

Analisis Peran Media *Instagram* dalam Peningkatan Penjualan di Platform *Shopee* pada Tahun 2023

Nurul Hidayah¹, Puja Abelia Sari², Muchammad Fachri Ardiyansyah³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya
nurul.23444@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Research on the role of Instagram in increasing sales on shopee is based on significant social changes in people's behavior patterns from time to time. For example, people who originally bought something such as vegetables, cleaning tools, toiletries and so on that can be done in the market, can now buy anything by just staying at home. This is closely related to technological advances which can now be called the era of digitalism, where most or the majority of people's activities can be facilitated by technological sophistication. Lately, many people tend to buy goods or food on the shopee platform because they see an ad on someone's Instagram post. This can happen because Instagram is one of the effective social media platforms to promote a product sold on shopee. The method we use to analyze the data is by qualitative method by spreading a Google Form containing 5 basic questions related to the topic we discussed. The purpose of this study is to find out the role of Instagram as one of the influential social media for increasing sales flow on shopee. Both from the positive and negative sides. Therefore, it is hoped that the results can be used as a reference or benchmark in maximizing social media, especially in the economic sector better.

Keywords: *Digital Economy; Social Media; Instagram; Shopee; Social Change; Increase in Sales*

Abstrak

Penelitian mengenai peran Instagram dalam peningkatan penjualan di *shopee* didasarkan oleh adanya perubahan sosial yang cukup signifikan mengenai pola perilaku masyarakat dari masa ke masa. Contohnya, masyarakat yang awalnya membeli sesuatu semisal sayur, alat kebersihan, alat mandi dan lain sebagainya itu bisa dilakukan di pasar, sekarang bisa membeli apapun dengan hanya berdiam diri di rumah. Hal ini sangat berkaitan dengan kemajuan teknologi yang sekarang ini bisa disebut sebagai era digitalisme, dimana sebagian besar atau mayoritas aktivitas masyarakat dapat dipermudah dengan kecanggihan teknologi. Akhir - akhir ini banyak masyarakat yang cenderung membeli barang ataupun makanan di platform *shopee* karena melihat sebuah iklan di postingan instagram seseorang. Hal ini dapat terjadi karena instagram merupakan salah satu platform media sosial yang efektif untuk mempromosikan suatu produk yang dijual di *shopee*. Metode yang kami gunakan untuk menganalisis data adalah dengan metode kualitatif dengan menyebar Google Form yang berisi 5 pertanyaan mendasar berkenaan dengan topik yang kami bahas. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peran instagram sebagai salah satu media sosial yang berpengaruh bagi peningkatan arus penjualan pada *shopee*. Baik itu dari sisi positif maupun negatif. Oleh karena itu, diharapkan hasilnya dapat dijadikan sebagai sebuah acuan atau patokan dalam memaksimalkan media sosial khususnya dalam bidang ekonomi secara lebih baik.

Kata Kunci: *Ekonomi Digital; Media Sosial; Instagram; Shopee; Perubahan Sosial; Peningkatan Penjualan*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi sekarang ini telah merambat pada sektor ekonomi di kalangan masyarakat. Perubahan tersebut dapat dilihat secara nyata pada penerapan sistem ekonomi yang awalnya tradisional berubah menjadi ekonomi digital. Menurut laporan e-Conomy SEA 2022 yang diterbitkan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, nilai ekonomi digital Indonesia pada tahun 2022 sebesar USD 77 miliar atau tumbuh 22% YoY. Laporan tersebut juga memprediksi bahwa nilai ekonomi digital Indonesia akan meningkat hampir dua kali lipat menjadi USD 130 miliar pada tahun 2025[1]. Perkembangan ini terlihat pada pola pembelian barang maupun jasa dalam sektor ekonomi masyarakat. Dengan adanya media digital, komunikasi antara produsen dengan konsumen menjadi lebih mudah dan praktis. Hingga akhirnya sekarang ini banyak terjadi perubahan sosial di lingkup ekonomi, salah satunya komunikasi antara produsen dan konsumen dapat dilakukan tanpa melalui pertemuan secara langsung. Cukup dengan menggunakan media *online* semuanya dapat menghasilkan kesepakatan akhir hingga terjadilah proses jual beli.

Pada masa ini media digital memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Media digital juga berpengaruh dalam ekonomi digital. Keuntungan dari adanya ekonomi digital yaitu mempermudah aktivitas berbelanja ataupun kegiatan transaksi lainnya. Hal ini dapat ditemukan di beberapa platform *online*, contohnya aplikasi *shopee*. Masyarakat tentu tidak asing lagi dengan platform ini. *Shopee* mampu merajai dunia *marketplace* Indonesia hingga Asia. Terlebih setelah kemunculan covid-19 pada tahun 2019 silam yang membuat masyarakat tidak memungkinkan untuk bertransaksi secara tatap muka. Alhasil hampir seluruh masyarakat menggunakan platform ini untuk memenuhi kebutuhan hidupnya selama masa *lockdown* pada waktu itu.

Shopee merupakan sebuah platform e-commerce yang pada awalnya merupakan bagian dari perusahaan game ternama, yaitu Garena yang kemudian menjadi Sea Group. *Shopee* merupakan e-commerce yang menggunakan media sosial sebagai penyebar informasi untuk mengarahkan konsumen menuju website atau aplikasinya. *Shopee* menawarkan banyak sekali produk dari mulai pakaian hingga makanan. Konsep yang ditawarkan *shopee* berupa *mobile - sentris*, yang di mana pengguna dapat mencari atau menjelajahi banyak produk di mana saja dan kapan saja. Konsep ini menjadikan *shopee* diterima dengan mudah dalam masyarakat.

Dalam perkembangannya, keeksistensian *shopee* ini tidak terlepas dari bagaimana penyebaran tentang *shopee* itu sendiri. Selain dari iklan televisi, *shopee* juga memaksimalkan marketing penyebarannya lewat sosial media. Berbagai kelebihan platform ini dipersuasikan dengan apik lewat video ataupun poster yang tersebar di banyak media sosial, sehingga mampu menarik banyak sekali pengguna untuk menjadikan *shopee* sebagai salah satu aplikasi yang wajib dimiliki. Pada penerapannya, teknik marketing lewat sosial media semacam ini mampu menjangkau konsumen secara lebih luas.

Social media marketing adalah upaya untuk melakukan pemasaran dari suatu produk dengan memanfaatkan peran media sosial. Dengan melakukan optimalisasi pada pembuatan iklan menggunakan media sosial melalui konten yang menarik serta membentuk kerjasama dengan beberapa infuecer terkait, maka tingkat citra suatu produk akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga nantinya, tingkat penjualan produk tersebut juga akan mengalami kemajuan.

Dalam penelitian kali ini, *social media marketing* yang ingin kami bahas adalah peningkatan penjualan *shopee* lewat aplikasi Instagram. Instagram merupakan media sosial yang berisi foto dan video yang muncul pada 6 Oktober 2010 silam. Instagram pada awalnya adalah media untuk memposting aktivitas sehari-hari serta media tukar menukar pesan. Tetapi hal tersebut berkembang lagi sejak munculnya berbagai iklan suatu produk yang dijual di platform e-commerce seperti *shopee*. Beberapa iklan tersebut terkadang muncul begitu saja pada saat kita sedang melakukan scrolling di beberapa akun tertentu. Bahkan tidak sedikit para tokoh public yang ikut serta memasarkan atau mengiklankan produk – produk tersebut. Dari latarbelakang tersebut, peneliti ingin mengetahui seberapa penting peran Instagram sebagai media untuk melakukan peningkatan penjualan di platform *shopee*.

2. Kajian Pustaka

2.1 Ekonomi Digital

Ekonomi digital diartikan sebagai segala aktivitas yang mencakup perekonomian dari segala aspek kehidupan dengan menggunakan berbagai teknologi dalam pengoperasiannya. Pola pembaharuan ekonomi ini mampu mengubah sistem bisnis yang pada awalnya serba manual, menjadi serba otomatis. Dalam penelitian ini, kami menggunakan *shopee* sebagai salah satu platform ekonomi digital yang kami teliti. *Shopee* merupakan platform e-commerce yang sangat berperan dalam pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

2.2 Media Sosial

Pada masa sekarang, media sosial berperan penting dalam tata kehidupan masyarakat. Mulai dari tukar menukar pesan, membagikan informasi, serta mencari sebuah berita yang saat ini hangat di kalangan orang-orang. Media sosial menjadi kebutuhan penting bagi setiap orang. BK Lewis, dalam bukunya *Attitudes and Perceptions of Social Media and Strategic Communication Among College Students*, mengatakan bahwa media sosial merupakan label yang mengacu pada teknologi digital yang memiliki potensi memungkinkan setiap orang saling berhubungan dan berinteraksi, berkreasi dan berbagi pesan. Media sosial memiliki fungsi diantaranya yaitu sebagai alat komunikasi, alat branding, sarana usaha, dan juga pemasaran. Media sosial yang kami gunakan dalam penelitian kali ini adalah instagram, khususnya dari segi fungsi marketingnya.

2.3 Instagram

Instagram merupakan media untuk saling berbagi aktivitas dalam bentuk video ataupun foto dalam sebuah jejaring sosial. Manfaat instagram yaitu sebagai media hiburan, mencari inspirasi dan ide kreatif, serta tempat mencari rekomendasi dari mulai pakaian hingga tempat liburan. Instagram juga dapat dijadikan sebagai platform untuk memulai

bisnis *online* dan juga tempat belajar bagi yang ingin menjadi influencer. Di dalam platform ini memuat 5 menu utama[2] yaitu:

- 1) Tombol Home, digunakan untuk melihat postingan – postingan dari bebrbagai akun. Melalui menu ini kita juga dapat bertukar pesan lewat *Direct Message* (DM)
- 2) Tombol Search, untuk membantu pengguna mencari sesuatu. Di menu ini, kita dapat menggunakan hastags yang berkaitan dengan sesuatu yang ingin dicari.
- 3) Tanda Plus, berfungsi untuk mengupload gambar, foto, dan juga video. Kita juga dapat meambahkan teks dalam postingan video maupun foto yang ingin kita unggah.
- 4) Tombol Profil, berisi informasi terkait pengguna dan juga pengaturan dalam pengoperasian Instagram. Kita dapat mengontol siapa saja yang boleh melihat aktivitas kita, karena instagram memberikan dua opsi terkait jenis akun, yaitu akun pribadi atau akun publik.
- 5) Reels, merupakan fitur berisikan video berbagai kegiatan atau segala macam hasil kreativitas pengguna Instagram. Informasi terkait berita terkini hingga bermacam rekomendasi dapat dijumpai di menu ini.

Selain itu, dalam Instagram juga terdapat fitur like yang membuat pengguna dapat menyukai postingan – postingan dari pengguna lainnya, serta kolom *comment* yang memungkinkan pengguna untuk sekedar merespon atau memeberikan tanggapan dari postingan pengguna lainnya. Instagram mampu menjadi media komunikasi sekaligus media promosi yang cukup efektif dalam peranannya sebagai media digital.

2.4 Media Promosi

Media periklanan merupakan suatu media atau alat yang digunakan untuk menunjang kegiatan promosi dan memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat luas. Media periklanan saat ini terbagi menjadi dua jenis: media iklan *online* dan media iklan *offline*. Media periklanan ada banyak jenisnya, antara lain melalui internet, televisi, spanduk, poster, brosur, radio, surat kabar dan majalah, serta *merchandise*. Dalam pemasaran produk, media periklanan dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran merek, menyampaikan produk atau jasa, membangun loyalitas pada pelanggan, memperbaiki kesalahan perusahaan, meningkatkan penjualan, menjual produk dan menambah nilai produk.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk kualitatif atau deskriptif. Pendekatan ini menekankan interpretasi pemahaman yang kompleks, daripada pengukuran dan generalisasi statistik. Pada umumnya, pendekatan ini digunakan dalam bidang ilmu seperti sosiologi, antropologi, psikologi, politik, pendidikan dan banyak lagi. Tujuan utamanya adalah untuk mendalami pemahaman tentang masalah yang kompleks dan konteksnya sosial. Pada penelitian yang kami lakukan, pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai peran media Instagram terhadap tingkat penjualan yang ada di *Shopee*.

Kami telah mengumpulkan data melalui survei daring dengan menyebarkan Google Form, yaitu aplikasi berbasis web yang disediakan oleh Google untuk membuat survei daring, kuesioner, dan formulir *online*. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membuat, mengedit, dan mendistribusikan formulir dan kuesioner secara *online*. Google form mendukung pembuatan berbagai jenis atau model pertanyaan seperti isian singkat, pilihan ganda, skala Likert, dan banyak lagi. Pada penelitian kali ini, kami membagikan Google Form yang berisi 5 pertanyaan mencakup pemahaman responden mengenai platform Instagram dan *Shopee*, manfaat masing – masing platform bagi para pengguna, bagaimana keterkaitan kedua platform menurut pengguna, serta menyebutkan kelebihan hingga kekurangan dari kedua platform tersebut, Dari data tersebut kami peroleh berbagai jawaban dari 28 responden kemudian kami diskusikan dan kami rangkai menjadi sebuah artikel ilmiah.

Teknik pengumpulan data ini berawal dari penyusunan pertanyaan, pembuatan Google Form, lalu penyebaran link dengan memanfaatkan aplikasi WhatsApp. Para responden melakukan pengisian secara sukarela. Lokasi penelitian ini ada di Universitas Negeri Surabaya pada program studi Ilmu Komunikasi. Namun, data yang kami dapatkan tidak hanya berasal dari dalam lingkup kampus sendiri melainkan juga berasal dari partisipasi mahasiswa berbagai jurusan pada beberapa Universitas yang ada di pulau Jawa. Kami mendapatkan sejumlah 28 responden dengan berbagai jawaban yang menurut kami sudah menjawab keseluruhan dari 5 pertanyaan yang kami buat. Mayoritas responden merupakan seorang mahasiswa semester awal yang tentunya paham dengan topik pertanyaan yang kami buat, sehingga hasil dari penelitian kami sesuai dengan perkembangan yang ada.

4. Hasil dan Pembahasan

Media sosial telah menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran e-commerce, termasuk *Shopee*. Pada masa sekarang ini, peran Instagram sebagai media sosial berpengaruh terhadap sistem promosi yang dilakukan oleh berbagai brand produk, baik itu lokal maupun brand - brand luar. Berbagai produk ini biasanya dapat kita jumpai di platform e-commerce seperti *Shopee*. Tujuan dari adanya penelitian kami adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara aktivitas Instagram dengan peningkatan penjualan di platform *Shopee*.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kami memahami bahwa terdapat hubungan antara aktivitas Instagram terhadap tingkat penjualan di platform *Shopee*. Para pengguna *Shopee* dapat secara mudah menemukan produk yang mereka inginkan dengan melihat postingan salah satu toko. Mereka juga dapat mengetahui produk - produk terbaru dari adanya influencer dan juga selebgram yang mempromosikan suatu produk lewat unggahan di Instagram. Selain itu, para pengguna juga dimudahkan lewat jasa affiliate, dimana terdapat video berupa testimonial maupun deskripsi produk tersebut secara singkat. Pada beberapa responden juga menyebutkan, mereka bisa dengan mudah mengunjungi toko dari produk yang mereka inginkan lewat link yang terdapat di bio Instagram salah seorang penjual toko. Kami mengambil sebagian sampel jawaban responden seperti berikut.

“Instagram memiliki peran yang penting bagi peningkatan penjualan di *Shopee* yaitu dengan cara *affiliate* yang dilakukan beberapa penjual maupun *selebgram* dengan mempromosikan produknya sehingga membuat para pengguna Instagram terpengaruh untuk membeli produk itu” -Amelita, universitas Airlangga.

“Instagram merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan di *Shopee*. Dari platform *instagram* para penjual akan mempromosikan bisnisnya dengan *video-video review* produk dengan tujuan mempengaruhi para pengguna untuk membeli produknya” - Budi, Universitas Negeri Surabaya.

“*Shopee dan Instagram* adalah platform yang memiliki banyak manfaat yaitu untuk memperluas jaringan. Dengan *Instagram*, kita bisa memperoleh informasi yang efektif tentang platform *Shopee* dengan cara promosi yang dilakukan oleh platform *Shopee* di *Instagram* yang dipasang di *feed*, *stories*, ataupun *endorsement*.” – Mohamad Rizki, Universitas Negeri Surabaya.

Apabila keberadaan postingan – postingan Instagram ini secara konsisten terus ada, maka Instagram dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan penjualan di *Shopee*. Melalui adanya sistem *like*, komentar, serta *share* arus penyebaran suatu produk yang dijual di platform *Shopee* dapat dengan mudah menjangkau pasaran dari berbagai kalangan. Berdasarkan hasil penelitian juga, banyak responden yang menyebutkan bahwa sistem kolaborasi dengan beberapa *influencer* serta *selebgram* menjadi nilai tambah Instagram sebagai media pemasaran. Hal ini membuktikan bahwa Instagram merupakan platform yang efektif untuk dijadikan sebagai tempat promosi dalam memasarkan produk – produk yang dijual di pasar *online*, seperti *Shopee*.

Setelah mengetahui data serta hasil survei yang dilaksanakan secara daring, kami membagi beberapa penjelasan terkait dengan peran Instagram pada tingkat penjualan di *Shopee* diantaranya seperti menjelaskan secara detail terlebih dahulu mengenai perkembangan penjualan di platform *Shopee* hingga tahun 2023 ini, lalu disusul dengan peran Instagram untuk perkembangan penjualan di *Shopee* beserta faktor – faktor kegagalannya. Kami juga mencantumkan kelebihan serta kekurangan platform Instagram dalam sebuah strategi pemasaran suatu produk. Dan berikut ini merupakan penjelasan dari masing - masing poin.

4.1 Peningkatan Penjualan *Shopee*

Shopee adalah sebuah platform yang menyediakan banyak keuntungan bagi para penjual-penjual dan memberikan kemudahan bagi masyarakat. Apalagi pasca terjadinya virus covid-19 ini para masyarakat lebih sering menggunakan *Shopee* dikarenakan caranya yang mudah, cepat dan tidak membutuhkan untuk bertatap muka secara langsung dengan para penjualnya. Hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat yang saat ini lebih menyukai berbelanja secara *online*. Menurut mereka lebih efisien dan efektif membeli barang *online*, karena tidak perlu keluar rumah.

Dikutip dari databoks.katadata.co.id (28/08/2023) yang merujuk pada data dari SimilarWeb, Platform *Shopee* menjadi situs e-commerce yang paling banyak dikunjungi di

Indonesia pada kuartal I tahun 2023. Pada bulan Maret 2023, jumlah kunjungan ke platform *Shopee* terus meningkat sekitar 10% dibandingkan bulan sebelumnya, mengalahkan *Tokopedia*, *Lazada*, *Blibli*, dan *Bukalapak* yang rata-rata memiliki kunjungan situs yang lebih sedikit. Hal ini menjadikan *shopee* dinobatkan sebagai perusahaan e-commerce terbesar di Asia[3].

Di tahun 2023 ini, pendapatan di platform *shopee* meningkat sebesar 36,3%. Peningkatan ini terjadi karena *shopee* terus berupaya mengoptimalkan rangkaian fitur serta program pemasarannya seperti memasang iklan di berbagai platform media sosial yang salah satunya adalah Instagram. Dapat kita ketahui bahwa Instagram memiliki banyak sekali fitur seperti reels dan juga feed.

Adanya fitur tersebut memengaruhi peningkatan penjualan yang ada di *shopee*. Para produsen dapat memasang iklan dalam bentuk video maupun foto kemudian di posting sebagai reels ataupun feed yang nantinya akan sampai kepada para konsumen yang memiliki Instagram. Selain itu sebagian produsen juga melakukan promosi berupa pengiklanan di Instagram yang berbayar, dan biasanya fitur ini dapat dilakukan bagi brand-brand yang memang sudah memiliki nama produk yang terkenal. Video atau foto yang diunggah dapat berupa testimoni ataupun kelebihan dari produk terkait. Jadi, konsumen lebih mudah memilih produk yang diinginkan tanpa harus melihat produknya secara langsung.

Dalam prosesnya yang tidak singkat, *shopee* mampu mendominasi pasar e-commerce di Indonesia. Konsistensi yang dilakukan dalam bentuk promo maupun kampanyenya berhasil menjadikan *shopee* sebagai salah satu platform pilihan utama konsumen. Kampanye angka kembar setiap bulan, pemberian cashback, gratis ongkir, serta flash sale menjadikan *shopee* sebagai e-commerce yang ramah pada penggunanya. Hal itulah yang menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan pihak *Shopee* dalam meningkatkan penjualannya.

Perolehan data pada laporan E-commerce Southeast Asia pada tahun 2023 *Shopee* merupakan platform yang menduduki peringkat pertama dalam daftar Top Apps Ranking dan juga konsisten menduduki peringkat pertama pada 3 bulan terakhir serta mendapatkan posisi teratas dalam daftar pemasaran top Website di Indonesia. Hal ini dapat terjadi dikarenakan juga tak lepasnya peranan Instagram sebagai media dalam peningkatan penjualan *Shopee* pada tahun 2023 ini.

4.2 Peran Platform Instagram Dalam Peningkatan Penjualan Pada Platform *Shopee*

Instagram sendiri pada awalnya adalah sebuah platform yang digunakan sebagai media untuk berbagi aktivitas melalui postingan berupa foto, video dalam sebuah media sosial. Namun, dikarenakan terjadinya perubahan sosial membuat Instagram kini menjadi platform yang memiliki banyak fungsi. Instagram pada awalnya hanya berperan sebagai media sosial untuk berbagi foto dan video pribadi kini menjadi suatu media yang digunakan sebagai wadah untuk berpromosi dan jual beli. Salah satunya adalah pengguna platform belanja yang menggunakan Instagram sebagai media untuk mengiklankan produknya. Hal ini terjadi dikarenakan pada era sekarang, masyarakat lebih sering menggunakan media *online* untuk mencari tahu sesuatu daripada menggunakan majalah ataupun koran.

Instagram memiliki peran penting dalam platform *Shopee*. Para pengguna *Shopee* mayoritas memiliki akun instagram pribadi yang membuat para pengguna khususnya penjual di *Shopee* gencar melakukan banyak-banyak promosi menggunakan media Instagram. Biasanya para penjual akan membuat video-video penilaian tentang produknya, endorse, promosi dengan menggunakan selebgram, serta affiliate. Tujuan para penjual ini menggunakan instagram sebagai promosi untuk mempengaruhi para pengguna instagram yang pada tahun 2023 ini rata-rata tertinggi berusia 18-24 tahun. Dimana pada usia tersebut sangat mudah terpengaruh oleh sesuatu. Para penjual *Shopee* mereka mengemas produknya dalam kemasan yang sangat menarik sehingga banyak yang tertarik untuk melihat dan membelinya.

Peran instagram dalam meningkatkan penjualan di *shopee* pada tahun 2023 ini juga dikarenakan semakin mudahnya komunikasi antara penjual dan pembeli. Melalui platform Instagram, para penjual semakin mudah dalam menjangkau pembelinya. Instagram berperan sebagai wadah untuk memudahkan interaksi antara penjual dan pembeli dengan fitur-fitur yang terdapat pada Platform instagram itu sendiri. Fitur-fitur yang dapat digunakan untuk menjangkau penjual yaitu komentar, *direct message*, ataupun poll. Bahkan, pada tahun 2023 ini instagram memiliki fitur baru yaitu sebuah fitur yang dinamakan komunitas, dimana pada fitur ini para penjual bisa lebih meningkatkan interaksi pada calon pembeli yang tergabung dalam komunitas tersebut. Selain itu, dalam fitur ini bisa terhubung dengan banyak orang sehingga bisa menjadi ladang untuk meningkatkan penjualan dengan mengirim gambar pada komunitas maka semua orang yang terhubung dengan komunitas tersebut dapat melihat gambar suatu barang ataupun produk yang dikirimkan.

Instagram kini juga menjadi salah satu tempat mencari rekomendasi tentang suatu produk yang ingin mereka beli. Para calon pembeli biasanya mencari rekomendasi-rekomendasi produk pada akun penjual maupun akun-akun selebgram yang menjadi ambassador suatu produk. Dengan itu, para calon pembeli bisa memilah-milah barang ataupun produk mana yang memiliki kualitas dan kuantitas yang baik dan sesuai dengan keinginannya.

Selain itu instagram juga memiliki fitur biodata yang berada pada profil akun. Dalam hal ini para produsen bisa membagikan link toko pada Platform *Shopee* sehingga apabila seseorang berkunjung ke profil akun sebuah toko dan apabila konsumen tertarik dengan produk yang di tawarkan, mereka dapat langsung mengunjungi toko *Shopee* dengan jalan pintas menggunakan link yang tertera pada biodata profil tersebut.

4.3 Faktor Penyebab Kegagalan Peran Instagram Dalam Peningkatan Penjualan di *Shopee*

Terdapat beberapa kegagalan dalam pengoperasian Instagram sebagai media pemasaran atau media promosi dalam peningkatan penjualan seperti:

1) Salah Target

Pada dasarnya, para penjual akan memiliki target produknya masing-masing. Namun, dalam hal ini peran instagram dalam peningkatan penjualan di *Shopee* pada tahun 2023 ini

masih memiliki banyak kegagalan, salah satunya adalah salah target market. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya riset para penjual untuk menargetkan produknya. Meskipun Platform *Shopee* adalah termasuk platform yang besar namun, beberapa para penjual yang merupakan pengguna *shopee* masih minim pengetahuan tentang target pasarnya.

2) Tidak Memahami Berbagai Fitur-Fitur Instagram

Meskipun banyak masyarakat yang sudah tidak asing dengan instagram, namun bukan tidak mungkin bahwa masyarakat belum mengerti tentang fitur-fitur instagram yang pada dasarnya baik digunakan dalam meningkatkan penjualan pada *Shopee*. Para penjual, biasanya hanya berfokus pada satu fitur tanpa mengembangkan promosinya dengan fitur-fitur lain. Contohnya, suatu penjual makanan mengiklankan produknya di instagram hanya dengan menggunakan postingan feed. Padahal, masih banyak berbagai fitur lain yang bisa dimanfaatkan dalam mempromosikan produknya yaitu dengan cara membagikan review-review tentang produknya di instastory, membagikan dalam dan di unggah dalam reels yang di kemas dengan isi yang menarik, membagikan video produknya dengan menarik, ataupun jika suatu bisnis sudah berada pada level menengah, penjual bisa merekrut seorang influencer untuk mempromosikan produk tersebut.

3) Salah Memahami Algoritma

Pengikut di Platform Instagram merupakan sebuah kunci yang sangat berharga untuk mempromosikan suatu produk. Untuk mengembangkan followers di Instagram diperlukan untuk memahami algoritma instagram. Algoritma instagram sendiri merupakan pemeriksa setiap konten menganalisis beberapa parameter untuk menentukan konten yang relevan dan menarik bagi pengguna. Algoritma dalam instagram dapat berupa kapan waktu yang tepat untuk memposting sebuah postingan agar mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat dan komunikasi dari pengikut lama serta mengundang banyak pengikut baru yang merasa tertarik dengan unggahan-unggahan sebelumnya maupun yang akan datang.

4.4 Kelebihan Instagram Sebagai Media Dalam Peningkatan Penjualan di Platform *Shopee*

Instagram memiliki perkembangan yang cukup pesat sejak pertama kali rilis pada tahun 2010 hingga tahun 2023 ini. Dibuktikan dengan adanya upgrade pada setiap tahunnya, aplikasi ini menjelma menjadi media promosi yang begitu ramai diperbincangkan oleh masyarakat. Instagram bukan hanya dijadikan sebagai wadah hiburan akan tetapi juga dapat berguna bagi pelaku bisnis untuk mempromosikan barang atau jasa mereka. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya banyak sekali *online* shop yang memasang iklan produknya di aktivitas Instagram. Dari hasil penelitian yang kami peroleh, terdapat beberapa kelebihan Instagram sebagai media promosi diantaranya seperti:

- 1) Gratis, kita hanya perlu mendownload aplikasinya dan membuka situsnya tanpa perlu mengeluarkan uang.
- 2) Banyak pengguna, pengguna Instagram selalu mengalami peningkatan dari masa ke masa jika dilihat dari eksistensi instagram pada perkembangannya. Hal ini mampu menjangkau target pasar yang lebih luas.

- 3) Mudah dioperasikan, kita dapat memposting, memberikan respon berupa like maupun komentar, memfollow hingga searching dengan hastag sehingga memudahkan kita mencari hal yang kita ingin ketahui.
- 4) Dapat menjangkau banyak informasi, seperti bila ingin membeli sesuatu pasti akan mencari referensi tertentu dari suatu akun toko satu dengan yang lainnya.
- 5) Memperoleh informasi pengguna secara Spesifik. Dengan adanya fitur Instagram Ads membantu para pengguna Instagram yang akan mencari tahu tentang suatu produk akan mendapatkan informasi yang lebih spesifik seperti lokasi di mana tempatnya berada dan harga barang yang akan di beli.

Kemudahan tersebut menjadikan Instagram sebagai target para penjual untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan barang maupun produk yang mereka tawarkan. Kelebihan lainnya seperti banyak sekali pilihan yang disuguhkan dari mulai fashion hingga makanan, semua dapat kita temukan dalam Instagram. Dengan demikian Instagram menjadi salah satu cara yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan pada Platform.

4.5 Kekurangan Instagram Sebagai Media Dalam Meningkatkan Penjualan di Platform *Shopee*

Selain memiliki banyak kelebihan, platform media instagram juga memiliki beberapa kekurangan ketika digunakan sebagai media dalam meningkatkan penjualan di platform *Shopee*, seperti:

1) Para Pengguna Diharapkan Lebih Rajin Update

Seperti media sosial lainnya, instagram juga memiliki waktu yang terus berputar dengan cepat. Hal ini mengakibatkan para produsen bisnis diharapkan rajin untuk mengupload foto ataupun video sehingga produknya tetap dapat dilihat dan di minati oleh para pembeli.

2) Spam

Beberapa kemudahan yang ditawarkan pada platform media sosial Instagram dalam hal interaksi membuat media sosial ini rentan terhadap spam. Spam sering muncul di kolom komentar, namun dikarenakan hal ini para pengguna dapat mengatasi masalah ini dengan menjadikan akun produsen pribadi sehingga tidak ada orang yang secara tidak sengaja mengomentari postingan Anda. Hal ini dapat mencegah terjadinya spam yang terjadi secara terus menerus dan membuat kurangnya kenyamanan para pengguna.

3) Transaksi kurang nyaman

Pada awalnya platform Instagram tidak dirancang sebagai sarana jual beli, sehingga tentunya proses transaksi yang terjadi pada platform ini terkesan kurang nyaman ketika konsumen ingin membeli produk. Jadi bagi pemilik bisnis, jangan lupa untuk mencantumkan informasi kontak atau seseorang yang mengurus bisnis Anda di caption dan profil setiap postingan sehingga memudahkan para calon pembeli untuk menghubungi atau berkomunikasi dengan para produsen.

4) Branding influencer tidak sesuai produk aslinya

Pada dasarnya, influencer adalah termasuk salah satu peraga dalam mempromosikan barang ataupun produk lainnya dalam media Instagram. Sekarang ini beberapa influencer mereview produk yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi aslinya. Mereka yang seharusnya bertugas mereview suatu produk ataupun barang lainnya dengan sejujur-jujurnya tanpa melebih-lebihkan. Namun, akhir-akhir ini para influencer justru mempromosikan suatu produk dengan melebih-lebihkan. Mereka mereview suatu produk dengan melebih-lebihkan keunggulannya tanpa berbicara tentang kekurangannya sehingga membuat para pengguna Instagram yang melihatnya semakin tertarik dan ingin membeli. Pada akhirnya pelanggan akan kecewa dengan suatu produk karena tidak sesuai dengan apa yang ada pada video review tersebut.

5) Kurangnya efektifitas dalam komunikasi antar produsen dan konsumen

Efektifitas dalam berkomunikasi sangat di perlukan bagi seorang produsen dan konsumen untuk mencapai kesepakatan bersama. Dalam hal ini terkadang para produsen yang menjadi salah satu contoh ketidakefektifan dalam proses jual beli. Hal ini dapat di buktikan bahwa beberapa produsen kurang aktif dalam memberikan respons atau jawaban pada konsumen.

4.6 Efektivitas Media Instagram Dalam Peningkatan Penjualan Pada Platform *Shopee*

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan, responden memberikan tanggapan bahwa media Instagram adalah sebuah platform yang efektif untuk meningkatkan penjualan *shopee* pada tahun 2023 ini. Hal tersebut terjadi saat ,melihat banyaknya kelebihan media Instagram yang dapat di gunakan untuk menarik perhatian para calon konsumen. Platform Instagram memiliki efektivitas positif, hal ini dikarenakan instagram dapat meningkatkan *attention, interest, desire, dan action*. Maksud dari *attention* sendiri ini berarti pada platform instagram sendiri akan mendapat banyak perhatian publik dari sebuah produk yang di tawarkan. Yang kedua adalah *interest*, maksud *interest* sendiri merupakan ketika munculnya minat seseorang untuk membeli suatu barang atau produk yang di iklankan. Yang ketiga adalah *desire* yaitu munculnya keinginan yang tinggi untuk membeli suatu produk dan yang terakhir adalah *action*, yaitu pada akhirnya seseorang akan membeli suatu produk yang di tawarkan dalam iklan tersebut. Dari *attention, interest, desire dan action* dapat disimpulkan bahwa lewat media Instagram banyak orang akan tertarik pada suatu produk yang di tawarkan sehingga mempunyai keinginan untuk membeli. Jadi secara keseluruhan dapat di simpulkan bahwa efektivitas instagram sebagai media dalam peningkatan penjualan pada platform *Shopee* adalah salah satu cara yang tepat.

5. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang sudah kami paparkan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu Instagram mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan penjualan di *Shopee*. Dala era yang serba digital ini, media sosial telah menjadi alat pemasaran yang cukup kuat. Dalam hal ini e – commerch seperti *Shopee* mampu memanfaatkan potensi ini dengan



efektif. Dengan berbagai fitur yang dimiliki, Instagram mampu menjangkau banyak sekali konsumen dari berbagai kalangan sehingga menciptakan pasar yang luas untuk akhirnya dijadikan sebagai sumber pendapatan yang lebih dari pada sebelumnya.

Selama kurun waktu 2022 hingga 2023 ini platform *shopee* menjadi salah satu platform yang memiliki keuntungan terbanyak diantara platform belanja lainnya. Hal ini dikarenakan pengoptimalan kerja platform *shopee* yang mulai bekerja sama dengan banyak pihak untuk menjangkau para konsumennya melalui berbagai media, salah satunya adalah platform instagram sendiri yang telah di uji keefektifannya sebagai media perantara antara pihak *shopee* dan konsumen.

Namun meskipun memiliki banyak kelebihan dan juga keefektifan media instagram dalam membantu meningkatkan penjualan pada platform *shopee* tentunya tetap memiliki beberapa kekurangan seperti pada pengguna yang di harapkan terus rajin update, terjadinya spamming secara terus menerus yang membuat terganggunya proses perjualbelian, proses transaksi yang kurang efektif, branding influencer tidak sama dengan aslinya, dan kurang efektifnya komunikasi antara para penjual dan pembeli. Selain itu kelebihan yang terjadi pada sosial media instagram untuk meningkatkan penjualan pada platform *Shopee* seperti gratis. Instagram adalah platform media sosial yang tidak memungut biaya sedikitpun, sehingga banyak para masyarakat berbondong-bondong untuk menggunakan platform instagram. Yang kedua adalah memiliki banyak pengguna, ketiga mudah di operasikan. Instagram adalah media yang sangat mudah di operasikan dan praktis. Yang keempat yaitu dapat menjangkau banyak informasi dan yang terakhir dapat mudah menjangkau informasi secara spesifik.

Daftar Pustaka

- [1] “Arungi ombak, menuju lautan peluang Through the waves, towards a sea of opportunity Indonesia Content / Konten.”
- [2] D. S. Puspitarini dan R. Nuraeni, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House),” 2019.
- [3] “5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023”.
- [4] M. Rachmansyah dan L. P. Supratman, “PERAN MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMASARKAN PRODUK FASHION DOLLIES THE ROLE OF INSTAGRAM IN MARKETING FASHION PRODUCT DOLLIES”.
- [5] I. D. Aryani, D. Murtiariyati, S. Widya, dan W. Yogyakarta, “Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati SOUVENIR PROJECT,” 2022.
- [6] N. Amin, M. Agung Lukman Septiansyah, M. Havy Sa, F. Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Ampel Surabaya, F. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, dan F. Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, “Instagram as a Da’wah Medium for Al-Hasany Foundation Islamic Boarding School,” *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 16, no. 1, hlm. 2548–9496, 2022, doi: 10.24090.komunika.v16i1.5120.
- [7] R. R. Armayani, L. Chintiya Tambunan, R. M. Siregar, N. R. Lubis, dan A. Azahra, “Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan *Online*”.
- [8] J. Inovasi dan D. Kreativitas, “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AFFILIATOR *SHOPEE* DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK *SHOPEE* AFFILIATOR MARKETING COMMUNICATION IN PROMOTING PRODUCT,” *JURNAL INOVASI DAN KREATIVITAS (JIKA)*, vol. 3, hlm. 1–12, 2023, doi: 10.30656/jika.v3i2.6336.
- [9] L. Wati Evelina dan dan Fitrie Handayani, “Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra),” 2018.
- [10] H. Kurnia *dkk.*, “PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *SHOPEE*.”
- [11] D. Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya dan M. M. Chriswardana Bayu Dewa, “ANALISA PENGARUH MASA NEW NORMAL PADA PENJUALAN *ONLINE* MELALUI E-COMMERCE *SHOPEE*.”
- [12] J. Bisnis Terapan, D. R. Indika, dan C. Jovita, “MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN.”
- [13] B. Arianto, S. Tinggi, dan I. E. Dwimulya, “Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital,” *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, vol. 4, no. 2, hlm. 132–146, 2022.