

**PENINGKATAN PENJUALAN MIKA HIJAB STORE SOLO  
MELALUI PLATFORM DIGITAL INSTAGRAM**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1  
pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

**Oleh:**

**ERLIN DIAN SAPUTRI**

**A 210 180 073**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENINGKATAN PENJUALAN MIKA HIJAB STORE SOLO MELALUI  
PLATFORM DIGITAL INSTAGRAM**

**PUBLIKASI ILMIAH**


Oleh:

**ERLIN DIAN SAPUTRI**

**A 210 180 073**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen  
Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sm34', with a horizontal line extending to the right from the end of the signature.

**Dr. Sapta Mei Budiyanto., M.Pd**

**NIP. 0627056401**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENINGKATAN PENJUALAN MIKA HIJAB STORE SOLO MELALUI  
PLATFORM DIGITAL INSTAGRAM**

**OLEH:  
ERLIN DIAN SAPUTRI  
A210180073**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari, Senin 18 Juli 2022  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Dr. Sapta Mei Budiyanto, M.Pd. (  )  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Prof. Dr. Harsono, M.S. (  )  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Moh. Chairil Asmawan, S.E., M.Pd. (  )  
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,



  
**Prof. Dr. Sutama, M.Pd.**

NIP. 0007016002

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan saya juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 20 Juli 2022

Penulis



**ERLIN DIAN SAPUTRI**

A210180073

## **PENINGKATAN PENJUALAN MIKA HIJAB STORE SOLO MELALUI PLATFORM DIGITAL INSTAGRAM**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mendeskripsikan apakah platform digital instagram dapat meningkatkan penjualan mika hijab store. (2) mendeskripsikan kegiatan pemasaran mika hijab store melalui platform digital instagram. Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, dengan desain etnografi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah owner atau pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji triangulasi sumber. Teknik analisis datanya melalui reduksi, penyajian, dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Penggunaan platform digital instagram ini dapat menjadikan peningkatan pada penjualan mika hijab store. (2) kegiatan pemasaran mika hijab store melalui platform digital instagram ini dipegang langsung oleh admin media social mika hijab store, aktivitas pemasaran melalui platform digital instagram yaitu membuat konten foto dan video produk yang menarik perhatian para konsumen, kemudian alat promosi yang digunakan mika hijab store seperti mengadakan diskon, mengadakan giveaway setiap hari jum'at, dan mengadakan kupon undian dengan hadiah yang menarik. Dengan adanya kegiatan pemasaran melalui platform digital instagram, menjadikan omset penjualan mika hijab store juga meningkat dengan baik.

**Kata Kunci:** instagram, mika hijab store, penjualan

### **Abstract**

This study are to : (1) describe whether the Instagram digital platform can increase sales of mika hijab stores. (2) describe the marketing activities of mika hijab store through the Instagram digital platform. This research is a type of qualitative research, with an ethnographic design. Data collection techniques in this study were through observation, interviews and documentation. The subjects in this study are the owner or business owner, employees, and consumers. The validity of the data in this study used the source triangulation test. The data analysis technique is through reduction, presentation, and conclusion. The results of this study indicate that : (1) The use of the Instagram digital platform has resulted in an increase in sales of mika hijab stores. (2) Mika hijab store marketing activities through the Instagram digital platform are held directly by the Mika Hijab Store social media admin, marketing activities through the Instagram digital platform are creating product photo and video content that attracts the attention of consumers, then promotional tools used by Mika Hijab Store such as holding discounts, holding giveaways every Friday, and holding raffle coupons with attractive prizes. With the marketing activities through the Instagram digital platform, the sales turnover of Mika Hijab Store has also increased well.

**Keywords:** instagram, mika hijab store, sales

## 1. PENDAHULUAN

Di zaman yang semakin canggih ini, menjadikan tren penjualan melalui platform digital semakin berkembang, hal ini seiring dengan perkembangan teknologi yang terus ada seperti smartphone. Teknologi canggih seperti smartphone tidak hanya di gunakan masyarakat sebagai tempat untuk bertukar kabar saja, namun dapat juga digunakan sebagai salah satu bentuk media pemasaran dan penjualan produk yang dapat berguna untuk kemajuan suatu bisnis (Lukitasari & Nirawati, 2021). Banyaknya persaingan dalam dunia bisnis menjadikan pertimbangan bagi para pelaku usaha dalam memasuki persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu, diperlukan adanya strategi yang tepat untuk meraih pasar yang akan dituju (Ratna Gumilang, 2019). Penggunaan teknologi diharapkan mendatangkan manfaat luas bagi persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan yang mampu melibatkan teknologi kedalam perusahaannya merupakan perusahaan yang mampu bersaing dalam dunia bisnis tersebut. Salah satu jenis keterlibatan teknologi dalam meningkatkan persaingan bisnis serta penjualan produk, yaitu dengan menggunakan *E-Commerce* dalam kegiatan pemasaran produknya (Sudirwo et al., 2021). Tujuan suatu bisnis didirikan yaitu untuk mendatangkan keuntungan, hal ini agar bisnis tersebut dapat bertahan dan semakin berkembang dengan baik kedepannya.

Platform digital instagram merupakan salah satu media yang banyak digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan bisnis, baik untuk kegiatan pemasaran maupun penjualan produk. Sekarang ini, banyak pelaku usaha yang sudah beralih dari kegiatan pemasaran secara langsung menjadi kegiatan pemasaran secara online, begitu pula kegiatan penjualannya. Pelaku usaha sudah banyak yang memanfaatkan penjualan secara online melalui berbagai platform digital, seperti salah satunya yaitu instagram. Dengan banyaknya jumlah pengguna instagram dan semakin bertambah setiap harinya, hal ini menjadikan peluang bagi para pelaku usaha dalam mengembangkan pasarnya melalui smartphone (Ratna Gumilang, 2019).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gultom, 2018) yang mengungkapkan bahwa instagram merupakan salah satu aplikasi populer dikalangan

masyarakat. Platform ini menjadikan penggunaanya mengupload foto atau video disertai dengan keterangan mengenai foto atau video yang akan di upload tersebut. Berkembangnya teknologi yang semakin canggih ini, dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menemukan berbagai informasi mengenai produk yang sedang dibutuhkan. Adanya bentuk pemasaran online melalui platform digital instagram, hal ini memberikan manfaat bagi para pelaku usaha, seperti salah satunya yaitu produk yang dijual akan banyak dilihat oleh pengguna instagram di berbagai daerah, sehingga hal ini tentu akan berdampak pada peningkatan penjualannya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2022) yang memberikan definisi mengenai digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat untuk menunjang berbagai kegiatan bisnis yang dilakukan. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan digital marketing para pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas, mengingat sekarang ini banyak masyarakat yang sudah menggunakan aplikasi instagram.

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan semakin meningkatnya pengguna instagram saat ini, menjadikan kebutuhan pokok masyarakat seperti pakaian juga akan meningkat (Lukitasari & Nirawati, 2021). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat yang di gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sekarang ini banyak pelaku usaha yang bergerak di bidang fashion. Salah satunya yaitu usaha mika hijab store. Fashion merupakan suatu hal yang digunakan untuk menunjang penampilan seseorang, dengan fashion seseorang akan memiliki penampilan menarik sesuai dengan keinginannya (Dirbawanto & Adlina, 2022). Dalam menunjang kegiatan bisnisnya, usaha mika hijab store sudah menggunakan instagram dengan akun @mikastore\_solo sebagai kegiatan pemasaran dan penjualan produknya. Menurut owner mika hijab store, bahwa instagram merupakan salah satu platform digital yang tepat untuk di gunakan dalam kegiatan penjualan. Hal ini karena platform digital instagram memiliki jangkauan yang sangat luas. Selain itu, melakukan kegiatan bisnis melalui platform digital instagram juga lebih menghemat waktu, pelaku usaha dapat

melakukan pemasaran hanya dengan menggunakan smartphone yang terhubung dengan jaringan internet tanpa harus melakukan pemasaran secara langsung.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Xia et al., 2020) dengan judul penelitian yaitu *“Creating the best first impression : designing online product photos to increases sales”*. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang foto produk online dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana kegiatan pemasaran melalui platform digital instagram dapat meningkatkan penjualan. Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Virtanen et al., 2017) dengan judul penelitian yaitu *“Follow for follow : marketing of a start-up company on instagram”*. Dimana persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan instagram sebagai kegiatan pemasarannya untuk menarik pelanggan atau konsumen.

Dengan adanya kecanggihan teknologi sekarang ini, para pelaku usaha harus mampu bersaing dengan para pesaingnya. Salah satu hal yang dianggap tepat untuk digunakan dalam menghadapi persaingan tersebut adalah melakukan penjualan dan pemasaran melalui platform digital instagram. Oleh karena itu, perlu adanya suatu penelitian mengenai penggunaan platform digital instagram pada suatu usaha, terkhusus usaha mika hijab store solo. Banyak pelaku usaha yang menggunakan instagram dalam kegiatan bisnis, namun banyak pula pelaku usaha yang belum mengetahui bagaimana strategi dalam meningkatkan penjualannya. Maka adanya penelitian ini untuk memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengetahui bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada suatu usaha.

## **2. METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan jenis penelitian dengan menceritakan atau menuliskan serta mendeskripsikan objek yang diteliti sesuai atas kebenaran dilapangan. Menurut (Sudirwo et al., 2021) penelitian kualitatif yaitu penelitian yang memberikan penjelasan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi. Sedangkan menurut (Harsono, 2018) penelitian

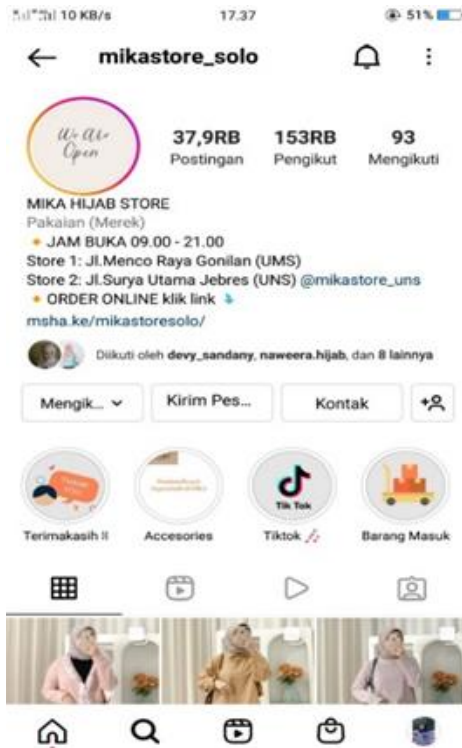


kualitatif merupakan kegiatan penelitian dengan memahami serta menyelidiki suatu kasus sosial, dimana peneliti menyiapkan gambaran kompleks, meneliti kata-kata, tindakan dan dokumen atas suatu peristiwa. Desain dalam penelitian ini adalah etnografi. Menurut Harsono (2016) desain etnografi merupakan penelitian kualitatif yang memberikan uraian dan penafsiran atas suatu budaya atau kehidupan sosial masyarakat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan mika hijab store solo. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari : owner mika hijab store, karyawan, dan pelanggan mika hijab store. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data skunder. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Sedangkan analisis datanya melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Penggunaan Platform Digital Instagram pada Penjualan Mika Hijab Store Solo**

Perkembangan zaman yang semakin canggih ini telah membawa perubahan bagi setiap pelaku usaha. Hal ini di dukung dengan adanya teknologi canggih, kini para pelaku usaha memilih untuk melakukan penjualan produknya secara online melalui berbagai platform digital. Usaha mika hijab store telah melakukan kegiatan penjualan dan pemasaran produk melalui platform digital instagram. Berdasarkan hasil wawancara dengan infroman usaha mika hijab store tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa mika hijab store sudah menggunakan kecanggihan teknologi seperti platform digital instagram sebagai kegiatan penjualan produknya. Selain itu, peneliti juga memperoleh hasil dokumnetasi berikut ini:



Gambar 1 Screenshot Akun Instagram @mikastore\_solo

Berdasarkan hasil dokumentasi tersebut, maka dapat di ketahui bahwa usaha mika hijab store sudah melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan melalui platform instagram. Di dalam akun tersebut berisi informasi lengkap seperti foto dan video produk, jam operasional toko mika hijab store, alamat toko mika hijab store dan layanan pemesanan dan pengiriman yang dapat dilakukan melali shopped an whatsapp.

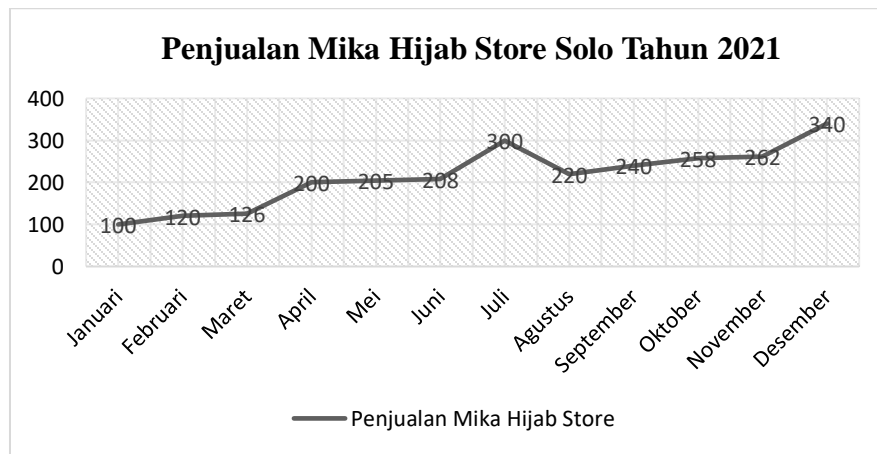
Penggunaan platform digital instagram pada usaha mika hijab store ini memberikan beberapa manfaat, salah satunya yaitu meningkatnya penjualan. Dari hasil wawancara dengan owner dan karyawan mika hijab store tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa media sosial seperti instagram memberikan manfaat bagi pelaku usaha maupun produknya, selain produk tersebut akan banyak di kenali oleh masyarakat namun manfaat tersebut dapat juga berupa peningkatan jumlah penjualan produk. Hal ini di dukung dengan tabel penjualan produk mika hijab store pada tahun 2021 berikut ini:

Tabel 1. Penjualan Produk Mika Hijab Store Tahun 2021

		<b>Penjualan Produk</b>	<b>Omset atau Pendapatan</b>	<b>Biaya Instagram per Bulan</b>
<b>2021</b>	<b>Jan</b>	100	Rp. 8.245.000	Rp. 250.000
	<b>Feb</b>	120	Rp. 8.645.000	Rp. 250.000
	<b>Mar</b>	126	Rp. 8.845.000	Rp. 250.000
	<b>Apr</b>	200	Rp. 10.200.000	Rp. 250.000
	<b>Mei</b>	205	Rp. 10.480.000	Rp. 250.000
	<b>Juni</b>	208	Rp. 10.600.000	Rp. 250.000
	<b>Juli</b>	300	Rp. 12.468.000	Rp. 250.000
	<b>Agst</b>	220	Rp. 11.112.000	Rp. 250.000
	<b>Sept</b>	240	Rp. 11.435.000	Rp. 250.000
	<b>Okt</b>	258	Rp. 11.800.000	Rp. 250.000
	<b>Nov</b>	262	Rp. 11.910.000	Rp. 250.000
	<b>Des</b>	340	Rp. 13.685.000	Rp. 250.000
<b>Total</b>	<b>2.579</b>	<b>Rp. 129.425.000</b>	<b>Rp. 3.000.000</b>	

Total bersih omset penjualan mika hijab store yaitu (Rp. 129.425.000 – Rp. 3.000.000) = Rp. 126.425.000,-

Dari tabel tersebut, dapat di simpulkan bahwa penjualan mika hijab store pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang cukup baik setiap bulannya. Peningkatan penjualan ini terjadi karena mika hijab store gencar melakukan pemasaran mellalui media online seperti platform digital instagram. Hal ini juga di dukung dengan grafik penjualan mika hijab store berikut:



Gambar 2. Grafik Penjualan Mika Hijab Store

Dari grafik penjualan mika hijab store tersebut, dapat di simpulkan bahwa kenaikan penjualan mika hijab store meningkat dengan stabil setiap bulannya. Oleh karena itu, penggunaan platform digital instagram ini merupakan hal yang paling tepat untuk menunjang kegiatan penjualan produk.

### **3.2 Pemasaran Mika Hijab Store Solo**

Aktivitas pemasaran mika hijab store yang di lakukan melalui platform digital instagram ini berlangsung dengan terjadwal, dan selalu berusaha mengikuti apa yang sedang trending di masa kini. Berdasarkan hasil wawancara, dapat di simpulkan bahwa pemasaran mika hijab store di lakukan melalui platform digital instagram, dengan cara membuat konten pemasaran yang berupa foto atau video singkat mengenai produk yang akan di pasarkan, kemudian dalam mengunggah juga di sertai dengan pemberian caption atau keterangan produk hal ini untuk mempermudah pelanggan dalam melihat produk.

### **3.3 Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa melalui penggunaan platform digital instagram dapat meningkatkan penjualan usaha mika hijab store. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil pengamatan oleh peneliti bahwa dengan menjaga kualitas produk yang dijual, memberikan kepuasan terhadap pelayanan konsumen, dan mengadakan giveaway maka dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen, melalui hal tersebut maka akan berpengaruh pada peningkatan penjualan. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Untari & Fajariana, 2018) dengan judul penelitian strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun @subur\_batik). Dimana dalam penelitian ini memperoleh hasil yang sama yaitu melalui penggunaan akun media sosial seperti instagram, terjadi peningkatan penjualan pada usaha subur batik.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lukitasari & Nirawati, 2021) dengan judul penelitian analisis strategi pemasaran melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan online shop *queenstreet*. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada kegiatan promosi yang digunakan dalam kegiatan

penjualan yaitu promosi dengan cara mengunggah foto maupun video produk, mengunggah foto yang *realpict* artinya foto produk yang di pasarkan merupakan barang yang sama, dan memberikan referensi pemakaian produk agar menarik perhatian masyarakat luas atau konsumen. Dalam penelitian tersebut membahas mengenai strategi pemasaran yang tepat dalam menjual produk *queenstreet* agar dapat menjadikan peningkatan penjualan pada usaha tersebut. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa dengan menggunakan media sosial seperti instagram, terjadi peningkatan penjualan pada usaha online shop *queenstreet* karena semakin banyak jumlah pengguna instagram saat ini, maka semakin mudah bagi pelaku usaha dalam melakukan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan penjualannya.

Di zaman yang semakin canggih ini, memberikan manfaat yang cukup baik bagi setiap orang termasuk para pelaku usaha. Dengan adanya kecanggihan teknologi, kini para pelaku usaha memilih memanfaatkan teknologi canggih untuk menunjang kegiatan penjualannya melalui berbagai platform digital. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Selling, 2021) yang mengungkapkan bahwa melalui smartphome, sekarang ini para konsumen dapat membuka akses untuk segala bentuk dalam memenuhi kebutuhan hidup pada pasar digital. Penelitian ini berfokus pada penggunaan platform digital instagram dalam peningkatan penjualan mika hijab store solo. Penggunaan platform digital instagram ini sudah di mulai sejak awal usaha mika hijab store di buka, tepatnya pada tahun 2017. Platform digital instagram sendiri adalah sebuah tempat yang dihubungkan dengan jaringan internet untuk penggunaannya. Sejalan dengan pendapat (Efrida & Diniati, 2020) yang memberikan definisi instagram sebagai aplikasi yang berpeluang besar bagi setiap orang yang menggunakan, dalam membuat konten berupa foto atau video untuk di upload dan dapat dilihat oleh pengguna lain yang juga menggunakan instagram. Selain itu sejalan dengan pengungkapan oleh (Muniroh et al., 2017) bahwa di era sekarang ini, kegiatan pemasaran tidak hanya dilakukan secara langsung dengan melakukannya langsung di lapangan, namun kita juga harus memanfaatkan perkembangan zaman dengan melakukan pemasaran modern melalui media sosial.

Dari hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa akun instagram mika hijab store sudah mencapai 153 ribu jiwa. Menurut owner mika hijab store mengungkapkan bahwa, kunci dari banyaknya followers mika hijab store adalah konsisten dalam membuat konten produk berupa foto atau video singkat yang di upload di instagram. Dengan melakukannya secara konsisten, hal ini dapat membuat masyarakat atau pengguna instagram akan berfikir bahwa akun instagram mika hijab store merupakan akun yang hidup artinya terdapat kegiatan di dalam akun instagram tersebut. Hal inilah yang menjadikan para pengguna instagram tertarik untuk mengikuti akun mika hijab store. Selain itu, penggunaan platform digital instagram ini juga memberikan manfaat bagi usaha mika hijab store. Manfaat yang didapatkan adalah produk yang di pasarkan melalui instagram akan dikenali oleh masyarakat, dengan demikian akan menjadikan peningkatan pada penjualan mika hijab store. Baik penjualan langsung maupun penjualan online. Hal ini sejalan dengan yang di ungkapkan oleh (Khairani & Pratiwi, 2018) melakukan kegiatan promosi melalui media sosial memberikan keuntungan yaitu lebih efisien, hal ini karena tidak membutuhkan biaya untuk melakukannya dan juga penyebarakan berita lebih cepat dari mulut ke mulut.

Berdasarkan manfaat yang didapatkan oleh mika hijab store yaitu terjadi peningkatan pada penjualannya, maka dapat di simpulkan bahwa platform digital instagram ini dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha, melalui kegiatan pemasarannya menggunakan platform digital, pelaku bisnis dapat membuat konten pemasaran berupa foto tau video produk yang ingin di pasarkan. Sejalan dengan pengungkapan oleh (Waqfin et al., 2021) bahwa pemasaran digital merupakan sebuah media yang wajib dipakai oleh pelaku usaha pada zaman sekarang ini, karena hal ini seiring dengan konsumen yang sudah mengikuti arus digitalisasi.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa pemasaran melalui platform digital instagram yang dilakukan dengan terjadwal dapat meningkatkan penjualan pada usaha. Hal ini di buktikan dengan pengamatan oleh peneliti dan wawancara kepada owner mika hijab store bahwa dengan cara melakukan kegiatan pemasaran secara terjadwal dan membuat konten pemasaran mengikuti trend yang sedang ramai maka

dapat menjadikan peningkatan pada penjualannya. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pradana et al., 2019) dengan judul penelitian strategi komunikasi pemasaran geprek express melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan. Dimana hasil yang diperoleh memiliki persamaan yaitu dengan menggunakan strategi melalui pemberian promo menarik seperti giveaway, buy 1 get 1, spicy challeng, dan memberikan diskon dapat menarik perhatian para konsumen.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan, 2017) dengan judul penelitian pemanfaatan media sosial instagram akun @mr.creampuff sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan. Persamaan dalam penelitian ini adalah promosi yang digunakan dalam kegiatan penjualan yaitu dengan menggunakan promosi seperti mengunggah foto atau video produk yang dapat di jangkau publik secara lebih luas. Dalam penelitian tersebut membahas promosi yang tepat melalui akun instagram mr.creampuff dalam meningkatkan penjualan. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa melalui media sosial instagram dapat mempermudah untuk kegiatan pemasaran dan dampaknya dapat menarik banyak pelanggan serta menjadikan kenaikan pada penjualan usaha tersebut.

Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting dalam bisnis, tanpa adanya kegiatan pemasaran suatu bisnis tidak akan berkembang dengan baik. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa dalam mengembangkan bisnis harus dikelola dengan baik. Perlu adanya pengelolaan yang baik agar suatu bisnis tersebut dapat berkembang lebih baik lagi, sehingga mampu bersaing dengan para pesaingnya (Cay & Irnawati, 2020). Instagram adalah sebuah aplikasi yang didalamnya terdapat fitur menarik seperti foto dan video. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi instagram, sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa aplikasi instagram ini dapat memudahkan konsumen dalam melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberikan komentar di bawah foto yang diminati (Ramadhan, 2017).

Kegiatan pemasaran pada usaha mika hijab store melalui platform digital instagram ini sudah berjalan kurang lebih 5 tahun terhitung sejak tahun 2017 silam. Namun pada saat itu akun instagram mika hijab store masih dipegang oleh ownernya

sendiri, hingga sekarang kurang lebih 3 tahun akun tersebut sudah dijalankan oleh admin media sosial mika hijab store. Dengan banyaknya masyarakat yang menjadi pengguna aktif aplikasi instagram, hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan pemasaran melalui platform digital instagram, termasuk salah satunya yaitu mika hijab store. Sejalan dengan pengungkapan oleh (Putri, 2022) bahwa media sosial juga didefinisikan sebagai manfaat dalam hal efisiensi dan penargetan. Biaya pelaksanaan kampanye pemasaran media sosial lebih terjangkau daripada metode tradisional yang lebih mahal. Aplikasi instagram sendiri sudah memiliki fitur yang mendukung untuk melakukan kegiatan pemasaran. Fitur tersebut diantaranya adalah upload foto, upload video, insta story, pesan DM (*Direct Message*), kolom komentar like dan rells. Fitur-fitur tersebut dimanfaatkan oleh pemilik usaha mika hijab store untuk melakukan kegiatan pemasaran. Pemasaran melalui platform digital instagram ini mampu mengenalkan toko maupun produk mika hijab store kepada masyarakat luas. Selain itu, adanya pemasaran melalui instagram ini memberikan dampak yang baik terhadap kenaikan penjualan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sudirwo et al., 2021) bahwa pemanfaatan media sosial instagram diantaranya untuk meningkatkan transformasi usaha melalui kecepatan, ketetapan dan efisiensi informasi dengan jangkauan luas. Selain itu, instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Menurut (Untari & Fajariana, 2018) media sosial instagram di ketahui telah banyak ada di sekitar kita. Segala kalangan masyarakat pun bisa dengan mudah menggunakan aplikasi ini.

Kegiatan pemasaran mika hijab store melalui platform digital instagram ini dilakukan dengan sesering mungkin, setiap hari admin mika hijab store selalu mengupload konten foto atau video singkat mengenai produk yang dijual. Foto atau video tersebut di upload pada akun instagram @mikastore\_solo. Pada hari jumat 17 juni 2022 kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh admin mika hijab store adalah dengan mengunggah foto dan video sebanyak 30 unggahan. Dengan adanya kegiatan pemasaran melalui instagram yang dilakukan dengan terus menerus ini akan membuat



para konsumen juga rutin melihat produk mika hijab store. Selain itu, admin mika hijab store juga menambahkan caption atau keterangan produk dengan detail sampai dengan harga produknya. Hal ini dilakukan agar mempermudah calon pembeli dalam melihat-lihat produk, sedangkan pemberian hastag pada mika hijab store ini bertujuan untuk mempermudah seseorang dalam melihat produk, hanya dengan klik hastag yang tertera didalam postingan produk. Pengambilan gambar maupun video ini real menggunakan gambar yang asli tanpa diberi filter agar cahayanya terang. Karena produk yang dijual di mika hijab store sendiri sudah termasuk produk yang memiliki kualitas yang baik.

Penggunaan aplikasi instagram yang terbilang cukup mudah ini, menjadikan banyak masyarakat yang memilih untuk menggunakan aplikasi instagram. Melalui instagram, seseorang akan dengan mudah mendapatkan berbagai informasi, baik informasi seputar kecantikan maupun informasi seputar kulineran. Sama halnya ketika seseorang ingin berbelanja fashion, melalui akun instagram @mikastore\_solo seseorang akan mendapatkan berbagai informasi terkait produk yang ingin di cari. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Ayutiani & Satria Putri, 2018) yang mengungkapkan bahwa mudahnya cara penggunaan aplikasi instagram membuat pengguna menjadikan instagram sebagai media informasi dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

Pemasaran mika hijab store melalui platform digital instagram, menciptakan banyak respon baik dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah views pada postingan produk yang dipasarkan melalui platform digital instagram dan banyaknya jumlah pengunjung akun instagram mika hijab store. Sejalan dengan pengungkapan oleh (Untari & Fajariana, 2018) bahwa untuk menarik followers yang banyak, pelaku usaha harus mempunyai strategi memposting foto atau video disertai dengan testimoni dari para konsumen. Produk mika yang diposting biasanya bisa mencapai 200an orang yang menyukai, meskipun terbilang tidak sebanding dengan jumlah pengikutnya. Namun dengan angka tersebut, dapat menunjukkan bahwa ketertarikan pelanggan terhadap produk yang dijual mika hijab store ini lumayan tinggi.

Selain itu, kegiatan pemasaran yang dilakukan mika hijab store melalui platform digital instagram juga menggunakan berbagai alat promosi penjualan. Alat promosi yang digunakan ini seperti memberikan diskon atau potongan harga biasanya 30% atau 50% dari harga asli, mengadakan giveaway yang berupa game, misalnya pelanggan harus komen atau like postingan mika hijab store sebanyak-banyaknya setelah itu akan di undi siapa yang berhak mendapatkan hadiah giveaway tersebut, giveaway yang terjadwal mika hijab store adalah giveaway setiap hari jum'at sedangkan sisanya merupakan giveaway yang tidak terjadwal. Seperti hasil wawancara dengan owner mika hijab store, bahwa bulan juli mendatang merupakan ulang tahun hari jadi mika hijab store, untuk itu mika akan mengadakan semacam giveaway yang hadiahnya berupa sebuah laptop, voucher belanja senilai 2 juta untuk 20 orang pemenang dan sebuah smartwatch. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Untari & Fajariana, 2018) bahwa dalam memaksimalkan pemasaran subur batik dengan cara memberikan potongan harga bagi pembelian paket. Dengan jumlah pengikut akun instagram mika hijab store yang lumayan tinggi, hal ini juga sangat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap pengguna akun instagram mika hijab store. Karena ketika pengikut akun instagram sudah banyak otomatis review, like, komen, dan postingannya juga mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap pengguna akun instagram. Pemasaran mika hijab store yang dilakukan melalui platform digital instagram ini juga memberikan pelayanan yang baik terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti ketika pelanggan menanyakan stok produk melalui DM (*Direct Message*), kemudian admin dengan segera mungkin membalas pesan dari pelanggan tersebut. Hal ini tentu memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen.

#### **4. PENUTUP**

Dengan menggunakan platform digital instagram dalam kegiatan pemasarannya, menjadikan peningkatan penjualan pada usaha mika hijab store. Peningkatan ini terjadi setiap bulannya, meskipun belum mencapai titik maksimal namun setidaknya dengan adanya pemanfaatan platform digital instagram sebagai media pemasaran dan penjualan, menjadikan produk mika hijab store solo di kenali oleh banyak masyarakat

di berbagai daerah. Kegiatan pemasaran mika hijab store melalui platform digital instagram sudah berlangsung selama 5 tahun bermula dari tahun 2017. Kegiatan pemasaran ini dulunya dipegang langsung oleh owner mika hijab store, namun seiring berjalannya waktu kurang lebih 3 tahun kini mika hijab store sudah memiliki admin khusus yang memegang akun instagram mika hijab store. Kegiatan pemasarannya ini dilakukan admin dengan mengupload konten foto maupun video produk mika hijab store, yang disertai dengan caption yang menarik dan juga hastag untuk mempermudah pelanggan melihat produk. Kegiatan pemasaran ini dilakukan dengan terus menerus setiap harinya, hal ini agar produk dilihat oleh para pengguna instagram.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Dirbawanto, N. D., & Adlina, H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Penjualan di Era New Normal. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 136. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12844>
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Gultom, H. C. (2018). Pemanfaatan Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Pemasaran Alternatif. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 3(02), 17–31. <http://www.journal.stie-yppi.ac.id/index.php/JAB/article/view/204/156>
- Harsono. (2016). *Etnografi Pendidikan Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Harsono, A. R. P. (2018). Keluar Malam, Belajar Tidak Terarah, Prestasi Belajar Yang Baik Bagi Mahasiswa Kost Di Sekitar Kampus. *Seminar Nasional Pendidikan 2018*, 117–121.
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Lukitasari, L., & Nirawati, L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 190. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.10435>

- Muniroh, L., . H., & Marlina, A. (2017). Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengrajin Tas Di Ciampea. *Inovator*, 6(2), 57. <https://doi.org/10.32832/inovator.v6i2.1046>
- Pradana, W. W., Azainil, & Arsyad, A. W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Geprek Express Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 71–85.
- Putri, A. M. A. (2022). DIGITAL MARKETING STRATEGY TO SURVIVE DURING COVID-19 PANDEMIC. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJE BAR)*, 2022(8.5.2017), 2003–2005.
- Ramadhan, F. H. (2017). Pkm Pemanfaatan Media Sosial Instagram. *Jom Fisip*, 4(2), 1–15.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Selling, O. (2021). Peningkatan Penjualan melalui Pendampingan Online Selling Pada Platform Digital Increased Sales Through Online Selling Assistance on Digital Platforms. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4).
- Sudirwo, S., Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 50–57. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v5i1.178>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Virtanen, H., Björk, P., & Sjöström, E. (2017). Follow for follow: marketing of a start-up company on Instagram. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 468–484. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2016-0202>
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159. [https://doi.org/10.32764/abdimas\\_ekon.v2i3.2112](https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112)
- Xia, H., Pan, X., Zhou, Y., & Zhang, Z. (Justin). (2020). Creating the best first impression: Designing online product photos to increase sales. *Decision Support Systems*, 131(July 2019), 113235. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2019.113235>