

Penjualan Produk Secara Global Dengan Memanfaatkan Media Sosial *Instagram*

Puji Erlina *1
Felicia Tiffani Kojongian ²

^{1,2} Universitas Pembangunan Jaya

*e-mail: puji.erlina@student.upj.ac.id¹, felicia.tiffanikojongian@student.upj.ac.id²

Abstrak

Instagram sebagai platform media sosial yang terkenal, fokus pada foto dan video. Dipahami oleh banyak kalangan, terutama generasi milenial dan Gen Z, platform ini memiliki peran vital dalam fungsi-fungsi utama: sebagai sarana pemasaran, media komunikasi global, dan sumber informasi yang luas. Dengan sejarah pembuatannya dan evolusi fitur-fiturnya dari waktu ke waktu, abstrak ini juga menyoroti kelebihan dan kekurangan Instagram dalam konteks pemasaran online. Fitur-fitur yang ada, seperti posting foto dan video, caption, komentar, hashtag, serta fitur-fitur lainnya, menjadi bagian penting dari ekosistem yang menyokong interaksi dan pertumbuhan komunitas pengguna. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif untuk dapat menganalisa pemanfaatan media sosial Instagram untuk penjualan produk secara global. Tujuan dalam penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui pengertian dan fungsi Instagram. 2) Mengukur kelebihan dan kekurangan Instagram dalam proses penjualan online. 3) Mendeskripsikan manfaat media sosial Instagram dalam penjualan online.

Kata Kunci : Penjualan, Global, Media Sosial

Abstract

Instagram as a famous social media platform, focuses on photos and videos. Understood by many groups, especially the millennial generation and Gen Z, this platform has a vital role in its main functions: as a marketing tool, global communication media, and extensive information source. With the history of its creation and the evolution of its features over time, this abstract also highlights the advantages and disadvantages of Instagram in the context of online marketing. Existing features, such as posting photos and videos, captions, comments, hashtags, and other features, are an important part of the ecosystem that supports interaction and growth of the user community. This research uses a qualitative methodology to analyze the use of Instagram social media for sales products globally. The objectives of this research are: 1) to find out the meaning and function of Instagram. 2) Measuring the advantages and disadvantages of Instagram in the online sales process. 3) Describe the benefits of Instagram social media in online sales.

Keywords: Sales, Global, Media Social

PENDAHULUAN

Dalam era digital, media sosial telah menjadi *platform* yang kuat untuk memperluas jangkauan bisnis, terutama Instagram yang memainkan peran penting dalam hal ini. Perubahan perilaku konsumen yang semakin terkoneksi secara digital telah mendorong bisnis untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan mereka. Instagram, sebagai salah satu media sosial terkemuka, telah menjadi platform yang sangat berharga untuk mempromosikan dan menjual produk. Dengan kehadiran pengguna dari seluruh dunia, Instagram memberikan akses yang luas bagi bisnis untuk menjangkau pasar global tanpa batasan geografis. Fitur-fitur yang disediakan, seperti unggahan foto dan video, cerita singkat, serta fitur interaktif seperti *live streaming* dan pesan langsung, memberikan kesempatan bagi bisnis untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan dari berbagai belahan dunia.

Pemanfaatan Instagram sebagai alat penjualan global bukan hanya memungkinkan peningkatan penjualan tetapi juga memperluas cakupan merek, membangun kepercayaan pelanggan, dan meningkatkan interaksi yang lebih personal antara bisnis dan konsumen. Penggunaan Instagram sebagai sarana penjualan produk secara global mencerminkan perubahan besar dalam paradigma bisnis modern yang memanfaatkan teknologi untuk mencapai pasar yang lebih luas dan memungkinkan bisnis menyesuaikan diri dengan tren serta kebutuhan pelanggan

yang terus berubah di era digital ini. Aplikasi Instagram merupakan media sosial yang sedang trending dan paling terkenal saat ini. Menurut Playstore untuk Android, Instagram telah diunduh oleh lebih dari satu juta pengguna di seluruh dunia. Instagram menawarkan banyak fitur menarik dan mudah digunakan. Sehingga dapat dengan mudah digunakan untuk menjual produk secara online dan mendunia.

KAJIAN PUSTAKA

Penjualan

Dalam sebuah perusahaan, pemasaran bertujuan untuk meningkatkan penjualan agar dapat menghasilkan pendapatan maksimal dan meningkatkan keuntungan. William Stanton et al. (2021) menjelaskan penjualan sebagai proses atau serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk memindahkan barang atau jasa dari penjual ke pembeli dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Penjualan dapat diartikan sebagai proses penukaran produk atau jasa dengan uang atau nilai lainnya. Penjualan sebagai kegiatan pemasaran yang melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli untuk mencapai tujuan transaksional.

Global

Pengertian "global" merujuk pada sesuatu yang berskala internasional atau melibatkan seluruh dunia. Ini mencakup cakupan yang luas atau dampak yang melibatkan banyak negara atau wilayah. Global pemasaran adalah upaya untuk mengembangkan dan menjalankan strategi pemasaran yang bersifat lintas batas negara, menjangkau pasar global, dan mengatasi tantangan serta peluang yang muncul dari lingkungan bisnis yang sangat beragam. Dengan mengadopsi strategi pemasaran global, perusahaan dapat meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis mereka, mengakses pangsa pasar yang lebih besar, dan memanfaatkan peluang ekonomi yang ada di berbagai negara. Namun, penting untuk memahami dinamika pasar yang berbeda di setiap wilayah dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan baik.

Media Sosial

Media sosial merupakan platform online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat berbagai jenis konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang banyak digunakan oleh orang di seluruh dunia. Secara umum, media sosial adalah alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan interaksi beragam yang sebelumnya tidak tersedia untuk masyarakat umum (Chris Brogan, 2010). Media sosial juga dapat berfungsi sebagai tempat berjualan atau platform e-commerce yang efektif. Banyak bisnis dan individu memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode tinjauan pustaka, Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif melalui metode tinjauan pustaka. Teori dikembangkan dengan merujuk pada sumber-sumber internet seperti Google Scholar, ResearchGate, dan platform lainnya. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait isu-isu kemanusiaan dan sosial, bukan untuk secara eksplisit menggambarkan realitas seperti yang dilakukan dalam penelitian ilmu pengetahuan alam. Fokus penelitian ini adalah pada deskripsi bagaimana individu mengartikan lingkungan mereka dan bagaimana interpretasi ini memengaruhi perilaku mereka. Oleh karena itu, teknik kualitatif terkait erat dengan observasi yang membantu dalam memahami situasi sosial yang kompleks serta membantu dalam proses penciptaan hipotesis dan teori (**Borg dan Gall, 1989**).

Menurut Moleong (2005:6), penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dengan cara yang menyeluruh, menggunakan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam suatu konteks alami, dan dengan berbagai metode alami. Pandangan yang menjadi dasar bagi metode kualitatif adalah bahwa realitas itu kompleks,

menyatu, dan selalu berubah (Nana Sudjana dan Ibrahim, 2001: 7). Oleh karena itu, tidak mungkin merencanakan rancangan penelitian secara terinci dan kaku sebelumnya. Rancangan penelitian berkembang seiring berjalannya proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang fokus pada foto dan video, dan penggunaannya harus memiliki akun dan teknologi berbasis Android, iPhone, Windows Phone atau laptop (PC). Bagi Anda yang tertarik dengan dunia teknologi dan media sosial, Instagram mungkin sudah tidak asing lagi. Namun sebagian orang yang mungkin belum paham dengan perkembangan teknologi digital mungkin masih belum paham apa itu Instagram. Sebuah platform yang saat ini sedang naik daun dan banyak digunakan oleh pengguna pintar di seluruh dunia. Milenial dan Gen Z paling mahir menggunakan Instagram. Perusahaan analisis pasar media sosial NapoleonCat melaporkan bahwa pada tahun 2019, berdasarkan data kompas.com, jumlah pengguna Instagram di Indonesia berjumlah 59.840.000 atau sekitar seperempat penduduk Indonesia. Perempuan menggunakan Instagram sebagian besar sebanyak 50,8 persen dan laki-laki sebanyak 49,2 persen. Instagram lebih mengutamakan foto dan video dalam penggunaannya sehingga lebih menarik dengan aplikasi yang hanya berbasis kalimat dan kata. Aplikasi ini membuat pengguna lebih kreatif dan memfasilitasi interaksi dengan pengguna global dan lokal.

Fungsi Umum dari Instagram yaitu sebagai media untuk berinteraksi, bersosialisasi bagi pengguna-nya dan menjadi sarana publikasi foto maupun video bagi pengguna lokal maupun global. Berikut adalah Fungsi instagram yang mungkin belum diketahui masyarakat :

1. Sarana Pemasaran

Saat ini banyak pebisnis atau penjual produk yang mulai memanfaatkan Instagram untuk toko online atau media periklanannya. Kinerja Instagram sebagai alat pemasaran sangat mendukung kebutuhan periklanan para pemasar. Tidak hanya bermanfaat bagi para pedagang dan pedagang, konsumen juga mendapatkan keuntungan dalam menggunakan media sosial Instagram untuk mencari barang atau kebutuhan lainnya. Instagram juga memiliki jangkauan regional yang sangat luas hingga mencakup seluruh dunia. Oleh karena itu, penjualan produk tidak hanya diperuntukkan bagi penduduk Indonesia saja, namun juga dapat diperuntukkan bagi masyarakat yang berada di seluruh dunia.

2. Media Komunikasi

Area komunikasi Instagram sangat luas sehingga berguna untuk berkomunikasi dengan anggota keluarga, teman, dan kerabat yang tinggal di luar negeri. Kita bisa berkomunikasi dengan mengirimkan gambar atau video melalui pesan langsung (DM) atau dengan mengomentari gambar dan cerita yang dibagikan teman online. Instagram bisa menjadi tempat dimana kita bisa mencari dan menjalin pertemanan dan kenalan baru.

3. Sumber Informasi dan Pengetahuan Umum

Instagram merupakan sarana bagi pengguna yang ingin berbagi informasi tentang dirinya dan masyarakat, serta menjadi sumber informasi bagi pengguna yang mencari informasi. Informasi dari Instagram berbentuk gambar atau video dan disertai dengan informasi atau biasa disebut caption. Informasi Instagram mencakup banyak hal baik berupa sosial, olah raga, hiburan, informasi dan lainnya. Dengan bantuan media instagram kita mendapatkan informasi terkini dari berbagai belahan dunia, sehingga sangat memudahkan kita dalam menyebarkan informasi atau menggali informasi dan bukti foto melalui media sosial instagram.

Instagram pertama kali dikembangkan di San Francisco, Amerika Serikat pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh perusahaan startup Burbn, Inc dari CEO Kevin Systrom dan Mike Krieger. Versi pertama dari Instagram adalah Burbn yang hanya dapat digunakan pada perangkat *iPhone*. Pada awalnya, versi Burbn terlalu banyak fitur-fitur, akhirnya Kevin Systrom dan Mike Krieger mulai memfokuskan fitur untuk berbagi foto, komentar, dan menyukai.

Pada tahun 2012, *Facebook* resmi mengakuisisi Instagram senilai \$1 juta dalam bentuk tunai dan saham. Beberapa waktu kemudian, Instagram rilis untuk perangkat Android. Dan telah diunduh lebih dari 1 juta kali waktu kurang dari 1 hari. November 2012, Instagram rilis pada bentuk web app sehingga pengguna dapat mengaksesnya melalui browser desktop meskipun dalam fitur terbatas. Maret 2014, Instagram merilis *Geotagging* yang memungkinkan pengguna menambahkan lokasi pada foto. Fitur ini dapat digunakan secara real-time dan tepat ketika pengguna [mengaktifkan GPS pada smartphone](#). Namun perkembangan Instagram saat ini telah memungkinkan pengguna menambahkan lokasi foto; semisal kota atau tempat liburan tanpa harus mengaktifkan fitur GPS. Instagram dapat diakses oleh sistem operasi berupa *android, ios, windows 10 mobile*, dan *windows 10*.

Sebelum menjual produk melalui Instagram, ada baiknya kita mengetahui terlebih dahulu kelebihan dan kekurangan aplikasi Instagram untuk menjual produk secara online. Berikut kelebihan dan kekurangan Instagram untuk memasarkan produk secara online:

a. Kelebihan Instagram dalam Pemasaran Online

1) Tidak berbayar/free

Aplikasi Instagram bisa didapatkan gratis dari Play Store buat pengguna Android dan dari App Store buat pengguna iPhone.

2) Banyaknya jumlah pengguna instagram

Aplikasi Instagram memiliki banyak pengguna yang tersebar di seluruh daerah Indonesia maupun dunia. Itu sebabnya produsen memiliki keuntungan karena produk yang dia promosikan melalui instagram dapat diketahui banyak pengguna instagram, menjadikan pasarannya luas.

3) Mudah digunakan

Aplikasi Instagram mudah digunakan untuk jualan atau promosi barang secara online. Kita dapat memasukkan *contact person* diprofile agar dapat memudahkan konsumen dalam menghubungi atau berkonsultasi dengan produk yang dijual.

4) Terkoneksi dengan Media Sosial lainnya

Jika pengguna memiliki akun media sosial selain instagram, maka pengguna dapat menghubungkan instagram dengan media sosial tersebut. Pengguna juga tidak perlu mengisi *id* atau *password* lagi tinggal menekan tombol atau logo media sosial yang mau di sambungkan.

b. Kekurangan Instagram dalam Pemasaran *Online*

1) Penggunaan kuota internet yang cukup besar

Disarankan bagi pengguna untuk menggunakan Instagram dengan koneksi Wi-Fi atau memiliki kuota data yang mencukupi. Hal ini dikarenakan aplikasi Instagram membutuhkan sejumlah besar kuota untuk mengunggah foto dan video, serta saat mengakses platform tersebut. Selain itu, disarankan untuk melakukan pembaruan aplikasi Instagram, yang seringkali melibatkan penambahan fitur terbaru. Pembaruan aplikasi ini juga memerlukan kuota yang cukup besar dan membutuhkan koneksi internet yang stabil agar proses pembaharuan dapat berjalan dengan lancar.

2) Durasi Video dan Jumlah Foto yang terbatas

Saat mempromosikan melalui video di Instagram dengan durasi maksimal satu menit, platform secara otomatis memotong bagian yang melebihi batas waktu tersebut. Untuk foto yang diunggah, disarankan untuk memiliki kualitas yang tinggi serta menyampaikan pesan atau makna yang jelas. Persaingan Ketat terjadi di Instagram karena banyaknya pengguna, sehingga produsen harus mempertimbangkan strategi, harga, dan kualitas produk yang harus lebih baik daripada pesaing yang juga memanfaatkan Instagram untuk pemasaran.

3) Perbedaan Fitur Instagram bagi pengguna Androi dan IOS

Foto dan video yang dibagikan dalam cerita Instagram, seperti snapgram, memiliki kualitas yang lebih baik bagi pengguna iOS daripada bagi pengguna Android. Gambar atau rekaman video yang diambil oleh pengguna Android mungkin terlihat sedikit kabur atau kurang jernih. Selain itu, terdapat perbedaan dalam tampilan huruf dan simbol antara pengguna Android dan pengguna iPhone (iOS).

Instagram bisa jadi alat pemasaran dan penjualan produk secara online. Untuk tingkatkan penjualan, pengguna bisa gunain fitur-fitur yang ada di Instagram. Ada beragam fitur seperti posting foto dan video, tulisan, komentar, *hashtag*, suka, jelajah, cerita Instagram, profil, siaran langsung, dan pesan langsung. Ini adalah penjelasan mengenai fitur-fitur Instagram yang tersedia untuk pengguna.

1. *Posting Foto dan Video*

Di fitur ini, pengguna bisa menggunakan foto dan video dengan kualitas dan editan terbaik sebelum diunggah ke profil Instagram. Ini jadi kunci penting buat produsen yang mau jualan produk ke pengguna internet. Instagram punya banyak filter yang bisa dipakai buat memperbagus tampilan foto dan video..

2. *Caption*

Sebelum upload foto atau video di Instagram, sebaiknya tambahkan caption berisi kalimat, kata, atau emotikon buat bikin postingan jadi lebih menarik. Khusus buat yang mau jualan produk, bagian caption bisa diisi dengan ulasan atau harga tentang barang atau layanan yang ditawarkan. Setelah foto atau video udah ditambahkan caption, baru bisa diposting. Tapi bukan berarti foto atau video tanpa caption nggak bisa diposting, bisa juga kok diposting tanpa caption.

3. *Komentar*

Setelah posting foto atau video, pengguna bisa ngasih komentar di foto atau video pengguna lain. Lebih baik kasih komentar yang baik dan sopan karena komentar bisa dilihat sama orang lain yang pakai Instagram.

4. *Hashtag*

Hashtag, yang dikenal sebagai tanda pagar (#), digunakan untuk mengumpulkan foto dan video berdasarkan kata atau kalimat tertentu yang diawali dengan simbol tersebut.

5. *Like*

Ini merupakan tambahan fitur dari Instagram untuk foto dan video yang diunggah ke platform. Setiap pengguna bisa memberikan 'suka' pada foto dan video yang diposting oleh pengguna lain. Jika suatu postingan mendapatkan banyak likes, peluangnya untuk masuk ke bagian jelajah (*explore*) pengguna lain akan lebih besar.

6. *Explore*

Apabila pengguna memberikan 'suka' pada foto atau video dalam suatu kategori tertentu di Instagram, mereka akan menerima rekomendasi foto dan video lain yang sejalan dengan kategori postingan yang telah disukai sebelumnya oleh pengguna tersebut.

7. *Instagram Stories*

Snapgram atau *Instagram Stories* merupakan fitur yang sangat digemari oleh pengguna, terutama mereka yang berasal dari kalangan milenial dan gen Z. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi kisah sehariannya karena cerita yang dibagikan dalam Snapgram hanya berlaku selama 24 jam. Setelah itu, cerita secara otomatis akan hilang dari Insta Story. Fitur ini dilengkapi dengan berbagai stiker, filter, dan jenis huruf yang lucu, sehingga sangat menarik. Bagi pengguna yang memiliki bisnis, mereka dapat memanfaatkan layanan ini untuk mereview produk mereka. Jika ingin memberikan diskon atau informasi terkait bisnis, pengguna tak perlu melakukan posting reguler, cukup bagikan diskon atau info tersebut melalui fitur Snapgram ini.

8. *Profile*

Profil pengguna, yang merupakan halaman utama di Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengganti dan menambahkan foto profil. Di sini, pengguna juga dapat membagikan informasi tentang diri mereka, seperti biodata, kutipan, atau kontak jika mereka ingin membagikannya.

9. Lives Instagram

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan vlogging atau berinteraksi dengan pengguna lain secara langsung, menunjukkan situasi dan kondisi terkini mereka. Fitur siaran langsung Instagram bisa digunakan oleh semua pengguna, tapi seringnya dipakai oleh artis, selebgram, dan toko online saat mereka mengadakan penjualan atau promo..

10. Direct Message (DM)

Fitur DM atau Pesan Pribadi di Instagram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung melalui obrolan dengan pengguna lain. Instagram telah meningkatkan fitur ini, memungkinkan video call, pengiriman gambar dan video, serta pengiriman gif atau stiker ke pengguna lain.

KESIMPULAN

Instagram, sebagai media sosial, telah menjadi salah satu aplikasi paling populer dan terkenal di seluruh dunia selama sepuluh tahun terakhir. Keberhasilannya didasarkan pada tingkat kepuasan pengguna yang tinggi dan konsistensi dalam memberikan pengalaman yang memuaskan. Instagram diakses dengan mudah dan dapat diunduh secara gratis di berbagai platform seperti Android, iOS, dan Windows. Aplikasi ini menyajikan berbagai fitur termasuk unggahan foto/video, profil, deskripsi, komentar, *like*, *hashtag*, jelajahi, cerita Instagram (*Snapgram*), siaran langsung Instagram, pesan langsung (DM), dan masih banyak lagi. Instagram secara konsisten meningkatkan dan menyajikan fitur-fitur baru kepada pengguna setiap tahunnya. Mayoritas penggunanya berasal dari berbagai kelompok usia, dari remaja hingga dewasa, dan memiliki cakupan global yang luas dengan pengguna dari seluruh dunia. Selain sebagai media hiburan, Instagram juga sering digunakan sebagai alat periklanan dan penjualan produk. Dalam konteks penjualan, Instagram menjadi solusi yang optimal karena memiliki jangkauan global, mudah digunakan, dan tidak memerlukan biaya yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Asfihan, A. (2021). Instagram adalah: Sejarah, fungsi dan keistimewaan Instagram. *Situs Web: Adalah.co.id*. <https://adalah.co.id/Instagram>.
- Arifin, R. D. (2022). Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll. *Dipetik Februari, 23, 2023*.
- Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Solusi, 20(4)*, 397-402.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society, 2(1)*.
- Hidayat, A. (2012). *Penelitian Kualitatif (Metode): Penjelasan Lengkap*. Statistikian. <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>, diakses: pada 02 Desember 2023.
- Show, P. L. (2022). Global market and economic analysis of microalgae technology: Status and perspectives. *Bioresource Technology, 357*, 127329.