

Pasar bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dengan kehadiran social media Instagram, sebagai dampak dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto, maupun video. Penggunaanya yang mudah membuat aplikasi ini begitu di minati oleh berbagai kalangan, baik untuk sekedar membagi informasi terkait kegiatan sehari-hari, ataupun untuk berbisnis.

Data terbaru Facebook mengungkap pemakai instagram RI merupakan pemakai instagram terbesar di asia pasifik. Country Director Facebook Indonesia Sri Widodari mengatakan indonesia bisa jadi pengguna instagram terbesar di Asia Pasifik karena orang-orang menggemari platform yang kaya visual itu.

Seiring berjalannya waktu , instagram saat ini telah di jadikan platform untuk memasarkan produk dan telah digunakan oleh brand terkemuka di dunia seperti starbucks, Nike, Adidas dan lain sebagainya.

Fitur dari instagram juga menjadi salah satu alasan mengapa pada saat ini banyak di gunakan oleh online shop yang ada di indonesia. Seperti fitur instastory yaitu fitur update status foto atau video dengan batas waktu 1x24 jam. Fitur ini juga menjadi favorit online shop untuk mempromosikan suatu produk

Berkaitan dengan hal di atas instagram sudah banyak di gunakan brand terkemuka di indonesia dan Salekha.Official adalah salah satu online shop yang menggunakan instagram sebagai media promosi periklanan dengan artis selebgram sebagai endorser. Bayaran dari setiap selebgram pun bervariasi tergantung dari seberapa terkenal dan metode endorsmentnya, yang terdiri dari instastory, foto, dan video

Dilihat dari segi Customer relationship Management juga mendapatkan beberapa keuntungan dengan menjadi online shop yang menjadikan instagram sebagai basis penawaran dan periklanan yaitu :

1. Mudah berkomunikasi dengan customer
2. Bisa dengan mudah membentuk persepsi orang dengan gaya komunikasi yang positif
3. Mudahnya dalam melakukan iklan atau promosi

Salekha.Official adalah sebuah brand gamis online yang tempat produksinya berdomisili di Jakarta. Dengan mengusung konsep gamis yang simple dan elegan. Memiliki 2 varian model, dengan harga RP 185.000 dan RP 199.000, sasaran pasarnya memang di tujukan pada muslimah remaja di Indonesia. Dalam hal periklanan di media Instagram, Salekha.Official menggunakan metode endorment. Dalam penjualannya Salekha.Official menggunakan sistem open order yang akan di upload di Instagram dan di order melalui whatsapp atau shopee

Endorsment adalah sebuah tindakan mendukung atau setuju terhadap sesuatu. Umumnya endorment di akun Instagram di lakukan dengan cara, si pihak brand memberikan produk yang ingin di perkenalkan kepada pihak endoser/artis untuk di perkenalkan melalui akun Instagram endorser/artis tersebut melalui foto atau video dengan mencantumkan alamat instgram online shop tersebut.

Bagi Salekha.Official, Instagram yang saat ini banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia, dapat di akses dengan mudah melalui smartphone menjadi kelebihan tersendiri untuk memperkenalkan dan memasarkan produk secara efektif dan lebih menekan anggaran produksi di bandingkan dengan penyebaran brosur dan lain sebagainya. Dengan begitu penggunaan dan pemanfaatan Instagram merupakan cara praktis dan modern dalam memperkenalkan setiap produk dari Salekha.Official yang di tunjang oleh endorment para selebgram.

Beberapa unggahan Endorsment untuk Saleka.Official pada bulan Febuari-Mei 2019 melalui Instagram, sebagai berikut :



- 1) 28 Febuari 2019 di posting foto oleh Rizka D.widy melalui instagram yang jumlah pengikutnya 125 Ribu dengan biaya RP 250.000

Respon dan Daya tarik :

Pada tanggal 28 Febuari 2019 Endorsment pertama yang di lakukan oleh rizka dwi yang mempunyai pengikut 12RB orang, memberikan dampak kepada instagram Salekha.Official dengan 200 orang pengikut. Namun dari 200 orang pengikut tidak memberikan dampak terhadap minat beli.



- 2) 5 maret 2019 di posting instastory dan foto oleh Adinda Amira melalui instagram yang di sukai oleh 33RB orang dengan biaya RP 1.700.000

Respon dan Daya tarik :

Pada tanggal 5 Maret 2019, Salekha.Official melakukan Endorsment ke 2nya dengan Adinda Amira sebagai endorser yang mempunyai pengikut 468RB orang. Yang memberikan dampak sebanyak 3RB orang mengikuti instagram Salekha.Official dan membuat minat beli melonjak sampai 90%. Lonjakan tersebut membuat seluruh set gamis habis terjual dalam kurun 5 hari terutama warna yang di pakai oleh endorser tersebut.



- 3) 7 april 2019 di posting video oleh Nella Firdayati melalui instagram dengan jumlah views 13RB dan di sukai 3 RB orang dengan biayaRP 350.000

Respon dan Daya tarik :

Pada tanggal 29 Maret Salekha.Official melakukan open order yang ke 2 dengan total 104 set gamis dan daya beli khalayak cenderung konsisten dengan 5-10 pcs per harinya. Tanggal 7 April Salekha.Official melakukan endorsment ke 3nya dengan Nella Firdayati sebagai endorser . Yang menghasilkan pengikut sebanyak 500 orang, tetapi daya beli khalayak cenderung tidak ada peningkatan.



- 4) 17 april 2019 di posting instastory dan foto oleh Adinda Amira melalui instagram yang di sukai oleh 33RB orang dengan biayaRP 1.700.000

Respon dan Daya tarik :

Pada tanggal 17 April Salekha.Official melakukan endorsment ke 4nya dengan Adinda Amira sebaga endorser yang menghasilkan pengikut 2RB orang namun daya beli relatif stabil. Berbeda saat Adinda menjadi endorsment pertama kalinya.



- 5) Di posting instastory oleh Wafiq Maliq melalui instagram dengan biaya RP 550.000

Respon dan Daya tarik :

Pada tanggal 7 Mei 2019 Salekha.Official melakukan endorsment ke5nya Wafiq Malik sebagai endorser yang menghasilkan pengikut 4RB orang dan meningkatkan daya beli khalayak sekitar 90% , dimana stock gamis pada saat itu terjual habis bahkan banyak orang yang tidak mendapatkan gamis karena sangat tingginya minat beli pada saat itu.



- 6) Di posting instastory oleh Wardah Maulina melalui instagram dengan biaya RP 1.500.000

Respon dan Daya tarik :

Pada tanggal 17 Mei 2019 Salekha.Official melakukan endorsment dengan Wardah Maulina sebagai endorser yang menggunakan produk yang sama di pakai Wafiq Malik namun hanya menghasilkan pengikut 400 orang.

Peneliti mengambil isi unggahan dari endorsment Salekha.Official pada instagram yang menjadi masalah utama . Peneliti melihat arah respon khalayak berbeda pada setiap endorsment.

Disini peneliti melihat perbedaan yang signifikan antara endorsment pertama dan kedua dari Adinda Amira yang menarik. Karena produk yang di iklankan dari mulai dengan model,bahan,dan harga tidak ada bedanya. Hanya warna produk saja yang berbeda, namun di sini peneliti memfokuskan terhadap minat beli yang anjlok.

Begitu juga saat Wafiq Malik yang bisa menghasilkan 4RB pengikut dan menaikkan minat beli yang tinggi. Di sisi lain Wardah maulina yang basis pengikutnya di instagram dan juga harga endorsment yang cukup tinggi hanya bisa menghasilkan 400 orang pengikut, di sertai daya beli yang cenderung tidak ada peningkatan signifikan. Dengan begitu pada setiap endorsment yang di lakukan Salekha.Official terdapat perbedaan daya tarik dengan minat beli.

Namun belum terlihat apakah perbedaan respon dari minat beli di sebabkan oleh daya tarik endorser. Untuk melihat hubungan kedua variabel tersebut perlu di lakukan penelitian lebih lanjut.

Rumusan masalah

Dari latar belakang terlihat gejala adanya perbedaan endorsment dalam memperkenalkan produk salekha.official. Perbedaan ini di duga menimbulkan perbedaan daya tarik bagi followers masing-masing endoser. Perbedaan ini juga di duga membedakan minat beli para followers masing-masing endorser.

Untuk memastikan hubungan daya tarik dengan minat beli, maka perlu di lakukan penelitian dengan rumusan masalah “Bagaimana hubungan daya tarik yang endorser gamis online shop salekha.official dengan minat beli pengguna instagram “

Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, penelitian di maksudkan untuk mengungkap seberapa besar pengaruh pada setiap endorser pada pengaruh minat beli gamis Salekha.Official.

Dengan maksud tersebut maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui daya tarik endorser gamis online shop salekha.official terhadap pengguna instagram
2. Untuk mengetahui minat beli pengguna instagram terhadap gamis online shop Salekha.Official melalui endorser yang di lakukan
3. Untuk mengetahui hubungan daya tarik endorser Salekha.Official dengan minat beli pada gamis Salekha.Official

Manfaat penelitian

Secara Teoritis

1. Ingin mengetahui konsep dan teori Customer Relationship Management dalam media instagram Salekha.Official.

Secara Praktis

2. Sebagai saran untuk Salekha.Official dalam memilih endorser yang memenuhi kriteria daya tarik agar dapat menumbuhkan minat

beli.



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul