

Pemanfaatan Media Sosial dan *E-commerce* sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada *Luxurious Supply*

Utilization of Social Media and E-commerce as Promotional Media in Increasing Sales at Luxurious Supply

Ni Komang Sri Wulan Anggreni^{*}, Ismi Fazila Alfi^{2*}, Putu Diah Asrida^{3*}, Ni Wayan Widi Astuti^{4*}

Prodi Pendidikan Ekonomi, FIS, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia
Jalan Seroja Tonja-Denpasar Utara Bali (802390)

*Pos-el : sriwulana15@gmail.com

Abstrak. Dalam konteks perkembangan teknologi saat ini, penggunaan aplikasi media sosial dan *e-commerce* telah menjadi semakin umum. Hal ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengunduh aplikasi tersebut melalui *smartphone*. Toko *Luxuriuos Supply*, yang bergerak dalam penjualan pakaian laki-laki, sandal, tas, dan produk lainnya, saat ini hanya memasarkan produknya kepada konsumen di wilayah sekitar. Namun, tujuan dari proyek-proyek pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang cara menggunakan *e-commerce* dan media sosial sebagai alat pemasaran untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menjual lebih banyak barang. *Luxurious Supply Store* dapat meningkatkan jangkauan pemasarannya dan menarik pelanggan dari wilayah geografis yang lebih luas dengan memanfaatkan media sosial dan *e-commerce*. Hal ini dapat meningkatkan penjualan produk, yang akan menguntungkan perusahaan dan karyawan di toko tersebut. Selain itu, masyarakat luas dapat memperoleh manfaat dari penggunaan media sosial dan *e-commerce* dengan memiliki akses yang lebih baik ke barang-barang berkualitas tinggi dari bisnis ini. Oleh karena itu, *Luxuriuos Supply Store* dan masyarakat luas diharapkan dapat memperoleh manfaat yang besar dari proyek layanan masyarakat ini.

Kata Kunci : Promosi, Pemasaran Digital, Instagram

Abstrac. In the context of current technological developments, the use of social media and *e-commerce* applications has become increasingly common. This allows users to easily download such applications through *smartphones*. *Luxuriuos Supply store*, which is engaged in the sale of men's clothing, sandals, bags, and other products, currently only markets its products to consumers in the surrounding area. However, the aim of these community service projects is to provide knowledge on how to use *e-commerce* and social media as marketing tools to reach a wider audience and sell more goods. *Luxurious Supply Store* can increase its marketing reach and attract customers from a wider geographical area by utilizing social media and *e-commerce*. This can increase product sales, which will benefit the company and the employees at the store. In addition, the wider community can benefit from the use of social media and *e-commerce* by having better access to high-quality goods from the business. Therefore, *Luxuriuos Supply Store* and the wider community are expected to benefit greatly from this community service project.

Keywords : Promotion, Digital Marketing, Instagram

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang sangat ketat, penggunaan teknologi - khususnya media sosial dan *e-commerce* - menawarkan beberapa keuntungan. Menggunakan media sosial dan *e-commerce* dapat menjadi dua cara paling sukses untuk memanfaatkan teknologi guna meningkatkan persaingan perusahaan. Aplikasi media sosial dan *e-commerce* semakin banyak digunakan seiring dengan perkembangan teknologi pada masa sekarang ini, dan pengguna dapat dengan mudah mengunduh aplikasi tersebut melalui *smartphone*.

Media sosial adalah *platform* digital yang memungkinkan pengguna untuk bertukar konten - seperti teks, gambar, dan video - dan mendorong komunikasi antar pengguna. Media sosial juga memberikan kemampuan kepada pengguna untuk terlibat dalam aktivitas sosial. Di sisi lain, e-

commerce adalah tindakan pembelian dan penjualan produk, layanan, atau informasi menggunakan media online antara dua pihak di dalam perusahaan.

Toko *Luxurious Supply*, yang bergerak dalam penjualan pakaian laki-laki, sandal, tas, dan produk lainnya, saat ini hanya memasarkan produknya kepada konsumen di wilayah sekitar saja. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan produk dan memperluas jangkauan pemasaran, Toko *Luxurious Supply* dapat memanfaatkan beberapa aplikasi media sosial dan *e-commerce*, seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Shopee*, *Tokopedia*, dan lain sebagainya. Dengan memanfaatkan aplikasi tersebut, Toko *Luxurious Supply* dapat mempromosikan produknya secara lebih luas dan menarik konsumen dari berbagai wilayah. Untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan,

media sosial dan *e-commerce* juga dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian secara *online*.

Dalam kesimpulannya, penggunaan media sosial dan *e-commerce* dapat menjadi solusi yang efektif bagi Toko *Luxurious Supply* dalam meningkatkan penjualan produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Melalui penggunaan media sosial dan alat *e-commerce* yang efektif, *Luxurious Supply Stores* dapat menarik pelanggan dari berbagai daerah dan membuat belanja online menjadi nyaman bagi mereka. Ada beberapa aplikasi Media Sosial dan *E-commerce* antara lain:

1. *Linktree*

Linktree adalah sebuah *platform* yang memungkinkan pengguna untuk membuat daftar tautan produk bisnis mereka. Tautan-tautan tersebut dapat ditempatkan di profil *Instagram*,

sehingga semua tautan dari aplikasi lainnya terkumpul dalam satu tempat di *Linktree*.

Dengan demikian, *Linktree* memudahkan pengguna untuk mengelola dan mengatur tautan-tautan produk mereka dalam satu tempat yang terpusat, sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses dan membeli produk-produk bisnis mereka. Selain itu, *Linktree* juga memungkinkan pengguna untuk menampilkan semua tautan produk mereka di profil *Instagram*, yang dapat meningkatkan profesionalisme profil *Instagram* dan memudahkan pengguna untuk mempromosikan produk mereka.

2. *Instagram*

Instagram adalah *platform* jejaring sosial berbagi foto dan video dengan fitur-fitur menarik seperti filter foto, *Instagram*

Story, *IGTV*, obrolan, dan perdagangan. Fungsi perdagangan *Instagram* menawarkan *IG Shop*, peluang iklan, dan profil perusahaan. Pengguna dapat langsung berbelanja di akun perusahaan menggunakan *browser* dalam aplikasi sebagai bagian dari fungsi perdagangan. Pengguna hanya perlu menyentuh foto yang telah diposting profil perusahaan untuk melihat label harga barang dan tombol 'Lihat di *Situs Web*', yang akan membawa mereka ke situs web merek tempat mereka dapat menyelesaikan pembayaran. Karena tidak adanya batasan wilayah, profil bisnis apa pun dapat menerima transaksi dari klien dari mana saja.

Hasilnya, *Instagram* menjadi situs jejaring sosial dengan fitur-fitur menarik seperti obrolan,

IGTV, *Instagram Story*, filter foto, dan perdagangan. Dengan fungsi perdagangan *Instagram*, pengguna dapat menyentuh foto-foto yang dikirimkan oleh profil bisnis untuk berbelanja langsung dari peramban dalam aplikasi dan di akun perusahaan. Karena tidak adanya batasan wilayah, profil bisnis apa pun dapat menerima transaksi dari klien dari mana saja. Hal ini memudahkan pengguna untuk membeli produk dari berbagai wilayah dan memperluas jangkauan bisnis bagi para pelaku usaha.

3. *Shopee*

Shopee adalah salah satu marketplace yang paling populer pada tahun 2020. *Shopee* adalah pasar online yang menawarkan fitur unik seperti tagar, obrolan langsung, dan *Shopee Live* yang membedakannya dari pasar lain.

Pengguna mungkin merasa lebih mudah untuk menemukan barang yang sesuai dengan bantuan fitur-fitur ini.

Shopee adalah salah satu pasar yang paling disukai di tahun 2020. Elemen menarik yang membedakan *Shopee* dari pasar lain termasuk *Shopee Live*, tagar, dan obrolan langsung. Fitur-fitur ini dapat meningkatkan pengalaman belanja online konsumen dengan membuatnya lebih mudah bagi pelanggan untuk menemukan barang yang mereka inginkan. Bagi pelanggan yang ingin membeli barang secara online dengan mudah dan nyaman, *Shopee* adalah pilihan terbaik. Proyek pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengajarkan para peserta cara memasarkan dan menjual barang di *Luxurious Supply Store* dengan

memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* sebagai alat promosi.

Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk yang nantinya akan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan serta kesejahteraan karyawan toko dan pemilik perusahaan. Oleh karena itu, judul proyek pengabdian masyarakat ini adalah "Pemanfaatan Media Sosial dan *E-commerce* sebagai Alat Promosi untuk Meningkatkan Penjualan di Toko *Luxurious Supply*."

Pemanfaatan Media Sosial dan *E-commerce* Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada *Luxurious Supply*.

Seperti yang dinyatakan dalam judul, Arya, pemilik *Luxurious Supply*, sebuah perusahaan pakaian, menyetujui penelitian kami. Ia bahkan menamai akun *Instagram*-nya dengan nama *Luxurious Supply*. Pertumbuhan toko online ke media sosial dan *e-*

commerce oleh produsen dipengaruhi oleh berbagai situasi dan variabel, termasuk industri rumahan yang menjual pakaian, dompet, sandal, dan aksesoris pria. *Luxurious Supply* memilih *platform e-commerce* seperti Shopee dan Instagram sebagai saluran media sosial pilihan mereka untuk pemasaran perusahaan. Oleh karena itu, untuk memahami sepenuhnya keuntungan dari media sosial dan *e-commerce*, penelitian harus dilakukan tentang bagaimana menggunakan platform ini sebagai alat promosi dapat meningkatkan penjualan di *Luxuriuos Supply*.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif, menurut Moleong (2017:6), adalah penelitian yang menggunakan berbagai metode ilmiah untuk mendeskripsikan fenomena tentang

apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif, kemudian, adalah metodologi penelitian yang menggunakan berbagai teknik ilmiah dalam upaya untuk memahami fenomena yang diteliti dari sudut pandang yang holistik. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif untuk menyelidiki bagaimana *Luxurious Supply Store* menggunakan *e-commerce* dan media sosial sebagai alat promosi untuk meningkatkan penjualan produk, dan bagaimana strategi ini dapat membantu *Luxurious Supply Store*

memperluas basis pelanggan mereka dan meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini, subjek yang menjadi fokus adalah pemilik atau pengelola akun *Luxurious Supply*, yang menjadi sumber informasi utama bagi peneliti.

Para peneliti menggunakan metode seperti tinjauan literatur, wawancara, dan observasi untuk mengumpulkan data. Data diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan informan yang relevan. Sebagai referensi teoritis, peneliti juga menggunakan studi literatur, yang meliputi buku, jurnal, dan tesis yang berkaitan dengan masalah penelitian. Lokasi penelitian ini adalah di *Luxurious Supply*, yang berlokasi di Pererenan, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial, yang menggabungkan kontak antara

pelanggan dan penjual, saat ini menjadi salah satu *platform* utama yang digunakan dalam penjualan dan promosi. *E-commerce* dan media sosial memungkinkan promosi dilakukan secara efisien sekaligus menghemat biaya, waktu, dan tenaga. Jarak jauh tidak lagi menjadi hambatan untuk mempromosikan produk, dengan bantuan teknologi seperti jasa pengiriman dan pembayaran, serta media pembayaran digital.

Dengan demikian, media sosial menjadi salah satu alat utama dalam promosi dan penjualan, dengan menggabungkan komunikasi antara penjual dan pembeli. *E-commerce* dan media sosial secara efektif mempercepat proses promosi, menghemat uang, waktu, dan tenaga untuk beriklan. Jarak jauh tidak lagi menjadi hambatan untuk mempromosikan produk, dengan

bantuan teknologi seperti jasa pengiriman dan pembayaran, serta media pembayaran digital. Hal ini memungkinkan bisnis, termasuk Toko *Luxurious Supply*, untuk menjangkau lebih banyak pasar dan meningkatkan penjualan mereka.

Media sosial saat ini banyak digunakan oleh kalangan muda, seperti *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Snapchat*, dan lain-lain. *Instagram* adalah salah satu aplikasi yang populer, yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti mengambil foto, video, dan membuat *flyer* untuk promosi. Pengguna *Instagram* dapat menggunakan filter digital dan mengedit foto atau video sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. *Instagram* memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan konten promosi produk dengan tren yang sedang populer di kalangan anak muda.

Dengan demikian, media sosial seperti *Instagram* menjadi salah satu alat utama dalam promosi dan penjualan produk, terutama di kalangan muda. *Instagram* memungkinkan pengguna untuk membuat konten promosi yang menarik dan menyesuaikan dengan *tren* yang sedang populer di kalangan anak muda. Hal ini memungkinkan Toko *Luxurious Supply* untuk menjangkau lebih banyak pasar dan meningkatkan penjualan mereka dengan memanfaatkan media sosial yang populer di kalangan muda.

Menggunakan *e-commerce* sebagai platform penjualan dan media promosi adalah salah satu dari sekian banyak strategi untuk meningkatkan omset penjualan. Membuat situs web dengan berbagai fitur untuk memfasilitasi penjualan dan promosi adalah salah satu cara untuk mengintegrasikan *e-commerce*. Ada

tiga langkah yang dilakukan untuk membantu mitra: (1) pelatihan mengenai bisnis online, ide pemasaran, dan teknik promosi; (2) pelatihan menggunakan *e-commerce* melalui situs penjualan online; dan (3) pendampingan penggunaan *e-commerce* untuk penjualan."

Dengan demikian, untuk meningkatkan omzet penjualan, pemanfaatan *e-commerce* dapat menjadi salah satu solusi yang efektif. Melalui implementasi *e-commerce*, seperti pembuatan *website* dengan beragam fitur, perusahaan dapat mendukung promosi dan transaksi penjualan secara lebih efisien. Selain itu, para mitra mendapatkan bantuan untuk memanfaatkan *e-commerce* melalui tiga tahap: pelatihan bisnis online, ide pemasaran, dan teknik promosi; dan bantuan dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan.

Materi yang disampaikan dan sebagai luaran dalam pengabdian berupa pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* untuk memasarkan dan menjual produk secara luas, menggunakan aplikasi antara lain:

1. *Linktree*

Untuk pembuatan akun pada *linktree*, pengguna terlebih dahulu mengakses www.linktree.com. Kemudian daftar menggunakan akun *google mail* khusus milik toko. Pada menu link, pengguna dapat menginputkan beberapa *link* dari akun *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan *Shopee*. Pada menu *Appearance*, pengguna dapat menambahkan profil toko. Berikut adalah *linktree* dari Toko *Luxuriuos Supply*.



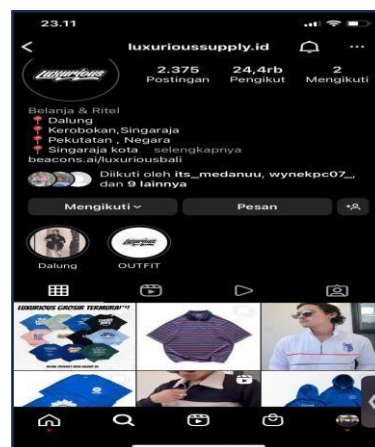
Gambar

Linktree Luxuriuos Supply

2. Instagram

Untuk membuat akun *Instagram*, pengguna pertama harus mengakses situs web www.instagram.com. Kemudian mereka mengakses tombol daftar yang berada di situs web tersebut. Setelah mereka membuat akun dengan menggunakan akun *Google Mail* khusus milik toko, mereka dapat menambahkan profil toko dan *linktree* yang telah dibuat sebelumnya. Selain itu, mereka dapat menambahkan produk-produk yang ingin dipromosikan dengan cara memposting di *IG Story*."

Dengan demikian, membuat akun *Instagram* dan menambahkan produk-produk untuk dijual melalui *platform* media sosial adalah langkah yang pertama yang harus dilakukan oleh Toko *Luxuriuos Supply* untuk mempromosikan produk mereka dan meningkatkan penjualan.



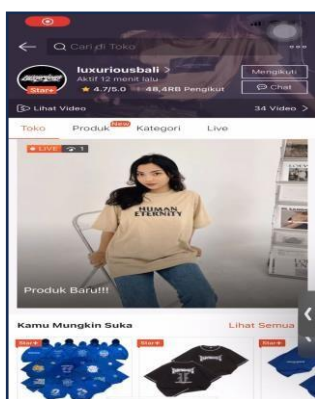
Gambar

Instagram Luxuriuos Supply

3. Shopee

Untuk membuat akun di *Shopee*, pengguna pertama-tama harus mengakses situs web www.shopee.com. Kemudian mereka mendaftar menggunakan akun *Google Mail* khusus milik toko. Setelah itu, pengguna dapat menambahkan profil

toko dan produk-produk yang ingin dipromosikan. Berikut adalah toko *Shopee* dari Toko *Luxuriuos Supply*." Dengan demikian, untuk memulai berjualan di *Shopee*, Toko *Luxuriuos Supply* dapat membuat akun toko dan menambahkan produk-produk yang ingin dipromosikan melalui *platform e-commerce* tersebut.



Gambar

Shopee Luxuriuos Supply

Dalam rangka menambahkan produk baru, pengguna dapat mengaitkan akun *Instagram* dan *Shopee* sehingga hanya perlu melakukan satu postingan yang akan secara otomatis ditambahkan ke kedua akun tersebut. Hal ini memudahkan pengguna dalam melakukan promosi

dan penjualan produk dari Toko *Luxuriuos Supply*. Langkah ini diambil sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk yang akan berdampak pada kesejahteraan pemilik usaha dan karyawan toko, serta memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas.

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam rangka meningkatkan penerimaan terhadap media sosial dan *E-commerce*, terdapat beberapa penambahan yang dapat diterapkan. Pemilik usaha dan karyawan diharapkan dapat memahami dan menggunakan media sosial serta *E-commerce* sebagai alat promosi untuk memasarkan dan menjual produk dengan lebih efektif, sehingga dapat menjangkau konsumen baik di wilayah sekitar maupun secara luas. Sebagai saran dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diperlukan peningkatan

Seminar Nasional (PROSPEK 3)

“Transformasi Pendidikan Untuk Mewujudkan Mimpi Dan Aspirasi Generasi Muda Di Era Digital”

16 Januari 2024

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia

kerjasama dengan mitra baik dalam hal daring maupun aspek pendidikan dan Tri Darma Perguruan Tinggi. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang lebih besar.

DAFTAR RUJUKAN

Fadli Harisa Ramadhan (2017) Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan

Yessi Fitri Annisah Lubis, Yuyun Dwi Lestari, Mufida Khairani, & Arif Budiman. (2022) Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Media Promosi Untuk Pemasaran Produk Di Toko Aya Fashion.

<http://repository.stei.ac.id/2172/4/BA-B%20III.pdf>