

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan membahas inti dari keseluruhan pembahasan hasil penelitian. Peneliti akan membahas analisis data dan interpretasi data hasil penelitian.

#### **5.1 Analisis Data**

Bagian analisis data ini peneliti akan menjelaskan mengenai analisis strategi yang digunakan konter Rifel celluler dalam meningkatkan volume penjualan dengan memanfaatkan media sosial facebook. Penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yakni dengan cara mengurai data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam bentuk kalimat-kalimat yang disusun secara sistematis, sehingga akan memperoleh gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti dengan menggunakan pendekatan studi kasus, yakni menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang terjadi dengan mengumpulkan berbagai informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah jalan keluar agar masalah yang diungkap dapat diselesaikan.

Analisis ini penulis kategorikan sesuai dengan indikator yang dipakai pada penelitian yaitu promosi penjualan dan *digital interactive marketing*.

### 5.1.1 Promosi Penjualan

Strategi promosi penjualan atau *sales promotion* merupakan sebuah strategi merangsang pembeli atau peningkatan jumlah pembelian barang yang dilakukan oleh pelanggan. *Sales promotion* adalah sebuah aktivitas yang dibuat sedemikian rupa untuk menjadi pelengkap *advertising* atau iklan dan sekaligus media yang dapat mempermudah *personal selling* atau penjualan secara pribadi (Kotler & Amstrong, 2001:71).

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap Informan kunci yakni Ibu Saly Yusmina Kolo, yang satu-satunya orang yang mengetahui informasi tentang pemanfaatan media sosial facebook untuk meningkatkan volume penjualan, maka dapat dianalisis bahwa:

Pemilik konter Rifel Celluler, menggunakan strategi *sales promotion* dalam memperkenalkan produk penjualannya kepada pembeli dengan memanfaatkan media sosial facebook sebagai media promosi. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan Informan Ibu Saly Yusmina Kolo, dia mengatakan bahwa memanfaatkan media sosial facebook sebagai media penjualan sangat berpengaruh terhadap hasil penjualan. Hal ini disebabkan oleh postingan atau promosi penjualannya di facebook dapat menjangkau banyak pembeli dalam waktu yang singkat.

Selanjutnya produk yang sudah diposting di facebook pada fitur *market place* facebook akan dipromosikan oleh facebook melalui fitur *market place* karena fitur

ini dibuat untuk menjalankan kampanye iklan tertarget dan dapat menjangkau pembeli yang lebih luas dan spesifik atau dengan kata lain *market place* akan menyarankan posting tersebut kepada pengguna facebook yang sedang mencari handphone melalui fitur pencarian (search) sehingga pembeli yang ingin membeli *handphone* di facebook akan menemukan postingan terkait dengan yang dicarainya.

Dalam mempromosikan produknya konter handphone Rifel Celluler juga menggunakan beberapa langkah strategis untuk menarik minat beli atau merangsang pembeli secara langsung dengan memberikan promo potongan harga atau diskon, bonus aksesoris berupa anti gores, silikon, dan langkah lainnya yaitu memberikan biaya pengiriman gratis kepada pembeli yang berada di kota Kupang.

### **5.1.2 Digital interactive marketing**

Strategi pemasaran *digital interactive marketing* atau pemasaran interaktif digital merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi yang semakin berkembang. Tujuan utama dari penerapan strategi ini adalah untuk membangun komunikasi antara produsen dengan konsumen, lebih tepatnya untuk mengkomunikasikan merek dalam membangun kepercayaan dan loyalitas merek pada pelanggan (Rapitasari, Diana, 2016:110)

Strategi *interactive marketing* yang merupakan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi yang semakin berkembang. Teknologi informasi yang dipilih oleh konter Rifel Celluler untuk membangun komunikasi dengan

pembeli adalah aplikasi facebook yang merupakan salah satu aplikasi digital populer dikalangan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan maka dapat dianalisis bahwa:

Strategi *digital interactive marketing* yang diterapkan Pemilik konter Rifel Celluler memiliki dampak yang positif bagi konternya. Dampak positif yang dirasakannya yakni penjualan melalui facebook memiliki jangkauan yang lebih luas dibanding dengann penjualan secara *offline* atau konvensional. Selain itu interaksi antara penjual (pemilik konter) dengan pembeli terjadi secara langsung melalui like/suka komentar dan pesan/obrolan langsung yang disediakan oleh fitur *market place*.

Interaksi ini memungkinkan penjual untuk membangun sekaligus menciptakan hubungan yang lebih kuat dengann pembeli. Cara lain yang dilakukan pemilik konter Rifel Celluler dalam membangun hubungan yang kuat dengan pembeli yakni dengan selalu siap untuk menanggapi pertanyaan dari calon pembeli dan memastikan setiap pesan yang disampaikan selalu konsiten dengan identitas merek yang dibangunnya.

Tahap akhir yang dilakukan pemilik konter Rifel Celluler dalam baagian *digital interactive marketing* yaitu melakukan evaluasi pasar untuk memahami perilaku pelanggan, preferensi produk *handphone* dan mengetahui merek *handphone* yang sedang tren dipasaran. Hal ini menjadi informasi mendasar bagi penjual (Ibu

Saly Yusmina Kolo) untuk mengambil keputusan dan menyiapkan strategi yang tepat demi meningkatkan volume penjualan *handphone* di facebook.

## **5.2 Interpretasi Data**

Setelah menganalisis data-data dari hasil penelitian, maka selanjutnya peneliti akan melakukan penafsiran atau penginterpretasian data tersebut yang berkaitan dengan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Interpretasi data sangat penting sebagai upaya untuk menganalisis hubungan antara konsep dengan data yang diperoleh selama melakukan penelitian.

Sebelum melakukan interpretasi data pada hasil analisis yang telah peneliti lakukan maka peneliti terlebih dahulu akan memaparkan pemanfaatan media sosial facebook dalam meningkatkan volume penjualan.

### **5.2.1 Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dalam meningkatkan Volume**

#### **Penjualan.**

Facebook merupakan media yang dipilih oleh Konter *Handphone* Rifel Celluler dalam memasarkan produk *handphone* milik mereka. Dari hasil analisis penulis, pemilik konter Rifel Celluler, memaparkan alasan memilih facebook sebagai media pemasaran atau promosi produk *handphone* milik mereka yakni melakukan penjualan produk lewat facebook lebih efektif dan menjangkau lebih banyak pembeli yang berada di Kota Kupang dan sekitarnya.

Dalam analisis tersebut, pemilik konter *handphone* Rifel Celluler menjelaskan bahwa selain menjangkau lebih banyak pembeli, facebook juga merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa dan hal ini dapat memicu terjadi peningkatan penjualan melalui penjualan di facebook. Pada aplikasi facebook terdapat fitur-fitur yang sangat membantu penjual dan pembeli yakni fitur *Market Place*. Fitur ini memungkinkan penjual untuk mendeskripsikan produk (*handphone*) yang dipasarkan secara detail, dan dari deskripsi tersebut dapat membantu pembeli dalam memilih jenis atau merk *handphone* yang ingin dibeli.

Menurut pemilik konter *handphone* Rifel Celluler, facebook merupakan salah satu media sosial yang paling tepat untuk melakukan penjualan. Didasarkan pada jangkauan yang luas dan penggunaan yang merakyat maka penjualan dengan memanfaatkan facebook dapat meningkatkan volume penjualan *handphone* di konter Rifel Celluler Kota Kupang. Kondisi ini memungkinkan antusiasme pembeli semakin tinggi karena pembeli lebih mudah untuk membeli *handphone* tanpa harus datang langsung ke konternya, selain itu informasi tentang detail produk yang dijual dapat dilihat secara detail di postingan dan juga terdapat fitur inbox yang memungkinkan pembeli untuk bertanya lebih lanjut tentang detail produk.

Setelah mengetahui facebook sebagai media sosial yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan, maka selanjutnya peneliti akan melakukan interpretasi data. Untuk memudahkan dalam melakukan interpretasi data, maka

peneliti membagi data-data tersebut menjadi dua bagian sesuai dengan indikator dalam penelitian ini. Berikut ini hasil interpretasi data yang dilakukan oleh peneliti:

### **5.2.2 Promosis Penjualan**

Strategi komunikasi pemasaran dengan promosi penjualan atau *sales promotion* merupakan strategi merangsang pembelian dengan segera atau untuk meningkatkan jumlah pembelian barang yang dilakukan oleh pembeli. *Sales promotion* juga adalah sebuah aktivitas yang dibuat sedemikian rupa untuk menjadi pelengkap *advertising* atau iklan dan sekaligus media yang dapat mempermudah *personal selling* atau penjualan secara pribadi (Kotler & Amstrong, 2001:71)

Hasil temuan peneliti terhadap strategi promosi penjualan yang merupakan strategi merangsang pembelian dengan segera atau untuk meningkatkan jumlah pembelian *handphone* di konter Rifel Celluler yakni dengan memanfaatkan media sosial facebook sebagai media penjualan sekaligus media promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan. Hal ini didukung dengan fitur facebook yakni *market place* yang memiliki fungsi promosi atau kampanye iklan tertarget atau dengan kata lain facebook akan menyarankan postingan penjualan *handphone* kepada pembeli yang mencari *handphone* untuk dibeli melalui fitur pencarian (*seacrh*).

Media sosial Facebook dimanfaatkan konter Rifel Celluler untuk meningkatkan volume penjualan *handphone*, Menurut Kotler & Amstrong bahwa melalui promosi penjualan yang merupakan strategi merangsang pembelian dengan

segera atau untuk meningkatkan jumlah pembelian barang, maka penjualan dalam hal ini konter Rifel Celluler dalam melakukan promosi penjualan pemilik konter Rifel Celluler menampilkan gambar visual produk-rodruk yang dijual di postingan *market place* dilengkapi dengan keterangan spesifikasi dari setiap handphone sekaligus harganya. Gambar visual yang ditampilkan merupakan visual yang menarik, yang berfungsi untuk merangsang pembeli. Setelah produknya di posting di Facebook, maka produk yang diposting itu akan dibagikan kepada grup atau komunitas-komunitas penjualan barang dikota Kupang yang berada di Facebook, setelah itu admin akan menanggapi setiap pertanyaan dari calon pembeli untuk memberikan informasi secara detail tentang produk yang dipasarkan.

Selain itu dalam merangsang minat beli maka konter Rifel Celluler melakukan beberapa cara untuk menarik minat beli yakni: memberikan potongan harga atau diskon, pemberian aksesoris gratis seperti silikon dan sistem pembayaran COD dengan gratis biaya pengiriman bagi pelanggan atau pembeli di Kota Kupang dan sekitarnya. Cara-cara ini dilakukan untuk merangsang pembeli untuk membeli handphone di konter Rifel Celluler dan mendoktrin pembeli bahwa membeli di konter Rifel Celluler lebih menguntungkan dari pada konter lain.

### ***5.2.3 Digital Interactive Marketing***

Strategi komunikasi pemasaran digital interaktif merupakan strategi komunikasi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang.



Tujuan utama dari penerapan strategi ini adalah untuk membangun komunikasi antara produsen dengan pelanggan, lebih tepatnya untuk mengkomunikasikan merek dalam membangun kepercayaan dan loyalitas merek pada pelanggan (Rapitasari, Diana 2016:110).

Hasil temuan peneliti terhadap strategi komunikasi pemasaran digital interactive marketing ialah menggunakan facebook sebagai media penjualan *handphone*. Strategi penjualan ini didukung oleh fitur *market place & messenger marketing* yang berfungsi untuk membangun interaksi antara pembeli dan penjual dan memungkinkan pembeli untuk bertanya lebih detail lagi tentang produk yang ingin dibeli, selain itu penjual atau *pemilik konter* juga bisa berusaha untuk meyakinkan pembeli tentang produk yang dipasarkannya. Hal ini juga bisa membangun rasa percaya dan minat beli dari pelanggan. Minat beli muncul karena adanya stimulus positif mengenai objek sehingga memunculkan motivasi konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Hal lain yang dilakukan konter Rifel Celluler dalam menimbulkan minat beli pada konsumen yakni dengan mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Produk yang dipasarkan merupakan produk yang kualitasnya bagus dan produk tersebut merupakan produk yang diinginkan oleh pembeli. Selain kualitas produk yang dijunjung tinggi kualitas pelayanan juga diutamakan dalam membangun kepercayaan atau citra yang baik dimata pembeli selain itu kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik cara yang dilakukan ini dapat memperkuat rasa percaya

pembeli dan pembeli dapat merekomendasikan konter Rifel Celluler bagi pembeli lainnya.

Hasil temuan lain yang ditemukan peneliti adalah penggunaan strategi segmentasi pasar dan target marketing dimana strategi yang digunakan untuk mengelompokkan pembeli menjadi kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhannya tersendiri. Target *market* konter Rifel Celluler yakni anak muda yang membutuhkan ponsel untuk menyalurkan hobi gamingnya. Konter Rifel Celluler menyediakan handphone khusus dengan spesifikasi gaming dengan Ram & penyimpanan yang besar. Hal ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan konsumen sekaligus sebagai cara untuk meningkatkan penjualan.