

ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ONLINE CAHYASHOP BANJARMASIN

Nurul Jannah , Lamsah , Ervica Zamilah

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad
Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIM19310615

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad
Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN1125126201

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad
Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN1130077601

Email : janah.nurul15@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan produk online di CahyaShop Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, kuisioner, dan dokumentasi. Populasi yang digunakan adalah 6 pengelola CahyaShop dan sampel untuk melihat tanggapan konsumen berjumlah 47 orang dengan indikator responden yang melakukan pembelian 1 bulan terakhir..

Hasil dari penelitian ini adalah periklanan dengan menggunakan media sosial instagram, promosi penjualan dengan menggunakan diskon atau penurunan harga, premi atau hadiah, pameran dagang, kupon atau voucher, dan garansi produk. Publisitas dengan bentuk komunitas SFS (*shotout for shotout*) dan juga promosi silang antara sesama usaha bisnis online shop. Dengan konsep tersebut mampu meningkatkan penjualan CahyaShop setiap tahunnya

Kata Kunci : Strategi Promosi, Media Sosial Instagram, Penjualan, Produk Online

ABSTRACT

Nurul Jannah. NPM : 19.31.0615 "Analysis of Promotional Strategies Through Utilization of Instagram Social Media in Increasing CahyaShop Banjarmasin Online Product Sales", Advisor I Hj. Lamsah and Supervisor II. Ervica Zamilah

The purpose of this study was to determine the promotion strategy through the use of Instagram social media in increasing online product sales at CahyaShop Banjarmasin.

This research is a field research with a qualitative descriptive approach, the data used are primary data and secondary data. With data collection techniques in the form of interviews, observation, questionnaires, and documentation. The population used was 6

CahyaShop managers and a sample to see consumer responses totaled 47 people with indicators of respondents who made purchases in the last 1 month.

The results of this study are advertising using Instagram social media, sales promotions using discounts or price reductions, premiums or prizes, trade shows, coupons or vouchers, and product warranties. Publicity in the form of an SFS (shotout for shoutout) community and also cross-promotion between online shop business ventures. With this concept, CahyaShop can increase sales every year

Keywords: Promotion Strategy, Instagram Social Media, Sales, Online Products

DAFTAR PUSTAKA

- Agus hermawan, *komunikasi pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial (Konsep Terapan Bisnis)*, Yogyakarta: Center For Academic Pubhling Service, 2013
- Dewi Untari& Dewi Endah Fajariana, *Trategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*, *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, Volume 2 No. 2 September 2018, P-ISSN 2550-0805 E-ISSN 2550-0791
- Djamaluddin Karim, dkk, “ *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan (Study pada PT. Manado Sejati Perkasa Group)*, *Jurna IEMBA*, Vol. 2 No. 1 Maret 2014, h. 421-430
- Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: BalaiPustaka, 2002)
- Fadli Harisa Ramadhan, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan*, *Jom Fisip* Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017
- Hasan Aedy, *Etika Bisnis Islam Teori Dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011) Hidayat Taufik, *Panduan Membuat Toko Online Dengan Os Commerce* (Jakarta: Mediakita, 2008)
- Jusmaliani, *bisnis berbasis syariah*, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- J Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja RosdaKarya, 2014.
- Maria Ulfa, *Efektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru*, *Jom Fisip* Vol. 5 No. 1 – April 2018
- Mikharisti Tampubolon, Yuliani Rachma Putri, Nur Atnan, *Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology)*, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, e- Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016, ISSN : 2355- 9355
- Monle Lee & Charla Jhonson. *Prinsip Prinsip Pokok Periklanan Dalam*

Perspektif Global, Jakarta: Kencana, 2011

M Taufiq Amir, *Manajemen strategik : Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: RajawaliPers, 2012)

Nur Wanita, Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, *Jurnal Bilancia*, Vol. 10, No. 1, Januari-Juni 2016

Philip Kotler Dan Gery Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2006)

Philip Kotler & Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)

Putri Nurmasari Hamid selaku owner CahyaShoptentang data penjualan yang di peroleh oleh penulis tanggal 29 april 2019

Ricky W. Griffin Dan Ronald J Ebert, *Bisnis Edisi Kedelapan Jilid 1*, (Erlangga: Jakarta, 2007)

Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017)

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*, (Alfabeta: Bandung, 2012)

Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010)

Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski, 2018, *Implementasi Online Promotion Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Behijab Tulungagung*, surabaya, skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Winardi, *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2003)

Jurnal

Afiffatus sholehah 2018, yang berjudul penggunaan instagram sebagai media promosi (study deskriptif kualitatif pada produk teh pikameame di yogyakarta).

Maria Ulfa tentang Efektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekan barutahun 2018.

Mikharisti Tampubolon, Yuliani Rachma Putri, Nur Atnan melakukan study penelitian tentang strategi promosi coffee shop melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun @crematology). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2016

Wafda Afina Dianastuti pada tahun 2015 yang berjudul Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Kuliner Kota Semarang (Studi Kasus pada Komunitas Online @jakulsemarang),

Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski yang berjudul Implementasi Online Promotion Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Behijab Tulungagung tahun 2018