

# **STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA NOBIS COFFEE**

**Rizky**

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin, NPM. 2003010015

**Khuzaini**

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin

**Periyadi**

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin

Alamat: Jalan Adhyaksa, No. 2 Kayu Tangi Banjarmasin

**Email:**

## ***Abstract***

*This research aims to test: Promotion strategies via Instagram social media in increasing sales volume at Nobis Coffee. This research uses a descriptive method with a qualitative approach, namely data obtained from interviews with the owner of Nobis Coffee. Data was collected by means of interviews, observation, direct documentation in the field. The research results show: The promotional strategy via Instagram social media carried out by Nobis Coffee has a significant effect on sales volume, this can be seen from the sales data provided by the owner of Nobis Coffee before and after carrying out the promotional strategy on social media.*

***Keywords: Promotion Strategy, Instagram Social Media, and Sales Volume***

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : Strategi Promosi melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan volume penjualan pada Nobis Coffee. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik Nobis Coffee. Data dikumpulkan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan : Strategi promosi melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh Nobis Coffe berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, ini dilihat dari data penjualan yang diberikan oleh pemilik Nobis Coffee sebelum dan sesudah melakukan strategi promosi di media sosial.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Media Sosial Instgram, dan Volume penjualan**

## **DAFTAR REFERENSI**

Amanah Siti. (2023). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. Jurnal Lentera.

---

- Dwiridotjahjono Jojok, & Lailia R. V. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam meningkatkan Penjualan pada Arunazma. *Jurnal Of Management And Social Science*. 1(2), 01-10
- Dwiridotjahjono Jojok, & Uyun Nur D. N. (2022). Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Instagram” Dalam Upaya Meningkatkan Volume Pnejualan. *Jurnal Pemasaran*, 5(3), 356-365
- Faldy SN Dicky T., Mulyana M., & Radini P.S. (2021) Tinjauan Atas Strategi Promosi Melalui Pada Padjajaran Suites And Convention Hotel Bogor. *Jurnal Apliasi Bisnis Kesatuan*, 1(2), 71-80
- Handayani Trisni., & Nufus Hayatun. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Tik Tok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 6(1), 21-34
- Harahap Rahmad Wahfiuddin. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JUPI : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 6(1).
- Hedynata Livia Marceline, & Radianto Wirawan E.D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. 1(1).
- Husain Umar. (2015). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : Pustaka Utama.
- Innova Intan Eureka. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komonitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 4-5
- Karyadi., Lestari Sri J. D., & Martowinangun K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co-Management*, 1(2), 141-142
- Khasanah Uswatun. (2020). *Pengantar Mikroteaching*, Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Pratomo Adithya., & Rahadian Dani. (2014) Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar di Hotel Benua Bandung. *Jurnal Binus Business Review*. 4(2), 776-790
- Puspitarini Sekar Dinda, Nuraeni Reni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1)
- Ramdhan Thyto R.,& Kusuma Bara Y. (2023). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume

Penjualan (Studi Harapan Jaya Screen Printing Surabaya). *Jurnal Management Studies Entrepreneurship*, 4(3),2942-2957

Sumarni Murti. (2017). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas pelanggan*, Yogyakarta : Liberty

Susanti Febri. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan. *Jurnal KBP*, 3(1), 94-104

Syaipudin Latif, & Awwalin Nurfajriya Idah. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongans. *Sanskara Manajemen dan Bisnis*, 1(1) pp 31-42.

Tan David. (2021). *Metode Penelitian Hukum : Mengupas dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum*. NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 8(8) Hal: 2463-2478.

Tawas Hendra., Mananeke Lisbeth, & Wariki Marleen Grace. (2015). Pengaruh Bauran Promosi , Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 1073-1085.

Weenas R.S Jackson. (2015). Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 608

Zalogo F. E., Dakhi Yohanes, & Hulu Budieli. (2021). Pengaruh Strategi pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 6(2), 18-20

## **Pedoman Wawancara**

<https://drive.google.com/file/d/1OFOUKHTuiMKUpFhb5PFFVBLLeUjJ6jhmM/view?usp=drivesdk>