

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PAKAIAN *ONLINE SHOP* ELEVENIA DI BBM GRUP TERHADAP MINAT BELI MAHASISWI

Anastasia Kara

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fisip, Universitas Trihuwana Tunggaladewi

Email: Karaanastasia13@yahoo.co.id

Abstract: *Promotion aims to provide information and encourage consumers to buy the product. MasterCard survey results show in Indonesia as much as 15% of the population ever do online shopping. The purpose of this study was to determine the effect and the factors of sales promotion online clothing shop Elevenia in blackberry messenger (BBM) buying interest student group against WiraHusada Nusantara. Research was conducted is quantitative study. The research sample used random sampling with 50 respondents. Data collection techniques performed by researchers was the questionnaire. Data analysis method used was a simple regression using SPSS. The research proves that the promotion variables affect the variable interest to buy clothes in the online shop on the female of Wira Husada Nusantara Malang with the variable value promotion at 9.817 and the value of the significance of test regression modest 0,000 with significance level 0,050 and factors that background student WHN purchases through the Online Shop which was the time factor and a flexible, customized price with quality product, easy transaction, choice of more goods and comfort in choosing the product. Thus the need considered in promoting the female of Wira Husada Nusantara Malang determine a strategy appropriate to the circumstances and in accordance with the promotion of ethical conduct and observe the atmosphere of the consumers.*

Key words: *Promotion, Online Shop Elevenia, Interests Buy, female of Wira Husada Nusantara*

Abstrak: Promosi bertujuan memberi informasi dan mengajak konsumen untuk membeli produk. Hasil survei MasterCard menunjukkan di Indonesia sebanyak 15% penduduk pernah melakukan belanja *online*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dan faktor-faktor promosi penjualan pakaian *onlineshop* Elevenia di BBM grup terhadap minat beli mahasiswa Wira Husada Nusantara. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Sampel penelitian menggunakan *random sampling* dengan 50 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah kuesioner. Metode analisa data yang di gunakan yaitu regresi sederhanamenggunakan program SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwavariabel promosi berpengaruh terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* pada mahasiswa Wira Husada Nusantara Malang dengan nilai variabel promosi sebesar 9,817 dan nilai signifikasi dari uji regeresi sederhana sebesar 0,000 dengan taraf signifikasi 0,050 dan faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa WHN melakukan pembelian melalui *Online Shop* yakni faktor waktu dan tempat yang fleksibel, harga disesuaikan dengan kualitas produk, mudah melakukan transaksi, pilihan jenis barang lebih banyak dan Kenyamanan dalam memilih produk. Dengan demikian yang perlu diperhatikan dalam melakukan promosi pada mahasiswa Wira Husada Nusantara Malang yakni menentukan strategi yang sesuai dengan keadaan dan melakukan promosi sesuai dengan etika serta memperhatikan suasana konsumen.

Kata kunci: Promosi, *Online Shop* Elevenia, Minat Beli, Mahasiswa Wira Husada Nusantara

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang sangat pesat dan sudah modern ditandai dengan berbagai macam perubahan-perubahan yang terjadi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa contoh diantaranya adalah sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Kenyataan ini sangat berbanding terbalik ketika kita belum mengenal dunia internet atau *online*. Apabila kita ingin suatu produk atau barang kita harus bertemu dengan penjual produk sehingga transaksi pembelian dapat

dilakukan. Jangkauan antar penjual dan pembeli juga terbatas, tetapi perkembangan teknologi sekarang ini sudah maju khususnya *internet*, sehingga jarak, waktu dan biaya tidak menjadi suatu hambatan untuk melakukan transaksi. Seperti yang kita ketahui bahwa *internet* merupakan jaringan besar yang berhubungan dimana jaringan komputer dapat menghubungkan komputer yang satu dengan yang lain dimana saja. Menurut (Kharis, 2011) pembentukan jaringan *internet* berasal dari komputer yang terhubung di seluruh dunia yang bertujuan memberi jalan untuk informasi.

Pengguna *internet* di negara Indonesia sendiri dari tahun ke tahun terus meningkat dan menurut proyeksi dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia) jumlah pengguna akan terus meningkat hingga dua tahun mendatang. Jumlah pengguna *internet* sendiri telah menarik berbagai macam bisnis yang digunakan untuk mempromosikan produknya di *internet* dan sekaligus untuk melakukan transaksi perdagangan. Perkembangan teknologi ini dirasakan di dalam berbagai bidang antara lain transportasi, komunikasi, elektronik, bahkan di dunia maya. Perubahan ini juga memengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat saat ini. Salah satu contoh yang paling mencolok dari perkembangan teknologi tersebut adalah *gadget* dan masyarakat cenderung beraktifitas di dunia maya seperti berbelanja secara *online* atau lebih sering disebut dengan *online shopping*. Melalui *internet* kita dapat mengenal berbagai hal mulai dari jejaring sosial, aplikasi, berita, video, foto hingga berbelanja melalui *internet* atau *online shopping*. Pengguna *internet* yang terus meningkat disetiap tahunnya juga mendorong adanya suatu potensi besar terciptanya *online shopping*. Berbelanja secara *online* atau *online shopping* di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Hasil survei MasterCard menunjukkan pertumbuhan berbelanja *online* di Indonesia meningkat 15%. Sebanyak 77% responden Indonesia menunjukkan kecenderungan untuk melakukan belanja *online*.

Blackberry merupakan salah satu contoh produk *smartphone* (ponsel pintar). *Blackberry* pada awalnya dianggap sebagai barang mewah dan hanya orang-orang tertentu yang bisa memilikinya, karena diawal kemunculannya harga *Blackberry* terbilang sangat tinggi atau mahal. Dengan berjalannya waktu, harga *Blackberry* menjadi turun atau sedikit murah sehingga sudah banyak orang yang mulai menggunakannya. *Blackberry* memberikan kemudahan kepada penggunanya dengan menyediakan aplikasi *internet* yang biasa dikenal dengan BIS (*Blackberry Internet Service*). Layanan *internet* akan secara otomatis dijalankan ketika sudah mengaktifkan BIS sehingga pengguna bisa langsung saja menggunakan layanan yang telah disediakan (Sihombing, 2010).

Kebanyakan mahasiswi tertarik dengan pakaian pada *online shop* karena modelnya yang sangat bagus dan menarik. Mahasiswi akan mengikuti perkembangan yang modern dengan gaya hidup baru, hal ini jelas terlihat ketika adanya promosi penjualan pakaian di *online shop* Elevenia, gaya hidup mahasiswi menjadi serba instan dan tidak ingin mengunjungi *Mall* atau *supermarket* dengan alasan sibuk dengan aktifitas kampus atau tidak punya waktu luang untuk berbelanja, sehingga sebagian besar konsumen yang melakukan transaksi pembelian di *online shop* Elevenia adalah dari kalangan remaja dan mahasiswi, hal ini sangat membantu mereka untuk tetap menjaga penampilan karena terus memberikan promosi pakaian model terbaru. Kebanyakan mahasiswi lebih tertarik untuk membeli pakaian dibandingkan dengan barang lainnya karena mereka lebih mengutamakan penampilan ketika tampil di depan umum dan tetap terlihat modis di kalangan mahasiswi lainnya. Kehidupan mahasiswi yang serba instan membuatnya terus menerus melakukan transaksi di *online shop* Elevenia pada grup BBM.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisa keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui, Kasiram (2010). Populasi adalah objek atau subjek yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan menarik kesimpulan, Sugiyono (2007). Sampel penelitian menggunakan *random sampling* dengan 50 responden mahasiswi Akbid Wira Husada Nusantara Malang. Teknik

pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *random sampling*, yakni pengambilan atau pemilihan sampel secara acak, Arikunto (2002). Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah kuesioner. Metode analisa data yang digunakan yaitu regresi sederhana menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi terhadap minat beli pakaian di *online shop* Elevenia pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang sebagai berikut:

Tabel1: Uji Regresi Sederhana

Variabel	B (Unstandar Coefficients)	t hitung	Sig
Konstanta	45,310	14,758	0,000
(X)	0,682	9,817	0,000
<i>R Square</i> = 0,668			

Sumber : Diolah, 2015

Dari tabel 4.3, dapat dibuat persamaan regresi untuk mengukur tingkat pengaruh dari variabel promosi (X) terhadap minat beli pakaian di *online shop* Elevenia (Y). Adapun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 45,310 + 0,682 X$$

Dari persamaan regresi dapat diartikan bahwa, ketika tidak ada variabel promosi (X) maka nilai variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia (Y) sebesar nilai konstanta yaitu sebesar 45,310 namun ketika variabel promosi (X) bertambah 0,682 maka nilai variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia (Y) sebesar 45,992.

Dengan demikian makna dari nilai regresi masing-masing variabel sebagai berikut:

Y = Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas yaitu variabel promosi (X).

X = Koefisien regresi (X) sebesar 0,682 dengan tanda menyatakan bahwa variabel promosi (X) mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia (Y).

Dari hasil analisa didapatkan bahwa nilai signifikansi dari uji regresi sederhana sebesar 0,000 dengan taraf signifikansi 0,050 sehingga dinyatakan variabel promosi berpengaruh terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang. Pada tabel di atas didapatkan bahwa Nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,668 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel promosi (X) berpengaruh positif terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia (Y) sebesar 66,8% dan didapatkan nilai t_{hitung} variabel promosi (X) sebesar 9,817 yang artinya variabel promosi (X) berpengaruh terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia.

Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian *Online* Terhadap Minat Beli Mahasiswi Wira Husada Nusantara

Berdasarkan hasil analisa yang telah disajikan dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel promosi (X) berpengaruh positif terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia (Y) dengan nilai *Unstandardized Coefficients* (B) untuk variabel promosi (X) sebesar 0,682 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan hasil uji t membuktikan bahwa variabel promosi (X) berpengaruh terhadap variabel

minat beli pakaian di *online shop* Elevenia (Y) dengan nilai variabel promosi (X) sebesar 9,817 artinya variabel promosi mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan.

Mengingat variabel promosi berpengaruh positif terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia maka yang perlu diperhatikan dalam melakukan promosi di BBM Grup pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang yakni menentukan strategi yang sesuai dengan keadaan seperti memberikan promosi pada saat jam luang yang bersifat tidak mengganggu konsumen dan melakukan promosi sesuai dengan etika dimana menghindari promosi pada saat tengah malam sehingga tidak mengganggu konsumen ketika saat beristirahat.

Menurut Sujadi (2011), promosi penjualan adalah sebuah kegiatan atau materi yang bertindak sebagai ajakan, memberikan nilai tambah atau insentif untuk membeli produk, kepada para pengecer, penjual atau konsumen. Sesuai hasil penelitian didapatkan nilai signifikansi dari uji regresi sederhana sebesar 0,000 dengan taraf signifikansi 0,050 dan hasil uji t sebesar 9,817 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 2,021 sehingga dinyatakan promosi di BBM Grup berpengaruh terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* Elevenia pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang.

Dalam melakukan sebuah promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen minat beli pakaian di *online shop* Elevenia pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang maka perlu diterapkan yaitu etika promosi dalam melakukan proses promosi yakni menyampaikan informasi yang benar dan objektif, tidak ada unsur manipulasi atau memberdayakan konsumen, selalu berpedoman pada prinsip-prinsip kejujuran dan tidak mengecewakan konsumen. Mengingat promosi berpengaruh terhadap minat beli pakaian di *online shop* Elevenia maka yang harus diperhatikan dalam meningkatkan promosi sehingga memberikan keyakinan pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang dalam pengambilan keputusan yakni dengan cara mengatur strategi promosi seperti menawarkan suatu produk kepada konsumen untuk segera mengambil keputusan membeli suatu produk hanya dengan membuat produk lebih bernilai.

Menurut Sujadi (2011), promosi dapat mendorong produk melalui saluran distribusi dengan menciptakan merek yang dikenal luas oleh penyalur dan pemakai di berbagai tempat sepanjang melakukan transaksi. promosi yang berdiri sendiri tidak dapat menciptakan citra untuk suatu merek karena promosi tidak dapat menutupi kekurangan periklanan. Pemanfaatan promosi dengan efektif berarti membangun tujuan, menentukan strategi yang sesuai, dan menetapkan anggaran seperti promosi melalui BBM grup.

Untuk meningkatkan minat beli pakaian di *online shop* dalam pengambilan keputusan maka dalam menawarkan promosi yang baik dengan cara mengenali kebutuhan konsumen, mencari informasi, memahami manfaat produk tersebut bagi konsumen dan erlu mengetahui merek, dealer, kuantitas, waktu dan metode produk yang ditawarkan ke konsumen sehingga produk yang dibeli konsumen tidak mengecewakan.

Bagi konsumen terlebih dahulu harus mengetahui prinsip *online shop* sehingga tidak terjadi penipuan terhadap barang maupun kualitas yang dibeli. Ciri-ciri *online shop* adalah penjualan dan pembelian melalui internet, melakukan transaksi tanpa tatap muka, dapat mengakses dan melakukan transaksi kapan dan dimana saja, pemesanan dapat melalui telepon, dan lain-lain (Kharis, 2011).

Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Mahasiswi Wira Husada Nusantara Melakukan Pembelian Melalui *Online Shop* Elevenia.

Toko *online* merupakan website yang digunakan untuk menjual produk melalui internet (Kharis, 2011). Proses belanja pada *online shop* ini sering diartikan sebagai *online shopping*. *Online shop* atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet.

Hasil penelitian didapatkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,668 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel promosi berpengaruh positif terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* sebesar 66,8%.

Dalam bidang promosi terutama melakukan promosi melalui *online shop* maka diketahui bahwa faktor-faktor yang melatar belangi mahasiswi WHN melakukan pembelian melalui *Online Shop* yakni, (1) Waktu dan tempat yang fleksibel. Dalam hal ini berbelanja online otomatis dilakukan dimana saja dan kapan saja terutama bagi mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang yang bergabung di BBM grup otomatis informasi tentang produk-produk terbaru dengan mudah diketahui. Jika dibandingkan dengan berbelanja ke mall atau ke toko, berbelanja secara *online* jauh lebih fleksibel. (2) Harga. Dalam belanja *online* banyak produk-produk yang memiliki harga terjangkau tergantung minat konsumen untuk membeli. Harga terbaik bisa didapatkan melalui *online shopping* karena tanpa ragu dan kesulitan bisa membandingkan harganya sehingga harga terbaik bisa diperoleh dengan mudah. (3) Mudah. Dalam belanja di *online shopping* otomatis mudah dikerenakan tanpa harus berdesak-desakkan dengan cukup melihat BBM grup referensi produk dengan mudah didapatkan dan dipesan. (4) Pilihan jenis barang lebih banyak. Faktor ini yang paling menonjol dari *online shopping*, menawarkan berbagai macam jenis barang meskipun barang tersebut belum pernah kita lihat. (5) Kenyamanan. Faktor ini lebih kekepribadian mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang, karena sebagian besar dari mereka tidak ingin barang belanjanya diketahui orang lain. Dengan melakukan *online shopping* akan mendapatkan privasi penuh.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut maka dapat diketahui bahwa hal yang menyebabkan seseorang terutama mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang melakukan transaksi melalui *online shop* Elevenia karena banyak kemudahan dan keuntungan. Beberapa keuntungan berbelanja melalui *online shop* antara lain, Berikut ini Keuntungan Belanja *Online* diantaranya yaitu, tidak terikat tempat dan waktu, serta beberapa pilihan toko *online* yang menawarkan barang atau produk yang diinginkan, menghemat waktu dan tenaga, dimana tidak perlu berkeliling mal atau toko, dengan cukup meluangkan waktu sebentar dengan membuka BBM grup dan dapat membandingkan harga produk pada *online shop* yang satu dengan yang lain, sehingga lebih banyak pilihan serta proses belanja yang mudah, cukup memesan barang, melakukan pembayaran atau transaksi melalui internet atau ATM dan tinggal menunggu barang dikirim.

Beberapa hal yang perlu diketahui oleh masyarakat terutama mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang untuk meminimalkan sekecil mungkin resiko yang akan di tanggung konsumen. (1) Resiko penipuan. Dalam belanja *online* harus hati-hati karena resiko penipuan lebih banyak dimana dalam pembelian produk tidak dikirim oleh dipihak toko *online* padahal produk sudah dibayar. (2) Model dan kualitas tidak sesuai. Dalam hal ini kadang-kadang produk yang di beli tidak sesuai dengan contoh label dan gambar yang sudah ada. (3) Penambahan biaya. Dalam *online shopping* otomatis ada biaya tambahan dari produk yang dikirim dimana ada biaya kirim yang ditanggung konsumen. Adapun biaya yang di bayar bisa lebih mahal dikarenakan oleh pihak toko *online* memanipulasi biaya kirim sehingga biaya kirim menjadi mahal.

Promosi pakaian melauai *online shop* sangat membantu konsumen terutama mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang untuk mengetahui model pakian atau *fation* terbaru yang modis dan anggun. Selain menyukai model pakian yang dipromosikan, mahasiswa tertarik untuk melakukan transaksi ini karena proses transaksinya mudah, cepat dan tidak membutuhkan banyak waktu.

Menurut Tjiptono (2012), mengemukakan beberapa strategi berbisnis melalui media *online* yaitu berkomunikasi dengan pelanggan, menyediakan layanan dan dukungan pelanggan, berkomunikasi dengan calon pelanggan, memperluas komunikasi bisnis tradisional dan komunikasi internal. Dalam halpromosidari BBM grup merupakan salahsatu alat komunikasi yang cukup digemari oleh kalangan mahasiswi, karena informasi yang bersifat persuasif daricara penyampaian pesan, bahkan model yang memerankannya akan menciptakan tampilan yang menarik sehingga mengundang konsumen target untuk membeli dan mencoba mengkonsumsi produk yang promosikan.

Sesuai hasil yang dijabarkan promosi berpengaruh terhadap minat beli pakaian di *online shop* pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang maka yang perlu diperhatikan oleh promotor dalam melakukan promosi pada mahasiswi yakni menentukan strategi yang sesuai dengan keadaan seperti memberikan promosi pada saat jam luang yang bersifat tidak mengganggu konsumen dan melakukan promosi sesuai dengan etika dimana menghindari promosi pada saat tengah malam sehingga tidak mengganggu konsumen ketika saat beristirahat. Sedangkan bagi konsumen dalam belanja online harus hati-hati menghindari terjadinya penipuan dengan terlebih dahulu mengetahui seluk-beluk *online shop*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil uji t membuktikan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* pada mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang dengan nilai variabel promosi sebesar 9,817 dan nilai signifikansi dari uji regresi sederhana sebesar 0,000 dengan taraf signifikansi 0,050. Untuk meningkatkan promosi dalam meyakinkan mahasiswi Wira Husada Nusantara Malang untuk mengambil keputusan yakni dengan cara mengatur strategi promosi seperti menawarkan suatu produk kepada konsumen untuk segera mengambil keputusan membeli suatu produk hanya dengan membuat produk lebih bernilai. Serta memberikan promosi pada saat jam luang yang bersifat tidak mengganggu konsumen dan melakukan promosi sesuai dengan etika dimana menghindari promosi pada saat tengah malam sehingga tidak mengganggu konsumen ketika saat beristirahat.

Didapatkan bahwa nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,668 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel promosi berpengaruh positif terhadap variabel minat beli pakaian di *online shop* sebesar 66,8%. Faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswi WHN melakukan pembelian melalui *Online Shop* yakni faktor waktu dan tempat yang fleksibel, harga disesuaikan dengan kualitas produk, mudah melakukan transaksi tanpa harus mendatangi toko langsung, pilihan jenis barang lebih banyak dan kenyamanan dalam memilih produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikanto., 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Iskandar., 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gp Press
- Kharis., 2011. *Impulse Buying Dalam Penjualan Online*. [Jurnal Ekonomi]. <http://kharis.jurnalekonomi.com/2010/11/pengertian-tujuan-fungsi-syarat.html>. (diakses 10 september 2014)
- Sihombing. 2010. *Pengaruh Penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Intensitas Komunikasi Di Kalangan Pelajar SMA Swasta Sriwijaya Medan*.
- Sugiyono., 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta
- Sujadi., 2011. *Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Terhadap Penggunaan Facebook*. Skripsi: Universitas Riau.
- Tjiptono. 2012. *Pemasaran Global*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.