

## Peran *Endorsement* Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Di D'Fashion Textile & Tailor Bandung

Sri Sulastri

Universitas Teknologi Digital, [sri10120124@digitechuniversity.ac.id](mailto:sri10120124@digitechuniversity.ac.id)

Patria Supriyoso

Universitas Teknologi Digital, [patriasupriyoso@digitechuniversity.ac.id](mailto:patriasupriyoso@digitechuniversity.ac.id)

Abstrak

*Di Indonesia, awal mula endorsement para selebriti dimulai dari Twitter sekitar tahun 2010-an, para selebriti mulai mempromosikan produk-produk online shop di akun Twitter mereka. Saat itu, sistem endorsement masih terbilang baru dan belum ada tarif yang baku. Karena itu, endorsement oleh influencer menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk digunakan oleh perusahaan atau bisnis untuk mempromosikan produk mereka. D'Fashion Textile & Tailor Bandung sudah melakukan endorsement kepada influencer dan selebriti terkenal, namun belum diketahui apakah penggunaan endorsement sebagai media promosi dapat meningkatkan penjualan atau tidak, dan sejauh mana peran endorsement dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk D'Fashion Textile & Tailor Bandung.*

**Jenis/Metode** *Metode penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kualitatif deskriptif. Pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi.*

**Temuan** *Proses pengolahan data menggunakan model Miles dan Huberman dengan 3 tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran endorsement sebagai media promosi dalam peningkatan penjualan di D'Fashion Textile & Tailor Bandung berpengaruh cukup signifikan. Karena dengan adanya endorsement, saat ini D'Fashion Textile & Tailor Bandung mengalami peningkatan penjualan hingga empat puluh persen (40%) sampai dengan lima puluh persen (50%) yang artinya endorsement sudah berperan dengan baik dan dapat dikatakan berhasil. Endorsement juga baik dilakukan dengan jangka waktu yang panjang karena bersifat reminding kepada masyarakat.*

**Implikasi** *Diharapkan endorsement terus digunakan D'Fashion Textile & Tailor Bandung untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, endorsement juga berperan sebagai reminding atau pengingat kepada masyarakat bahwa D'Fashion Textile & Tailor Bandung merupakan toko tekstil termurah, terbesar dan terlengkap di Bandung.*

**Tipe Penelitian** *Studi empiris*

**Kata Kunci** : *Endorsement, Media Promosi, Penjualan*

### I. Pendahuluan

D'Fashion Textile & Tailor merupakan sebuah usaha manufaktur di Bandung yang didirikan sejak tahun 2012 oleh Suman Roshan Bhojwani. Namun pada tahun 2017 D'Fashion Textile & Tailor Bandung mengalami kebakaran. Salah satu upaya yang dilakukan D'Fashion Textile & Tailor Bandung untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan melakukan promosi menggunakan media endorsement oleh influencer terkenal. Influencer mempromosikan produk atau jasa melalui postingan di akun media sosial mereka dengan harapan dapat mempengaruhi pengikut mereka untuk membeli produk tersebut. Dengan contoh pada tanggal 17 Januari tahun 2019 D'Fashion Textile & Tailor Bandung melakukan grand opening dengan dimeriahkan oleh Via Vallen.

Di Indonesia, awal mula endorsement para selebriti dimulai dari Twitter sekitar tahun 2010-an, para selebriti mulai mempromosikan produk-produk online shop di akun Twitter mereka. Saat itu, sistem endorsement masih terbilang baru dan belum ada tarif yang baku. Para selebriti biasanya mendapatkan produk secara cuma-cuma sebagai imbalan atas promosinya. Kini, para influencer dengan jumlah pengikut yang besar dapat menghasilkan banyak uang dari endorsement, karena semakin banyak jumlah followers-nya maka akan semakin besar tarif endorsement. Dengan demikian, awal mula endorsement tidak hanya terletak pada potret-potret selebriti di iklan, tetapi juga melibatkan pertumbuhan industri hiburan dan olahraga yang memainkan peran kunci dalam mempopulerkan media promosi iklan melalui endorsement.

Endorsement oleh influencer memiliki kekuatan yang sangat besar karena pengikut influencer mempercayai dan menghormati opini serta rekomendasi yang diberikan oleh influencer tersebut. Karena itu, endorsement oleh influencer menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk digunakan oleh perusahaan atau bisnis untuk mempromosikan produk mereka. D'Fashion Textile & Tailor Bandung sudah melakukan endorsement kepada influencer dan selebriti terkenal seperti Raffi Ahmad, Lesti Kejora, dan Dinan Nurfajrina Salmanan atau lebih dikenal Dinan Fajrina.

Namun, belum diketahui apakah penggunaan endorsement sebagai media promosi dapat meningkatkan penjualan atau tidak, dan sejauh mana peran endorsement dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk D'Fashion Textile & Tailor Bandung. Oleh karena itu, diperlukan sebuah penelitian untuk memahami peran endorsement sebagai media promosi dalam peningkatan penjualan di D'Fashion Textile & Tailor Bandung.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang efektivitas penggunaan endorsement dalam meningkatkan penjualan di industri fashion, khususnya di Bandung. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur tentang penggunaan endorsement sebagai media promosi dalam bisnis fashion, serta memberikan rekomendasi bagi D'Fashion Textile & Tailor Bandung dalam mengoptimalkan strategi promosinya.

Dengan demikian, berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai endorsement. Maka, melalui tugas akhir ini peneliti mengambil judul **“PERAN ENDORSEMENT SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN DI D’FASHION TEXTILE & TAILOR BANDUNG”**.

Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengetahui peran endorsement sebagai media promosi dalam peningkatan penjualan di D'Fashion Textile & Tailor Bandung; 2). Mengetahui bagaimana endorsement dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi D'Fashion Textile & Tailor Bandung bila digunakan dalam jangka panjang.

## II. Kajian Teori

### *Endorsement*

Endorsement merupakan tindakan atau wujud dukungan resmi atau persetujuan terhadap suatu produk, layanan, atau orang oleh pihak lain, terutama oleh tokoh terkenal, selebriti, atau pihak yang memiliki otoritas atau kepercayaan di bidang tertentu. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkuat citra positif, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mempromosikan suatu entitas atau merek.

Dilansir dari (OCBC NISP, 2023) pengertian endorsement adalah teknik marketing yang meminta orang lain mempromosikan produk milik pengusaha. Biasanya orang yang dimintai endorse adalah sosok berpengaruh di masyarakat, entah itu artis, musisi, atlet, atau siapapun yang punya massa pengikut besar (influencer). Sedangkan, menurut (Sendari, 2023) Endorsement adalah pernyataan publik dari seseorang atau organisasi untuk mendukung fitur, kualitas, manfaat, atau merek produk. Endorsement juga bisa didefinisikan sebagai pernyataan publik, khususnya oleh seseorang yang terkenal, bahwa orang tersebut menggunakan atau menyukai produk tersebut.

### **Promosi**

Promosi adalah serangkaian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, penjualan suatu produk atau layanan. Ini melibatkan penggunaan berbagai strategi

dan sarana komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Menurut Rambat Lupiyoadi dalam (Arafah, 2022), mendefinisikan pengertian promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Menurut (Brahim, 2021), promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

### **Media Promosi**

Media promosi merujuk pada berbagai platform atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan promosi kepada khalayak atau target pasar. Media promosi dapat berupa media cetak seperti brosur, poster, atau majalah, atau media elektronik seperti televisi, radio, dan internet, serta media luar ruang seperti billboard atau spanduk. Menurut (Pradhanitasari, 2024), media promosi adalah media promosi adalah segala bentuk sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi terkait produk atau jasa kepada masyarakat, khususnya calon konsumen. Tujuan dari penggunaan media promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran, minat dan pembelian produk atau layanan yang dipromosikan.

### **Penjualan**

Penjualan merujuk pada kegiatan menjual produk atau layanan kepada konsumen atau pelanggan. Tujuan utama dari kegiatan penjualan adalah untuk menghasilkan pendapatn bagi perusahaan dan memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Proses penjualan melibatkan serangkaian langkah, dari membangun hubungan dengan pelanggan potensial sehingga menutup penjualan. Menurut Moekijat dalam (Mesak, 2023) definisi penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.

## **III. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Dengan objek penelitian D'Fashion Textile & Tailor Bandung. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu:

### **1. Metode Wawancara**

Dalam wawancara, peneliti mempersiapkan pertanyaan terstruktur dan wawancara dilakukan secara tatap muka. Dalam hal ini wawancara yang akan dilakukan peneliti mengenai a. Sejarah berdirinya D'Fashion Textile & Tailor Bandung b. Peran endorsement sebagai media promosi

D'Fashion Textile & Tailor Bandung c. Profil D'Fashion Textile & Tailor Bandung.

Metode wawancara peneliti gunakan untuk menggali data terkait endorsement sebagai media promosi untuk peningkatan penjualan di D'Fashion Textile & Tailor Bandung. Adapun informannya antara lain:

- a. Bapak Delip Tolani manager D'Fashion Textile & Tailor Bandung, untuk mendapatkan informasi tentang endorsement yang sudah dilakukan D'Fashion Textile & Tailor Bandung apakah dapat meningkatkan penjualan.
- b. Bapak Naresh manager D'Fashion Textile & Tailor Bandung, untuk mendapatkan informasi tentang profil D'Fashion Textile & Tailor Bandung.
- c. Bapak Mulyanto selaku pramuniaga D'Fashion Textile & Tailor Bandung, membantu peneliti berkeliling toko untuk mendapatkan dokumentasi.
- d. Ibu Bety Kusmawaty selaku staff D'Fashion Textile & Tailor Bandung, untuk membuat perjanjian temu antara peneliti dengan manager.

## 2. Metode Observasi

Observasi langsung ini dilakukan peneliti untuk mencari data yang valid sesuai fakta mengenai peran endorsement sebagai media promosi dalam peningkatan penjualan, keadaan sarana dan prasarana yang dapat menunjang kegiatan penjualan, serta keadaan staff dan karyawan di D'Fashion Textile & Tailor Bandung.

## 3. Metode Dokumentasi

Melalui metode dokumentasi ini, peneliti gunakan untuk menggali data berupa berupa dokumensi, diantaranya: sarana dan prasarana, produk penjualan, dokumentasi bersama manager dan karyawan

D'Fashion Textile & Tailor Bandung, foto-foto dokumenter lainnya.

Dalam penelitian ini juga menggunakan analisis data model Miles dan Huberman dalam (Faizti, 2023), proses analisis data kualitatif dilakukan dengan tiga tahapan yaitu:

- 1) Reduksi Data (Data Reduction)
- 2) Penyajian Data (Data Display)
- 3) Penarikan Kesimpulan

## IV. Hasil Dan Pembahasan

Endorsement adalah media promosi dalam pemasaran yang biasa dilakukan oleh seorang selebriti atau influencer terkenal yang dapat memberikan pengaruh pada pengikut akun media sosialnya agar turut memakai atau membeli barang yang juga selebriti atau influencer itu gunakan. Endorsement bisa dilakukan oleh siapa saja baik pria atau wanita, tidak memandang profesi baik pegawai atau sekedar ibu rumah tangga bisa ikut serta sebagai endorser. Dengan melakukan endorsement beberapa pengusaha merasa terbantu karena dapat meningkatkan penjualan serta produk yang ditawarkan oleh endorser dapat semakin menyebar pengenalannya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua komponen terbaik yang digunakan yaitu peran endorsement dan strategi pemasaran endorsement jika digunakan dalam jangka waktu panjang dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan di D'Fashion Textile & Tailor Bandung.

Endorsement merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan D'Fashion Textile & Tailor Bandung dalam upaya peningkatan penjualan. Endorsement mempunyai peran untuk memperkenalkan, memberitahu, dan mempromosikan produk yang beliau beli atau gunakan. Melalui promosi menggunakan endorsement ini D'Fashion Textile & Tailor Bandung sudah merasakan dampaknya yaitu dengan mengalami peningkatan penjualan hingga 40%-50% seperti yang diungkapkan oleh bapak Delip Tolani.

D'Fashion Textile & Tailor Bandung sudah melakukan endorsement ke beberapa selebriti dan influencer terkenal seperti Raffi Ahmad, Lesti Kejora, Betty Augustina dan Dinan Fajrina. Pemilihan selebtiti dan influencer karena selain sudah terkenal mereka juga memiliki jumlah pengikut akun media sosial yang sudah berjumlah ribuan bahkan jutaan. Yang otomatis jika mereka melakukan endorse, melalui akun sosial medianya tentu akan membuat semakin banyak yang melihat dan timbul rasa penasaran terhadap produk tersebut. Selain itu, media promosi menggunakan endorsement itu memang perlu dilakukan untuk bahan pengingat bagi masyarakat agar merek D'Fashion Textile & Tailor Bandung tetap eksis dan dikenal masyarakat luas. Endorsement D'Fashion Textile & Tailor Bandung melakukan kerja sama secara kontrak dengan batas waktu tertentu karena sudah memiliki perjanjian

Tidak hanya saat melakukan endorsement, D'Fashion Textile & Tailor juga saat mengadakan anniversary mengundang Lesti Kejora, Raffi Ahmad dan Mawar De Jongh untuk memeriahkan acara. Anniversary ini juga sebagai salah satu cara promosi karena acara ini terbuka untuk umum dan dilakukan secara gratis, untuk masyarakat yang penasaran tentu akan berkunjung dan otomatis timbul rasa untuk membeli atau sekedar melihat dan menjadikan D'Fashion Textile & Tailor sebagai tempat penjuln tekstil yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Strategi pemasaran melalui endorsement ini dikatakan sangat cocok digunakan dalam jangka waktu panjang. Karena semakin sering endorser mengunggah produk D'Fashion Textile & Tailor

Bandung maka masyarakat yang melihatpun akan terus mengingat adanya D'Fashion Textile & Tailor sebagai toko tekstil terlengkap, termurah dan terbesar di Bandung. Endorsement pun akan terus dilakukan D'Fashion Textile & Tailor Bandung karena sudah memiliki perjanjian kontrak yang dilakukan antara pihak management yang menaungi para selebriti dan influencer dengan D'Fashion Textile & Tailor.

Media promosi yang dilakukan D'Fashion Textile & Tailor Bandung selain menggunakan endorsement yaitu dengan melakukan penjualan melalui sosial media atau digital marketing melalui platform Facebook, Tiktok dan Instagram. Endorsement dengan digital marketing sangat erat kaitannya karena sama-sama memanfaatkan teknologi informasi yang saat ini terus berkembang dengan fitur yang terus diperbaharui. Endorser mempromosikan melalui akun media sosial dan pembeli bisa melakukan pembelian melalui platform digital marketing tanpa harus jauh mengunjungi toko. Penutup merupakan bagian yang berisi tentang kesimpulan dan saran atau rekomendasi sebagai hasil penelitian. Kesimpulan harus sesuai dengan tujuan penelitian. Jika tujuan penelitian satu, maka kesimpulannya juga satu. Jika tujuan penelitian ada dua, maka kesimpulan juga harus dua. Kesimpulan dapat ditulis dalam bentuk narasi maupun dalam bentuk pointer-pointer.

## V. Penutup Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti dan berdasarkan hasil pemaparan yang sudah disebutkan. Maka dapat disimpulkan bahwa peran endorsement sebagai media promosi dalam peningkatan penjualan di D'Fashion Textile & Tailor Bandung berpengaruh cukup signifikan artinya endorsement sudah berperan dengan baik dan dapat dikatakan berhasil. Oleh karena itu, D'Fashion Textile & Tailor Bandung merasa bahwa endorsement cocok dijadikan media promosi dalam peningkatan penjualan.

Selanjutnya, strategi pemasaran menggunakan endorsement juga sangat efektif digunakan dalam jangka waktu yang panjang. Karena, endorsement memberikan reminding secara terus menerus kepada masyarakat agar citra merek D'Fashion Textile & Tailor Bandung tetap eksis baik pada masyarakat yang sudah kenal atau belum terhadap D'Fashion Textile & Tailor Bandung. Oleh karena itu, D'Fashion Textile & Tailor Bandung terus melakukan endorsement untuk reminding kepada masyarakat agar terus ingat bahwa D'Fashion Textile & Tailor Bandung merupakan toko tekstil termurah, terbesar dan terlengkap di Bandung.

## Saran

Hasil dari penelitian ini mengenai strategi endorsement, sebaiknya D'Fashion Textile & Tailor terus melakukan evaluasi guna untuk meningkatkan strategi yang sudah ada menjadi semakin lebih baik. Hal ini bertujuan agar D'Fashion Textile & Tailor Bandung mampu mempertahankan kelebihan yang sudah ada dan memperbaiki kekurangan yang ada dalam pemasaran. Selain itu, D'Fashion Textile & Tailor Bandung bisa melakukan endorsement kepada selebriti atau influencer lain yang baru berkembang tetapi sama terkenalnya atau memiliki nama dikalangan masyarakat, dengan alasan untuk meminimalisir biaya pengeluaran kontrak endorsement bila dibandingkan dengan selebriti yang sebelumnya karena sifatnya hanya mengingatkan atau reminding pada masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. (B. Nasution, Ed.) Jakarta: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Brahim, M. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Faizti, N. (2023). Macam-macam Analisis Data Kualitatif dalam Penelitian. *duniadosen.com*.
- Mesak, E. (2023). Pengertian Penjualan, Tujuan dan Bentuknya dalam Perusahaan. *Mekari*.
- OCBC NISP. (2023). Endorsement: Pengertian, Manfaat, Cara Kerja, dan Tipsnya. *Endorsement*.
- Pradhanitasari, N. (2024). Media Promosi: Pengertian, Tujuan, Fungsi, Tips, dan Contohnya. *smartven*.
- Sendari, A. A. (2023). Endorsement adalah Bentuk Promosi, Ketahui Manfaatnya untuk Bisnis. *Liputan6*.