

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi (Studi pada Toko Online Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah)

Arief Bayu Purnomo¹, Muhammad Tegar Prakoso², Khabib Alia Akhmad³
Program Studi Teknik Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa, Surakarta
Jalan Bhayangkara No.55, Surakarta
¹190104004@fikom.udb.ac.id
²190104015@fikom.udb.ac.id
³khabib_alia@udb.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media promosi suatu produk dan untuk mengetahui apasaja hambatan yang dihadapi dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi pada toko online Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan diantaranya, observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Uji keabsahan daya yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaat media sosial sebagai salah satu sarana promosi sudah berjalan dan dapat meningkatkan omset namun dikarenakan minimnya sumberdaya manusia (SDM) yang dimiliki oleh toko online Wildtroops.coKlaten, Jawa Tengah maka kegiatan promosi masih belum maksimal efektif.

Kata Kunci—Media Sosial, Sarana Promosi

Abstract— This study aims to find out how to use social media as a product promotion and to find out the obstacles faced in the use of social media as promotion at the online store Wildtroops.co Klaten, Central of Java. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection methods used include observation, interviews and documentation. While the data analysis used in this research is interactive analysis. The power validity test used in this study used triangulation techniques. The results show that the use of social media as a means of promotion has been running and can increase turnover, but due to the lack of human resources (HR) owned by the online store Wildtroops.co Klaten, Central of Java, promotional activities are still not maximally effective.

Keywords— Social Media, Promotion Tool

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan dan teknologi informasi, pada saat ini perkembangan internet semakin pesat, bahkan internet sudah melekat di kehidupan manusia. Melalui internet semua orang bisa mengakses segala informasi dari seluruh belahan dunia, salah satunya melalui media sosial. Media sosial merupakan sebuah

medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual [6]. Media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial [5].

Pada masa ini media sosial merupakan kekuatan yang paling banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk, barang ataupun jasa. Oleh sebab itu hendaknya para pengusaha harus bisa memanfaatkan teknologi dan informasi tersebut agar bisa mempromosikan produknya, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan menambah pelanggan.

Dalam dunia bisnis, perdagangan adalah kegiatan pertukaran, pembelian, dan penjualan berbagai macam komoditas kepada sejumlah besar orang yang melibatkan pergerakan dari satu tempat ke tempat lain. Sebelum adanya teknologi dan informasi, perdagangan dilakukan secara barter atau bertukar barang. Sistem perdagangan barter ini kemudian berganti dengan sistem pembayaran seiring dengan ditemukannya alat pembayaran.

Proses jual beli pun dilakukan dengan menggunakan alat pembayaran yang sah yaitu mata uang. Sistem semacam ini membuat proses perdagangan berjalan dengan sangat lambat dan memakan biaya mahal. Tak jarang para pemasar harus mencari cara untuk memasarkan produknya ke pasar global. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, perdagangan kini dapat dilakukan secara elektronik dan memegang peran penting dalam ekonomi karena di dalamnya terkandung proses perdagangan yang memungkinkan konsumen untuk mencari dan membeli produk secara *online*.

Penggunaan media sosial di masyarakat pada saat ini memiliki intensitas tinggi, sehingga hal ini memiliki dua kemungkinan yaitu tantangan sekaligus peluang bagi para pengusaha dalam melakukan promosi produk-produk yang dimilikinya. Pada saat ini banyak sekali usaha-usaha yang menggunakan media sosial sebagai media promosi utama. Memanfaatkan sosial media dalam meningkatkan

promosi pada toko *online* merupakan salah satu bentuk pemanfaat teknologi informasi secara nyata dan positif. Dalam hal ini beberapa media sosial yang *familier* dimanfaatkan sebagai sarana promosi diantaranya yaitu; *Youtube, Facebook, Twitter* dan *Instagram*.

Di era teknologi dan informasi media sosial seakan menjadi bagian gaya hidup yang tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa sosial media dinilai mampu menjadi sarana promosi yang cepat dan lebih komunikatif. Tidak hanya itu, jangkauan media sosial yang seakan tidak terbatas dan bisa diakses kapan saja dan dimana saja, sehingga hal tersebut menjadi salah satu keunggulan tersendiri sebagai salah satu sarana promosi yang handal. Terlebih dengan semakin maraknya penggunaan *smartphone*, hal ini membuat semua pengusaha dalam hal ini pengusaha toko *online* semakin mudah dalam melakukan promosi besar-besaran, tergantung sestrategi masing-masing toko.

Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk olahan makanan yang digunakan oleh pelaku usaha. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunanya. Pada saat ini sudah mulai banyak bermunculan akun di media sosial yang digunakan untuk memasarkan sebuah produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh [1] menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran di Kelurahan Sindangsari telah mencapai target. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [3] menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media promosi oleh pengelola Bisnis Jamur Crispi Fen sangat efektif. Pemanfaat media sosial sebagai sarana promosi merupakan sebuah langkah yang inovatif dan perlu dipelajari lebih dalam. Namun disamping tidak jarang jika pemanfaatan sosial media disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Permasalahan semacam inilah terkadang yang membuat pengusaha dilematis.

Salah satu toko melakukan pemanfaatan sosial media sebagai sarana promosi yaitu toko Wildtroops.coKlaten, Jawa Tengah, toko ini bergerak di bidang *thrifting*, beberapa alasan memilih usaha, berdasarkan hasil analisis pasar produk jenis ini cukup tinggi serta sedang trend dan resiko tidak terlalu tinggi. Beberapa sosial media yang dimanfaatkan sebagai sarana promosi pada toko wildtroops.coKlaten, Jawa Tengah diantaranya yaitu, *instagram, marketplace facebook* dan *shopee*.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ingin melakukan kajian lebih mendasar dan mendalam tentang permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam penerapan media sosial sebagai sarana promosi dengan mengangkat judul penelitian “*Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi pada Toko Online Wildtroops.coKlaten, Jawa Tengah*”

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sebuah langkah yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi untuk kemudian diolah dan dianalisis secara ilmiah. Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang Pendidikan [7]. Penelitian kualitatif merupakan mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan [2]. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami serta mengeksplorasi fenomena utama pada obyek yang diteliti, sehingga mendapatkan pemahaman yang mendalam, menemukan sesuatu yang unik dan menghasilkan temuan yang bermakna dari mudah informan [7]. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *pertama*, wawancara merupakan sebuah teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti. *Kedua*, *observasi* merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang sering digunakan peneliti dengan cara mengamati manusia, proses dan gejala-gejala yang muncul di lapangan. *Ketiga*, *dokumenasi* merupakan sebuah teknik pengumpulan data berupa catatan dari peristiwa-peristiwa yang telah lalu yang berkaitan dengan tema dalam pembahasan yang diteliti [7].

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif. Analisis interaktif sendiri merupakan sebuah proses penelitian yang berlangsung dengan secara terus menerus sampai dengan tuntas [7]. Beberapa langkah yang dilalui dalam analisis ini diantaranya yaitu dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Langkah selanjutnya yaitu dengan melakukan, pengumpulan data, mereduksi data dan penyajian data serta menarik kesimpulan atau verifikasi data. Sedangkan uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi, adapun yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik, dalam pengujian kredibilitas data langkah yang dilakukan yaitu dengan mengecek data terhadap narasumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk

Di era globalisasi pada saat ini, teknologi informasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Ketika dapat menguasai teknologi dan informasi dengan baik maka, secara tidak langsung memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global. Informasi merupakan modal utama dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi senjata pokok untuk membangun negara. Salah satu langkah yang cukup realistis pada saat ini dengan mengikuti tren, yaitu dengan memanfaatkan sosial media

sebagai sarana promosi, selain simple namun detail juga memiliki nilai ekonomis.

Penjualan produk dengan dengan memanfaatkan media sosial untuk menggait kepercayaan konsumen atau pembeli pada saat ini sudah sangat lazim dilakukan oleh seluruh kalangan masyarakat, dipertanian atau bahkan di pedesaan. Promosi melalui media sosial dianggap lebih mudah dan efisien dikarenakan konsumen atau pembeli bisa mendapatkan produk yang terkadang tidak bisa didapatkan di daerah asalnya. Jadi promosi melalui media sosial dapat memperluas jaringan namun harus tetap waspada dan harus benar-benar dikonfirmasi jika berkenalan dengan partner baru melalui *online*.

Pada saat ini media sosial tidak hanya sekedar leman pertemanan belaka, melainkan sudah menjadi sebuah gelombang baru dalam perekonomian. Tidak hanya toko-toko kecil saja yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana promosi bahkan perusahaan-perusahaan besar juga menggunakan media sosial sebagai sarana promosi produk-produknya. Bahkan beberapa perusahaan juga menjadikan media sosial sebagai pendukung aktifitas bisnis.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maulida, Safrida & Marefanda (2020) menunjukkan bahwa media sosial mampu menumbuhkan kesadaran bahwa akan banyak kemudahan yang didapatkan ketika menggunakan media sosial sebagai wadah promosi yang efektif dan mampu menjangkau konsumen jauh lebih banyak yang akan berdampak pada meningkatnya jumlah penjualan produk, sehingga secara tidak langsung juga akan mampu meningkatkan ekonomi.

Toko *online* Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah merupakan toko yang menerapkan promosi secara modern yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi utama, adapun sosial media yang digunakan sampai dengan saat ini yaitu *marketplace* Facebook dan Instagram, selain itu Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah juga memiliki lapak pada aplikasi toko *online* di *Shopee*. Berdasarkan data yang diperoleh dari informan bahwa media sosial sebagai promosi efektif, hal tersebut dibuktikan, selama kurang lebih tiga bulan terakhir toko Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

Tidak hanya itu penggunaan media sosial dianggap efektif karena konsumen dapat berkomunikasi secara langsung dengan *seller*. Sehingga komunikasi ini dapat mencairkan suasana dan membangun *image* baru tentang toko terhadap konsumen. Namun hal semacam ini harus dilakukan dengan konsisten dan profesional. Banyak sekali toko-toko yang memiliki akun media sosial namun terkadang tidak rutin dilakukan *update*, tentang informasi atau aktifitas toko. Tak hanya itu terkadang juga banyak ditemui toko yang *slow respon* ketika ada konsumen yang ingin menanyakan beberapa produk yang dimilikinya. Sehingga hal semacam ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap toko, maka jika toko sudah menerapkan sistem promosi melalui media sosial

harus sering *update* dan melakukan pelayanan dengan maksimal agar toko tidak ditinggalkan konsumen.

B. Hambatan yang dihadapi dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi

Media sosial tidak lagi hanya sekedar menjadi media komunikasi semata, melainkan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, dan pergaulan sosial. Media sosial sangat berpengaruh besar pada bidang industri perdagangan, yakni memudahkan bagi siapapun yang ingin menawarkan atau mempromosikan produk tertentu sehingga tidak perlu membuka toko dan promosi langsung didepan konsumen, tetapi dengan media sosial misalnya seperti Facebook, Instagram, Twitter dan media sosial lainnya atau bahkan lapak pada aplikasi *online* seperti *Shopee*, *Bukalapak*, pedagang dapat mempromosikan produk-produknya.

Namun walaupun demikian tidak jarang ditemui banyak sekali yang mengalami hambatan dalam mengoperasikan media sosialnya. Promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial bukan lagi menjadi hal yang canggung pada saat ini. Hal ini karena media sosial dianggap sebagai salah satu media yang cukup efektif dalam meningkatkan hasil omset penjualan.

Memanfaatan media sosial sebagai media promosi tidak selalu berjalan dengan mulus atau sesuai dengan yang diharapkan, namun jika pengelola media sosial tidak memiliki kompeten maka malah akan menambah permasalahan. Secara umum permasalahan yang terjadi dilapangan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yaitu; *Pertama*, salah satu masalah yang seringkali muncul disebabkan karena adanya pemahaman yang salah ketika memulai strategi. *Kedua*, kurangnya pemahaman tentang media sosial membuat banyak pemilik bisnis hanya asal dan sembarangan melakukan promosi di media sosial. *Ketiga*, lambatnya jaringan internet, media sosial yang membutuhkan jaringan internet untuk mengaksesnya terkadang menjadi masalah tersendiri. Karena kenyataannya penyebaran internet yang cepat belum dapat menjangkau seluruh wilayah. *Keempat*, tidak adanya orang yang mengelola media sosial, seringkali pekerjaan mengelola media sosial dianggap sepele sehingga akhirnya tidak ada orang yang khusus menganganinya.

Seperti toko pada umumnya toko Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah juga memiliki beberapa kendala dalam praktiknya. Hal ini disebabkan karena usia toko yang masih tergolong muda yaitu sekitar satu tahun. Sehingga masih belum memiliki kekuatan untuk merekrut karyawan yang fokus untuk mengelola sosial media toko dengan maksimal. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan sampai dengan saat ini toko Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah memiliki satu karyawan. Sehingga dengan demikian pemanfaat sosial media pada toko Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah sebagai sarana promosi masih belum berjalan dengan maksimal.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dengan perkembangan teknologi informasi sudah semestinya memiliki dampak, dari segi positif maupun dari segi negatif. Setiap toko atau sebuah usaha memerlukan suatu metode efektif untuk memasarkan produk atau jasa dengan berbagai macam cara, entah itu cara tradisional atau bahkan cara modern. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk pada toko Wildtroops.co Klaten, Jawa Tengah sampai dengan saat ini sudah berjalan namun masih berjalan belum maksimal hal tersebut dikarenakan kurangnya tenaga yang khusus bertugas pada pemanfaatan media sosial, selain itu kriteria pengelola media sosial juga harus dipertimbangkan secara matang, karena admin media sosial merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam melakukan promosi produk-produk yang dimiliki atau dipasarkan oleh toko.

REFERENSI

- [1] Aji, dkk (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran. *Adibrata Jurnal*. 2(1), 56-63.
- [2] Arikunto, S., (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [3] Diningrum, dkk (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Jamur Crispi Fen Claire. *Jurnal Abdimastek*. 2(1), 6-12.
- [4] Maulida, D., Safrida & Marefanda, N., (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Wadah Promosi Produk Rumah Bagi Perempuan Nelayan di Desa Ranto Panyang Kecamatan Meureubo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*. 2(1), 150-160.
- [5] Mulawarman, N. A. D., (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*. 25(1), 36-44.
- [6] Nasrullah, R., (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [7] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.