

**PERAN PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DI MARACA BOOKS AND COFFEE**

Yayan Hendayana¹, Annisa Puspasari², Nida Fitriyani³, Nisa Nabilla⁴
Prodi Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Article History

Received : 26-Desember-2023

Revised : 28-Desember-2023

Accepted : 03-Januari-2024

Published : 03-Januari-2024

Corresponding author*:

Yayan Hendayana

Contact:

yayan.hendayana@dsn.uharajaya.ac.id

Cite This Article:

Hendayana, Y. ., Puspasari, A. ., Fitriyani, N. ., & Nabilla, N. . (2024). PERAN PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI MARACA BOOKS AND COFFEE. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(01), 95–101.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01.1139>

Abstract: *The increasingly rapid development of technology can influence the economic growth of society. One of the developments that occurs is that many individuals have various kinds of social media so as not to be left behind by current trends. Social media can create changes in the world of sales and marketing, especially promotion and advertising. The average business person currently promotes their sales using widely used social media such as Facebook, Instagram, TikTok, and so on. The purpose of this study is to explain the promotional role used by Team Maraca. Maraca Books and Coffee uses Facebook and Instagram social media for promotion. Promotion on social media has its own advantages, cheaper costs and the speed of information received by social media users. Research using qualitative methods with a descriptive approach in this article, presents data without manipulation or other processing. The results showed that sales promotion using social media has a positive impact on increasing sales at Maraca Books and Coffee. By posting promotional content on Facebook and Instagram Maraca Books and Coffee*

Keywords: *Promotion online, Facebook, Instagram.*

Abstrak: Perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi masyarakat. Salah satu perkembangan yang terjadi adalah banyaknya individu mempunyai berbagai macam media sosial supaya tidak tertinggal dengan tren yang terjadi sekarang. Media sosial dapat menciptakan perubahan pada dunia penjualan dan pemasaran khususnya promosi dan periklanan. Rata-rata pelaku usaha bisnis saat ini mempromosikan penjualannya menggunakan media sosial yang banyak digunakan seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan lain sebagainya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan peran promosi yang digunakan Team Maraca. Maraca Books and Coffe menggunakan media sosial Facebook dan Instagram untuk melakukan promosi. Promosi di media sosial memiliki keuntungan tersendiri, biaya yang lebih murah dan kecepatan informasi yang diterima oleh pengguna media sosial. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam artikel ini, menyajikan data tanpa pemrosesan manipulasi atau pengolahan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan menggunakan media sosial memiliki dampak positif dalam meningkatkan penjualan di Maraca Books and Coffe. Dengan memposting konten-konten promosi di Facebook dan Instagram Maraca Books and Coffe.

Kata Kunci: Promosi Online, Facebook, Instagram.

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi pilar utama strategi pemasaran modern dan memainkan peran penting dalam meningkatkan penjualan bagi banyak bisnis. Dengan masyarakat yang semakin terhubung secara digital, platform media sosial seperti Facebook, Instagram dan lainnya menawarkan peluang besar untuk mencapai audiens yang luas dengan biaya yang relatif rendah. Mempromosikan penjualan melalui platform ini telah merevolusi cara bisnis, mulai dari berinteraksi dengan pelanggan, memengaruhi keputusan pembelian dan mendorong pertumbuhan penjualan.

Pengguna media sosial sering kali berbagi pengalaman mereka dengan produk dan merek tertentu. Rekomendasi dari pengguna lain memberikan dampak signifikan terhadap persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan.

Media sosial memungkinkan para pelaku bisnis menjadi fleksibel dan kreatif dalam promosi. Seperti menggunakan berbagai jenis konten seperti gambar, video, cerita, jajak pendapat dan lainnya untuk menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih menarik. Dibandingkan dengan metode promosi tradisional seperti iklan TV dan cetak, promosi media sosial adalah pilihan yang lebih hemat biaya, terutama untuk usaha kecil dan menengah. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial dengan strategi yang tepat, bisnis dapat memaksimalkan potensi penjualannya, menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Kelebihan menggunakan media sosial dalam strategi pemasaran adalah memberikan kenyamanan kepada konsumen, memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi secara lebih efektif dan efisien. Dampaknya selanjutnya adalah kemudahan bagi konsumen dalam menemukan produk yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih cepat. (Arianto & Sofyan, 2022)

Ketatnya persaingan di dunia usaha menimbulkan kebutuhan untuk mengembangkan pemikiran kreatif dalam mendirikan suatu bisnis. Salah satu jenis usaha yang mengalami pertumbuhan pesat dan bersaing secara ketat di Indonesia pada saat ini adalah kedai kopi. (Ishak & Farida, 2021)

Coffee shop menjadi tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat, khususnya anak muda. Bukan hanya sekadar tempat menghabiskan waktu, suasana kafe yang menarik juga menjadi daya tarik. Konsep yang unik, tempat yang nyaman mampu menjadi magnet.

Maraca Books and Coffee merupakan kafe yang memiliki konsep library cafe. Hal tersebut menarik para book lovers. Kafe yang terletak disebelah Kebun Raya Bogor juga menjadi nilai plus bagi pengguna transportasi online, sebab dekat dengan stasiun Bogor. Selain itu, kafe ini memiliki jam buka yang lebih awal dibandingkan kafe pada umumnya.

Maraca Books and Coffee juga aktif dalam melakukan promosi pada akun Instagram milik mereka, misalnya saja menawarkan promo yang diadakan pada jam-jam tertentu, yakni Promo Kopi Pagi, All Day Promo, Happy Hour Promo dan Brunch At Maraca. Tentunya promo tersebut kemungkinan dapat berubah seiring waktu.

Dengan begitu, aktif dalam promosi penjualan melalui media sosial bukan hanya tentang memasarkan produk atau layanan, tetapi juga tentang membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan potensial, memengaruhi persepsi mereka dan akhirnya meningkatkan penjualan dengan pendekatan yang terukur dan efektif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang dapat diidentifikasi adalah tentang “bagaimana peran promosi penjualan melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan di Maraca Books and Coffee”. Penelitian ini memiliki tujuan memaksimalkan promosi penjualan dengan kekuatan media sosial dalam meningkatkan penjualan di Maraca Books and Coffee. Dengan demikian, judul penelitian yang dapat dipilih adalah “PERAN PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS MARACA BOOKS AND COFFEE)”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor, Jawa Barat. Tepatnya di Jl. Jalak Harupat No. 9A RT.05/RW.04, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan sengaja pada usaha penjualan di Maraca Books and Coffee.

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menampilkan data tanpa pemrosesan manipulasi atau perlakuan lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran lengkap peristiwa atau tujuan untuk mengungkapkan dan menjelaskan sesuatu fenomena yang terjadi. Dalam hal pengumpulan data, (Gill, Stewart, Treasure, & Chadwick, 2008) menyatakan bahwa ada beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi, analisis visual, tinjauan pustaka dan wawancara (individu atau kelompok). Namun yang paling populer adalah dengan menggunakan metode wawancara dan Focus Group Discussion (FGD).

Kemudian, data yang terkumpul dianalisis untuk dipahami dan diambil kesimpulannya dalam penelitian.

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis/Tahun	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Rafael Jeksen Andes, Lasmono Tri Sunaryanto (2020) Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Vol. 16, No. 1 Hal 27-36	Peran Promosi Penjualan Melalui Instagram Terhadap Penjualan Sayur Organik	Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan fokus pengamatan terhadap peran promosi penjualan dan respon konsumen terhadap promosi penjualan yang dilakukan melalui platform Instagram.	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai platform promosi dapat efektif dalam meningkatkan penjualan sayur organik.
2	A.A Manik Pratiwi (2020) Jurnal Satyagraha Vol. 03, No. 02 Hal 73-81	Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan <i>Online</i> Saat Pandemi COVID- 19	Penelitian ini menerapkan metode pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa pengamatan langsung (observasi) dan wawancara mendalam (<i>depth interview</i>).	Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks penjualan produk secara online, peran dan manfaat media sosial saat ini menjadi sangat signifikan, terutama dalam upaya memperluas cakupan target pasar.

3	Suci Dwi Rahmawati (2021) NCOINS: National Conference Of Islamic	Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui	Penelitian ini memanfaatkan metode wawancara kualitatif sebagai	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa peran seorang
---	---	---	--	---

HASIL DAN PEMBAHASAN

Maraca Books and Coffee

Maraca Books and Coffee merupakan kafe yang memiliki konsep library cafe. Hal tersebut menarik para book lovers. Kafe yang tertelak diseberang Kebun Raya Bogor juga menjadi nilai plus bagi pengguna transportasi online, sebab dekat dengan stasiun Bogor. Selain itu, kafe ini memiliki jam buka yang lebih awal dibandingkan kafe pada umumnya. Peneliti akan menjelaskan secara detail menu dan harga yang ditawarkan di Maraca Books and Coffee.

MAKANAN UTAMA		KOPI	
AYAM PANGGANG DENGAN TUMIS SAYUR	43	MANUAL BREW	
Patung ayam fillet dengan berbagai sayuran dan nasi		Aeropress	30
BURGER AND FRIES	43	Cold Brew	28
Homemade beef patty burger with honey mustard sauce		Japanese Cold Drip	35
BUTTER RICE BOLOGNAISE	43	Tubruk	22
Nasi goreng dengan daging cincang dan saus bolognese homemade		V.60	34
KARE CURRY	43	Vietnam Drip	29
Daging ayam tanpa tulang ala katsu bergado dengan bumbu kari Nagano dan ekori		ESPRESSO BASED	
NASI AYAM GULUNG	43	Affogato	33
Semasa ayam kembar dibalut kebab kripi lengkap dengan saus lezat		Americano*	29
NASI AYAM MADU	43	Risotto* Latte	36
Ayam bergado madu gurih ala Korea		Butterscotch Latte*	34
NASI GORENG BAIK	43	Caffè Macchiato*	27
Bismillah dengan sayuran, ikan daging ayam dan telur mata sapi		Caffè Latte*	32
NASI REMPAH DAGING	43	Cappuccino*	32
Nasi berbumbu rempah dengan ikan daging sapi		Caramel Latte*	34
NASI SAPI LADA HITAM	43	Caramel Macchiato*	34
Nasi anak dengan daging sapi kudu lada hitam		Cookiichino*	34
PASTA BOLOGNAISE	43	Cubpresso Latte	32
Pasta kebab bergado dengan saus bolognese homemade		Cubpresso Soya	36
PASTA CARBONARA	43	Daik Matcha Latte*	34
Pasta creamy dimasak dengan kuning telur dan keju parmesan		Double Espresso	25
PASTA STRIP	43	Espresso	21
Pasta non creamy bergado dengan daging ayam tanpa tulang ala katsu		Hazelnut Latte*	34
SPAGHETTI HAMBURG CURRY	43	Kopassu (Kopi And Susu)	32
Pasta dengan daging hamburger dan saus kari		Long Black	30
SPAGHETTI BLACKPEPPER	43	Moon Nitro	35
Pasta dengan ikan daging lembur bumbu lada hitam		Napp Cornichino*	34
		Salted Caramel Latte*	34
		Vanilla Latte*	34
CAMILAN ENAK		NON-KOPI	
TANPA TERUNG		Black Charcoal Latte*	33
Peyegin bakar dengan Kayu Manis	26	Choco Latte*	33
Sukun Goreng	18	Choco Hazelnut*	35
Ubi Cilemba Oven	15	Fresh Milk*	20
Singkong (bakar/goreng)	18	Greentea Latte*	33
TEPAK DIGORENG		Hojicha Latte*	33
Ciklok bumbu kacang (10 Pcs)	17	Milk Cookie*	32
Dimpsum (5 pcs)	29	Popcorn Milk*	32
Gyoza 3 Pcs	28	Red Velvet Latte*	32
Spaghetti Bolognese	29	Zero Latte*	33
Kue Gabin (2 pcs) Tape/Nanas/Ubi Ungu	11	Turmeric Golden Latte	34
Lasagna	29	PLANT BASED MILK	
Little Kabab Mozzarella (5 Pcs)	29	Add on substitute:	
Little Kobab Smoked Beef (5 Pcs)	28	Chai Milk	10
Siumay (5 Pcs)	28	Soya Milk	8
DIGORENG RENYAH		By Glass	
Bitterbuckl Mozzarella (10 Pcs)	28	Chai Milk (Fruit/Chocolate/Choco Hazelnut)	28
Calamari Ring	28	Soya Milk	25
Cireng Rujak (5 Pcs)	15		
Chicken & Fries	35	MOCKTAIL	
Diner Kemplang (4 Pcs)	20	Blacky Monday	35
French Fries	26	Set shot espresso tidak akan pernah salah, San*	
Pisang Goreng (3 Pcs)	20	Baby Sunshine	35
Risotto Bergout (2 Pcs)	18	Ear Grey Tea dengan dengan vanilla & lemon slice corakan heartful	
Risotto Smoked Beef (3 Pcs)	22	Itay Day	35
KUDAPAN MANIS		Kopi dan tehnya tapi bukan akan spesial	
Almond Brownie	20	Jelly Mocktail	35
Apple Pie	25	Tali-tali dengan madu dan slice lemon untuk pemanis dengan dan segar	
Cheese Cake (1 slice/Peanut Butter)	29	Never Enough	35
Cookie (Choco/Red Velvet/Matcha/Cashew)	15	Raspberry Pie & buah dibalut dengan pengalasan jeruk	
Pineapple Pie	25	Rosy Potry	35
		Mixman (kembang dengan serbuk mini untuk membuat heart yang pembuat	
		Fvangelina	35
		Motocyclop kembang botolan aroma teh chamomile & mint	
		TAMBAHAN	
		Shot	10
		Homah Biscoff	8
		Sosondok ts keim	8
		Singp	8
TEH			
TEH ARTISAN	35		
Earl Grey / Genmaicha / Green Tea Sineris / Oolong Tea			
Silver Needle			
TISANE (Ramuan Bunga)	35		
Chrysanthemum / Chamomile / Osmanthus / Pink rose bud			
TEH			
Ice Lychee Tea	29		
Lemon Tea*	29		
Milk Tea	20		
Tea*	20		
Thai Tea	28		

Peran media sosial dalam meningkatkan penjualan

Kenaikan aktivitas di platform media sosial telah memberikan dampak besar pada pertumbuhan penjualan. Terutama, peran positif Instagram dan Facebook dalam memperkuat kinerja kafe dan bisnis sejenis menjadi semakin nyata. Beberapa alasan mendasar mengapa media sosial menjadi faktor kunci dalam meningkatkan penjualan di Maraca Books and Coffee dapat disebutkan sebagai berikut.

1. Branding: Dengan memiliki konsep kafe yang unik, Maraca Books and Coffee dapat memikat pelanggan. Selain mengusung konsep kafe dengan library cafe, mereka juga menerapkan eco living, seperti misalnya memanfaatkan kaleng bekas produk yang mereka jadikan untuk sebuah pot tanaman. Tentunya, hal tersebut memberikan kesan positif.
2. Ulasan dan Rekomendasi: Beberapa pengguna media sosial suka membagikan pengalaman mereka dengan suatu merek atau produk. Terlihat dari ulasan dan rekomendasi yang sudah banyak bertebaran di media sosial tentang Maraca Books and Coffee. Dengan adanya hal tersebut berarti Maraca Books and Coffee berhasil dalam menarik perhatian dan memberikan kesan positif kepada pelanggannya.
3. Diskon Khusus: Maraca Books and Coffee menawarkan promosi khusus pada jam tertentu yang tentu saja meningkatkan minat calon pelanggan.

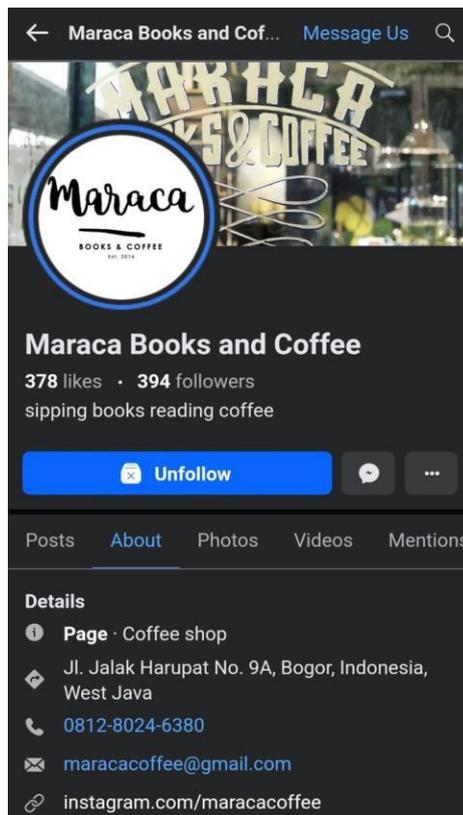
Pemanfaatan media sosial sebagai alat strategis dalam meningkatkan penjualan produk

Platform yang digunakan Maraca Books and Coffee untuk menerapkan strategi pemasaran digitalnya meliputi:

Media sosial

Media sosial adalah jenis pemasaran Internet di mana seorang pengusaha membuat konten dan membagikannya di jejaring sosial untuk mempromosikan merek yang mereka buat dan mencapai tujuan periklanan. Pemasaran media sosial secara sederhana dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran di media sosial. Maraca Books and Coffee memiliki beberapa akun media sosial untuk mempromosikan produk mereka:

- 1) Facebook



Gambar di atas adalah akun media sosial Facebook dengan nama pengguna Maraca Books and Coffee. Bisnis ini dikelola oleh #TeamMaraca serta mempromosikan berbagai macam coffe/non coffe, teh, hidangan utama, makanan ringan lezat, dan mocktail. Setiap postingan memuat gambar produk coffe/non coffe, teh, makanan utama, bahkan aktivitas bisnis. Saat ini jumlah pengikut di Facebook adalah 394 pengikut.

2) Instagram



Gambar diatas adalah profil akun Instagram dengan username @maracacoffe yang juga dikelola oleh #TeamMaraca. Akun tersebut digunakan dengan baik terbukti dengan konsistennya membagikan potongan harga melalui history akun instagram mereka setiap harinya.

KESIMPULAN

Maraca Books and Coffee merupakan kafe yang memiliki konsep library cafe. Hal tersebut menarik para book lovers. Kafe yang tertelak diseberang Kebun Raya Bogor juga menjadi nilai plus bagi pengguna transportasi online, sebab dekat dengan stasiun Bogor. Selain itu, kafe ini memiliki jam buka yang lebih awal dibandingkan kafe pada umumnya.

Penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan Maraca Books and Coffee dapat dioptimalkan dengan media sosial. Selain itu, peran promosi penjualan melalui media sosial juga bisa membantu dalam peningkatan penjualan.

Hasil penelitian yang menunjukkan dampak positif dari promosi penjualan melalui platform media sosial seperti Facebook dan Instagram tentu memberikan dasar kuat untuk terus memanfaatkan kedua platform tersebut dalam strategi pemasaran Maraca Books and Coffee.

Pemanfaatan Facebook sebagai platform periklanan dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan produk dan meningkatkan jangkauan. Keuntungan dari popularitas Facebook di Indonesia serta ketersediaan Bisnis Online memudahkan penjual dalam mengelola dan memasarkan produk secara efisien. Namun, sekaligus dapat menjadi hambatan jika tidak dikelola dengan baik atau jika pesaing juga aktif dalam memanfaatkan platform tersebut.

Tentu, Instagram memungkinkan Maraca Books and Coffee untuk meningkatkan penjualan melalui promosi yang menarik, terutama dengan kemampuan berbagi gambar dan fitur pemasaran yang tersedia. Keterjangkauan luas Instagram dan kemudahan konsumen dalam menilai produk melalui visual membuatnya menjadi alat yang potensial dalam aktivitas promosi penjualan. Memanfaatkan platform ini dengan efektif dapat membantu memperkuat citra merek dan menarik perhatian konsumen potensial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andes, R. J., & Sunaryanto, L. T. (2020). Peran Promosi Penjualan Melalui Instagram Terhadap Penjualan Sayur Organik. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1) 27-36.
- [2] Arianto, B., & Sofyan, H. (2022). Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 6(2) 130-145.
- [3] Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021).
- [4] Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3) Hal 8920-8928.
- [5] Gill, P., Stewart, K., Treasure, E., & Chadwick, B. (2008). Methods of data collection in qualitative research: interviews and focus groups. *British Dental Journal* Volume 204 No.6.
- [6] Ishak, A. M., & Farida, S. N. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kafe Tukung Kopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 12(1) 196-204.
- [7] Juni, & D. P. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- [8] Keller, P. K. (2016). *Marketing Management 15th Edition* New Jersey. Pearson Prentice Hall, Inc.
- [9] Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*.
- [10] Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- [11] Pamungkas, F. W., Rismayadi, B., & Sumarni, N. (2023). Peran Promosi Online Coffee Shop Yutabar Dalam Meningkatkan Penjualan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6) Hal 9425-9431.
- [12] Pratiwi, A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Satyagraha*, 3(2) Hal 73-81.
- [13] Rahmawati, S. D. (2021). Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, Hal 281-294.
- [14] Susan, G. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- [15] Swastha, B., & Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.