melakukan inovasi produk agar produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan para konsumen dan dapat memuaskan konsumen.

Definisi formal yang ditawarkan *America Marketing Association (AMA)* yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2016:27) sebagai berikut : *Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.* Arti dari definisi tersebut, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menghantarkan dan memberikan nilai pelanggan yang unggul.

Dari pendapat tersebut bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai bagi pelanggan dengan tujuan menangkan kepuasan yang berkelanjutan dari pelanggan.

Manajemen Pemasaran

Perusahaan memerlukan berbagai cara untuk dapat mengatur kegiatan pemasarannya agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditentukan, dalam hal ini pengaturan yang diperlukan perusahaan adalah manajemen pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016:27) yang mengatakan bahwa : *Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.*

Arti dari definisi tersebut, manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Definisi lain yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2014:30) bahwa : *Marketing management as the art and science of choosing target markets and building profitable relationship with them.*

Berdasarkan beberapa teori tersebut, peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran, meraih, mempertahankan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul guna mendapatkan keuntungan.

Strategi Pemasaran

Dalam mencapai tujuan usaha dan demi tercapainya pemasaran yang baik, suatu usaha perlu membuat strategi pemasaran yang sesuai.

Menurut Echdar (2013:125), Strategi pemasaran adalah kinerja wirausaha dengan hasil penjualan dan penelitian pasar sebelumnya di dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran. Untuk menarik konsumen, wirausaha bisa memaksimalkan indikator-indikator yang terdapat dalam bauran pemasaran, yaitu penelitian dan pengembangan pasar, produk, harga, lokasi atau tempat usaha, dan promosi.

Tull dan Kahle dalam buku Strategi Pemasaran Edisi ke-4 pengarang Fandy Tjiptono (2015) merumuskan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran yang bersangkutan.

Pemahaman mengenai pemasaran perlu penerapan lebih konkret berkaitan dengan konsumen, dan agar berhasil dalam merebut pasar memerlukan sebuah strategi, yaitu strategi pemasaran.

Konsep Strategi Pemasaran

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan masalah dan penentuan pertimbangan pokok. Menurut Corey (dalam Sunyoto, 2015:4) konsep strategi pemasaran terdiri atas lima elemen saling berkait, yaitu : Pemilihan pasar yaitu memilih pasar yang akan dilayani, keputusan ini didasarkan pada fakta-fakta : a) Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi, b) Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya, c) Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada trial dan error di dalam menanggapi peluang dan tantangan, d) Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar terproteksi.

Bauran Pemasaran

Pada dasarnya sesuai dengan tujuan pendirian perusahaan, bahwa perusahaan harus dapat tumbuh dan berkembang, agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang tentu saja perusahaan harus menentukan strategi pemasaran, untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif diperlukan kombinasi dari elemen-elemen bauran pemasaran.

Beberapa ahli pemasaran mengemukakan marketing mix sebagai berikut : menurut Kotler dan Armstrong (2014 : 76) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut, *Marketing Mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market.* Artinya Bauran Pemasaran diklasifikasikan oleh Jerome Mc. Carthy dalam Kotler dan Keller (2016 : 47) bahwa : *various marketing activities into marketing - mixtools of four broad kinds, which he alled the four P's marketing : product, price, place and promotion.*

Elemen-elemen Bauran Pemasaran tersebut adalah sebagai berikut :

Produk

Keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk saja, tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut "*the offer*".

Harga

Sejumlah pengorbanan yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Dalam penetapan harga harus diperhatikan kedua belah pihak, yaitu perusahaan dan konsumen.

Tempat

Berhubungan dengan perusahaan bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatan. Tempat juga menjelaskan tentang bagaimana sistem penyediaan yang akan diterapkan.

Promosi

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Komunikasi Pemasaran

Dalam setiap kegiatan pemasaran, elemen yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi. Dengan berkomunikasi, kegiatan pemasaran akan berlangsung dengan sedemikian rupa dan dapat mencapai segala sesuatu yang diinginkan salah satunya adalah terjadinya proses pembelian. Lahirnya media baru, terutama internet, memberikan kesempatan kepada pelaku kegiatan pemasaran untuk menyusun komunikasi pemasaran yang berbeda dalam pendekatan kepada target konsumennya.

Pengertian Komunikasi Pemasaran menurut Nugroho J. Setiadi (2013) merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran keberadaan produk di pasar. Komunikasi Pemasaran memegang peranan yang penting bagi pemasar. Tanpa komunikasi, konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar.

Bauran Komunikasi Pemasaran terdiri dari delapan model komunikasi utama: 1) Advertising 2) Sales Promotion 3) Event and Experience 4) Public Relations and Publicity 5) Direct Marketing 6) Interaktif Marketing 7) Word of Mouth Marketing 8) Personal Selling.

Komunikasi Pemasaran Online

Di era globalisasi saat ini, internet menawarkan peluang untuk melakukan penjualan produk secara langsung kepada pelanggan yang berada pada pasar konsumsi atau konsumen pada pasar industri. Penjualan barang dan jasa secara langsung melalui internet dinamakan dengan istilah e-commerce. Banyak perusahaan atau bisnis kecil saat ini yang menyediakan fasilitas penjualan produknya secara online. Beberapa alasan perusahaan menjalankan bisnis dengan menggunakan fasilitas e-commerce dalam pemasaran online (Morissan 2010: 335-337) yaitu 1) Dapat menjangkau audiens lebih luas (seluruh dunia) 2) dapat melakukan komunikasi interaktif dengan biaya yang efisien 3) dapat menjangkau target konsumen tertentu 4) lebih mudah menyampaikan perubahan informasi 5) Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan karena tersedia akses selama 24 jam, tujuh hari seminggu 6) mendapatkan umpan balik dari konsumen 7) merupakan saluran distribusi alternatif 8) Menyediakan biaya penyebaran informasi merek yang efektif dan efisien.

Social Media Marketing

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengakibatkan internet dapat mudah diakses dimana-mana. Social Media semakin luas digunakan, karena itu konsumen memiliki potensi untuk mempengaruhi konsumen lain dengan opini dan pengalaman yang telah dirasakan. Menurut Zarella (dalam Aditya, R: 2015:51) sosial media adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman baik dunia nyata atau dunia maya. Saat ini, sosial media sendiri dalam kegiatan pemasaran (*marketing*), telah dianggap sebagai salah satu elemen baru, strategi, teknik, dan proses yang digunakan sebagai *platform* yang sangat efektif untuk berkomunikasi dan mendengarkan pendapat pelanggan/ klien. Sosial media

juga memungkinkan pelanggan berkomunikasi langsung, Sosial media juga memungkinkan pelanggan berkomunikasi langsung, *Social media marketing* adalah salah satu bentuk *marketing* yang menggunakan media sosial untuk memasarkan suatu produk, jasa, *brand* atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut Dikutip dari jurnal milik Mohd. Irwan Dahnil, *et al* (2014). *Social media marketing* menawarkan metode komunikasi pemasaran yang unik (Eagleman 2013). *Social media marketing* menggunakan aplikasi media sosial sebagai ekstensi untuk memenuhi strategi pemasaran tradisional. Kelebihan social media marketing : 1) pencarian target konsumen yang lebih efektif 2) menemukan pasar / konsumen baru 3) Memudahkan dalam memberikan feedback 4) Memperluas pasar 5) Meningkatkan brand awareness dan 6) Melakukan promosi.

Macam-Macam Social Media :

Online Communcations And Forums

Komunitas Online dan forum datang dalam segala bentuk dan ukuran banyak yang dibuat oleh pelanggan atau kelompok pelanggan.

Blogs

Jenis situs web yang menyerupai tulisan-tulisan pada halaman web, biasanya disusun , diurutkan secara kronologis mulai dari postingan yang terbaru berada di bagian atas halaman utama diikuti postingan paling lama dibawahnya.

Social Networks

Salah satunya facebook, twitter, Whatsapp , Instagram dll. Jaringan yang berbeda menawarkan manfaat yang berbeda untuk perusahaan. Tujuan paling umum penggunaan *social media* adalah sebagai berikut:

1) Membangun hubungan 2) Membangun Merk 3) Publisitas 4) Promosi dan 5) Riset Pasar.

Instagram

Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata "*instan*" atau "*insta*", seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan "foto instan" (Pengertian instagram, 2012, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 04 Januari 2016).

Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", dimana cara kerja *telegram* adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Fitur-Fitur Instagram

Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.

Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar.

Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram

Profile

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya.

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang di unggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu : Judul, Hashtag , Lokasi.

Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut : Follow , Like , Komentar , Mentions , dan Insta Story.

Pemanfaatan Instagram

Menurut pendapat Zarella (dalam Aditya, R. 2015:51) sosial media adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Dari pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membaca bahkan melihatnya, yang dalam hal ini adalah para konsumen dari *Rockabella*. Sehingga konsumen menjadi tahu tentang second hand yang ditawarkan oleh *Rockabella* ini melalui instagram.

Pengoptimalan Social Media Instagram : 1) ambil gambar dengan kualitas bagus 2) gunakan hashtag yang tepat pada konten instagram 3) selalu berinteraksi untuk menarik new follower 4) Gunakan Instagram untuk Menampilkan '*Backstage Person*' 5) Pergunakan fitur Geo-Tagging.

Preloved Stuff

Pengertian Preloved Stuff

sebuah kosa kata bahasa Inggris yang menurut Oxford Dictionaries berarti barang yang sebelumnya pernah dimiliki dan akan berpindah tangan, atau istilah lainnya adalah *Pre*.

Ada beberapa penjelasan lainnya yang lebih luas tentang barang *preloved*, yaitu: 1) Barang yang pernah kita beli dan kita pernah memakainya beberapa kali; 2) Barang yang pernah kita beli tapi tidak pernah kita pakai; dan 3) Barang pemberian dari orang lain untuk kita yang tidak pernah kita pakai.

Kerangka Berpikir

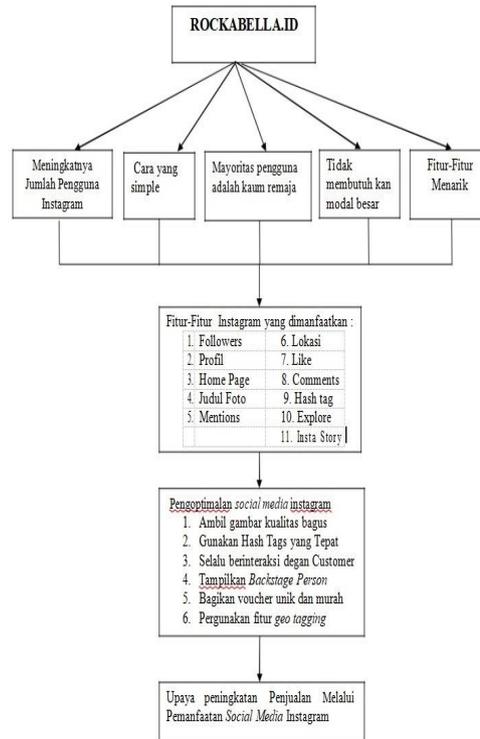
Rockabella.id merupakan salah satu akun jual beli produk *Preloved stuff* yang dimana fokus memasarkan produknya di *social media* instagram.

Untuk meningkatkan penjualannya, diperlukan adanya pengelolaan bisnis online secara cerdas dengan nilai etika yang cukup, sehingga terciptanya keinginan dari calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Dalam penelitian ini hal yang penting dilakukan untuk menumbuhkan ketertarikan calon pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk

Preloved stuff Rockabella.id yakni memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dalam instagram seperti, pencarian followers, pengaturan profil, selalu menggunakan fitur hastag, serta mem-*posting* foto-foto dengan kualitas tinggi .

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Metode Penelitian

Metode Penelitian Menurut Sugiyono (2016:2) pengertian metode penelitian adalah : “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini memusatkan pada deskripsi data yang berupa kalimat-kalimat yang memiliki arti mendalam yang berasal dari informan dan perilaku yang di amati. Data hasil penelitian ini berupa fakta-fakta yang ditemukan pada saat di lapangan oleh peneliti (Sugiyono, 2016).

Subyek dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian sering juga disebut dengan istilah informan.

“Informan adalah sebutan bagi sampel dari penelitian kualitatif. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian”(2010:216).

Adapun informan yang peneliti jadikan sebagai narasumber diantaranya :

- 1) Pemilik usaha *Rockabella.id*
- 2) 2 (dua) pembeli baru
- 3) 2 pembeli repeat order

4) 2 pelanggan

Obyek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah upaya peningkatan penjualan *preloved stuff* melalui pemanfaatan *social media* Instagram pada akun *Rockabella.id*.

Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan pengamatan / observasi , wawancara , dokumentasi dan Internet Searching.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan versi Miles dan Huberman, dalam Sugiyono (2013: 337) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh. Aktivitas meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) dan penarikan kesimpulan (verification).

Teknik Keabsahan Data

Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Menurut Sugiyono (2013: 330) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Rockabella.id merupakan salah satu *online shop* yang ada di Surabaya dimana *online shop* tersebut menjual *preloved stuff* atau *second hand* khusus wanita dengan berbagai macam *outfit* kekinian. *Online shop* ini didirikan oleh seorang karyawan swasta lulusan dari Universitas Negeri Malang yaitu Riya Yani Fatmawati pada tahun 2013. Nama *Rockabella.id* sendiri digunakan pemilik karena pemilik usaha ingin menyediakan *outfit* yang bisa menampilkan sisi rocknya (kuat) tetapi ada sisi cantiknya (feminim) maka dari itu digunakan nama *Rockabella.id*.

Penyajian Data

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan upaya peningkatan penjualan *preloved stuff* melalui pemanfaatan *social media* instagram. Data diperoleh dengan melakukan teknik Observasi, wawancara, dokumentasi serta internet searching.

Data yang diperoleh tersebut kemudian dijelaskan (dideskripsikan) dan dianalisis secara induktif sehingga diperoleh gambaran, jawaban serta kesimpulan dari pokok permasalahan yang diangkat.

Profil Usaha

Awal berdirinya usaha ini ketika saya masih duduk di bangku kuliah, ketika itu saya berfikir bagaimana mendapatkan penghasilan tanpa mengeluarkan modal sepeserpun, dari situ mencoba untuk menjual produk second , dan ternyata mendapatkan respon yang bagus. Usaha ini mulai dijalankan sejak tahun 2013.

Barang yang sering laku saat ini itu *preloved* kosmetik,

Bauran Pemasaran

Produk

Yang menjadi icon dari *Rockabella.id*. Adalah produk outer merupakan outfit yang simple namun tetap terkesan feminin. Yang banyak diminati juga yaitu produk kosmetik dan skincare.

Harga

Untuk penetapan harga menyesuaikan dengan kondisi barang dan pasar , dan masih bisa nego harga.

Place

Menggunakan dua market place shopee dan carousel ini saya rasa tidak terjadi peningkatan di penjualan *preloved stuff* .

Instagram memang cocok digunakan dalam mengembangkan bisnis.

Fitur-fitur yang tersedia di instagram juga cukup mendukung dalam mengembangkan bisnis ini, seperti dalam mempromosikan atau mengiklankan serta mendistribusikan konten *preloved stuff* ini tidak memakan biaya yang mahal.

Promosi

Dengan memanfaatkan media sosial yang dalam hal ini Instagram , maka update dan posting produk maupun event penjualan bisa menjadi salah satu media promosi yang tepat.

Pemanfaatan Instagram

Dengan adanya instagram saya memanfaatkan fitur fitur yang ada di instagram dimana dari Instagram anda saya dapat meningkatkan penjualan.

Dengan hanya selalu update konten konten atau produk yang menarik dan terbaru , selalu menggunakan hash tags yang tepat setiap saya memposting foto, selalu berinteraksi dengan konsumen dengan memanfaatkan fitur komentar, menggunakan fitur geo tagging jika ingin membagikan ke konsumen.

Kelebihannya sangat banyak sekali diantaranya dengan menggunakan instagram saya dapat berjualan dengan mudah dan tanpa biaya apapun, jualan saya lebih tertarget dan bisa melakukan promosi.

Proses Penjualan Produk Melalui Instagram

Proses penjualan yang dilakukan di *Rockabella.id* tahap pertama adalah *Rockabella.id* menawarkan *preloved stuff* dan jasa titip jual yang dibutuhkan oleh konsumen. Maka konsumen tersebut akan mencari barang yang akan dibeli atau barang yang dia butuhkan. Disini *Rockabella.id* berperan agar supaya konsumen tidak merasa terlalu kesulitan dalam pencarian barang yang dia butuhkan. Oleh karena itu *Rockabella.id* memanfaatkan adanya fitur hash tag.

Yang kedua jika konsumen menemukan barang-barang yang dia kehendaki maka tahap selanjutnya adalah konsumen melakukan transaksi pembayaran. Untuk transaksi pembayaran *Rockabella.id* benar-benar meyakinkan konsumen kita bahwa transaksi yang akan dilakukan akan berjalan dengan aman.

Transaksi pembayaran yang ditawarkan oleh *rockabella.id* melalui transfer ke nomer rekening yang telah ditentukan,

Setelah konsumen melakukan proses pembayaran maka tahap ketiga adalah *Rockabella.id* melakukan proses verifikasi dari info transaksi yang di dikirim konsumen.

Proses verifikasi ini penting yang berguna untuk mengetahui kebenaran transaksi yang telah dilakukan oleh konsumen tersebut,

Proses verifikasi ini penting yang berguna untuk mengetahui kebenaran transaksi yang telah dilakukan oleh konsumen tersebut, lamanya konsumen menerima barang tersebut setelah dikirim tergantung dari jenis ekspedisi yang dipakai untuk pengiriman barang tersebut.

Jika barang telah diterima oleh konsumen maka proses bisnis penjualan dari *Rockabella.id* telah selesai.

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan

Media *Online* merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial. Bersifat interaktif, dan berbasis teknologi internet dengan mengubah pola penyebaran informasi.

Promosi dan konten yang menarik dapat mengundang perhatian pengunjung untuk dapat melihat produk atau jasa yang dipasarkan.

Pemanfaatan instagram sebagai media interaksi menjadi salah satu keuntungan bagi pebisnis online salah satunya *Rockabella.id*. *Rockabella.id* dalam mempromosikan penjualannya serta publikasikan produknya melalui media sosial instagram.

Rockabella.id hingga sekarang tetap memasarkan dan memperkenalkan produk barunya melalui instagram, dikarenakan media sosial instagram ini lebih mudah digunakan dan penjualan *Rockabella.id* pun meningkat dengan menggunakan instagram.

Rockabella.id telah memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan publik atau pelanggan. *Rockabella.id* berkewajiban untuk memberikan informasi dan memberi jawaban atas kepentingan serta keingintahuan konsumen mengenai produk *Rockabella.id*

Penggunaan instagram sebagai media pemasaran dapat memperkenalkan sebuah *preloved stuff/ second hand* untuk menarik perhatian konsumen yang dipromosikan melalui instagram oleh *Rocakebella.id*. Instagram ini bisa menjadikan media pemasaran sebagai tempat untuk membangun merek atas perhatian oleh konsumennya terhadap promosi yang mereka lakukan untuk meningkatkan penjualan *Rockabella.id*. Pemanfaatan instagram sekaligus alat untuk pemasaran atau berinteraksi dengan para konsumennya secara langsung. Pertama dengan penggunaan instagram dapat terjaring secara luas yang menciptakan interaksi dengan *broadcasting* yang *up-to-date* oleh perusahaan agar pemasaran yang dilakukan oleh *Rockabella.id* akan membuat konsumen penasaran terhadap produk tersebut, yang kedua instagram mempunyai fitur-fitur yang menarik dan dapat mempengaruhi penggunaannya di aplikasi tersebut dan mempermudah bagi pemasarannya. Dari beragam fitur pendukung bawaan Instagram tersebut, fitur yang paling sering digunakan pada tiap postingan *Rockabella.id* adalah fitur *hash tag*, *mentions*, dan *insta story* fitur yang digunakan ini dirasa sangat membantu dalam meningkatkan penjualan *preloved stuff* dari *Rockabella.id*.

Pemanfaatan instagram sebagai media bisnis pertama dapat menjadikan sarana penyampaian informasi akan produk *Rockabella.id* kepada para konsumen yang akan menghasilkan adanya suatu interaksi yang melalui uploadan foto gunanya pihak konsumen akan mengetahui promosi yang dilakukan *Rockabella.id*, yang kedua mampu memberikan dampak untuk menjaring banyak pengunjung baru yang tertarik dan mungkin saja akan menjadi pengunjung tetap di akun instagram dari bisnis online tersebut.

Pengoptimalan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

Instagram menjadi salah satu media yang tepat untuk mengembangkan usaha hingga membangun bisnis. Mungkin banyak sekali *online shop* yang mengeluh sebab mereka

sudah berjualan online tapi omsetnya segitu-gitu saja atau bahkan belum menghasilkan sama sekali.

Begitu pula *Rockabella.id* yang memiliki cara atau strategi dalam meningkatkan penjualan *preloved stuff* nya. Berikut ini adalah cara-cara optimalisasi instagram untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh *Rockabella.id* adalah sebagai berikut :

1. Membidik hashtag yang populer : *Rockabella.id* selalu menggunakan hashtag populer yang berkaitan dengan produk yang di posting. Namun, bukan sekedar hastag populer tapi juga memiliki kaitan dengan produk yang *Rockabella.id* posting.
2. Selalu Berinteraksi Untuk Menarik New Follower dengan untuk menarik *new follower* memberikan like, komentar dan share terhadap foto orang-orang yang ada di timeline.
3. Memanfaatkan Media Sosial Lainnya yang bisa terkoneksi dengan Instagram
4. Pengambilan gambar dengan kualitas bagus
5. Melakukan promosi penjualan dengan memberikan potongan harga atau special gift terutama bagi pelanggan saat moment spesial.

PEMBAHASAN

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

Pemanfaatan instagram yang dijadikan sebagai media komunikasi, media sosial instagram juga digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan bisnis online yang bergerak dibidang *preloved stuff* atau biasa yang disebut *second hand* oleh *Rockabella.id*. Dengan memanfaatkan instagram *Rockabella.id* dapat menjangkau publik secara lebih luas, memiliki konten yang komprehensif serta intensitas penyampaian yang tinggi, efektif dan efisien.

Pemanfaatan instagram sangat membantu dalam hal penjualan, media sosial instagram mampu berkomunikasi dengan publik atau pelanggan secara langsung. *Rockabella.id* Dalam proses pemasaran media instagram *Rocakabella.id* memanfaatkan Instagram sebagai media promosi online-nya dengan memanfaatkan fitur yang ada di dalam Instagram dan mengenali sifat konsumen untuk pemilihan media pemasaran yang tepat. Dari hal ini peneliti menemukan keterkaitan antara fitur-fitur instagram serta sifat konsumen dengan bagaimana cara pemilik usaha memanfaatkan Instagram.

Pengoptimalan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

Salah satu alasan menggunakan media sosial instagram ini adalah kemudahan dalam akses dengan memanfaatkan SmartPhone dan koneksi internet untuk menghasilkan.

Beberapa optimasi media sosial instagram untuk mendapatkan hasil penjualan yang meningkat yang dilakukan *Rockabella.id*. Dengan pemilihan gambar yang berkualitas , melakukan update produk serta membuat konten yang menarik dan berinteraksi dengan followers.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai “ Upaya peningkatan Penjualan *Preloved stuff* melalui pemanfaatan *social media* Instagram (Studi Pada *Rockabella.id*) dapat disimpulkan sebagai berikut : Pemasaran digital mempertemukan pembeli dan penjual secara tidak langsung dan mempunyai kelebihan berupa kecepatan, praktis, dapat berjalan selama dua puluh empat jam, dan biaya promosi yang murah.

Pemasaran melauai instagram merupakan cara efektif dalam pemasaran digital. Instagram adalah media sosial dengan pengguna terbanyak.

Pemasaran melalui Instagram merupakan cara efektif dalam pemasaran digital. Instagram adalah media sosial dengan pengguna terbanyak.

Pemasaran yang dilakukan *Rockabella.id* melalui Instagram merupakan cara yang efektif dan efisien dalam meningkatkan penjualannya dan prosesnya tidak begitu lama serta tidak membutuhkan modal yang cukup besar, promosi yang dilakukan juga cukup mudah.

Saran

Pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran online sudah tepat, apalagi hal yang ditunjukkan adalah pengenalan produk melalui beberapa foto yang menarik, sehingga mampu membuat publik atau konsumen menjadi penasaran, akan lebih baik lagi jika pelaku usaha mempunyai satu akun Instagram. Untuk pebisnis online yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media pemasaran. Di era yang serba digital ini, lebih baik para pebisnis bisa lebih bijak dalam memilih media sosial untuk dijadikan media pemasaran online.

Untuk pembeli online jadilah *smart buyer*. Terlebih dahulu tentukan barang yang ingin dibeli, bandingkan harga yang ingin dibeli, lihat testimoni penjual, perhatikan detail barang yang ingin dibeli.

DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah, M. Anang. 2019. **Pemasaran(Dasar dan Konsep)**. Surabaya : CV Penerbit Qiara Media

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. **Marketing Management 15th ed.** New Jersey: Pearson Prentice Hall

Saleh, H. Muhammad Yusuf dan Miah Aaid. 2019. **Konsep dan Strategi Pemasaran**. Makassar: CV Sah Media

Morrisan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Pustaka Media

Setiadi, Nugroho J. 2013. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Kencana

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 5th Edition*. Jakarta. Pearson Prentice Hall.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Jakarta : Pearson Education, Inc.

Permana, Disan Adi. 2017. Berbagai Kelebihan Bisnis Instagram Untuk Promosi Bisnis Kamu. (5 Mei 2022) (<http://modalblog.com/kelebihan-instagram-untuk-promosi-bisnis/>, diakses pada)

Ramadhan, Fadli H. 2014. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif

Kualitatif Pada Akun
(<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP>).

Instagram

@Mr.Creampuff)