PEMANFAATAN PENJUALAN ONLINE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN USAHA FOTOKOPI DAMINJA

Dwi Yuli Prasetyo[1], Hafzhian Abrar[2]
[12]Sistem informasi, Fakultas Teknik Dan Ilmui Komputer, Universitas Islam Indragiri,
Email: dwiyuliprasetyo2@gmail.com[1], h@gafzhianabrarrmail.com[2]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penjualan online pada Fotokopi Daminja dalam meningkatkan jangkauan pasar, kualitas layanan, serta jumlah transaksi pada era digital saat ini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan campuran (mixed method), yang memadukan analisis kualitatif dan kuantitatif melalui observasi lapangan, wawancara dengan pemilik dan pelanggan, dokumentasi proses pemesanan online, serta analisis data penjualan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan aplikasi pesan instan sebagai sarana pemesanan mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengirimkan file, melakukan konsultasi layanan, serta mendapatkan informasi harga secara cepat dan jelas. Selain itu, data penjualan memperlihatkan adanya peningkatan signifikan setelah diterapkannya strategi pemasaran digital, terutama pada periode aktivitas akademik yang tinggi. Pelanggan juga memberikan respons positif terhadap efisiensi operasional, pelayanan yang lebih cepat, dan fleksibilitas dalam proses pemesanan. Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro seperti Fotokopi Daminja. Dengan strategi yang tepat, penjualan online terbukti mampu mendukung pertumbuhan usaha secara konsisten dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Penjualan Online, Fotokopi Daminja, Pemasaran Digital, Layanan Percetakan, Usaha Mikro.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of online sales at Daminja Photocopy in enhancing market reach, service quality, and transaction volume in the current digital era. The research employs a descriptive method with a mixed method approach, combining qualitative and quantitative analyses through field observations, interviews with the owner and customers, documentation of online ordering processes, and analysis of daily, weekly, monthly, and yearly sales data. The findings indicate that the use of social media and instant messaging applications as ordering platforms provides customers with convenience in sending files, consulting services, and receiving clear and rapid pricing information. Furthermore, sales data show a significant increase following the implementation of digital marketing strategies, particularly during periods of high academic activity. Customers also responded positively to the improved operational efficiency, faster service, and greater flexibility in the ordering process. This study highlights the crucial role of digital technology in strengthening the competitiveness and sustainability of micro-businesses such as Daminja Photocopy. With the right strategies, online sales have proven capable of supporting consistent and sustainable business growth.

Keywords: Online Sales, Daminja Photocopy, Digital Marketing, Printing Services, Micro Business.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Transformasi digital tidak hanya dirasakan oleh perusahaan besar, tetapi juga oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang kini turut memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing[1]. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi tersebut adalah penggunaan platform penjualan online sebagai media pemasaran dan layanan kepada pelanggan.

Fotokopi Daminja, sebagai salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang jasa fotokopi, percetakan, dan penjualan alat tulis kantor (ATK), menghadapi tantangan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang cenderung menginginkan layanan cepat, praktis, dan dapat diakses secara digital, penggunaan penjualan online menjadi peluang strategis untuk meningkatkan visibilitas usaha dan efektivitas pelayanan. Melalui platform digital, usaha ini tidak hanya dapat menawarkan jasa seperti fotokopi, pencetakan dokumen, dan jilid laporan, tetapi juga produk ATK yang sebelumnya hanya tersedia di toko offline[2].

Namun demikian, penerapan penjualan online pada usaha mikro masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, keterbatasan sumber daya, serta minimnya pengelolaan konten dan interaksi pelanggan secara konsisten. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana penggunaan penjualan online dapat memberikan dampak positif bagi Fotokopi Daminja, baik dari sisi perluasan jangkauan pasar, efektivitas promosi, maupun peningkatan penjualan jasa dan produk.

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas penjualan online pada Fotokopi Daminja dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara langsung dengan pemilik usaha, serta studi dokumentasi terkait aktivitas pemasaran dan transaksi online. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi Fotokopi Daminja sebagai objek penelitian, tetapi juga bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang strategi pemasaran online yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin terbiasa dengan layanan digital turut mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dalam menyediakan layanan yang responsif dan mudah diakses. Konsumen saat ini lebih memilih layanan yang dapat dipesan secara cepat melalui media sosial atau platform digital tanpa harus datang langsung ke tempat usaha. Hal ini menjadi peluang besar bagi usaha seperti Fotokopi Daminja untuk mengoptimalkan layanan, misalnya pemesanan print, scan dokumen, atau pembelian ATK secara online sehingga pelanggan hanya perlu mengambil hasilnya atau memanfaatkan layanan antar. Dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen modern, usaha ini berpotensi mengalami peningkatan loyalitas pelanggan dan frekuensi permintaan layanan[3].

Di sisi lain, pemanfaatan penjualan online juga dapat menjadi solusi atas keterbatasan yang dimiliki usaha mikro. Misalnya, jangkauan pemasaran yang sebelumnya hanya pada wilayah sekitar kini dapat meluas dengan adanya interaksi melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, atau Instagram. Konten promosi yang menarik, informasi harga yang jelas, serta komunikasi yang cepat dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Namun, efektifnya penggunaan penjualan online sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolaan media digital itu sendiri. Oleh karena itu, analisis mengenai efektivitas penggunaan penjualan online pada Fotokopi Daminja menjadi penting untuk

memahami faktor pendukung dan penghambat dalam upaya meningkatkan kinerja usaha melalui platform digital.

Selain itu, perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan cara usaha mikro dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Jika sebelumnya interaksi hanya terjadi secara tatap muka, kini komunikasi dapat berlangsung secara cepat melalui pesan instan dan platform digital lainnya. Hal ini membuka peluang bagi Fotokopi Daminja untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan melalui pelayanan yang responsif, pemberian informasi yang lebih lengkap, dan penawaran promosi secara langsung melalui media sosial. Interaksi yang cepat dan efektif tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang berdampak positif pada keberlangsungan usaha. Dengan demikian, kemampuan usaha dalam memanfaatkan teknologi komunikasi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing di tengah kompetisi yang semakin ketat[4].

Di sisi lain, pemanfaatan penjualan online juga berkaitan erat dengan efisiensi operasional usaha. Dengan adanya pemesanan digital, Fotokopi Daminja dapat mengatur waktu pengerjaan layanan secara lebih terstruktur karena pesanan dapat diterima jauh sebelum pelanggan datang ke lokasi. Hal ini memungkinkan pemilik usaha untuk mengurangi antrean, mengoptimalkan alur kerja, dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan. Selain itu, data pesanan yang tersimpan secara digital juga dapat digunakan untuk menganalisis tren kebutuhan pelanggan, seperti jenis layanan yang paling banyak dipesan atau waktu tertentu ketika permintaan meningkat. Informasi ini dapat menjadi dasar bagi usaha untuk merancang strategi pengembangan layanan yang lebih tepat sasaran. Dengan memanfaatkan data digital secara optimal, Fotokopi Daminja memiliki kesempatan lebih besar untuk berkembang menjadi usaha yang modern, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah yang digunakan peneliti untuk memperoleh data secara sistematis sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pada penelitian mengenai efektivitas penjualan online sebagai strategi pemasaran pada Fotokopi Daminja, digunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi nyata di lapangan, terutama terkait pola penggunaan penjualan online, respons konsumen, serta dampaknya terhadap perkembangan usaha. Penelitian deskriptif kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian[5].

Penelitian ini dilaksanakan di lokasi usaha Fotokopi Daminja yang berada di lingkungan masyarakat sekitar. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive) karena relevansinya dengan tema penelitian, yaitu pemanfaatan media digital dalam pemasaran layanan fotokopi, printing, scan dokumen, dan penjualan alat tulis kantor. Penelitian difokuskan pada aktivitas operasional usaha, pemanfaatan media sosial untuk promosi, serta interaksi antara pemilik usaha dengan konsumen melalui platform digital. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi aktual yang terjadi di tempat usaha.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung untuk melihat bagaimana proses layanan di Fotokopi Daminja berjalan, termasuk bagaimana pemilik usaha mengelola pesanan online dan tata cara berinteraksi dengan pelanggan melalui media digital. Melalui observasi, peneliti dapat

memperoleh informasi nyata mengenai aktivitas sehari-hari usaha, tingkat efektivitas komunikasi online, serta karakteristik pelanggan yang menggunakan layanan digital.

Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada pemilik usaha dan beberapa pelanggan yang pernah menggunakan layanan online Fotokopi Daminja. Wawancara ini bertujuan menggali informasi lebih mendalam mengenai pengalaman, kendala, serta persepsi mereka terhadap keberadaan penjualan online. Pertanyaan wawancara disusun secara terbuka sehingga responden dapat menjelaskan pendapat secara bebas dan rinci. Teknik wawancara ini diharapkan dapat memberikan data yang kaya dan akurat mengenai pengaruh penggunaan platform digital terhadap pelayanan dan pemasaran usaha.

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan berbagai bukti fisik berupa foto aktivitas usaha, tangkapan layar promosi online, percakapan transaksi digital, dan data lain yang mendukung penelitian[6]. Dokumentasi ini berfungsi memperkuat hasil observasi dan wawancara sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap dan valid. Berbagai bukti tersebut membantu menggambarkan secara konkret bagaimana penjualan online diterapkan dan peranannya dalam operasional usaha sehari-hari.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan hasil dari berbagai metode pengumpulan data agar diperoleh informasi yang konsisten. Triangulasi sumber dan metode digunakan guna meningkatkan kredibilitas hasil penelitian dan memastikan bahwa temuan yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan menyederhanakan informasi penting yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informasi yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi atau tabel sehingga lebih mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti menafsirkan pola dan hubungan dari data yang telah dianalisis untuk menjawab tujuan penelitian. Melalui serangkaian tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai penerapan dan efektivitas penjualan online pada Fotokopi Daminja.

Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan aspek etika penelitian dengan memastikan bahwa seluruh responden memberikan persetujuan sebelum diwawancarai. Peneliti menjelaskan tujuan penelitian, manfaat, serta bagaimana data akan digunakan, sehingga responden merasa nyaman dan memahami peran mereka dalam proses penelitian. Identitas responden dijaga kerahasiaannya untuk mengh[7]indari dampak negatif atau ketidaknyamanan di kemudian hari. Penerapan etika penelitian ini sangat penting untuk menjaga integritas riset serta memastikan bahwa proses pengumpulan data berjalan secara profesional dan bertanggung jawab. Dengan mengikuti kaidah etis tersebut, hasil penelitian diharapkan tidak hanya valid dan reliabel, tetapi juga diperoleh melalui proses yang menghormati hak serta kenyamanan pihak-pihak yang terlibat.

Dalam mendukung kelancaran proses penelitian, peneliti juga menggunakan alat bantu analisis seperti catatan lapangan, rekaman suara, serta aplikasi pengolah data kualitatif sederhana untuk mengorganisasi informasi yang diperoleh. Catatan lapangan digunakan untuk mencatat kejadian penting selama observasi, ekspresi nonverbal responden saat wawancara, serta konteks situasional yang tidak terekam oleh alat lain. Sementara itu, rekaman wawancara membantu peneliti meninjau kembali pernyataan narasumber secara lebih teliti sehingga tidak ada informasi yang terlewat. Data yang telah terkumpul kemudian diorganisasi berdasarkan tema-tema tertentu

seperti pola perilaku konsumen, efektivitas media digital, dan kontribusi penjualan online terhadap pendapatan usaha. Penggunaan alat bantu ini tidak hanya memudahkan proses analisis, tetapi juga meningkatkan ketelitian serta akurasi hasil penelitian secara keseluruhan[8].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara, serta analisis data penjualan, diperoleh gambaran bahwa implementasi penjualan online pada Fotokopi Daminja memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan jangkauan pelanggan serta jumlah transaksi harian, mingguan, maupun bulanan. Data penjualan menunjukkan adanya tren peningkatan yang konsisten setelah usaha mulai aktif memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp Business, Facebook, Instagram, dan Google Maps untuk promosi serta menerima pesanan secara online. Pada penjualan harian, terlihat bahwa aktivitas pelanggan cenderung meningkat pada hari kerja, terutama pada hari Jumat dan Sabtu yang menunjukkan lonjakan permintaan terhadap jasa printing dan pembelian alat tulis kantor. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan semakin tertarik menggunakan layanan online untuk menghemat waktu dan memudahkan proses pemesanan, terutama untuk keperluan mendesak.

Pada tingkat mingguan, data memperlihatkan bahwa jumlah transaksi menunjukkan kenaikan stabil dari minggu pertama hingga minggu keempat. Peningkatan ini tidak hanya berasal dari pelanggan individu, tetapi juga dari pelanggan institusi seperti mahasiswa, pelajar, dan pekerja kantor yang mulai terbiasa melakukan pemesanan melalui media sosial dan layanan chat. Konsistensi peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang diterapkan Fotokopi Daminja cukup efektif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan serta menarik konsumen baru. Faktor lain yang turut mendukung peningkatan ini adalah kecepatan respon admin dalam melayani pesanan dan kemampuan usaha dalam menyediakan layanan pesan antar dokumen, yang menjadi nilai tambah bagi pelanggan.

Pada tingkat bulanan, data menunjukkan kenaikan penjualan yang lebih signifikan, terutama setelah Fotokopi Daminja rutin melakukan update konten di media sosial, seperti posting produk, contoh hasil cetak, promosi harga, serta layanan baru. Pemanfaatan fitur-fitur digital, seperti katalog online, pengiriman file via WhatsApp, serta pembayaran cashless, turut memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan bulanan. Pelanggan merasa lebih nyaman karena tidak perlu datang langsung ke lokasi untuk menyerahkan file atau menanyakan harga. Hal ini memperlihatkan bahwa digitalisasi layanan mampu meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas akses pasar Fotokopi Daminja.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan penjualan online memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan usaha Fotokopi Daminja. Selain meningkatkan volume penjualan, strategi ini juga mampu memperkuat citra usaha sebagai layanan fotokopi yang modern, profesional, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Dengan terus melakukan evaluasi dan pengembangan strategi digital, Fotokopi Daminja memiliki potensi untuk meningkatkan performa penjualan di masa mendatang dan bersaing secara lebih efektif di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan penjualan online pada Fotokopi Daminja memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan aktivitas usaha, baik dari sisi jumlah pesanan maupun efektivitas operasional. Berdasarkan analisis data penjualan, terlihat bahwa jumlah transaksi mengalami peningkatan yang konsisten sejak penggunaan layanan pemesanan berbasis media sosial dan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp. Peningkatan ini tidak hanya terjadi pada hari-hari tertentu, tetapi juga tampak pada pola mingguan dan bulanan, yang menunjukkan bahwa pelanggan mulai terbiasa dan semakin nyaman menggunakan layanan online

untuk memenuhi kebutuhan percetakan dan pembelian ATK. Selain itu, data penjualan tahunan memperlihatkan tren pertumbuhan yang stabil, terutama setelah usaha secara aktif memanfaatkan strategi promosi digital untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha dan pelanggan, diketahui bahwa salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan jumlah pesanan adalah kemudahan akses yang ditawarkan oleh layanan online. Pelanggan tidak perlu lagi datang langsung ke lokasi untuk memesan jasa fotokopi, cetak, atau jilid laporan; mereka cukup mengirimkan file melalui pesan online, dan pesanan dapat diproses lebih cepat. Hal ini sangat membantu pelanggan yang memiliki kesibukan tinggi, terutama mahasiswa yang sedang menyelesaikan tugas kuliah atau pekerja yang membutuhkan layanan cepat dan efisien. Selain kemudahan, pelanggan juga mengaku merasa puas dengan komunikasi yang responsif dan informasi harga yang jelas melalui media sosial, sehingga menambah tingkat kepercayaan terhadap Fotokopi Daminja.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi juga memberikan dampak besar bagi peningkatan jangkauan pasar. Melalui postingan rutin tentang layanan, hasil cetakan, atau paket promo, Fotokopi Daminja berhasil menjangkau lebih banyak audiens, termasuk mereka yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan usaha tersebut. Konten informatif dan visual menarik yang diposting secara konsisten mampu meningkatkan interaksi dengan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan jumlah pesanan online. Strategi pemasaran digital ini terbukti efektif mengingat sebagian besar pelanggan utama berasal dari generasi muda yang lebih aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi.

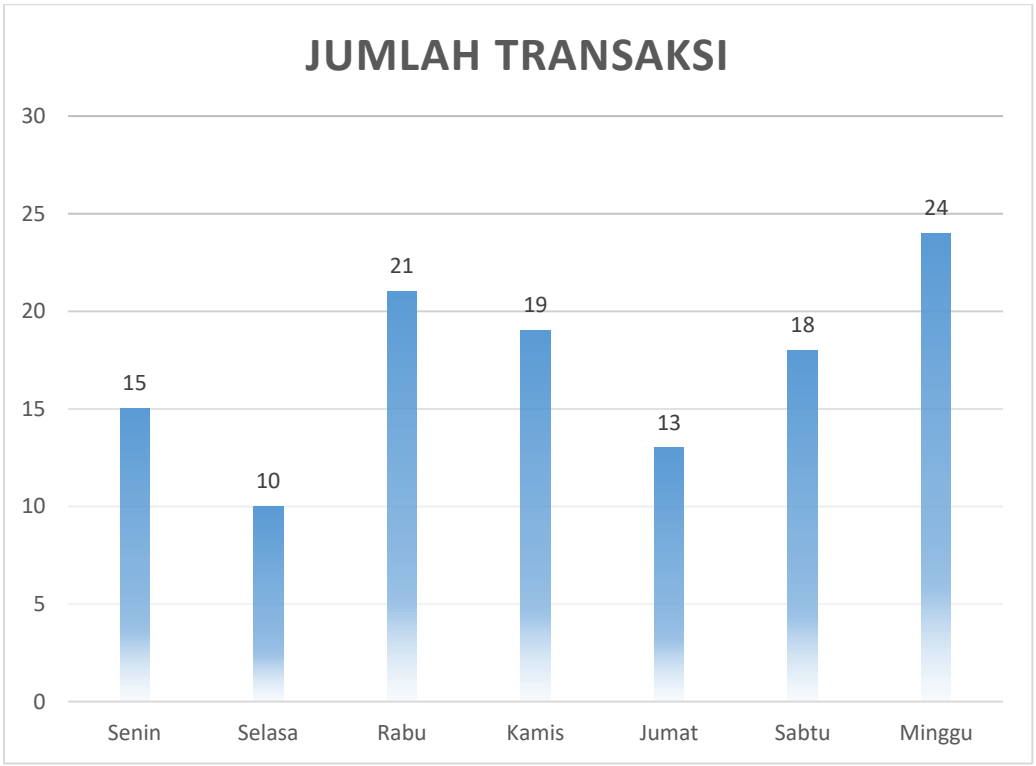
Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa penerapan penjualan online juga membantu meningkatkan efisiensi operasional usaha. Dengan adanya sistem pemesanan digital, pemilik usaha dapat mengatur antrean berdasarkan waktu masuknya pesanan, sehingga pekerjaan menjadi lebih terstruktur dan dapat diselesaikan secara tepat waktu. Pemilik usaha juga dapat memprediksi lonjakan permintaan berdasarkan data penjualan harian dan mingguan, sehingga dapat menentukan kapan harus menambah persediaan ATK atau menambah tenaga kerja sementara. Pola pembelian pelanggan yang terlihat dari catatan penjualan membantu usaha dalam membuat keputusan yang lebih terencana, termasuk dalam menentukan produk atau layanan yang perlu ditingkatkan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi penjualan online telah memberikan kontribusi besar bagi pengembangan Fotokopi Daminja. Tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional. Penggunaan teknologi digital membuktikan bahwa UMKM seperti Fotokopi Daminja dapat tumbuh dan bersaing dengan usaha lainnya jika mampu beradaptasi dan memanfaatkan media online secara maksimal. Pembahasan ini menegaskan bahwa penjualan online bukan sekadar alternatif, tetapi telah menjadi kebutuhan penting bagi keberlangsungan usaha di era digital saat ini.



Gambar 1 Wawancara dan observasi dengan pihak Fotokopi Daminja

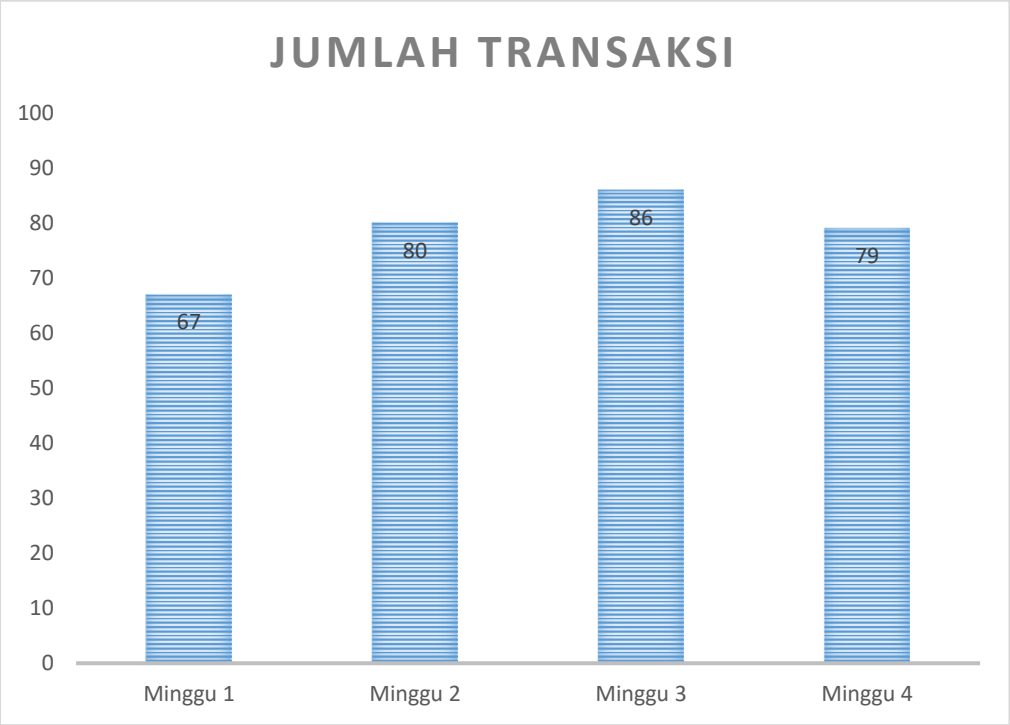
1.Data Penjualan Harian



Data penjualan harian menunjukkan bahwa aktivitas transaksi di Fotokopi Daminja cenderung meningkat pada pertengahan hingga akhir minggu. Hari Sabtu mencatat transaksi tertinggi yaitu 24 pesanan, karena banyak pelanggan terutama pelajar dan mahasiswa memanfaatkan akhir pekan untuk mencetak tugas atau membeli ATK. Hari Senin adalah yang terendah karena biasanya pelanggan masih memulai aktivitas sehingga kebutuhan cetak belum terlalu tinggi. Pola ini menunjukkan bahwa permintaan layanan fotokopi dan printing cukup

dipengaruhi oleh ritme aktivitas pendidikan dan pekerjaan Selain itu, variasi jumlah transaksi harian juga menunjukkan pentingnya strategi penjadwalan operasional dalam mengoptimalkan pelayanan. Pada hari-hari dengan volume transaksi tinggi, seperti Jumat dan Sabtu, usaha perlu menyiapkan tenaga tambahan atau mengatur alur kerja yang lebih efisien agar pesanan dapat dikerjakan tepat waktu dan mengurangi potensi penumpukan antrean. Sementara pada hari dengan permintaan rendah, seperti Senin hingga Rabu, peluang ini dapat dimanfaatkan untuk kegiatan lain seperti pengelolaan stok ATK, pengaturan arsip dokumen, atau pembuatan konten promosi digital. Dengan memahami pola permintaan berdasarkan hari, Fotokopi Daminja dapat menyusun strategi pelayanan dan pemasaran yang lebih terarah sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus menjaga stabilitas operasional usaha.

2.Data Penjualan Mingguan



Penjualan mingguan menunjukkan tren kenaikan pada minggu ke-1 hingga minggu ke-3. Kenaikan pada minggu ke-3 disebabkan adanya banyak pesanan tugas akhir, laporan pekerjaan, dan kebutuhan fotokopi dokumen administrasi. Walaupun pada minggu ke-1 terjadi sedikit penurunan, jumlah transaksi masih lebih tinggi dibanding minggu pertama. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi promosi online dan respon cepat pada layanan pemesanan berpengaruh positif terhadap peningkatan pelanggan. Selain itu, peningkatan penjualan pada minggu ke-3 juga menggambarkan bahwa kebutuhan pelanggan dapat bersifat musiman atau dipengaruhi oleh agenda tertentu, seperti jadwal pengumpulan tugas, pengurusan berkas administrasi sekolah, maupun aktivitas pekerjaan. Hal ini menjadi peluang bagi Fotokopi Daminja untuk memanfaatkan momen-momen tersebut dengan meningkatkan promosi, memperbanyak unggahan konten layanan, serta memberikan informasi harga dan paket layanan secara lebih jelas di media sosial. Pola penjualan mingguan yang fluktuatif namun cenderung meningkat ini menunjukkan bahwa penggunaan penjualan online tidak hanya membantu memperluas jangkauan konsumen, tetapi juga mendukung usaha dalam mengantisipasi kebutuhan pelanggan pada periode tertentu, sehingga pelayanan dapat disesuaikan dengan kondisi permintaan yang terus berubah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan penjualan online pada Fotokopi Daminja memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan aktivitas usaha dan perkembangan jumlah pelanggan. Pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram terbukti mampu memperluas jangkauan pemasaran, mempermudah proses pemesanan layanan, serta meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam mengakses jasa fotokopi, printing, dan pembelian ATK[9]. Data penjualan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan menunjukkan adanya tren peningkatan yang konsisten setelah usaha mengintegrasikan penjualan online sebagai bagian dari operasionalnya. Hal ini menegaskan bahwa digitalisasi bukan hanya membantu meningkatkan jumlah transaksi, tetapi juga memperkuat citra profesional usaha di mata pelanggan.

Selain itu, peningkatan penjualan yang terjadi pada setiap periode menunjukkan bahwa kecepatan respon, kualitas pelayanan, dan konsistensi promosi merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan keberhasilan strategi pemasaran digital. Pelanggan merasa lebih terbantu dengan adanya layanan pemesanan jarak jauh, pengiriman file via pesan instan, dan ketersediaan informasi harga maupun produk secara online. Dengan adanya kemudahan ini, Fotokopi Daminja mampu bersaing dengan usaha serupa di sekitarnya dan terus mempertahankan pertumbuhan yang positif.

Secara keseluruhan, penjualan online terbukti menjadi solusi efektif dalam meningkatkan skala usaha dan daya saing Fotokopi Daminja di era digital. Untuk mempertahankan dan meningkatkan performa penjualan di masa mendatang, usaha ini perlu terus melakukan inovasi, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Dengan strategi yang tepat, Fotokopi Daminja berpotensi menjadi salah satu penyedia layanan percetakan yang unggul dan modern di wilayahnya.

Selain temuan utama penelitian, terdapat beberapa poin penting yang dapat disimpulkan terkait efektivitas penjualan online pada Fotokopi Daminja. Pertama, penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas jangkauan pelanggan, terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantor[10]. Penjualan online tidak hanya membantu mempercepat proses transaksi, tetapi juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan layanan seperti cetak dokumen, jilid laporan, serta pembelian kebutuhan ATK tanpa harus datang langsung ke toko.

Kedua, analisis data penjualan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan menunjukkan adanya peningkatan yang stabil setelah Fotokopi Daminja mulai mengintegrasikan layanan online. Pola peningkatan permintaan lebih banyak terjadi pada hari-hari tertentu, terutama menjelang tenggat laporan atau kegiatan akademik, yang menunjukkan bahwa kebutuhan pelanggan sangat dipengaruhi oleh aktivitas pendidikan dan perkantoran. Dengan demikian, pemanfaatan penjualan online membantu usaha lebih responsif dalam menghadapi lonjakan permintaan.

Ketiga, temuan penelitian juga mengungkap bahwa pelanggan merasa lebih puas dengan adanya sistem pemesanan online karena mereka memperoleh informasi layanan yang lebih jelas, proses komunikasi yang lebih cepat, serta fleksibilitas dalam waktu pemesanan. Hal ini berdampak positif terhadap tingkat loyalitas pelanggan yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan usaha.

Keempat, dari sisi operasional, penggunaan penjualan online membantu Fotokopi Daminja mengoptimalkan proses kerja, mulai dari pengelolaan antrian hingga distribusi pesanan. Usaha

menjadi lebih efisien karena pemilik mampu mengatur sumber daya berdasarkan jumlah pesanan yang masuk secara real-time.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa penjualan online tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta daya saing Fotokopi Daminja di tengah perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, disarankan agar Fotokopi Daminja terus mengembangkan strategi digital marketing, memperbaiki sistem pemesanan online, serta memanfaatkan data penjualan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk pengembangan usaha di masa depan.

REFERENSI

[1] Salman Al Farisi, "Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan," *J. Din. Ekon. Syariah*, vol. 9, no. 1, pp. 73–84, 2022.

[2] M. Ramadhani, "Analisis Penerapan Akuntansi Pada UsahaFotokopi Dan Alat Tulis KantorDi Kecamatan Siak," 2021.

[3] K. et al 2023, *No Title 済無No Title No Title No Title*. 2021.

[4] E. Fantini and R. S. Tamba, "Mediamorfosis Edukasi Informal Online Melalui Platform Digital Sebagai Peluang Bisnis Baru," *Maj. Ilm. Bijak*, vol. 17, no. 1, pp. 114–127, 2020, doi: 10.31334/bijak.v17i1.831.

[5] W. N. Afriani, A. Hermawan, and Jasman, "Dampak E-commerce terhadap Perilaku Konsumen : Studi Perbandingan Studi Kasus Belanja Online dan Offline di Kabupaten Bima," *MUQADDIMAH J. Ekon. Manajemen, Akunt. dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 197–208, 2025.

[6] M. F. Luthfiyah, "Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus," no. November, p. 26, 2017.

[7] M. Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, vol. 53, no. 9. 2019. [Online]. Available: http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf

[8] P. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah and G. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi, "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN SKRIPSI Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat OLEH: RADHIPA ROHMATUL JANNAH," 2023.

[9] A. Y. Azzahra, D. P. Maharani, K. Wulandari, and R. Rahmawadi, "Pemasaran Digital Melalui Sosial Media Whatsapp Pada Usaha Kerekel Singkong Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Umkm Ud Rahayu," *AKSIME J. Pengabdi. Masy. Bid. Akuntansi, Manaj. Ekon.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–16, 2025.

[10] R. S. Mubarok, "PELAKSANAAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SKRIPSI Oleh : RIZA SYAHRUL MUBAROK JURUSAN EKONOMI SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI," 2024.