

BAB IV

DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang peneliti peroleh selama melakukan penelitian pada konter *handphone* Rifel celluler Kota Kupang.

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Sub bab ini akan memuat gambaran umum tentang deskripsi dari objek yang peneliti pilih untuk diteliti.

4.1.1 Profil Konter *Handphone* Rifel Celluler Kota Kupang

Konter Rifel Celluler Kota Kupang, merupakan salah satu konter atau toko penjualan *handphone* baru dan bekas dengan berbagai merk. Usaha ini didirikan pada tanggal 10 juni 2016, berdiri dibawah naungan SPC Oesapa dengan nama pemilik Sally Yusmina Kolo. Konter Rifel Celluler berada dibawah naungan SPC (*centra* penjualan *celluler*) merupakan bagian penting dalam ekosistem penjualan dan layanan *handphone*. Konter ini tidak memiliki pegawai sehingga pemiliknya Saly Yusmina Kolo yang mengelolanya seorang diri, baik ketika melayani pembeli yang datang langsung ke konter maupun yang membeli lewat media sosial facebook.

Gambar 4.1

Tampak luar & bagian dalam konter *Handphone*
Rifel Celluler yang berada di SPC Oesapa.



(Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, 2023)

Pada tanggal 15 oktober 2023, peneliti bertemudengan pemilik konter Ibu Saly Yusmina Kolo, di konter *handphone* Rifel celluler. Ibu Saly Yusmina Kolo mengatakan bahwa di konter Rifel Selluler menjual berbagai*handpone*bermerk dengan berbagai tipe seperti merk Xiaomi, Oppo, Vivo& Samsung.Dalam perkembangannya selain menjual *handphone* secara langsung di konter, konter *handphone* Rifel Celluler berinovasi dengan melakukan penjualan secara online melalui media sosial facebook.Penjualan melalui media sosial facebook ini dipicu oleh persaingan antar sesama pengusaha yang menjual produk yang sama.Dalam melakukan penjualan di facebook, konter Rifel Celluler biasa menggunakan akun media sosial facebook yang bernama “Erika Anastasia(Rifel Celluler)” dalam

memposting produk-produk mereka di *market palce & grup jual beli handphone* (Lapak Online Kupang).

Periodisasi postingan produk *handphone* di media sosial facebook oleh konter Rifel Celluler adalah 3 kali dalam seminggu. Dalam postingan di media sosial facebook konter Rifel celluler biasa memuat gambar yang berisi berbagai merek *handphone* yang tersedia di konter seperti *handphone* merk samsung, xiaomi.oppo & vivo. Postinganya di facebook berisi gambar atau visual dari setiap merek *handphone* yang tersedia dan dilengkapi dengan keterangan mulai spesifikasi *handphone*, keterangan harga dan juga bonus-bonus yang didapatkan jika ada. Sistem pembayaran konter Rifel Celluler di facebook adalah *cash delivery order* (COD), layanan COD (*cash delivery order*) bagi pembeli yang membeli lewat facebook, sehingga pembeli bagi yang sudah sepakat dan ingin melakukan transaksi jual-beli *handphone* melalui facebook akan diberikan layanan COD yang dilakukan oleh karyawan dari konter *handphone* Rifel Celluler tanpa dipungut biaya pengiriman. Hal ini berlaku untuk pembeli yang berada di kota kupang dan sekitarnya, pembeli akan dikenakan biaya pengiriman jika jaraknya diperhitungkan sangat jauh oleh konter Rifel Celluler.

Gambar 4.2

Gambar berbagai tipe *handpone* yang diposting di media sosial facebook



(Sumber: <https://www.facebook.com/marketplace/item/1522873695198983/?mibextid=bHQOXYW1y4AUmy7R>, diakses pada 16/10/2023)

4.1.2 Profil Media Sosial Konter Rifel Celluler

Akun facebook dengan nama “Erika Anastasia (Rifel Celluler)” merupakan akun milik konter Rifel Celluler, yang biasa digunakan dalam menjual *handphone* di media sosial facebook, akun ini dikelola langsung oleh pemilik konter Rifel Celluler. Akun facebook “Erika Anastasia(Rifel Celluler)”, dibuat pada tanggal 10 juli 2020. Akun ini memiliki jumlah teman 56 dan bergabung di 30 grup jual beli kota kupang salah satunya adalah grup “Lapak Online Kupang”, karena penjualan tidak

mementingkan jumlah teman yang dimiliki namun fokus utamanya pada jumlah grup akun tersebut tergabung.

Akun facebook Erika Anastasia (Rifel Celluler) ini dibuat untuk meningkatkan penjualan *hendphone* konter Rifel Celluler baik melalui konter maupun melalui media sosial facebook. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti akun ini menjual berbagai jenis merk *handphone* yaitu: Samsung, Vivo, Redmi, Oppo & Realme.

Gambar 4.3

Akun Media Sosial Milik Konter Rifel Celluler



(Sumber: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100089485665883>, diakses pada 15/10/2023)

Periodisasi postingan akun facebook Erika Anastasia Rifel Celluler yakni 3 kali dalam seminggu, disesuaikan dengan merk *handphone* yang tersedia dikonter dan dilengkapi dengan keterangan secara lengkap tentang merk *handphone*, tipe, spesifikasi, dan harga dari setiap *handphone*.

4.2 Telaah Informan

Informan yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini berjumlah 1 orang yakni pemilik konter *handphone* Rifel Celluler Kota Kupang, Saly Yusmina Kolo. Alasan peneliti memilih informan ini karena Saly Yusmina kolo yang adalah pemilik konter Rifel Celluler dan merupakan orang yang bekerja sendiri tanpa ada karyawan yang membantunya dalam berjualan di konter maupun berjualan secara online di media sosial facebook. Jadi peneliti merasa bahwa informasi tentang pemanfaatan media sosial facebook untuk peningkatan volume penjualan *handphone* di konter Rifel Celluler Kota Kupang, hanya bisa diperoleh dari pemilik konter. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa informan yang dipilih merupakan informan kunci dalam penelitian ini.

4.3 Penyajian Hasil Penelitian

Terdapat beberapa pertanyaan yang peneliti susun untuk ditanyakan kepada informan. Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada informan didasarkan pada rumusan masalah peneliti yakni bagaimana konter serbaguna Rifel Celluler menggunakan media sosial facebook untuk meningkatkan volume penjualan. Pertanyaan pokok

penelitian ini kemudian dikembangkan berdasarkan indikator penelitian sebagai berikut:

❖ Pemilik Konter(Informan Kunci)

Promosi Penjualan:

1. Apakah dengan memanfaatkan facebook sebagai media promosi memiliki pengaruh terhadap hasil penjualan *handphone*?
2. Apakah fitur *market place* yang ada facebook mambantu anda dalam mempromosikan produk *handphone* kepada pembeli?
3. Apakah ada langkah tertentu yang dilakukan untuk merangsang pembeli atau menarik minta beli dari pembeli untuk membeli *handphone* di konter ini?

Digital Interactive Marketing

4. Bagaimana perubahan yang dirasakan oleh *pemilik konter* Rifel Celluler setelah menggunakan aplikasi facebook sebagai media penjualan?
5. Apakah fitur *market place* mambantu anda dalam berinteraksi dengan pembeli?
6. Cara Apakah yang anda gunakan untuk membangun komunikasi yang kuat dan menciptakan citra positif dimata pelanggan?
7. Apakah ada evaluasi atau analisis tersendiri yang lakukan untuk mengukur sejauh mana bisnisan anda berjalan?

4.3.1 Hasil Wawancara

Adapun jawaban-jawaban dari hasil wawancara peneliti dengan informan kunci dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

Wawancara dilakukan bersama pemilik konter bernama **Sally Yusmina Kolopada** tanggal 19 Oktober 2023

1. Promosi penjualan:

- Apakah dengan memanfaatkan facebook sebagai media promosi memiliki pengaruh terhadap hasil penjualan *handphone* dan bagaimana meyakinkan pembeli dengan *handphone* yang dijual tanpa harus datang ke konter?

“Tentu, melakukan penjualan di facebook memiliki pengaruh terhadap hasil penjualan, karena postingan saya di facebook menjangkau lebih banyak pembeli dalam waktu yang singkat, selain itu facebook juga bisa dimanfaatkan sebagai media promosi. Contohnya postingan yang sudah saya post di fitur *marketplace* dapat dibagikan lagi kepada grup atau komunitas lain di facebook seperti grup Lapak Online Kupang. Untuk meyakinkan pembeli saya selalu menyertakan gambar visual dari setiap merek *handphone* yang tersedia dan jika ada pembeli yang merasa kurang puas dia bisa menghubungi saya lewat pesan langsung/ obrolan untuk ditampilkan lebih detail lagi tentang produk yang ingin dibeli”

- Apakah fitur *market place* yang ada facebook membantu anda dalam mempromosikan produk *handphone* kepada pembeli?

“Fitur *market place* ini sangat membantu dalam mempromosikan & meningkatkan jumlah penjualan *handphone* karena, setau saya fitur ini menjalankan kampanye iklan tertarget di facebook sehingga ini membantu saya menjangkau pembeli yang lebih luas dan spesifik. Dibanding dengan berjualan secara *offline, handphone* yang laku terjual dalam kurun waktu

seminggu diperkirakan hanya 2/3 buah *handphone* dan ketika menjual lewat facebook jumlahnya bertambah diperkirakan dalam seminggu *handphone* yang terjual bisa 4-6 buah *handphone* yang laku terjual”.

- Apakah ada langkah tertentu yang dilakukan untuk merangsang pembeli atau menarik minat beli dari pembeli untuk membeli *handphone* di konter ini?

“Tentu ada beberapa langkah yang saya lakukan untuk merangsang/menarik pembeli yakni dengan melakukan potongan harga atau diskon, memberikan bonus aksesoris *handphone* seperti silikon, anti gores dan headshet serta memberikan biaya pengiriman gratis bagi pembeli yang bertempat tinggal di Kota Kupang.

2. *Digital Interactive Marketing:*

- Dalam bagian pemasaran secara digital/*digital interactive marketing* peneliti menanyakan tentang tentang bagaimana perubahan yang dirasakan oleh *pemilik konter Rifel Celluler* setelah menggunakan aplikasi facebook sebagai media penjualan?

“Saat diwawancarai peneliti di konter Rifel Celluler, Ibu Saly Yusminna Kolo mengatakan bahwa perubahan yang dirasakannya setelah menggunakan facebook sebagai media penjualan *handphone*, saya melihat beberapa perubahan signifikan yaitu: pelanggan yang dijangkau lebih luas dibandingkan dengan penjualan secara konvensional atau offline, selain itu terjadi interaksi secara langsung seperti like/suka, komentar dan pesan/obrolan langsung sehingga ini merangsang atau menarik minat beli dari pembeli dan sekaligus menciptakan hubungan yang lebih kuat. Selain itu fitur *market place* ini juga memungkinkan pembeli untuk membeli secara online tanpa harus datang ke konter”.

- Apakah fitur *market place* membantu anda dalam berinteraksi dengan pembeli?

“Interaksi antara saya dengan pembeli sangat mudah karena, pada fitur *market place* disediakan fitur pesan langsung Inboks yang berfungsi untuk pembeli bisa langsung mengirim pesan kepada saya jika tertarik dengan salah satu merek *handphone* atau jika keterangan yang saya tulis di postingan kurang jelas mereka bisa menanyakan secara detail lagi melalui inboks”.

- Cara Apakah yang anda gunakan untuk membangun komunikasi yang kuat dan menciptakan citra positif di mata pelanggan?

“untuk membangun komunikasi yang kuat dengan pembeli atau pelanggan saya selalu aktif di facebook untuk berinteraksi dengan menanggapi pertanyaan dan membalas setiap komentar atau pesan langsung dari calon pembeli. Selain itu saya selalu memastikan setiap pesan yang disampaikan selalu konsisten dengan identitas merek sendiri seperti mempertahankan kualitas yang dibangun sejak awal sehingga dapat membantu menciptakan citra merek yang kuat di mata pelanggan”.

- Apakah ada evaluasi atau analisis tersendiri yang anda lakukan untuk mengukur sejauh mana pemasaran di facebook berjalan?

“ya, saya selalu melakukan evaluasi pasar setiap 3-4 minggu sekali, tujuannya untuk memahami perilaku pelanggan, preferensi produk *handphone* dan merek yang sedang tren di pasaran. Hal ini menjadi informasi yang sangat berguna bagi saya untuk mengambil keputusan yang strategis, tidak bisa dipungkiri juga terdapat juga konter kompetitor yang menjual produk dan merek *handphone* yang sama dengan saya juga sehingga evaluasi dan analisis sangat bermanfaat bagi saya untuk tetap mempertahankan bisnis ini”.

4.3.2 Hasil Observasi

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara langsung lokasi penelitian yang dilakukan untuk mengetahui sesuatu dari sebuah fenomena yang didasari pada pengetahuan dan

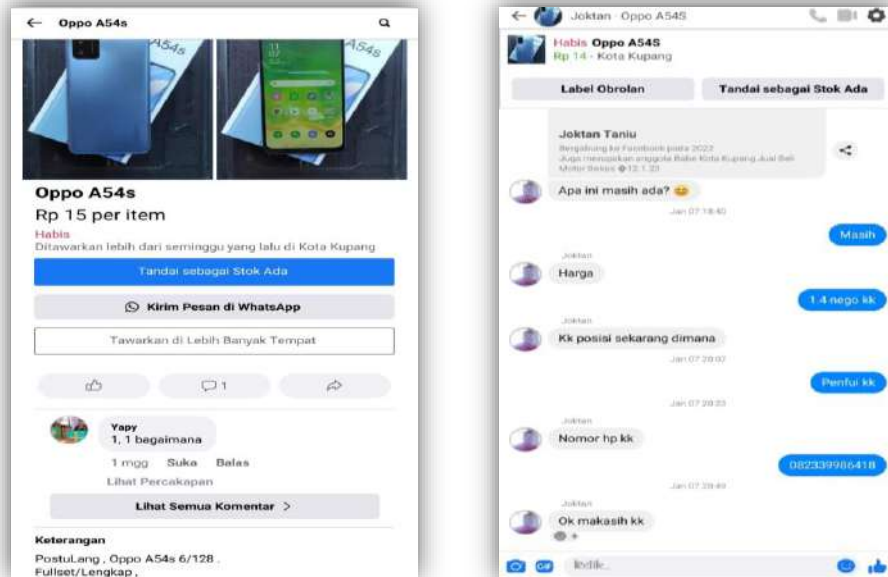
gagasan yang bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi terkait dengan suatu fenomena atau peristiwa yang sudah atau sedang terjadi di lingkungan.

Peneliti melakukan observasi secara virtual pada akun facebook milik konter Rifel Celluler (Erika Anastasia) selama 1 minggu yaitu mulai dari tanggal 14 November- 20 November 2023. Dalam melakukan observasi secara virtual peneliti menemukan bahwa akun facebook milik konter Rifel Celluler (Erika Anastasia) menjual beberapa merk *handphone* dengan berbagai tipe seperti merk: Oppo, Vivo, Xiaomi & Samsung, dengan harga sesuai dengan merknya.

Peneliti melakukan observasi pertama pada tanggal 15 November 2023 yaitu pada saat akun facebook “Erika Anastasia (Rifel Celluler)” menjual sebuah *handphone* merk Oppo A57 dengan spesifikasi *Ram 6GB / Rom 128 GB*, dilengkapi dengan aksesoris seperti anti gores & silikon. *Handphone* merk Oppo A57 tersebut dijual dengan harga Rp. 1.600.000, dengan potongan harga sebesar Rp. 300.000.

Gambar 4.4

Hasil tangkapan layar postingan akun facebook Erika Anastasia (Rifel Celluler) yang menjual *handphone* merk Oppo A57 pada tanggal 15 November 2023

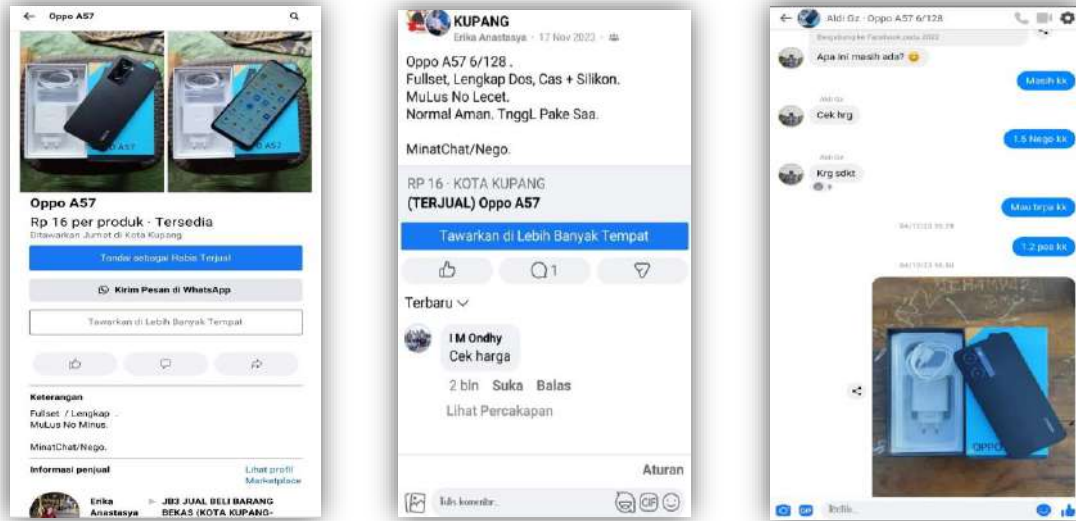


(Sumber:https://www.facebook.com/groups/323334519360635/permalink/899551351738946/?sale_post_id=899551351738946&mibextid=bHQOXYW1y4AUmy7R, diakses pada tanggal 15/11/2023)

Selama peneliti melakukan observasi secara virtual mulai dari tanggal 14 november sampai 20 november 2023, pada akun facebook “Erika Anastasia (Rifel Celluler)” peneliti menemukan 2 buah postingan pada akun facebook Erika Anastasia (Rifel Celluler), yang menjual *handphon* merk Oppo A57 pada 2 hari yang berbeda pada tanggal 15 oktober & tanggal 17 oktober 2023.

Gambar 4.5

Hasil tangkapan layar postingan akun facebook Erika Anastasia (Rifel Celluler), yang menjual *handphone* merk merk Oppo A57 pada tanggal 17 November 2023



(Sumber:

https://www.facebook.com/groups/813204159059445/permalink/2014585662254616/?sale_post_id=2014585662254616&mibextid=bHQOXYW1y4AUmy7R, Diakses pada tanggal 17/ 11/2023)

Berdasarkan hasil observasi virtual yang dilakukan peneliti pada akun facebook konter Rifel Celluler “Erika Anastasia (Rifel Celluler)” maka pada tanggal 20 november peneliti melakukan pengecekan pada postingan akun facebook Rifel Celluler apakah 2 buah *hanphone* yang dijual pada tanggal 15 november&17 november 2023 sudah laku terjual atau belum. Pada tanggal 20 November 2023 peneliti kembali melakukan observasi virtual di akun facebook Erika Anastasia (Rifel

Celuler), maka peneliti menemukan bahwa kedua buah *handphone* tersebut sudah laku terjual.

Selama melakukan observasi virtual pada akun facebook “Erika Anastasia (Rifel Celluler)” peneliti menemukan strategi-strategi yang digunakan oleh konter Rifel Celluler untuk menarik minat pembeli yakni dengan strategi-strategi diantaranya: Pemberian promo potongan harga, pemberian bonus-bonus aksesoris *handphone* berupa: anti gores, silikon & headset dan pada setiap pembelian, transaksinyadilakukan secara COD (*cash delivery order*) tanpa pungut biaya bagi pembeli. Pemberian gratis biaya pengiriman ini dikhususkan bagi pembeli yang berada dikota dan sekitarnya sedangkan untuk pembeli yang berada diluar kota Kupang akan dikenakan biaya pengiriman sesuai dengan jarak/lokasi pembeli.

Selain itu, penulis juga melihat dan menemukan adanya *handphone* bekas dan *handphone* baru yang disimpan atau diletakan di tempat yang berbeda seperti yang tertera pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.6

Penyimpanan *Handphone* Bekas dan *Handphone* Baru



(Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, 2023)

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa beragam tipe *handphone* bekas dari berbagai merek disusun dalam satu etalase kaca, seperti Redmi, Oppo, Samsung, Realme, dan Vivo. *Handphone* baru diatur berdasarkan tipe, misalnya hanya merek Oppo dalam satu etalase, sedangkan tipe lain dipisahkan ke etalase kaca Redmi, Vivo, dan Realme.