

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN NTAKU MALINO DI KELURAHAN LAMBARA KECAMATAN TAWAELI KOTA PALU

Achmad Dirham¹, Jumri Hi Tahang Basire², Zaitun³

dirham.11092003@gmail.com¹, jumritahang72@gmail.com², zaitunsyahziq@gmail.com³

Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

ABSTRAK

Media sosial Instagram menjadi salah satu sarana yang digunakan oleh pelaku usaha Ntaku Malino dalam memasarkan produknya. Penggunaan teknologi sebagai alat penjualan ini dibimbing langsung oleh mahasiswa KKN Tematik Lingkar Industri Angkatan 1 UIN Datokarama Palu. Penelitian ini berfokus pada penggunaan media sosial Instagram dalam memperluas jaringan pemasaran. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membimbing pelaku usaha Ntaku Malino dalam Upaya meningkatkan penjualan produk. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan menganalisis media sosial Instagram sebagai alat penjualan online dalam hal pemasaran dan peningkatan penjualan produk Ntaku Malino. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan produk Ntaku Malino saat ini belum terlihat peningkatan yang signifikan dari penggunaan media sosial Instagram, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: penggunaan media sosial untuk memasarkan produk masih relatif baru, dan kurangnya kemampuan kami dalam mengolah dan mempromosikan produk Ntaku Malino melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Pemasaran, Penjualan.

ABSTRACT

Instagram social media is one of the means used by Ntaku Malino business actors in marketing their products. The use of technology as a sales tool is directly guided by students of the Thematic KKN Lingkar Industri Batch 1 UIN Datokarama Palu. This research focuses on the use of Instagram social media in expanding the marketing network. The purpose of this research is to guide Ntaku Malino business actors in efforts to increase product sales. The research method used is a qualitative approach, by analyzing Instagram social media as an online sales tool in terms of marketing and increasing sales of Ntaku Malino products. The data collection techniques used were observation, interview, and documentation. The results showed that the role of Instagram social media in increasing sales of Ntaku Malino products currently has not seen a significant increase from the use of Instagram social media, this is due to several factors, namely: the use of social media to market products is still relatively new, and our lack of ability to process and promote Ntaku Malino products through Instagram social media.

Keywords: Social Media, Instagram, Marketing, Sale.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat, teknologi informasi telah menjadi fondasi penting bagi banyak perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk mereka. Di antara berbagai inovasi teknologi, media sosial muncul sebagai kekuatan dominan dalam dunia pemasaran. Fenomena ini tidak hanya terlihat pada perusahaan besar, tetapi juga mempengaruhi bisnis kecil, termasuk pelaku usaha lokal dan UMKM. Transformasi ini tercermin dalam perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi dan alat interaksi. Setiap hari, jutaan pengguna aktif menjadikan platform media sosial seperti

Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya sebagai lahan subur bagi para pelaku bisnis untuk memperkenalkan, memasarkan, dan menjual produk mereka. Dengan kemampuan penargetan yang tepat, pengusaha dapat mencapai audiens yang sesuai dengan karakteristik produk mereka, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye pemasaran (Putri & Riofita, 2024, pp. 272–273).

Teknologi memudahkan konsumen memilih produk secara online. Hal ini terlihat dari banyaknya penjual yang memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Konsumen tak perlu lagi mengunjungi toko fisik untuk membandingkan satu produk dengan produk lainnya, akan tetapi cukup dengan melihat deskripsi penjualan. Pemanfaatan media sosial sebagai alat penjualan sangat menguntungkan bagi pelaku usaha, dengan hadirnya berbagai media sosial dapat memperluas jangkauan pemasaran, sehingga produk mereka dapat dikenal oleh khalayak luas.

Pemasaran merupakan suatu usaha untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen dengan menekankan manfaat yang akan diperoleh mereka ketika memiliki produk atau jasa tersebut. Pemasaran ini dilakukan secara konvensional melalui berbagai metode, termasuk strategi pemasaran. Dalam merancang strategi pemasaran, penting untuk melakukan perencanaan yang meliputi pemahaman tentang fungsi dan tujuan dari strategi tersebut serta mengenali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaannya (Khairunnisa, 2022, p. 98).

Media sosial telah menjadi salah satu platform pemasaran yang paling pesat berkembang di dunia, dengan kemampuan untuk membantu pemasar menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk. Penggunaan media sosial merupakan pendekatan inovatif dalam melaksanakan berbagai kegiatan bisnis untuk mendukung transaksi online. Media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, memperbaiki citra produk, dan pada akhirnya, mendorong peningkatan penjualan (Swanda & Hudi, 2024, pp. 593–594).

Media sosial, terutama Instagram, menawarkan banyak keuntungan dalam promosi. Salah satu keuntungannya adalah kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen tanpa memerlukan biaya, tenaga, atau waktu yang banyak, proses penyampaian informasi dapat dilakukan dengan sangat cepat. Di Instagram, informasi yang ingin disebarkan tidak hanya terbatas pada teks, tetapi juga dapat berupa foto dan video, yang memungkinkan penyampaian informasi kepada konsumen dengan lebih mudah (Puspitarini & Nuraeni, 2019, p. 76).

Kegiatan KKN Tematik Kluster Industri yang kami laksanakan berlokasi di Kelurahan Lambara, Kecamatan Tawaeli, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Lambara merupakan salah satu Kawasan Industri yang terletak di kecamatan Tawaeli Kota Palu. Adapun terdapat beberapa IKM yang sedang berjalan di Kelurahan Lambara. Berdasarkan data IKM yang tercatat pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tengah, ada 36 Pelaku Industri Kecil Menengah yang berada di Kelurahan Lambara. Salah satunya adalah produk Ntaku Malino yang merupakan sebuah hasil kerajinan tangan yang berasal dari batok kelapa.

Berdasarkan hasil observasi yang kami lakukan bahwa pelaku usaha Ntaku Malino memiliki kendala dalam memperluas jaringan pemasaran. Biasanya pelaku usaha memanfaatkan kegiatan pameran untuk mengenalkan dan memasarkan produk Ntaku Malino. Namun pada saat ini dengan adanya berbagai media sosial dapat digunakan sebagai tempat penjualan produk.

Media sosial Instagram menjadi salah satu sarana yang digunakan oleh pelaku usaha Ntaku Malino dalam memasarkan produknya. Penggunaan teknologi sebagai alat

penjualan ini dibimbing langsung oleh mahasiswa KKN Tematik Lingkar Industri Angkatan 1 UIN Datokarama Palu.

METODE PENELITIAN

Kegiatan secara keseluruhan terdiri dari 4 tahap yakni observasi, wawancara, dokumentasi, pendampingan, dan pemberdayaan. Observasi yang dilakukan di Kelurahan Lambara kecamatan Tawaeli Kota Palu dimulai pada tanggal 15 oktober 2024 sampai dengan 25 oktober dengan mewawancarai ketua RT dan RW sebagai perwakilan warga sekitar Lokasi yang mengetahui masalah yang dihadapi warga, setelah itu mendesain pemecahan masalah yang telah ditemukan. Memulai kegiatan ini dengan seminar awal yang dilakukan di balai Kelurahan Lambara yang dihadiri oleh Lurah Lambara, ketua RT/RW serta tokoh masyarakat yang berada di kelurahan Lambara.

Memilih salah satu usaha milik warga Kelurahan Lambara untuk kami dampingi dan memberdayakan. Usaha yang kami pilih adalah Ntaku Malino, yang mengolah limbah batok kelapa menjadi kerajinan seperti tas, bakul nasi, lampu tidur, hiasan dinding, dan lain-lain. Produk ini menghadapi masalah dalam penjualan dan pemasaran yang masih terbatas; saat ini, Ntaku Malino hanya dipasarkan melalui pameran atau acara yang diadakan oleh Pemerintah Kota Palu. Oleh karena itu, kami memilih produk ini sebagai objek penelitian untuk meningkatkan penjualan produk Ntaku Malino. Jenis pemasaran yang akan digunakan adalah pemasaran melalui media sosial Instagram.

Pendampingan dan pemberdayaan yang kami lakukan yaitu dengan memanfaatkan media sosial Instagram dalam pembuatan akun Ntaku Malino, dan memasarkan produk pada event yang diadakan oleh Universitas Islam Negeri Datokarama Palu yaitu EXPO 4.0. Disisi lain, Ntaku Malino bekerja sama dengan dinas perdagangan kota Palu untuk membantu menjual produk Ntaku Malino ke dalam pameran yang sedang dilaksanakan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pemahaman mendalam terhadap fenomena yang sedang diteliti, dengan fokus pada analisis rinci setiap kasus. Karakteristik masalah yang diteliti dapat bervariasi. Untuk memastikan bahwa penelitian dengan metode kualitatif berkualitas, data yang dikumpulkan haruslah akurat dan lengkap, mencakup baik data primer maupun data sekunder (Sahir, 2021). Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang lebih menekankan pada aspek proses suatu tindakan yang dilihat secara menyeluruh (Armayani et al., 2021, p. 8925). Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan

Lokasi penelitian ini adalah rumah produksi atau kediaman Bapak Adrianto, selaku founder Ntaku Malino, yang terletak di RT 4, Kelurahan Lambara. Penelitian ini dilakukan dua kali setiap pekan, yaitu pada hari Senin dan Kamis, selama delapan pekan, dimulai dari tanggal 17 Oktober hingga 5 Desember 2024.

Kelurahan Lambara adalah salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Tawaeli, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. Sebelumnya, wilayah ini termasuk dalam kabupaten Donggala sebelum adanya pemekaran wilayah dan pembentukan Kota Palu sebagai daerah otonom. Selain itu, Kelurahan Lambara berada di wilayah pesisir, sehingga memiliki potensi sumber daya laut yang cukup besar. Secara umum luas wilayah Kelurahan Lambara kurang lebih 738,68 ha, terletak memanjang dari arah barat ke timur kurang lebih 8,5 km. Secara administrasi, batas wilayah kelurah Lambara sebagai berikut:

1) Sebelah utara: Kel. Baiya 2) Sebelah selatan: Kel. Kayumalue ngapa 3) Sebelah timur: Desa Nupabomba Kab. Donggala 4) Sebelah barat: Kel. Panau.

Waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Angkatan I Gelombang II

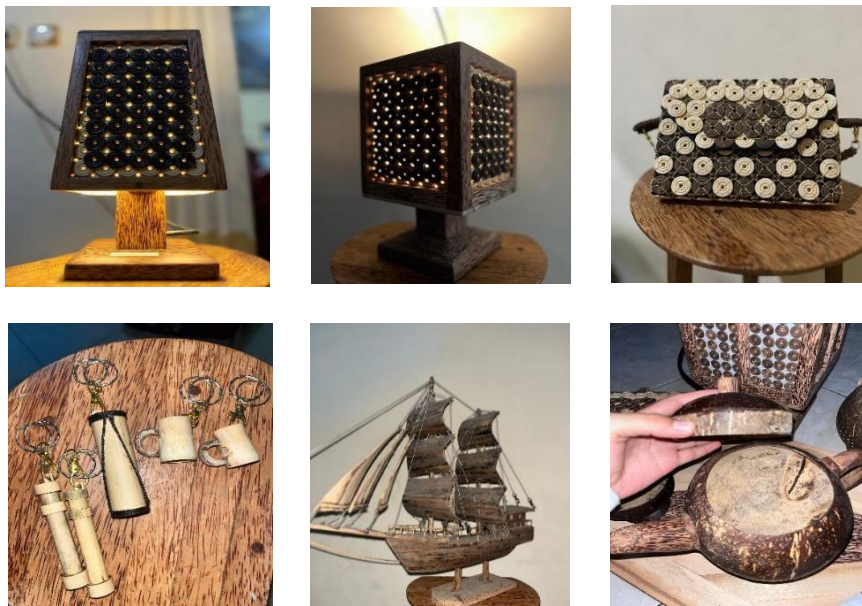
adalah pada tanggal 15 Oktober 2024, diawali dengan pengantaran ke Kantor Kecamatan Tawaeli, kemudian dilanjutkan ke Kantor Kelurahan Lambara dan diterima langsung oleh Lurah Lambara, Bapak Mohamad Rifai, S.Si. Observasi awal dilakukan sejak Rabu, 16 Oktober hingga Rabu, 23 Oktober 2024. Selanjutnya, kegiatan ini dilanjutkan dengan penyelesaian program kerja hingga Rabu, 4 Desember 2024, dan diakhiri dengan kegiatan penarikan mahasiswa KKNT se-Kecamatan Tawaeli pada hari Senin, 9 Desember 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ntaku Malino adalah nama usaha dari sebuah produk kerajinan tangan yang terbuat dari batok kelapa. Ntaku Malino berasal dari bahasa Kaili Rai, suku yang ada di Kota Palu. Ntaku yang berarti “satu” dan Malino yang artinya “Bersih”, sehingga maknanya adalah buah kelapa memiliki banyak manfaat, semua bagian dari buah kelapa dapat dimanfaatkan dan diolah menjadi berbagai produk yang memiliki nilai jual.

Dengan berbahan dasar batok kelapa, produk ini memiliki nilai tersendiri, seperti kekuatan, ringan, dan ketahanan, serta memiliki nilai estetika. Hasil kerajinan tangan yang unik dan tradisional menjadi daya tarik bagi produk tersebut. Terdapat berbagai jenis produk yang dihasilkan dari batok kelapa, seperti hiasan dinding, lampu tidur, tas, gantungan kunci, tempat nasi, sendok, dan lain-lain.

Produk Ntaku Malino



Ntaku Malino berdiri sejak tahun 2018 oleh pak Adrianto dan memiliki tempat produksi di rumahnya sendiri. Pelaku Ntaku Malino awalnya membuat tas, kemudian dilanjutkan dengan produk-produk lainnya. Keunggulan produk Ntaku Malino yaitu berbahan dasar batok kelapa yang dengan keahlian khusus untuk menyulapnya menjadi kerajinan tangan yang bernilai jual dan memiliki nilai seni. Ntaku malino biasanya dipasarkan melalui pameran atau pegelaran seni yang diadakan di Kota Palu dan sekitarnya.

Dalam mempertahankan mutu penjualan produk tentunya pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran agar penjualan produk bisa meningkat, terkhusus bagi pelaku usaha Ntaku Malino. Media sosial memiliki peran penting dalam memasarkan produk ini, karena selain dikenal oleh warga sekitar produk Ntaku Malino juga dapat dijangkau oleh masyarakat luas.

Setelah melakukan observasi dan wawancara langsung kepada pak Adrianto pendiri

Ntaku Malino, kami menemukan masalah dalam penjualan dan pemasaran produk. Olehnya kami membantu pak Adrianto dalam memasarkan produk Ntaku Malino dengan memanfaatkan media sosial yang ada, salah satunya adalah menggunakan Instagram sebagai alat penjualan.

Masalah utama dalam penjualan Ntaku Malino yaitu terletak pada pemasaran yang kurang meluas, hal tersebut disebabkan oleh kurangnya penguasaan terhadap teknologi selain itu kurangnya kemampuan penjualan di media sosial menjadi hambatan dalam peningkatan penjualan produk. Maka pelatihan dan seminar sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan mengolah media sosial untuk penjualan produk Ntaku Malino.

Salah satu peran penting media sosial Instagram dalam penjualan produk Ntaku Malino adalah dapat memperluas jangkauan pemasaran, dimana produk tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar kelurahan Lambara saja, akan tetapi dengan pemasaran melalui media sosial Instagram, produk Ntaku Malino dapat dikenal oleh para pengguna Instagram lainnya yang berada diluar wilayah. Selain itu, Instagram juga berperan untuk meminimalisir biaya pemasaran, produk sudah dapat dipasarkan hanya melalui postingan. Pemasaran melalui Instagram menjadi salah satu solusi bagi Ntaku Malino dalam upaya peningkatan penjualan produk. Pemasaran melalui Instagram lebih efektif karena banyaknya pengguna di berbagai rentang usia, olehnya media sosial Instagram digunakan sebagai salah satu media pemasaran produk Ntaku Malino.

Berdasarkan penelitian yang telah kami lakukan, media sosial Instagram berpotensi memberikan dampak positif untuk meningkatkan penjualan produk Ntaku Malino. Akan tetapi, saat ini belum terlihat peningkatan yang signifikan dari penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan produk Ntaku Malino. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: penggunaan media sosial Instagram untuk memasarkan produk masih relatif baru, dan kurangnya kemampuan kami dalam mengolah dan mempromosikan produk Ntaku Malino melalui media sosial Instagram.

KESIMPULAN

Media sosial Instagram memiliki peran penting dalam pemasaran produk. Penggunaan Instagram dapat menjadi peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Saat ini, sangat penting bagi pelaku usaha untuk menguasai teknik pemasaran online agar dapat bersaing di dunia penjualan digital. Maka pelatihan dan seminar sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan mengolah media sosial.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang ramai dikalangan publik, penggunaan Instagram sebagai alat penjualan dapat membantu pelaku usaha untuk memasarkan produk-produknya. Peran media sosial Instagram dalam pemasaran produk Ntaku malino dapat membuat produk mudah untuk dikenal oleh masyarakat luas, selain itu pemasaran melalui Instagram juga dapat meringankan biaya. Dalam peningkatan penjualan produk tentunya Instagram dapat meningkatkan penjualan yang telah dibuktikan oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Akan tetapi, dalam penelitian ini kami belum bisa mengetahui secara signifikan peningkatan penjualan produk Ntaku Malino menggunakan media sosial Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. 5.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis, 5(1), 98.

- <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>.
- PUPUK DI PUSAT KOPERASI UNIT DESA RIAU. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(2), 592–602. <https://doi.org/10.31932/jpe.v9i2.3701>.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.
- Putri, M. S., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Media Sosial Dalam Mengoptimalkan Pemasaran Dan Penjualan. 06(3).
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. KBM INDONESIA.
- Swanda, F., & Hudi, I. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN.