

Pemanfaatan Media Sosial Bagi Volume Penjualan Produk Skincare Dan Kosmetik Derr Cosmetics

Elisa Febriani ¹, Ifa Aulia Mariska ², Muhammad Farras Nasrida ³

^{1,2,3} Ekonomi Pembangunan, Universitas Palangka Raya

Email : elisafee01@gmail.com ¹, auliamariska03@gmail.com ², muhammad_farras@feb.upr.ac.id ³

Abstract

Technology that is increasingly becoming more developed and advanced makes people's activities easier. Internet technology that is increasingly sophisticated gives birth to social media that at this time cannot be separated from our lives. Social media has a positive impact on society, especially for those who have businesses. Social media is currently widely used by business people to market the products they sell. Derr Cosmetics is one of the sales businesses in the field of skincare and cosmetics located in Palangka Raya, Central Kalimantan which participates in utilizing social media to market its products. By utilizing social media in marketing its products, Derr Cosmetics managed to increase its sales volume to be larger and have many customers.

Keywords: Internet Technology, Social Media, Business, Sales

Abstrak

Teknologi yang semakin hari semakin berkembang dan maju membuat aktivitas manusia semakin mudah. Teknologi internet yang semakin canggih melahirkan media sosial yang saat ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita. Media sosial memiliki dampak positif bagi masyarakat, terutama bagi mereka yang memiliki bisnis. Media sosial saat ini banyak digunakan oleh para pebisnis untuk memasarkan produk yang mereka jual. Derr Cosmetics merupakan salah satu usaha penjualan di bidang skincare dan kosmetik yang berlokasi di Palangka Raya Kalimantan Tengah yang ikut memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Dengan memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produknya, Derr Cosmetics berhasil meningkatkan volume penjualannya menjadi lebih besar dan memiliki banyak pelanggan.

Kata Kunci : Teknologi Internet, Media Sosial, Bisnis, Penjualan

PENDAHULUAN

Dalam situasi saat ini, teknologi telah menjadi alat yang penting dan tidak dapat dipisahkan dari aktivitas kita sehari-hari. Perkembangan teknologi yang cepat dan progresif berdampak besar pada tindakan dan kehidupan kita. Dalam hal ini, kemajuan teknologi memberikan efek positif, membuat kegiatan yang dilakukan lebih praktis dan efisien. Misalnya, jika Anda ingin membeli barang terlebih dahulu, Anda harus keluar rumah dan membelinya. Tetapi sekarang Anda dapat memesan apa yang Anda inginkan secara online dan mengirimkannya ke depan pintu Anda. Pengguna internet di Indonesia akan mencapai 212,9 juta pada Januari 2023, menurut laporan We Are Social. Angka ini setara dengan 77% penduduk Indonesia menggunakan internet, dan jumlah pengguna internet terus bertambah setiap tahunnya. Orang Indonesia mengakses internet rata-rata 7 jam 42 menit per hari, dan 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan smartphone. Selain itu, per Januari 2023, hingga 167 juta orang Indonesia adalah pengguna aktif media sosial, terhitung 60,4% dari populasi negara.

Dari pembahasan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa teknologi memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Pesatnya perkembangan teknologi memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia, terutama dalam hal kemudahan dan efisiensi aktivitas. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus bertambah dan semakin banyak orang yang masuk ke teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi memiliki potensi yang besar untuk semakin berkembang dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pada era digital yang semakin canggih ini, menggunakan media sosial adalah pilihan utama bagi para pelaku usaha atau bisnis. Pesatnya perkembangan teknologi membuat para pelaku usaha lebih banyak memilih pemasaran secara online. Pemasaran online merupakan strategi proses distribusi, promosi dan penerapan harga, barang dan jasa pada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain (Rahman & Panuju, 2017).

Dalam dunia bisnis, diyakini bahwa media sosial dapat memberikan dampak positif bagi pemasaran produk, terutama dari segi pemasaran. Selain digunakan untuk keperluan promosi, media sosial juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan, agen atau pemasoknya, serta memantau daya saing dan peluang pasar. Selain itu, media sosial dapat digunakan untuk menentukan harga, menyelesaikan produk, dan menjual produk secara online. Para pelaku bisnis menggunakan berbagai strategi dalam memasarkan produknya di media sosial untuk memperluas pemasaran produknya dan meningkatkan volume penjualan. Strategi yang umum digunakan termasuk pemberi pengaruh lepas, iklan, penawaran diskon, dan menjalankan promosi. Melalui media sosial interaktif, bisnis dapat berkomunikasi dengan pelanggan dan mendapatkan pendapat dan saran secara real-time (seperti waktu dan permintaan) tentang produk dan merek. Bahkan, di era digital ini, media sosial menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif untuk bisnis. Namun, para pelaku bisnis juga harus mengetahui bagaimana mengelola media sosial dengan benar agar mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Penting untuk mengukur keberhasilan setiap kampanye media sosial yang dijalankan (Bilgin, 2018).

Saat ini produk kecantikan yang lebih dikenal dengan skin care dan kosmetik telah menjadi kebutuhan pokok bagi wanita untuk mempercantik penampilannya. Produk kecantikan seperti skin care dan kosmetik sangat penting bagi mereka yang ingin menjaga kesehatan kulitnya dari masalah seperti kulit kering, dan jerawat Tumbuh dewasa. Hal ini sesuai data BPS yang mencatatkan pertumbuhan industri kosmetik sebesar 9,61% pada tahun 2021, dengan peningkatan jumlah perusahaan sebesar 20,6%. Menghadapi permintaan konsumen yang terus meningkat, produsen kosmetik menciptakan merek-merek baru seperti Skintific, Whitelab, MS Glow, dan The Originote untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat akan produk kecantikan, sehingga meningkatkan penjualan produk mereka.

Media sosial banyak dimanfaatkan oleh industri kecantikan untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka. Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan (Kotler & Armstrong, 2013). Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang

ada maupun pembeli potensial. Dengan melihat pentingnya penerapan strategi pemasaran yang salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial guna memuaskan kebutuhan konsumen, meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk, dan meningkatkan penjualan produk skincare dan kosmetik, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Bagi Volume Penjualan Produk Skincare dan Kosmetik Derr Cosmetics”.

Penelitian ini memiliki tiga tujuan utama. Yang pertama menunjukkan bagaimana Derr Cosmetics menggunakan media sosial untuk pemasaran perawatan kulit dan kosmetik. Tujuan kedua adalah memahami manfaat praktis penggunaan media sosial sebagai sumber pengetahuan di era e-commerce. Dan tujuan ketiga adalah memberikan rekomendasi yang relevan untuk membantu Derr Cosmetics menggunakan media sosial secara lebih efektif sebagai alat pemasaran untuk menjual perawatan kulit dan kosmetik. Studi ini diharapkan dapat menguntungkan perusahaan kosmetik dan perawatan kulit, menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Selain itu, dengan memberikan rekomendasi yang tepat kepada Derr Cosmetics, penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan industri kosmetik dan perawatan kulit Indonesia.

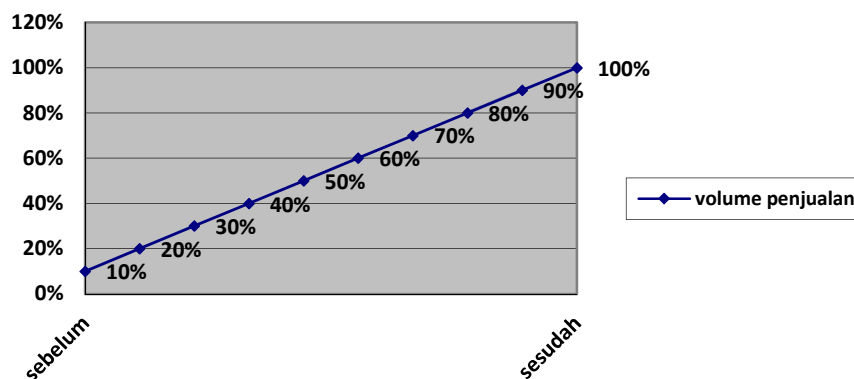
METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan penggunaan dan dampak media sosial terhadap volume penjualan produk perawatan kulit dan kosmetik di Derr Cosmetics, Palangka Raya. Dalam penelitian ini, kami memperoleh data dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha Derr Cosmetics di Palangkaraya, dan data sekunder diperoleh dari instansi pemerintah dan sumber online terkait survei. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menunjukkan dengan jelas dampak media sosial terhadap penjualan produk kosmetik dan perawatan kulit di era digital saat ini.

HASIL

Pemilik Derr Cosmetics menyatakan bahwa hasil dari penjualan setelah memasarkan produk menggunakan media sosial meningkat sangat drastis. Dengan menggunakan media sosial, derr cosmetocs dapat menaikkan volume penjualan mencapai 50% hingga 100%.

Tabel 1.
Volume Penjualan



Sumber : Hasil Wawancara

Hal tersebut membuktikan bahwa kekuatan dari pemasaran menggunakan media sosial dapat mempengaruhi suatu usaha atau bisnis karena dengan menggunakan media sosial kita dapat memasarkan dan menjual produk kita kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi oleh waktu dan jarak. Peningkatan volume penjualan dimanfaatkan oleh Derr Cosmetics dengan baik sehingga bisnis dapat berjalan dan berkembang disetiap harinya.

DISKUSI

Pada awal Derr Cosmetics didirikan, pemilik Deer Cosmetics telah menggunakan media sosial sebagai strategi untuk memasarkan produknya. Pemilik Derr Cosmetics memasarkan produknya melalui aplikasi BlackBerry Messenger yang kebanyakan pembelinya adalah teman-teman sekitar saja. Pada saat awal membuka usaha ini, pemilik mendapatkan kendala seperti kurangnya penjualan dikarenakan pada saat itu belum banyak konsumen yang berbelanja kosmetik dan skincare melalui online karena masih terdapat banyak konsumen yang belum mahir dalam menggunakan internet. Namun, saat ini dengan banyaknya konsumen yang sudah mahir dalam menggunakan internet bahkan internet sudah

menjadi kebutuhan sehari-hari membuat Derr Cosmetics memiliki banyak pelanggan.

Pemilik Derr Cosmetics sempat membuat website untuk memasarkan produknya, namun dikarenakan biaya hosting pertahun cukup mahal pemilik akhirnya memutuskan untuk menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Beberapa akun media sosial yang digunakan oleh Derr Cosmetics antara lain yaitu berupa halaman Facebook dengan nama pengguna Makeup Original Palangka Raya dan Instagram dengan nama pengguna derr_cosmetics. Jika pembeli ingin menanyakan tentang stok dan produk kepada pemilik, maka akun media sosial Facebook dan Instagram akan mengarahkan mereka menuju Whatsapp agar respon penjual lebih cepat dan lebih memudahkan penjual dan pembeli dalam berkomunikasi. Sedangkan Shopee difokuskan oleh pemilik untuk pembeli yang ingin menggunakannya.

Pemilik Derr Cosmetics melakukan kegiatan pemasaran secara rutin di media sosial dengan cara mengunggah konten produknya berupa video maupun gambar. Pemilik juga dengan aktif menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para konsumen di Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Shopee. Derr Cosmetics saat ini sudah memiliki banyak pelanggan setia dan reseller. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Derr Cosmetics, pemilik menyatakan bahwa media sosial memiliki kelebihan yang dapat digunakan setiap saat dan waktunya pun fleksibel. Pemilik juga menyatakan selain jangkauan yang luas karena hampir semua kalangan menggunakan media sosial untuk berinteraksi, juga biaya untuk beriklan juga lebih murah daripada menggunakan hosting website atau operasional toko. Dengan menggunakan media sosial, konsumen juga memiliki dampak yang menguntungkan berupa waktu yang lebih efektif karena konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat, melainkan pesanan akan diantarkan oleh jasa kirim atau ekspedisi berupa J&T, Sicepat, dan layanan POS. bahkan untuk daerah tertentu, pemilik menggunakan jasa Travel untuk mengirimkan produknya kepada konsumen.

Media Sosial Yang Digunakan Dalam Pemasaran

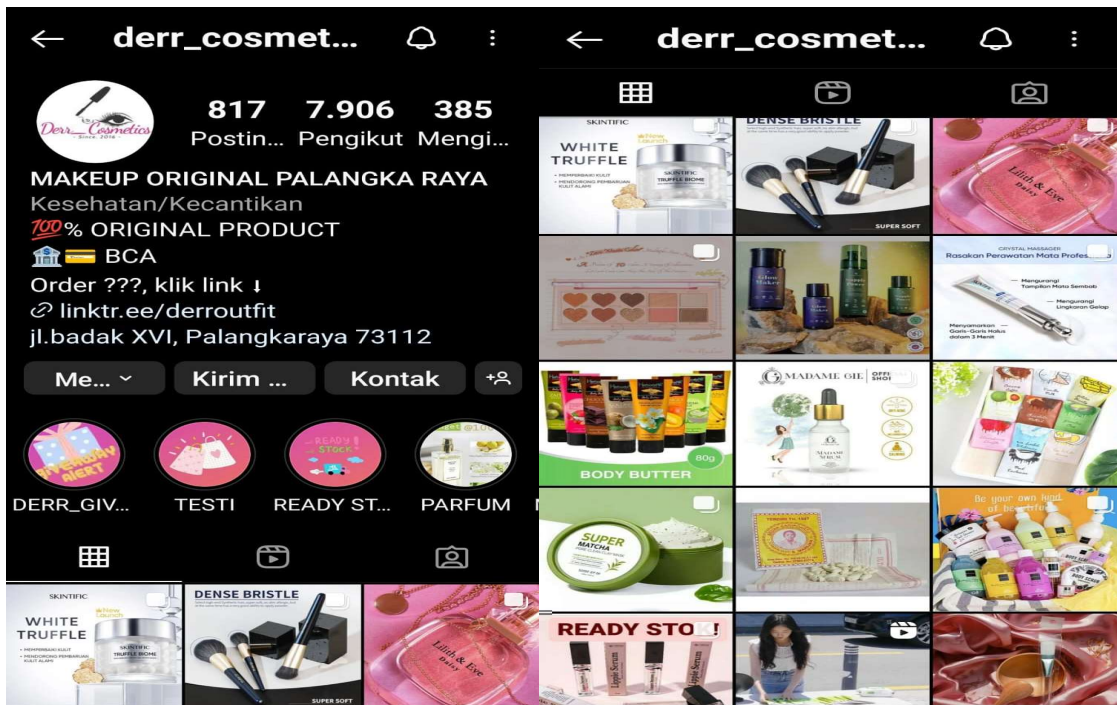
Facebook

Facebook merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh Derr Cosmetics untuk memasarkan dan menjual produknya. Pemilik menggunakan fitur berupa halaman blog pribadi di facebook dengan nama akun Makeup Original Palangka Raya. Fitur tersebut digunakan oleh pemilik Derr Cosmetics untuk memposting berbagai macam produk yang dijual sehingga menarik minat konsumen yang melihat untuk membelinya.

Instagram

Instagram juga merupakan media sosial yang paling sering digunakan oleh pemilik untuk memasarkan dan menjual produknya. Pemilik mengatakan bahwa alasan utama Instagram paling sering digunakan karena hampir semua orang memiliki akun medis sosial ini, selain itu tampilannya yang mudah juga memudahkan dalam memposting produk dan bisa langsung berinteraksi dengan konsumen. Konsumen pun bisa membagikan postingan kepada teman-temannya secara langsung, sehingga akun dari pemilik Derr Cosmetics lebih banyak dikenal oleh konsumen sehingga mempengaruhi volume penjualan produk dari Derr Cosmetics. Untuk setiap harinya pemilik selalu memperbaharui postingan produknya dengan cara mengunggah gambar maupun video yang sudah diedit dengan semenarik mungkin pada feed Instagram dan instastory. Pemilik juga membuat question box untuk mengetahui tentang produk apa yang sedang dicari dan banyak diminati oleh konsumen. Pemilik juga aktif membalas pertanyaan-pertanyaan konsumen seputar produk yang dibutuhkan dan stok produk tersebut.

Dalam memasarkan produknya, pemilik Derr Cosmetics melakukan strategi pemasaran dengan mengadakan event give away yang hadiahnya berupa salah satu produk yang dijual oleh Derr Cosmetics. Selain itu, Derr Cosmetics juga gencar melakukan promo berupa pemotongan harga atau diskon 5% sampai 10% dari harga jual. Derr Cosmetics juga memberikan hadiah gratis untuk minimal pembelian diatas Rp.200.000,00.



Gambar 1. Profil Instagram Derr Cosmetics



Gambar 2. Strategi Pemasaran Melalui Give Away



Gambar 3. Strategi Pemasaran Melalui Diskon

Blackberry Messenger (BBM)

Saat Derr Cosmetics awal didirikan, pemilik sulit mendapatkan pelanggan karena jika ingin memasarkan produknya, pemilik harus memiliki kontak BBM dari konsumen. Hal tersebut membatasi pemilik Derr Cosmetics untuk memasarkan produknya sehingga pembeli produk pada saat itu hanya teman-teman sekitar yang mempunyai kontak BBM. Pemasaran dilakukan dengan cara mengunggah gambar pada cerita di BBM yang akan hilang dalam waktu 24 jam.

Saat ini, blackberry messenger sudah tidak lagi digunakan oleh derr cosmetics untuk memasarkan produk-produknya karena fitur blackberry messenger sudah ditinggalkan oleh banyak penggunanya.

Whatsapp

Tidak jauh berbeda dengan menggunakan blackberry messenger, whatsapp juga membatasi pemilik untuk memasarkan produknya hanya kepada konsumen yang mempunyai dan menyimpan satu sama lain nomor whatsapp. Gambar dan video yang diunggah juga akan hilang dengan sendirinya dalam waktu 24 jam.

Pemilik mensiasati hal tersebut dengan mencantumkan link whatsapp ke akun facebook dan Instagram sehingga jika ada konsumen yang ingin bertanya dan berkomunikasi dengan pemilik, konsumen akan langsung diarahkan ke halaman whatsapp pemilik Derr Cosmetics. Sehingga saat ini, whatsapp lebih berfokus untuk berkomunikasi dengan para konsumen.

Penjualan Melalui Media Sosial

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 3 media sosial yang digunakan oleh Derr Cosmetics untuk memasarkan produknya yaitu Instagram, facebook, dan whatsapp. Dari hasil penelitian, derr cosmetics dalam meningkatkan volume penjualannya menggunakan berbagai macam cara. Penjualan adalah proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler & Keller, 2009). Cara-cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan dari derr cosmetics dilakukan dengan cara mengunggah gambar dan video yang sudah diedit dengan semenarik mungkin sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk-produk skincare dan kosmetik dari derr cosmetics, mengadakan promo dengan cara pemotongan harga, dan mengadakan give away.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik derr cosmetics menyatakan bahwa dengan menggunakan media sosial terdapat kelebihan yang diantaranya adalah dapat digunakan setiap saat dan waktunya pun fleksibel. Pemilik juga menyatakan selain jangkauan yang luas karena hampir semua kalangan menggunakan media sosial untuk berinteraksi, juga biaya yang digunakan untuk iklan lebih murah daripada menggunakan hosting website atau operasional toko. Dengan menggunakan media sosial, konsumen juga memiliki dampak

yang menguntungkan berupa waktu yang lebih efektif karena konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pemilik derr cosmetics, pemilik mengungkapkan bahwa setelah menggunakan media sosial berupa Instagram, whatsapp, dan facebook volume penjualan dari produk-produk skincare dan kosmetik mengalami kenaikan dalam hal volume penjualan. Volume penjualan tersebut meningkat setelah pemilik dengan gencar mempromosikan produk yang dijual melalui media sosial. Hal ini dibuktikan dengan adanya pembeli dari berbagai kota bahkan provinsi yang berbeda, yang sebelumnya pembeli dari derr cosmetics hanya teman-teman sekitar saja.

Pemilik Derr Cosmetics menyatakan bahwa hasil dari penjualan setelah memasarkan produk menggunakan media sosial meningkat sangat drastic. Dengan menggunakan media sosial, derr cosmetocs dapat menaikkan volume penjualan mencapai 50% hingga 100%. Hal tersebut membuktikan bahwa kekuatan dari pemasaran menggunakan media sosial dapat mempengaruhi suatu usaha atau bisnis karena dengan menggunakan media sosial kita dapat memasarkan dan menjual produk kita kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi oleh waktu dan jarak. Peningkatan volume penjualan dimanfaatkan oleh Derr Cosmetics dengan baik sehingga bisnis dapat berjalan dan berkembang disetiap harinya.

KESIMPULAN

Derr Cosmetics dalam memasarkan produk skincare dan kosmetik menggunakan media sosial berupa Instagram, facebook, dan whatsapp. Pemasaran melalui media sosial dapat mempermudah konsumen dalam mengenal produk dari Derr Cosmetics. Selain itu, pemilik Derr Cosmetics juga lebih mudah dalam memasarkan produknya karena dengan media sosial maka pemilik dapat dengan kapan saja dan dimana saja melakukan pemasaran. Dengan memasarkan produknya menggunakan media sosial, Derr Cosmetics mampu meningkatkan volume penjualannya. Hal ini terbukti dari peningkatan pembeli yang awalnya hanya teman-teman sekitar menjadi banyak pelanggan yang bahkan dari luar kota dan provinsi, Derr Cosmetics juga sudah mempunyai Reseller tetap yang membuat volume penjualan meningkat menjadi 50% sampai 100%.

DAFTAR REFERENSI

- Bilgin, Y. (2018). Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek. *Studi Bisnis Dan Manajemen : Jurnal Internasional*, 21. Retrieved from <https://www.bmij.org/index.php/1/article/view/839.1>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 8. Retrieved from <https://journal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/45/31>
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 11. Retrieved from <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/26/162>
- Sampita, W. D. (2021). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sambal Mbok Bariah di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 12. Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7612>
- Winardi. (2001). *Motivasi Dan Pemotivasian Dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.