

**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. BORNEO  
JAYA SENTOSA DI KOTA BANJARBARU**

**ABSTRAK**

Hafiz Sulistio Utomo<sup>1</sup>, Akhmad Samhudi<sup>2</sup>, Teguh Wicaksono<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 17.31.1041

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 0006075901

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1116028801

**Email : hafiznewemail@gmail.com**

Penelitian ini dilaksanakan karena penjualan pada CV. Borneo Jaya Sentosa yang tidak menentu disetiap tahunnya dikarenakan strategi pemasaran yang digunakan kurang luas. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui hasil penjualan selama ini, (2) untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemilik perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, dan (3) untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan website dan media sosial instagram untuk meningkatkan volume penjualan.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik Pengumpulan data didalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data didalam penelitian ini adalah teknik analisis non statistik.

Hasil penelitian menunjukkan (1) CV. Borneo Jaya Sentosa mengalami kenaikan dan penurunan hasil penjualan sehingga tidak stabilnya penjualan produk-produk yang dijual. Itu terjadi karena perusahaan kurang mengikuti perkembangan zaman, (2) Adapun faktor penghambat yang di hadapi adalah pesaing di bidang penjualan Baja Ringan, promosi yang kurang, anggaran biaya yang terbatas, dan (3) CV. Borneo Jaya Sentosa sebaiknya mulai menjalankan langkah-langkah e-marketing untuk mulai memasarkan produknya dengan menggunakan website dan media sosial instagram yaitu analisis situasi, perencanaan strategi e-marketing, tujuan, strategi e-marketing, rencana implementasi, anggaran, dan rencana evaluasi.

**Kata Kunci : Strategi pemasaran, Media Sosial, Volume Penjualan**

**ABSTRACT**

*This research was conducted because of sales on CV. Borneo Jaya Sentosa is erratic every year due to the marketing strategy used less widely. The purpose of this research is (1) to find out the sales results so far, (2) to find out what factors are hindering the marketing strategy applied by the owner of the company to increase sales volume, and (3) to know the marketing strategy using website and social media instagram to increase sales volume.*

*The design of this research is descriptive research. The data source in this research is secondary data. Data collection techniques in this research are observation, interview, and documentation. Data analysis techniques in this research is non-statistical analysis techniques.*

*The results of the research showed (1) CV. Borneo Jaya Sentosa experienced an increase and decrease of the sales result, that makes the sales of its products was unstable. It happens because the company is less keeping up with the times, (2) The inhibitory factors faced are competitors in the field of Galvalume sales, less promotion, limited cost budget, and (3) CV. Borneo Jaya Sentosa should start implementing e-marketing measures to start marketing its products using instagram website and social media, namely situation analysis, e-marketing strategy planning, objectives, e-marketing strategy, implementation plan, budget, and evaluation plan.*

*Keywords : Marketing Strategy, Social Media, Sales Volume*

## **PENDAHULUAN**

CV. Borneo Jaya Sentosa merupakan sebuah Perusahaan penyedia bahan baku bangunan berbahan dasar baja ringan (Galvalume) yang menjual berbagai macam tipe Galvalume untuk kebutuhan orang-orang dan toko bangunan dengan nama dagang INDO DIAMOND TRUSS. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2017 dan terletak di Kota Banjarbaru. Perusahaan baja ringan ini juga memiliki para pesaing yang juga bergerak di bidang penjualan bahan baku bangunan berbahan dasar baja ringan (Galvalume). CV. Borneo Jaya Sentosa selama ini hanya memperkerjakan seorang sales untuk mempromosikan dan menawarkan barang-barangnya ke toko-toko bangunan.

CV. Borneo Jaya Sentosa harus terus melakukan inovasi baru dalam memasarkan barangnya dipasaran agar semakin berkembang dan tidak kalah saing oleh para pesaing lainnya. Dan agar masyarakat luas dapat mengetahui dan menaikkan penjualan barang yang ada dengan cara mempromosikan barangnya di media sosial instagram dengan memaksimalkan promosi di media sosial ini dengan tampilan yang menarik di setiap postingan tentu itu akan menarik minat masyarakat untuk membeli. CV. Borneo Jaya Sentosa tahun ke tahun memiliki penjualan yang tidak stabil.

Dengan adanya inovasi baru yang dapat menyesuaikan dengan perkembangan jaman maka semakin besar peluang untuk mencakup masyarakat luas karena pada era sekarang media sosial salah satunya instagram memiliki pengguna terbanyak baik dari kalangan anak muda sampai dewasa.

Dari uraian tersebut diatas menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Menggunakan Website Dan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Borneo Jaya Sentosa Di Kota Banjarbaru”.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian Deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui kegiatan wawancara dengan pihak CV. Borneo Jaya Sentosa di Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan diperoleh gambaran mengenai hasil penjualan saat ini atau dalam tiga tahun terakhir, faktor penghambat dalam penerapan strategi pemasaran, dan strategi dengan menggunakan website dan media sosial instagram mampu meningkatkan penjualan.

Adapun penjelasan dari masing-masing gambaran yaitu sebagai berikut :

### **1. Hasil Penjualan CV. Borneo Jaya Sentosa**

Selama ini hasil penjualan dari CV. Borneo Jaya Sentosa mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya, sebab perusahaan hanya mengandalkan seorang tenaga sales untuk mempromosikan produk-produknya ke berbagai toko-toko bangunan. Dengan intensitas promosi hanya dua kali dalam sebulan, diluar itu sales tersebut juga melakukan tugas untuk menagih tagihan dari toko-toko yang sudah jatuh tempo sehingga kinerjanya kurang efektif dalam mempromosikan, terlebih lagi mulai awal tahun 2021 ini CV. Borneo Jaya Sentosa sudah tidak memakai tenaga sales lagi. Dalam tahun 2021 ini perusahaan hanya mengandalkan pesanan dari toko-toko bangunan langganan, rekanan kerja dari pemilik perusahaan, dan juga sanak saudara dari karyawan yang berkerja di perusahaan tersebut. Dari data yang

didapat bahwa hampir disetiap barang yang dijual memiliki kenaikan dan penurunan disetiap tahunnya yang menyebabkan penjualan tidak stabil. Menurut pimpinan disana itu disebabkan karena mereka tidak pernah mempromosikan barang-barang yang dijual karena tidak lagi menggunakan tenaga kerja sales dan hanya mengandalkan toko-toko bangunan langganan atau pun orang-orang terdekat sebagai perantara untuk menawarkan kepada rekan ataupun keluarga, sehingga orang-orang kurang mengetahui mengenai barang-barang yang dijual disana.

## 2. Faktor Penghambat Dalam Penerapan Strategi Pemasaran

Dalam penerapan strategi pemasaran dari CV. Borneo Jaya Sentosa terdapat berbagai macam faktor penghambat yang dapat mempersulit langkah perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran, seperti :

- 1) Kurang luasnya promosi yang dilakukan oleh CV. Borneo Jaya Sentosa sehingga masyarakat kurang mengetahui informasi mengenai tempat dan barang-barang apa saja yang dijual.
- 2) Promosi hanya dilakukan dengan mendatangi toko-toko bangunan dengan membawa contoh barang dagangan atau produk yang dijual dan dilakukan kurang lebih hanya dua kali dalam sebulan, namun semenjak tahun 2021 tidak lagi memiliki tenaga sales.
- 3) Keterbatasan anggaran untuk melakukan periklanan seperti menggunakan media cetak surat kabar, spanduk, dan baliho.
- 4) Pesaing yang juga bergerak dibidang penjualan baja ringan (*Galvalume*).
- 5) Perusahaan kurang mengikuti perkembangan zaman misalnya seperti menggunakan media

internet untuk memasarkan barang-barang yang akan dijual.

## 3. Strategi Dengan Menggunakan Website dan Media Sosial Instagram Mampu Meningkatkan Penjualan

Dalam tugas akhir skripsi ini, saya selaku peneliti menyarankan kepada pimpinan perusahaan untuk membuat akun instagram dan melakukan promosi di media sosial tersebut.

Setelah dibuatnya akun media sosial instagram dengan *Username @indodiamondtruss*, dan mulai mempromosikan produk-produk yang dijual oleh perusahaan tersebut banyak orang terutama yang memiliki usaha toko bangunan mengirim pesan langsung melalui instagram ataupun langsung via *WhatsApp* untuk menanyakan daftar barang yang dijual dan harga barang. Selain mengunggah foto-foto produk, akun instagram CV. Borneo Jaya Sentosa juga mengunggah foto-foto lain seperti foto saat pengantaran barang pesanan, foto-foto keadaan di gudang, dan juga foto-foto hasil pengerjaan.

## PENUTUP

1. CV. Borneo Jaya Sentosa adalah perusahaan yang bergerak dibidang penyedia bahan konstruksi yang berbahan dasar baja ringan (*Galvalume*).
2. CV. Borneo Jaya Sentosa berlokasi di Jl. Ahmad Yani Km 33, Jl. R.O. Ulin No. 2B, Loktabat Selatan, Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan.
3. CV. Borneo Jaya Sentosa menghadapi permasalahan dalam penjualannya karena pada tiga tahun terakhir CV. Borneo Jaya Sentosa mengalami naik turun sehingga tidak stabilnya penjualan barang-barang yang dijual. Itu terjadi karena Perusahaan kurang mengikuti perkembangan zaman untuk

pemasaran barang-barangnya sehingga CV. Borneo Jaya Sentosa masih menyebarkan informasi mengenai toko ataupun perusahaannya dan barang-barang yang dijualnya secara manual dengan turun kelapangan dengan waktu 2 kali selama 1 bulan.

4. CV. Borneo Jaya Sentosa memiliki faktor-faktor penghambat untuk meningkatkan volume penjualannya antara lain seperti persaingan, analisis kemampuan internal, dan analisis ekonomi.
5. CV. Borneo Jaya Sentosa sebaiknya mulai menggunakan media internet untuk pemasaran barang-barang yang dijualnya untuk meningkatkan volume penjualannya. Dengan mulai mengikuti tahapan *e-marketing* untuk memulai pemasaran menggunakan *website* dan media sosial instagram.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, Nur. (2019). Strategi Pengadaan Karyawan Marketing Guna Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada PT. BBM Lambang Jaya Barito Banjarmasin. Tugas Akhir Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Dwi Wulandari, Cahya. (2018). Implementasi Manajemen Personalia (Guru) Di TK Pertiwi Genteng Kulon Banyuwangi. Skripsi Universitas Jember.
- Glorida Khalila, Vaya. (2018). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Coffe Bintaro Xchange Tangerang Selatan. Skripsi Universitas Satya Negeri Indonesia.
- Hadi Atmoko, T. P. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. Jurnal of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation, 1(2).
- Hadi Purnomo, R., & Indrajaya Tuharea, Firdaus. (2020). Pengaruh Penerapan Kaizen Terhadap Laba Usaha Pada PT. Astra Internasional TBK. TSO Cabang Manyar Gresik. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Gema Ekonomi, 9(1), 45-48.
- Harisa Ramadhan, Fadli. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr. Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. JOM FISIP: Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 4(3).
- Harminingtyas, Rudika. (2014). Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksidan Media Informasi Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra di Kota Semarang. Jurnal STIE Semarang, 6(3).
- Karvien. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dan Implementasi E-Marketing Usaha Keripik Pisang Lapis Lumer Melte Vanana Kota Bandar Lampung. Skripsi Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Liza Marie, Andhalia, & Eko Widodo, Rintis. (2019). Pengaruh Online Reviews Terhadap Online Hotel Booking Intentions, Study Kasus Pada Traveloka. Jurnal Pariwisata, 24(3).
- Mutiara, Mega. (2017). Penilaian Kegiatan Pemasaran Berbasis Analisis Swot Pada Salon Headquarters The Hair & Beauty Bar Palembang. Skripsi Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Oktaviani Pratiwi, Dwi. (2019). Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.com di Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi Institut Agama Islam Negeri IAIN Bengkulu.
- Prayudi, Dicki. (2016). Rancangan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Pelatihan

- Pendidikan Non Formal. Skripsi Universitas Pasundan Bandung.
- Purwoko, Hendro. (2019). Peran Mediasi Kepuasan Pada Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Teluk Penyu di Kota Cilacap Jawa Tengah). Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Rahmani, Thea. (2016). Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-dasar Fotografi Ponsel. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sufullah, Muhammad, & Ulfah Siregar, Maria. (2019). Pengungkapan Diri Gofar Hilman Sebagai Influencer Melalui Media Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(2), 167-180.
- Untari, Dewi, & Endah Fajariana, Dewi. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi deskriptif pada akun @Subur\_Batik). *Jurnal Sekretaris dan Manajemen*, 2(2).
- Yulitasari, Deavy. (2014). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.