

Promosi Penjualan Jaket *Thrift Branded* Murah di Instagram

Khaila Putri Hasna Hanin, Indri Rachmawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*hasnakhaila99@gmail.com ,indri.rachmawati@unisba.ac.id

Abstract. This research is entitled "Sales Promotion for Cheap Branded Thrift Jackets on Instagram (case study on the @bestlookingstuff account) "Thrift or Thrifting is an activity of buying and selling used goods that are still suitable for use, both well-known and not well-known brands. This study was made with the aim of knowing the sales promotion strategy in a business, especially the sale of cheap Thrift Branded jackets on Instagram @bestlookingstuff by looking at the supporting and inhibiting factors. The sales promotion carried out by @bestlookingstuff is with free shipping for every purchase of 2 jackets, sales promotions are carried out by doing promotions on other Instagram accounts that also sell Thrift goods by having many followers and the owner of this @bestlookingstuff account pays to be promoted according to the price determined by the owner of the Instagram account in question, @bestlookingstuff also carries out promotions with IG Ads which can increase its reach widely so that the @bestlookingstuff account is widely known by people, by purchasing 4 jackets, buyers will also get gifts from the owner of this @bestlookingstuff account. A business in this day and age has used several platforms available both on the PlayStore and on the AppStore. This research uses a qualitative research method with case studies. The data used are interviews, observations, and documentation with the owner of the Thrift @bestlookingstuff jacket business account by using additional data through several previous books and journals related to this research. The results of this study are that with a sales promotion carried out, a business will run well and according to the desired goal, it will also make this @bestlookingstuff account famous for its wide reach and many loyal customers to buy its Thrift jacket.

Keywords: *Sales Promotion, Thrift Branded Products, Instagram, @bestlookingstuff.*

Abstrak. Penelitian ini berjudul "Promosi Penjualan Jaket Thrift Branded Murah di Instagram (studi kasus pada akun @bestlookingstuff) "Thrift atau Thrifting ini merupakan suatu kegiatan jual beli barang bekas yang masih layak pakai, baik itu bermerek terkenal maupun tidak terkenal. Penelitian ini dibuat bertujuan untuk dapat mengetahui strategi promosi penjualan pada suatu usaha khususnya penjualan jaket Thrift Branded yang murah di Instagram @bestlookingstuff dengan melihat faktor pendukung dan faktor penghambatnya dan juga dengan melihat. Promosi penjualan yang dilakukan oleh @bestlookingstuff ini adalah dengan adanya gratis ongkir setiap pembelian 2 buah jaket, promosi penjualan dilakukan dengan melakukan promosi di akun Instagram lain yang juga menjual barang Thrift dengan memiliki pengikut yang banyak dan pemilik akun @bestlookingstuff ini membayar untuk dapat di promosikan sesuai dengan harga yang telah ditentukan oleh pemilik akun Instagram yang bersangkutan, @bestlookingstuff juga melakukan promosi dengan IG Ads yang dapat menambah jangkauan secara luas agar akun @bestlookingstuff banyak dikenal orang, dengan pembelian 4 jaket juga pembeli akan mendapatkan hadiah dari pemilik akun @bestlookingstuff ini. Sebuah usaha pada zaman sekarang ini sudah banyak menggunakan beberapa platform yang tersedia baik di PlayStore maupun di AppStore. Penelitian ini menggunakan sebuah metode penelitian kualitatif dengan studi kasus. Data yang digunakan adalah melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pemilik akun usaha jaket Thrift @bestlookingstuff dengan menggunakan tambahan data melalui beberapa buku dan jurnal terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini yaitu dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan maka sebuah bisnis akan berjalan dengan baik dan sesuai tujuan yang diinginkan, juga akan membuat akun @bestlookingstuff ini terkenal dengan jangkauan yang luas dan memiliki banyak pelanggan yang setia untuk membeli jaket Thrift nya.

Kata Kunci: *Promosi Penjualan, Produk Thrift Branded, Instagram, @bestlookingstuff*

A. Pendahuluan

Thrifting ini adalah suatu tindakan mencari dan membeli barang bekas yang masih layak pakai dengan berbagai macam brand yang ada untuk menghemat pengeluaran dan juga dapat mengurangi limbah tekstil. Para pemilik usaha *Thrift* jaket khususnya di kota Bandung ini harus memiliki strategi yang kuat dan baik untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan usahanya yang semakin banyak juga pesaingnya. Bandung merupakan tempat yang cukup banyak orang yang hobi atau menyukai berbagai macam jaket *Thrift*, sehingga Bandung mengadakan acara yang bernama Bandung *Thrift* Weekend yang mana dalam acara ini diselenggarakan pameran penjualan barang *Thrift* dari berbagai tokoh yang terkenal khususnya di Bandung. Acara Bandung *Thrift* Weekend 2021 itu berlokasi di Critical 11 tepatnya di Jl. Pajajaran Dalam No. 148, Husein Sastranegara, Bandung. Dilaksanakan mulai dari tanggal 2-4 April 2021 dan dilaksanakan juga pada tanggal 26-28 November 2021. Ada lebih dari 40 *Thriftshop* yang mengikuti acara Bandung *Thrift* Weekend ini.

Acara ini dimulai dari pukul 10 pagi hingga pukul 10 malam dengan tidak diberi batasan usia yang dimana semua usia bisa masuk ke acara ini. Setiap *Thriftshop* melakukan promosi penjualan yang berbeda-beda. Mulai dari harga yang diberikan sangat murah namun kualitas tidak buruk, ada pula yang memberikan harga tinggi dengan berbagai keuntungan lain contohnya, membeli lebih dari 2 barang dan akan mendapatkan potongan harga. Dari situlah banyak pelanggan yang tertarik dan ingin banyak membeli jaket *Thrift* di acara tersebut. Hal promosi ini tidak hanya dilakukan di sebuah acara Bandung *Thrift* Weekend saja, melainkan juga mereka melakukannya di toko mereka yang dikelola melalui akun Instagram.

Banyak sekali pesaing bisnis atau usaha *Thrift* di Bandung yang pemiliknya cukup baik dalam pengelolaan promosi penjualan jaket *Thrift* ini. Usaha jaket *Thrift Branded* yang murah dengan nama akun Instagram @bestlookingstuff contohnya, akun ini telah berjalan selama 1 tahun lebih dengan memiliki ribuan *followers* atau pengikut yang tentu saja sangat tertarik dengan apa yang ditampilkan atau diperjual belikan di akun instagramnya yang juga sudah terkenal sampai ke luar kota sehingga banyak juga konsumen atau pembeli dari luar kota yang memang ingin berbelanja jaket *Thrift*, biasanya juga mereka pakai sehari-hari atau bahkan dapat mereka jual kembali di kota tempat mereka tinggal. Keunikan dari akun @bestlookingstuff ini mereka memperjual belikan jaket yang memiliki nama *brand* yang terkenal dengan harga yang murah di bawah harga pasarannya.

Akun Instagram @bestlookingstuff ini diteliti karena promosi yang dilakukan pemilik atau penjual jaket *Thrift Branded* ini sangat menarik, promosi penjualan yang mereka lakukan kurang banyaknya cukup membuat peningkatan volume penjualan pada usaha baju *Thrift* ini. Belum lagi dengan banyaknya pesaing bisnis *online* penjualan jaket *Thrift*. *Thrifting* juga akhir-akhir ini sedang marak peminatnya. Selain harga yang cukup terjangkau, kualitasnya pun tidak kalah bagus dengan produk baru yang dijual di toko.

Kegiatan *Thrift* ini juga dapat menjadi hobi seseorang dalam mengoleksi berbagai macam pakaian yang disukainya. Mulai dari pakaian keluaran beberapa tahun lalu hingga yang terbaru kita bisa mendapatkannya jika kita telaten dan penuh kesabaran dalam mencari pakaian yang diinginkan.

Usaha jaket *Thrift Branded* yang murah dengan nama akun Instagram @bestlookingstuff contohnya, akun ini telah berjalan selama 1 tahun lebih dengan memiliki ribuan *followers* atau pengikut yang tentu saja sangat tertarik dengan apa yang ditampilkan atau diperjual belikan di akun instagramnya yang juga sudah terkenal sampai ke luar kota sehingga banyak juga konsumen atau pembeli dari luar kota yang memang ingin berbelanja jaket *Thrift*. Dengan adanya akun Instagram @bestlookingstuff ini dapat mempermudah pembeli dalam mencari tahu mengenai jaket yang dijual dengan harga yang terjangkau dan juga proses jual beli dilakukan secara *online* sehingga pembeli tidak usah repot-repot untuk mengunjungi tokonya secara langsung. Strategi promosi penjualan *online* dilakukan oleh @bestlookingstuff sejak awal usahanya dibuat. Usaha penjualan jaket *Thrift* sudah banyak yang menjalankannya, maka dari itu *owner* atau pemilik dari akun Instagram @bestlookingstuff harus lebih cermat dan kreatif dalam mempromosikan usaha *Thrift* nya. Kalam sebagai pemilik usaha jaket *Thrift* ini

sangat berkerja keras dan berusaha sebaik mungkin dalam melayani pelanggannya.

Widayati (2019:5) mengungkapkan bahwa media sosial adalah sebuah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, networking, dan berbagai kegiatan lainnya. Promosi penjualan jaket *Thrift Branded* murah yang dilakukan oleh pemilik usaha ini juga cukup mengikuti zaman yang modern sekarang yang dimana menggunakan sebuah aplikasi *platform* yang juga dapat menjadi salah satu pilihan dalam melaukan promosi penjualan sebuah usaha. Penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui promosi penjualan yang dilakukan oleh @bestlookingstuff dalam berjualan secara *online*. Setiap merk membutuhkan pemasaran sebagai salah satu usaha dalam meningkatkan sebuah penjualan.

Penjualan jaket *Thrift* di akun @bestlookingstuff ini memeberikan pelayanan yang baik, dimana setiap jaket yang sudah dipilih oleh pembeli dan telah melakukan transaksi jual beli maka Kalam sebagai pemegang dan pemilik akun akan segera mencuci jaketnya agar dapat sampai ke tangan pembeli secara bersih dan wangi sehingga dapat langsung dipakai. Pelayanan adalah kegiatan yang dapat diberikan dari 1 pihak kepada pihak lain yang dapat terlihat ataupun tidak terlihat. Kebersihan dan kerapian akan menjadi poin tambahan untuk setiap usaha penjualan barang yang dilakukan. Hal ini akan membuat usaha yang dimiliki menjadi pilihan yang utama dalam pencarian barang yang akan dibeli oleh seseorang. Dari pelayanan yang baik, akan membuat pelanggan ingin membeli untuk kesekian kalinya, yang berarti tidak membeli hanya satu kali saja.

Kualitas dari jaket yang diberikan oleh @bestlookingstuff juga sangat diperhatikan, selain beberapa jaket yang *Branded* yang dipilih *owner* untuk diperjual belikan, mulai dari bahan, warna, serta model yang tentunya dapat membuat pelanggan sangat tertarik untuk membeli jaket *Thrift nya* dengan harga yang juga sangat terjangkau bagi para pelanggannya, Kalam sebagai pemilik akun @bestlookingstuff, sudah mengerti dalam pemilihan jaket yang seperti apa yang banyak diminati oleh banyak orang.

Maka dari situlah pembentukan pasar di akun @bestlookingstuff sudah cukup mudah, dengan lagi strategi promosi yang dilakukan dengan banyak cara agar minat dari konsumen pun meningkat dalam pembelian jaket *Thrift Branded* murah yang diperjual belikan. Berbagai model, warna dan bahan menjadi pertimbangan Kalam untuk dapat memilih jaket yang dapat dijual kembali di akun Instagram @bestlookingstuff ini. Instagram menjadi *platform* yang baik untuk dapat mengembangkan sebuah bisnis secara *online* yang mana pada Instagram ini juga dapat terjadinya sebuah komunikasi 2 arah antar penjual dan pembeli yang dapat memudahkan untuk keduanya mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Instagram ini juga dapat menjangkau banyak orang yang akan memudahkan penjual untu dapat lebih banyak mendapatkan pembelinya dari berbagai daerah. Dari Instagram inilah penjual pun dapat melakukan sebuah promosi penjualan yang dapat meningkatkan penjualannya.

Jubilee (2021:2) mengemukakan Instagram ini sebuah *platform* komunitas yang dapat saling berbagi foto ataupun video antara anggota dengan anggota lainnya dari seluruh dunia, Instagram seperti sebuah galeri besar di mana orang-orang dapat melihat hasil karya pemilik Instagram lain di seluruh dunia dan dapat menjalin sebuah jaringan atau hubungan pertemanan. Dari aplikasi Instagram ini kita dapat memotret mengedit dan membagikan foto atau bahkan video kepada pengguna Instagram lainnya yang mana mereka dapat melihat menyukai dan berkomentar terhadap apa yang kita bagikan di Instagram.

Estaswara (2008:265) mengemukakan *promotion mix* yaitu kombinasi dari sebuah komunikasi non personal dan personal yang diusahakan oleh suatu perusahaan pada periode tertentu. *Promotion mix* berbeda dengan komunikasi pemasaran. *Promotion mix* hanyalah taktik komunikasi pemasaran. *Promotion mix* adalah suatu proses mengkoordinasikan seluruh metode promosi (Suardana, 2020:33). Ada 5 macam metode promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan tatap muka, dan pemasaran langsung.

Promotion mix dapat digunakan agar suatu produk atau jasa dapat menjangkau lebih luas lagi untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dengan berbagai strategi, maka tujuan dari suatu penjualan barang atau jasa dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. *Promotion mix* ini sangat membantu dalam suatu bisnis penjualan.

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan disini adalah penelitian kualitatif. Paradigma konstruktivis dengan pendekatan studi kasus. Menurut Harmon (dalam Moleong 2004:49) mengemukakan “Paradigma itu yaitu sebuah cara dasar untuk melakukan sebuah pandangan, menilai dan juga melakukan sesuatu hal yang berkaitan dengan sesuatu khusus perihal sebuah realitas”. Tujuan dipilihnya pendekatan studi kasus dalam penelitian kualitatif ini untuk dapat mengetahui lebih dalam mengenai suatu promosi penjualan dalam suatu usaha jaket Thrift di Instagram. Suatu penelitian akan sangat dapat bermanfaat apabila informasi yang disampaikan sangat baik dan sesuai fakta dari penelitian yang bersangkutan.

Alasan penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus karena peneliti ingin mencari tahu lebih dalam mengenai strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh pemilik akun Instagram @bestlookingstuff. Pendekatan studi kasus ini juga dapat memudahkan peneliti untuk dapat mengeksplor lebih jauh mengenai berjalannya suatu usaha penjualan jaket Thrift secara online. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Teknik analisis data ini dilakukan untuk dapat memperoleh data yang sesuai dari informan yang mana informan tersebut adalah pemilik akun Instagram @bestlookingstuff yang didapatkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan laporan. Teknik analisis data yang bersifat kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, paparan data, dan penyimpulan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik akun Instagram @bestlookingstuff yang bernama Kalam seorang mahasiswa Universitas Padjadjaran Bandung, 1 orang karyawannya dan juga dengan pengikut dari akun Instagram @Bestlookingstuff ini sangat baik dan informative. @bestlookingstuff memberikan promosi terhadap jaket yang dijualnya dengan memberikan harga dibawah Rp. 99.000 yaitu sebesar Rp.50.000 saja untuk 1 jaket dan promosi gratis ongkir jika pembeli membeli 2 jaket *Thrift*. Promosi penjualan juga perlu adanya penentuan waktu untuk dilakukan oleh akun @bestlookingstuff ini. Penentuan waktu dalam promosi yang dilakukan ini dilihat dari berbagai hal yang akan bersangkutan dengan penjualan dan juga dengan media promosi yang digunakan pada akun @bestlookingstuff. Promosi dapat dikatakan berhasil apabila sebuah promosi yang dilakukan itu mendatangkan pengikut di Instagram dan pembeli.

Dengan melakukan promosi iklan, akun Instagram @bestlookingstuff akan berkembang dan semakin banyak jangkauan yang dicapai. Hal ini membantu penjual untuk mencapai target penjualan dan tujuan yang ingin dicapai. Kalam memilih Instagram sebagai media promosi dan penjualannya karena beliau berpendapat bahwa telah banyak sekali yang menggunakan Instagram ini, maka dari itu akan cepat juga untuk usaha yang ia miliki ini dikenal oleh banyak orang dari berbagai daerah. Konten, menjadi salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan dalam menjalankan sebuah usaha di Instagram karena melalui sebuah konten yang disajikanlah para calon konsumen dapat tertarik dengan apa yang kita perjual belikan. @bestlookingstuff melakukan iklan di Instagram yang bernama Instagram *Ads*, ini adalah sebuah kegiatan beriklan yang dapat menjangkau banyak orang yang lebih luas dan dapat ditargetkan sesuai dengan keinginan pemilik akun yang menggunakan *IG Ads* ini. Fitur beriklan ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan *traffic website* dan juga untuk meningkatkan *brand exposure*.

Promosi penjualan yang dijelaskan menurut Belch (2018) adalah aktivitas pemasaran yang menyediakan nilai tambah atau insentif kepada tenaga penjual (*sales force*), distributor atau pelanggan utama dengan tujuan utama yaitu dapat menstimuli penjualan secara cepat. Promosi penjualan yang dilakukan pada akun @bestlookingstuff ini berpengaruh untuk perkembangan bisnisnya. Akun Instagramnya dapat mejangkau sampai ke luar kota Bandung bahkan dapat sampai menjangkau ke wilayah luar Indonesia, sehingga peminat dari jaket *Thrift* di @bestlookingstuff ini pun selalu ada dari berbagai daerah. Promosi penjualan ini juga selalu dilakukan saat adanya barang baru yang di *posting* di beranda Instagram @bestlookingstuff.

Banyak fitur yang ada pada Instagram untuk dapat membuat suatu akun menjadi menarik. Pada saat ini di Instagram terdapat fitur *Reels*, *Insta Story*, *Feeds*, dan *Live*. Dengan membagikan foto atau video, pemilik akun pun bisa mengedit foto dan video tersebut menjadi lebih unik dan menarik dengan menggunakan gambar atau GIF dan juga suara atau musik yang diinginkan pada *Insta Story*.

Instagram ini menjadi media promosi dan penjualan yang baik yang digunakan oleh @bestlookingstuff karena telah memaksimalkan semua fitur yang ada di Instagram. Instagram ini merupakan *platform* yang banyak digunakan oleh hampir seluruh kalangan baik anak-anak, remaja, maupun dewasa. Instagram ini dapat memberikan tampilan sebuah foto maupun video yang mana siapa saja dan darimana saja orang dapat melihat dan mengakses *platform* Instagram ini.

Iklan yang dilakukan oleh @bestlookingstuff sebagai pengelola dan juga pemilik akun @bestlookingstuff ini dengan cara menggunakan *IG Ads* dengan membayar sejumlah uang ke Instagram dan juga menggunakan cara promosi yang bernama *Paid Promote* yang mana ini dilakukan dengan memilih akun Instagram lain yang akan membantu sebagai media iklan dari akun @bestlookingstuff yang juga membayar tarif yang telah ditentukan oleh akun Instagram lain sebagai media penyalur iklan, pemilihan akun media penyalur iklan ini juga sangat diperhatikan dari banyaknya *followers* dan juga interaksi yang terjadi di akun tersebut dengan para pengikutnya.

Dalam *Ads* ini sendiri juga pengiklan dapat melakukan penjadwalan, anggaran, peletakan sebuah iklan dan juga melakukan penargetan konsumen. Promosi yang dilakukan oleh Kalam juga yaitu *Paid Promote*. Cara ini juga adalah cara promosi yang cukup sering dilakukan oleh Kalam untuk mengembangkan dan memperkenalkan akun @bestlookingstuff ini pada banyak orang. *Paid Promote* ini melibatkan akun Instagram lain yang memiliki cukup banyak pengikut dan juga banyak interaksi dengan para pengikutnya, pemilihan akun untuk *Paid Promote* ini menyesuaikan dengan target yang diinginkan dan menyesuaikan dengan barang yang dijual oleh Kalam yaitu jaket *Thrift*.

Cara promosi selanjutnya yaitu dengan cara melakukan *giveaway* yang mana hal ini akan membuat akun dari Instagram @bestlookingstuff ini lebih dapat dikenal dan tersebar luas kepada masyarakat dengan target yang diinginkan. Dengan beberapa promosi yang dilakukan maka akan semakin baik pula perkembangan dari sebuah usaha yang dijalankan oleh Kalam untuk menuju ke tujuan yang diinginkannya yaitu dapat memiliki sebuah usaha yang dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah dan juga usaha penjualan jaket *Thrift* yang dapat dikenal banyak orang.

Adapula faktor pendukung dari promosi penjualan ini yaitu konten yang disajikan saat beriklan, pemilihan akun untuk diajak bekerja sama dalam mengiklankan akun @bestlookingstuff yang mana dapat disebut juga *Partner* dalam melakukan *Paid Promote*, dan juga foto produk yang ditampilkan di *feeds* Instagram @bestlookingstuff harus detail dan juga menarik dengan konsep yang juga tidak membosankan. Pelanggan harus dijadikan target utama dalam berbisnis karena dengan adanya pelanggan yang selalu berinteraksi bahkan sampai membeli itu menandakan bahwa bisnis secara *online* ini berjalan dengan baik dan akan selalu berkembang apabila dilakukannya pantauan yang baik terhadap kinerja dari sistem penjualan pada akun Instagram @bestlookingstuff.

Setelah ditentukan akun Instagramnya, maka Kalam harus membayar sejumlah uang sesuai dengan ketentuan dari akun Instagram pilihannya tersebut yang mana akan berbeda di setiap banyak akun yang ada di Instagram. Setelah membayar kepada pemilik akun untuk *Paid Promote* tersebut, maka Kalam mengirimkan bahan atau materi yang akan di *posting* oleh akun yang dipilih dengan waktu yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak. Suatu minat dari Konsumen juga sangat diperlukan yang mana minat ini memiliki keturunan terdiri atas *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* (AIDA).

AIDA ini merupakan salah satu model untuk mencapai tujuan dari promosi yaitu agar usaha seseorang atau pihak tertentu dapat membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Minat dari pembelian konsumen ini diperoleh dari suatu proses yang membentuk suatu persepsi. Potongan harga yang cukup besar membuat konsumen menjadi tertarik untuk membelinya.

Minat beli konsumen dalam sebuah promosi penjualan tentunya tidak akan selalu baik hasilnya tetapi @bestlookingstuff akan memperbaiki cara promosinya apabila dirasa tidak terlalu maksimal dari *feedback* yang didapatkannya setelah promosi yang dilakukannya bai itu melalui IG Ads, *Paid Promote* maupun promosi yang diberikannya pribadi seperti gratis ongkir untuk pembelian 2 jaket khusus daerah Jawa Barat dan Jabodetabek.

Promosi lain yang mungkin saja akan dilakukannya untuk terus meningkatkan penjualannya di akun Instagram @bestlookingstuff. Komunikasi yang dilakukan oleh @bestlookingstuff dengan target pelanggannya itu hanya melalui pesan di Instagram. Pelanggan dapat bertanya atau pun langsung membeli melalui pesan di Instagram dan akan diberikan formulir pemesanan yang harus diisi oleh pelanggan dengan nama, alamat lengkap, nomor telepon, dan gambar dari jaket yang akan dibeli.

Minat beli konsumen didapatkan dari suatu proses belajar dan pemikiran yang menghasilkan sebuah persepsi. Minat beli muncul dan dapat menciptakan sebuah motivasi yang terus terekam dalam benak seseorang yang akhirnya konsumen tersebut harus memenuhi kebutuhannya. Dalam penjualan sebuah jaket di sebuah *platform* Instagram yang bernama @bestlookingstuff ini, mereka memberikan suatu keunikan dalam proses penjualannya yaitu dengan menampilkan 1 buah jaket dengan merek atau *Brand* ternama lalu mereka menjualnya dengan cara melelang jaket tersebut. Jaket lelang dengan merek ternama dan model yang modis ini hanya ditampilkan 1 jaket saja di setiap adanya pembaharuan barang yang dijual melalui laman Instagram @bestlookingtuff.

Lelang ini dimulai dari harga Rp. 0 dan diakhiri dengan nilai tertinggi yang dipilih di satu hari setelah selesai mem-*Posting* barangbaru tersebut. Untuk memudahkan pembeli dalam mengetahui jaket *Thrift* yang masih tersedia di akun @bestlookingstuff ini, pembeli dapat menggunakan kata kunci #*readystock69* di pencarian Instagram, atau pembeli dapat langsung mengklik *hashtag* tersebut yang tertera di *Bio* Instagram @bestlookingstuff. Pada halaman tersebut pembeli dapat dengan mudah memilih jaket yang diinginkan yang tentunya masih tersedia.

Promosi yang yang juga dilakukan oleh @betlookingstuff ini juga yaitu dilakukannya penawaran gratis ongkir pada setiap pembelian 2 buah jaket khusus daerah Jawa Barat dan Jabodetabek, hal ini dilakukan juga dengan memperhatikan berbagai aspek yang mana berarti tidak dilakukan pada setiap hari. Dengan adanya berbagai promosi penjualan yang dilakukan, akan semakin banyak orang yang mengenal dan juga akan sampai membeli jaket yang diperjual belikan diakun Instgaram @bestlookingstuff. Waktu promosi penjualan ini juga dilakukan secara fleksibel dengan mengikuti waktu *posting* penjualan terbaru, hal ini dilakukan untuk dapat memaksimalkan penjualan jaket itu sendiri.

Usaha penjualan jaket ini dilakukan secara *online*, usaha atau bisnis *online* menurut Jame Timothy (2020:2) adalah “Bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa.” Usaha *online* ini dapat meringankan beberapa aspek seperti modal, tempat usaha, izin resmi, sumber daya manusia dan lain-lain. Bisnis penjualan jaket *Thrift* di akun @bestlookingstuff ini meminimalisir beberapa aspek tersebut.

Diketahui keberhasilan dari promosi yang dilakukan yang dapat terlihat dari peningkatan jumlah pengikut dan juga dari interaksi dengan pengikut atau calon konsumennya. Beberapa faktor yang menjadi fokus dalam keberhasilan berpromosi itu salah satunya mengenai konten promosi yang diberikan, konten tersebut haruslah menarik dengan berbagai aspek, mulai dari tampilan hingga kata-kata yang diberikan agar konsumen dapat mengunjungi akun @bestlookingstuff dan membeli jaket *Thrift Branded* murah yang diperjual belikan. Komunikasi dari penjual pun haruslah baik dan diberikan secara maksimal dan informatif kepada konsumennya untuk dapat membuat konsumen tersebut merasa nyaman saat berkomunikasi secara *online* yang tidak dilakukan secara tatap muka. Dari Instagram inilah seseorang dapat saling bertukar kebutuhan secara *online* dengan sangat mudah untuk dilakukan di era kemajuan teknologi ini.

D. Kesimpulan

Dengan adanya berbagai bentuk promosi penjualan yang dilakukan maka sebuah bisnis akan

berjalan dengan baik dan sesuai tujuan yang diinginkan, juga akan membuat akun @bestlookingstuff ini terkenal dengan jangkauan yang luas dan memiliki banyak pelanggan yang membeli jaket *Thrift* nya. Promosi penjualan yang menjadi fokus dalam penelitian ini menghasilkan keberhasilan dalam proses jual beli jaket *Thrift Branded* secara *online* dengan menggunakan *platform* Instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Promosi penjualan yang dilakukan oleh @bestlookingstuff menggunakan berbagai cara yaitu menggunakan *IG Ads*, *Paid Promote*, gratis ongkir untuk pembelian 2 jaket untuk daerah Jawa Barat dan Jabodetabek, serta promosi harga dibawah Rp. 99.000 untuk waktu tertentu secara fleksibel. Promosi ini dilakukan dengan mengikuti waktu *posting* produk baru di *feeds* Instagram @bestlookingstuff agar dapat meningkatkan penjualan secara maksimal.
2. Minat beli konsumen dari promosi yang dilakukan oleh @bestlookingstuff ini dilihat saat setelah promosi dilakukan, dilihat mulai dari pengikut di Instagram yang bertambah dan juga interaksi pembelian jaket di akun @bestlookingstuff yang meningkat. Konten yang dibagikan akan membantu dalam ketertarikan seseorang untuk membeli jaket di @bestlookingstuff.
3. Instagram menjadi aplikasi atau *platform* yang dipilih sebagai media penjualan dan juga promosi penjualannya karena mengikuti perkembangan teknologi yang dimana telah banyak orang yang mengakses dan memiliki akun Instagram untuk kepentingan pribadi maupun kelompok. Banyak fitur yang dapat dimanfaatkan dari aplikasi Instagram untuk membuat tampilan foto atau video lebih bagus dan menarik. Hampir semua fitur digunakan dalam akun @bestlookingstuff untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya di era modern ini.

Acknowledge

Rasa syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, orang tua, keluarga, dosen wali, dosen pembimbing ibu Indri Rachmawati serta pihak dari @bestlookingstuff yang telah membantu memberikan informasi untuk penyelesaian dari penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Asperina, Nindi Nur. Sofyan. Aning. (2021). Hubungan antara Iklan Instagram Steak Ranjang dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*. 1(2). 112-118
- [2] Priyono, Pipit E. 2022. *Komunikasi dan Komunikasi Digital*. GUEPEDIA.
- [3] Rangkuti, Freddy. 2013, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- [4] Etaswara. 2008. *Think IMC! Efektivitas Komunikasi untuk Menciptakan Loyalitas Merek dan Laba Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [5] Enterprise, Jubilee. 2021. *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- [6] Firmansyah.A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta. Deepublish
- [7] Augustinah,F dan Widayati.2019.Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang dalam *Jurnal Dialektika*, Volume 4, Nomor 2, September 2019
- [8] Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. MedPress. Yogyakarta
- [9] Fatihah, Alivia dan Rachmawati, Indri. 2020. Hubungan antara Promosi Penjualan Gopay dengan Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Aplikasi Gojek. Bandung. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/21051>
- [10] Ramadhan, Iqbal Jati dan Rachmawati, Indri. 2021. Hubungan antara Promosi Penjualan Brand Pakaian dengan Minat Beli Calon Konsumen. Bandung

<https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/25867>