

AKTIF DAN KREATIF DALAM PEMAMFAATAN GADGET SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI DUNIA VIRTUAL

Ayu Methanti

Universitas Ngudi Waluyo, Kabupaten Semarang

Email : noliametha@gmail.com

Abstrac

This research was conducted because in this modern and sophisticated era with various facilities it can increase student interest in entrepreneurship on social media. Motivating students to maximize the use of gadget technology even though it has limitations. It is expected that students can act more actively and creatively in solving problems due to inadequate facilities and infrastructure. In order to be able to compete in the midst of competitors even though the device used is only a smartphone.

Key word: content, promotion media, editing

Received :
Date written by
publisher
08-08-2022
Received in Revised
Format :
14-09-2022
Accepted :
14-09-2022
Available Online :
25-09-2022

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin modern menjadi sebuah peluang yang menjanjikan bagi para pemilik usaha. Tidak perlu memiliki toko secara fisik, operasional lebih fleksible, dan dapat dilakukan bersama kegiatan lain. Bahkan kini pelajar juga telah memanfaatkan peluang ini untuk berniaga di dunia virtual. Meluncurkan produk mereka sendiri ataupun menjadi reseller contohnya. Tetapi persaingan dalam segi kualitas, layanan, dan promosi membuat pelaku usaha melakukan berbagai cara agar bertahan dari banyaknya kompetitor. Terlebih dari segi promosi, para pelaku usaha cenderung kurang aktif dalam mengenalkan produk miliknya. Karena dari segi sarana prasarana yang tidak memadai, atau terbatasnya biaya untuk memaksimalkan promosi. Para pelaku usaha enggan membayar jasa untuk poster ataupun fotografer untuk mengambil foto produk karena merasa cukup dengan promosi seadanya. Hal ini dianggap kurang dapat menarik calon pembeli. Atau bahkan sebelum memulai usaha sudah

merasa pesimis karena kurangnya fasilitas gadget sebagai media penunjang berjalanya pemasaran seperti tidak memiliki laptop, pc, atau kamera.

Di kehidupan sehari-hari, gadget yang paling dekat dengan kita adalah smartphone. Dengan fitur-fitur yang mumpuni ditunjang oleh aplikasi yang mudah diakses dapat kita manfaatkan sebagai pengganti pc. Seperti halnya kita sebagai brainware membutuhkan perangkat hardware untuk mengoperasikan software. Smartphone menjadi pintu gerbang untuk masuk ke dunia virtual. Teknologi ini dapat kita manfaatkan untuk pemasaran, sebagai media mewujudkan promosi kreatif walau sarana dan prasarana terbatas. Smartphone saat ini memiliki fitur yang mumpuni seperti kamera dengan ukuran pixel yang tinggi dan memori penyimpanan yang cukup besar. Terlebih lagi di playstore telah tersedia berbagai aplikasi editing yang dirancang sedemikian rupa sehingga mudah untuk dioperasikan. Sehingga kita dapat memaksimalkan promosi produk

yang dimiliki. Untuk mengambil foto produk, membuat poster, dan lain-lain.

Hubungan gadget dengan promosi produk di sosial media

Sekarang ini segala hal bisa dilakukan secara daring, termasuk dalam hal jual beli, promosi dan pemasaran. Untuk menyebar luas kan produk kita dapat memanfaatkan media sosial yang dapat kita akses dengan smartphone. Jikapun bisnis berjalan online sekaligus offline. Promosi yang digunakan untuk meningkatkan kunjungan konsumen ke lokasi bisnis tersebut. Dulu strategi promosi dilakukan dengan cara menyebarkan brosur, memasang pamflet, iklan pada radio dan lain-lain. Namun saat ini melakukan promosi dengan cara tersebut kurang efektif karena konsumen telah beralih kepada media yang lebih canggih, terlebih mobilitas orang-orang saat ini kebanyakan menggunakan smartphone. Memanfaatkan gadget guna meningkatkan penjualan dengan cara promosi ini dapat digunakan mengingat konsumen saat ini telah beralih ke dunia virtual yaitu media sosial.

Aplikasi editing pada smartphone sebagai media membuat konten

Untuk membuat konten di toko online kita seperti foto produk, poster, dan video iklan tidak perlu menggunakan perangkat pc canggih ataupun kamera slr. Karena kini smartphone telah mempuni dari segi resolusi layar, penyimpanan, dan kualitas megapixel kamera depan dan belakang. Hal ini dapat kita manfaatkan untuk mengambil foto produk. Namun tidak seluruhnya pengguna smartphone memiliki kualitas yang sama. Untuk mengakali spek smartphone yang kurang, kita dapat memberikan effort lebih pada proses editingnya. Banyak sekali aplikasi pada playstore untuk mengedit seperti snap seed, canva, adobe lightroom, flyer maker dan masih banyak lagi. Hal ini dapat di

manfaatkan untuk menutupi hasil foto dari smartphone kita yang kurang sempurna. Jika foto, poster, iklan, dan video produk kita terlihat apik maka akan menarik calon pembeli dan menaikkan penjualan secara signifikan.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey kepada dua owner online shop yakni ; Kafe Djuned dan Calla beauty makeup. Hal ini dipilih oleh peneliti sebagai bahan perbandingan antara pelaku usaha yang menjual kembali produk orang lain atau reseller dan pelaku usaha yang meluncurkan produknya sendiri dan dipasarkan secara online dan offline dengan promosi yang seluruhnya dilakukan secara daring.

Instrumen yang digunakan adalah wawancara yang menghasilkan data primer dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan mengenai bagaimana menarik pembeli dengan promosi, memaksimalkan tampilan produk dalam promosi, merancang konten yang menarik dan bahan serta alat yang digunakan untuk merealisasikan promosi tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana owner dalam mempromosikan produknya cenderung memanfaatkan bahan dan alat yang telah dimiliki dan mudah di dapatkan ataukah harus dengan fasilitas yang sangat mendukung namun dengan budget tersendiri.

Dari hasil wawancara kepada dua owner online shop, di dapati beberapa strategi pemasaran yang dilakukan sepenuhnya menggunakan smartphone foto produk yanglg ditampilkan diambil hanya dengan kamera 16 pixel. Untuk membuat poster promosi menggunakan flyer maker dan kemudian memanfaatkan sosial media untuk menyebar luaskan produk yang di tawarkan.

Tabel 1. Perbedaan penggunaan aplikasi dan sistem promosi dua online shop

	Foto produk	Aplikasi editing	Strategi Promosi
Kopi Djuned	<ul style="list-style-type: none"> Kamera smarphone asus 16+5 mp Background lokasi toko offline Elemen hiasan memakai bahan makanan (biji kopi, cabai, dll) 	<ul style="list-style-type: none"> Snap seed Canva 	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi bernuansa tempo dulu Live music setiap weekend Menjadi sponsor berbagai kegiatan (dikemas dengan proses foto dan poster jadwal live music yang selalu update dan berubah-ubah)
Calla Beauty Makeup	<ul style="list-style-type: none"> Kamera smarphone vivo 16 mp Background memakai cermin, kain, lokasi sekitar rumah Elemen hiasan memakai 	<ul style="list-style-type: none"> Adobe lightroom Flyer maker 	<ul style="list-style-type: none"> Mengemas tampilan foto produk berbeda dari produsen Memberikan deskripsi singkat pada poster guna menarik

Untuk poster promosi live music supaya konsumen datang ke kafe, owner menggunakan aplikasi canva. Aplikasi ini cukup mudah di akses, terbukti dari banyaknya flyer yang di buat oleh owner, selalu memiliki tampilan konten yang berbeda. Berarti sangat mudah mengoperasikan aplikasi ini.

Untuk bisnis calla beauty makeup yang seluruhnya dilakukan secara online, strategi yang dipakai harus membuat produk yang sama dengan pembawaan tema konten yang berbeda-beda agar tiap foto tidak terkesan monoton. Seringkali dijumpai reseller hanya mengupload foto produk yang sama dan tampilan yang sama walau rentang waktu sangat jauh, seperti contohnya foto A bulan lalu telah di upload kemudian pada bulan berikutnya foto A di

	bunga palsu dan bunga asli di sekitar rumah		minat baca calon pembeli <ul style="list-style-type: none"> Memasukkan informasi dan pengetahuan yang akhirnya mengerucut pada keunggulan produk
--	---	--	---

Kopi Djuned dalam membuat foto produk sebagai konten promosi di media sosialnya menggunakan kamera dari Hp asus zenfone maxpro 1. Dengan kamera 16 pixel menghasilkan tampilan foto yang cukup bagus. Namun untuk membuat hasil foto lebih menarik, owner menggunakan aplikasi snap seed. Hasil foto terkesan lebih dramatis dengan konsep yang sederhana. Namun hal ini sesuai dengan lokasi kafe yang tempo dulu. Suasana dalam foto dibuat klasik dan menampilkan elemen-elemen hiasan antik. Selain itu untuk mengambil foto produk dari kafe Djuned sendiri menggunakan bumbu-bumbu dapur (cabai, bawang, daun) dan biji-bijian. Untuk background foto langsung diambil di kafe karena lebih menonjolkan suasana kafe itu sendiri.

reupload dengan foto konten yang sama persis. Hal ini menyebabkan konsumen berfikir apakah toko online ini tidak pernah update produknya. Sehingga minat konsumen untuk mengunjungi situs online cenderung berkurang. Jika kita menyuguhkan tampilan konten promosi yang fresh, berbeda tampilan tiap upload maka akan menjadi daya tarik konsumen mengunjungi situs online itu sendiri.

Untuk alat yang digunakan, owner calla beauty makeup menggunakan kamera Hp Vivo dengan kualitas kamera sebesar 16 pixel. Namun untuk mendapatkan foto produk makeup yang detail sangat sulit karena pengaturan fokus yang kurang. Maka dari itu owner call beauty makeup memaksimalkan proses editing untuk menutupi kekurangan dari hasil foto

kamera. Aplikasi yang digunakan adalah adobe lightroom.

Adobe lightroom dipilih karena fitur-fiturnya lengkap dari pengaturan pencahayaan, kontras, highlight, pengaturan warna secara menyeluruh atau detail warna-warna tertentu, tekstur dan fokus juga dapat di tingkatkan.

Berikut hasil foto yang digunakan sebagai konten untuk promosi dari kedua online shop. Hasil foto telah melalui proses edit, dengan elemen-elemen pendukung yang mudah ditemui tanpa harus membeli bahkan didapatkan dari sekitar rumah.



Gambar 1. Foto produk dengan background tumbuhan liar di persawahan



Gambar 2. Foto menu dengan Hp Asus, hiasan dari bumbu dapur



Gambar 3. Foto produk dengan background meja dan hiasan biji kopi



Gambar 4. Foto produk dengan background cermin dan bunga liar



Gambar 5. Iklan poster live music dengan aplikasi canva



Gambar 7. Iklan poster skincare dengan aplikasi Flyer maker



Gambar 6. Iklan poster skincare dengan aplikasi Flyer maker

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran promosi dalam pemasaran produk atau jasa memiliki pengaruh besar terhadap kemajuan bisnis. Mahasiswa yang diharapkan dapat memanfaatkan teknologi dan mengelola bisnis di dunia virtual. Promosi sebagai kunci pemasaran melalui konten yang di buat, mempengaruhi minat beli calon customer. Ketika kita mengemas promosi produk kita menjadi menarik maka calon pembeli akan mencari informasi tentang toko kita. Yang awalnya hanya tertarik dengan konten kita, kemudian membuka situs online kita, kemungkinan tertarik untuk membeli juga lebih besar. Dan bagi pelaku bisnis hybrid yaitu online dan offline. Dapat menarik minat customer untuk mengunjungi toko offlinenya. Tantangan dari promosi melalui konten adalah mendesain konten itu sendiri, apakah kita memiliki sarana untuk membuatnya apakah kita memerlukan perangkat yang canggih untuk membuat konten. Jawabannya adalah tidak, karena untuk mengedit saat ini bisa dibuat dengan smartphone. Dengan aplikasi yang ada

displaystore kita bisa membuat konten dengan mudah.

Harapan dari penulis adalah walaupun situasi dan kondisi kita terbatas, apapun rintangan dan tantangan di pecahkan dengan cara terbaik. Keterbatasan sarana dan prasarana bukan menjadi halangan, kita harus lebih termotivasi dan menjadi kreatif untuk mengatasi keterbatasan tersebut. Seiring berkembangnya zaman, diri kita dituntut untuk berkembang dengan memanfaatkan dan memaksimalkan apapun yang ada di sekitar kita.

DAFTAR PUSTAKA

Merdian H.P., Desy M., & Muhammad R.(2022). Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Promosi Desa Surabaya Timur. <https://journal.literasisains.id/index.php/smaniora/article/download/225/92>

Thallita A.N., & Farah G.A. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.do. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/ustakom/article/download/1883/898>