

Pemanfaatan Media Sosial Dan E-commerce Sebagai Media Promosi Untuk Pemasaran Produk Di Toko Ayaa Fashion

Yessi Fitri Annisah Lubis¹,

Yuyun Dwi Lestari²,

Mufida Khairani³,

Arief Budiman⁴

^{1,2,3,4)} Teknik Informatika, Universitas Harapan Medan

Article history

Received : 11 Januari 2022

Revised : 4 Februari 2022

Accepted : 11 Maret 2022

email:

yessy.annisa@gmail.com,

yuyun.dl@gmail.com,

mufida.khairani@gmail.com,

ariefdiman13@gmail.com

Abstrak

Aplikasi media sosial dan E-commerce semakin banyak digunakan seiring dengan perkembangan teknologi pada masa sekarang ini. Pengguna dengan mudah dapat mengunduh aplikasi tersebut melalui smartphone. Toko Ayaa Fashion bergerak dalam bidang penjualan pakaian wanita, pakaian anak, mukena, jilbab, sepatu, tas, dan lainnya. Pada Toko Ayaa Fashion, pemasaran dan penjualan produk yang dilakukan dengan menjual produknya kepada para konsumen di wilayah sekitar saja, sehingga belum dapat memasarkan produk dan menarik konsumen secara luas. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai media promosi dalam memasarkan dan menjual produk pada Toko Ayaa Fashion. Sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan produk yang berdampak pada kesejahteraan pelaku usaha beserta para karyawan toko dan bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

Kata Kunci: Media Sosial, Perdagangan Elektronik, Facebook, Instagram, Promosi

Abstract

Social media and E-commerce applications are increasingly being used along with technological developments at this time. Users can easily download the application via a smartphone. Ayaa Fashion store is engaged in selling women's clothing, children's clothing, mukena, hijab, shoes, bags, and others. At the Ayaa Fashion Store, marketing and product sales are carried out by selling their products to consumers in the surrounding area, so they cannot market products and attract consumers widely. The purpose of this community service activity is to provide an understanding of the use of social media and e-commerce as a promotional medium in marketing and selling products at the Ayaa Fashion Store. As an effort to increase product sales that have an impact on the welfare of business actors and store employees and benefit the wider community.

Keywords: Social Media, E-commerce, Facebook, Instagram, Promotion

1. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan media sosial dan *E-commerce*. Aplikasi media sosial dan *E-commerce* semakin banyak digunakan seiring dengan perkembangan teknologi pada masa sekarang ini. Pengguna dengan mudah dapat mengunduh aplikasi tersebut melalui *smartphone*.

Media sosial adalah *platform* digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, *video*, dan merupakan *platform* digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media *internet*.

Toko Ayaa Fashion bergerak dalam bidang penjualan pakaian wanita, pakaian anak, mukena, jilbab, sepatu, tas, dan lainnya. Pada Toko Ayaa Fashion, pemasaran dan penjualan produk yang dilakukan dengan menjual

produknya kepada para konsumen di wilayah sekitar saja, sehingga belum dapat memasarkan produk dan menarik konsumen secara luas. Oleh karena itu, Untuk promosi dalam memasarkan dan menjual produk pada Toko Ayaa Fashion agar meningkatkan penjualan produk maka pengguna dapat menggunakan beberapa aplikasi Media Sosial dan *E-commerce* antara lain :

1. Linktree

Linktree adalah *platform* yang memungkinkan pengguna membuat daftar *link* produk bisnis. *Link* yang sudah ditambahkan di *Linktree* bisa diletakkan di profil *Instagram* dan *facebook*, sehingga *link* dari akun aplikasi lainnya sudah terkumpul semua di dalam *Linktree*.

2. Facebook

Facebook selain sebagai fitur *chatting* ada juga fitur *marketplace* pengguna atau calon pembeli dapat melihat produk yang dijual penjual dan menghubungi penjual lewat *Messenger*. Tampilan yang sederhana memudahkan pengguna untuk mengakses selayaknya sedang menggunakan *Facebook* sebagai media komunikasi. Adapun informasi produk disertai dengan harga, lokasi, dan ulasan pembeli. fitur ini juga menyediakan pemasangan iklan yang biasanya berada di halaman teratas (wahyu, 2020).

3. Instagram

Instagram adalah media sosial yang berfokus pada *platform* berbagi foto dan *video* dilengkapi dengan fitur-fitur menarik seperti *filter* foto, *Instagram Story*, *IGTV*, *chatting* bahkan *commerce*. Fitur *commerce* *instagram* menyediakan *profil* bisnis, layanan iklan, *IG Shop*. Cara kerjanya pengguna cukup langsung belanja di akun bisnis dalam *in-app browser*. Cukup tap foto yang diunggah profil bisnis, nanti akan terlihat tag harga barang dan tombol *View on Website* untuk diarahkan ke *situs brand* untuk menyelesaikan pembayaran. Setiap profil bisnis dari manapun bisa menerima transaksi dari pelanggan di manapun karena *borderless*. (Nabila 2019)

4. Shopee

Shopee sebagai salah satu *marketplace* yang paling banyak dikunjungi selama periode tahun 2020, merupakan situs jual beli *online* yang memiliki fitur-fitur menarik yang berbeda dan dapat memudahkan pengguna dalam mencari produk yang diinginkan konsumen dari *marketplace* lain seperti *live chat*, *hashtag*, dan *shopee live*. (Pranitasari, 2021).

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan pemahaman mengenai penggunaan dan pemanfaatan dari media sosial dan *e-commerce* sebagai media promosi dalam memasarkan dan menjual produk pada Toko Ayaa Fashion. Sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan produk yang berdampak pada kesejahteraan pemilik usaha beserta para karyawan toko dan bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pemanfaatan Media Sosial dan *E-commerce* Sebagai Media Promosi Untuk Pemasaran Produk di Toko Ayaa Fashion".

2. METODE PELAKSANAAN

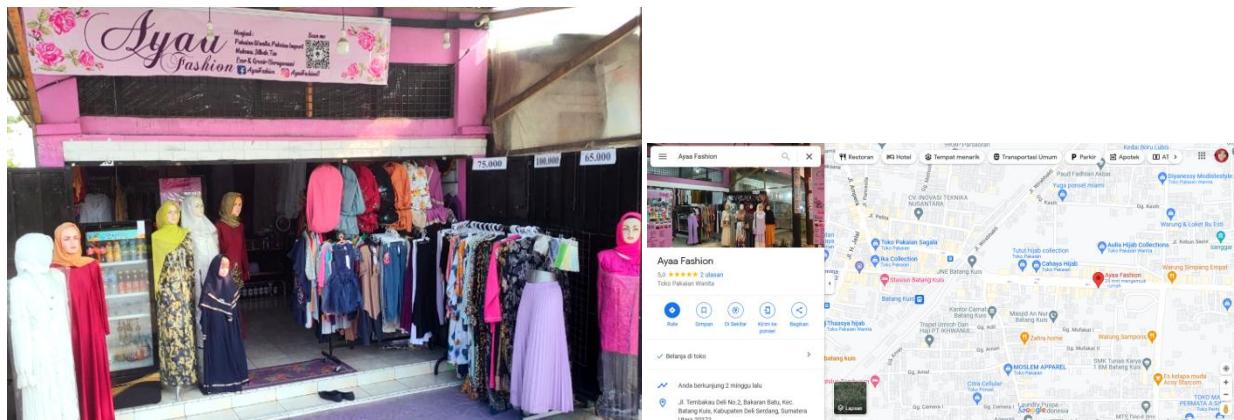
Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan melalui metode ceramah, dimana narasumber menyampaikan materi yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Jika ada hal yang belum dipahami, peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk bertanya pada narasumber.

Tahap awal kegiatan, pemilik usaha membuat akun terlebih dahulu (login) menggunakan akun google. Akun google ini nantinya merupakan akun khusus untuk toko yang akan digunakan saat membuat akun media sosial dan e-commerce. Setelah melalui beberapa tahapan hingga aplikasi media sosial dan e-commerce siap untuk digunakan.

Pada akhir sesi pelatihan, peserta diminta untuk melakukan praktik berkaitan dengan materi yang sudah disampaikan dan dipelajari. Untuk memberikan pemahaman lebih kepada para peserta tentang penggunaan fitur-fitur yang ada di setiap aplikasi-aplikasi tersebut. Seperti membuat profil toko, menambahkan produk, mempromosikan produk, proses transaksi, pengiriman produk, dan lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Tanggal 4 Juli 2022. Toko Ayaa Fashion bertempat di Jalan Tembakau Deli No. 2 Batang Kuis. Jumlah peserta dalam kegiatan ini adalah karyawan toko dan pemilik usaha berjumlah 12 orang.

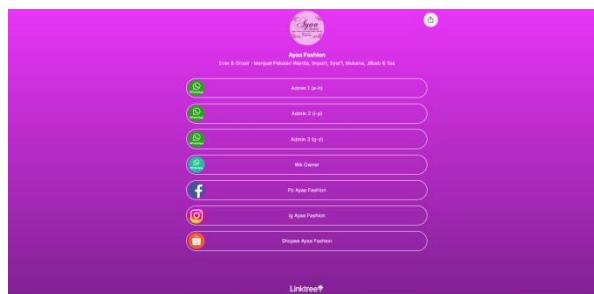


Gambar 1 Toko Ayaa Fashion dan Peta Lokasi

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:

a. Linktree

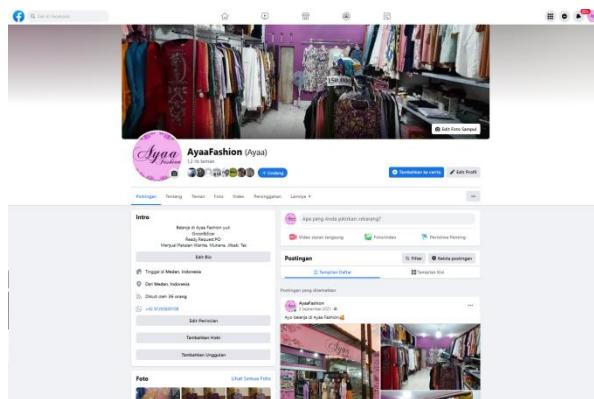
Untuk pembuatan akun pada linktree, pengguna terlebih dahulu mengakses www.linktree.com. Kemudian daftar menggunakan akun google mail khusus milik toko. Pada menu link, pengguna dapat menginputkan beberapa link dari akun Whatsapp, Facebook, Instagram dan Shopee. Pada menu Appearance, pengguna dapat menambahkan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



Gambar 2 Linktree Ayaa Fashion

b. Facebook

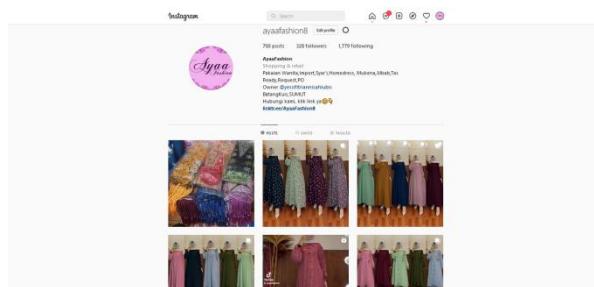
Untuk pembuatan akun pada facebook, pengguna terlebih dahulu mengakses www.facebook.com. Kemudian daftar menggunakan akun google mail khusus milik toko. pengguna dapat menambahkan profil toko dan linktree yang telah dibuat sebelumnya. Kemudian menambahkan produk-produk yang ingin dipromosikan. Pada akun facebook, pengguna dapat memposting produk-produk secara bersamaan dengan instagram dan whatsapp. Sehingga proses promosi Berikut adalah facebook dari Toko Ayaa Fashion.



Gambar 3 Facebook Ayaa Fashion

c. Instagram

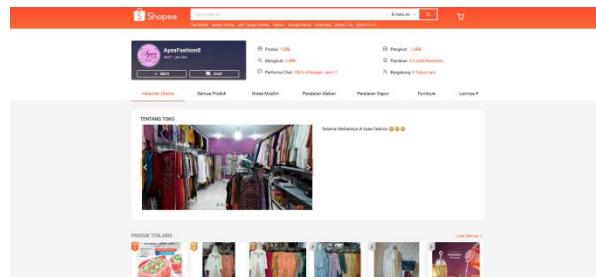
Untuk pembuatan akun pada instagram, pengguna terlebih dahulu mengakses www.instagram.com. Kemudian daftar menggunakan akun google mail khusus milik toko. pengguna dapat menambahkan profil toko dan linktree yang telah dibuat sebelumnya. Kemudian menambahkan produk-produk yang ingin dipromosikan dengan cara memposting di IG Story. Berikut adalah instagram dari Toko Ayaa Fashion.



Gambar 4 Instagram Ayaa Fashion

d. Shopee

Untuk pembuatan akun pada shopee, pengguna terlebih dahulu mengakses www.shopee.com. Kemudian daftar menggunakan akun google mail khusus milik toko. pengguna dapat menambahkan profil toko dan produk-produk yang ingin dipromosikan. Berikut adalah shopee dari Toko Ayaa Fashion.



Gambar 1 Shopee Ayaa Fashion

Pada akun facebook, instagram dan shopee bisa saling berkaitan sehingga untuk menambahkan produk baru, hanya melakukan satu kali postingan yang nantinya otomatis ditambahkan ke masing-masing akun tersebut. Sehingga memudahkan pengguna melakukan promosi dalam memasarkan dan menjual produk pada Toko Ayaa Fashion. Sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan produk yang berdampak pada kesejahteraan pemilik usaha beserta para karyawan toko dan bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

4. KESIMPULAN

Media sosial dan E-commerce yang kami usulkan dapat diterima dengan baik oleh pemilik usaha dan ada beberapa penambahan. Pemilik usaha dan para karyawan dapat memahami dan menggunakan media sosial dan e-commerce sebagai media promosi untuk memasarkan dan menjual produk menjadi lebih mudah dan menjangkau konsumen di wilayah sekitar dan secara luas. Saran dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah dengan meningkatkan Kerjasama dengan mitra baik dalam masalah daring maupun masalah lain yang berkaitan dengan Pendidikan dan Tri darma perguruan tinggi. Sehingga kegiatan ini menjadi lebih bermanfaat.

REFERENSI

- Destria, S. D., & Iskandar, B.P. (2013). "Outlining The Promotion Strategy of Four Moslem Clothing." *The Indonesian Journal of Business Administration* 2(12):1508–18.
- Dicky, Y., & Mansoor, A. Z. (2020). Marketing Communication Strategy Using Direct Marketing For Start-Up Fashion Brand Teemochi." *European Journal of Business and Management Research* 5(2):1–5.
- Izzati, N. (2015). Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. *Jurnal ASPIKOM* 2(5):374.
- Nabila, M. (2019). "Melihat Kesiapan Platform E-Commerce Bersaing Dengan Social Commerce." Retrieved June 5, 2021 (<https://dailysocial.id/post/e-commerce-vs-social-commerce-adu-kemudahanberbelanja-online>).
- Permatasari, D. (2018). Hubungan Penggunaan Fitur Insta Story Sebagai Media Promosi Dengan Minat Beli Produk Wellborn. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi* 3(2):113.

Permata, A. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Jual Beli Online Di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instagram. *Online Shop* 23.

Laoli, W. S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai media promosi pakaian di Indonesia: Systematic literature review. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*.

Pranitasari, D. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*.