

Strategi Promosi Melalui Instagram dan Whatsapp untuk Meningkatkan Omzet Penjualan pada CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin

Siti Marlina

Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin
Email: sitimarlina1610@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the form of product promotion for CV Fajar Putra Banjarmasin branch so far and to find out the right Instagram and WhatsApp social promotion media strategies for CV Fajar Putra Banjarmasin. The type of research used is descriptive. Sources of data in this study are primary data sources and secondary data. Data collection techniques used in this study were observation, interviews and documentation. The data analysis technique used in this study is a non-statistical technique. Based on the results of the study, it shows that the problems that occur regarding marketing carried out by CV Fajar Putra Branch are still conventional only by word of mouth. This resulted in the ups and downs of sales turnover at CV Fajar Putra Branch. Therefore, to increase sales turnover of CV Fajar Putra Branch, CV Fajar Putra Branch should promote through social media Instagram, and WhatsApp Business.

Keywords: *Promotion, Promotion Strategy, Social Media.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk promosi produk CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin selama ini dan untuk mengetahui strategi promosi media sosial Instagram dan WhatsApp yang tepat untuk CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non statistik. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masalah yang terjadi mengenai pemasaran yang dilakukan CV Cabang Fajar Putra masih bersifat konvensional hanya dari mulut ke mulut. Hal tersebut mengakibatkan naik turunnya omzet penjualan pada CV Cabang Fajar Putra. Oleh karena itu, untuk meningkatkan omzet penjualan CV Cabang Fajar Putra sebaiknya CV Cabang Fajar Putra melakukan promosi melalui media sosial Instagram, dan WhatsApp Bisnis.

Kata Kunci: *Promosi, Strategi Promosi, Media Sosial.*

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada saat ini merupakan sebuah tantangan baru bagi pelaku usaha untuk tetap berada dalam persaingan. Setiap perusahaan pasti mengharapkan pendapatannya selalu meningkat dari waktu ke waktu, usaha meningkatkan pendapatan ini sangat penting bagi perkembangan bisnis perusahaan. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen akan mengalami penurunan pendapatan. Jika perusahaan tersebut tahun demi tahun mengalami kemunduran maka dipastikan akan mengalami gulung tikar.

Demi kelangsungan suatu usaha terdapat beberapa bauran promosi yang digunakan meliputi periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales*

promotion), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan pemasaran *interaktif online*.

Media promosi yang sedang marak digunakan dan diminati banyak orang akhir-akhir ini karena pertumbuhannya yang cukup pesat dan mudah digunakan adalah media sosial Instagram dan WhatsApp. Instagram dan WhatsApp hingga saat ini menjadi salah satu aplikasi media sosial andalan bagi para pengusaha sebagai alat komunikasi bisnis online shop yang tidak dapat disepelekan. Pemanfaatan Instagram dan WhatsApp sebagai media promosi dapat meminimalkan biaya, waktu dan tenaga yang harus dikeluarkan oleh penjual. Selain itu, dari segi promosi dalam melaksanakan kegiatannya dapat dilakukan melalui media online shop (toko online) sehingga penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung secara fisik saat proses transaksi jual beli berlangsung (Yulianti, 2019).

CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengrajin kayu yang sudah berpengalaman dalam membuat kusen, pintu, jendela, dan pekerjaan lainnya berbahan kayu sesuai pesanan konsumen. Kusen sebagai bagian dan komponen arsitektural, interior, eksterior, maupun komponen struktural bangunan. Menurut penulis CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin selalu memposisikan dirinya sebagai perusahaan pengrajin kusen yang menghargai peranan pelanggan setiap ide dari pelanggan, sesulit apapun ide tersebut, dengan sikap antusiasme yang tinggi, CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin akan berusaha mewujudkannya demi kepuasan konsumen berdasarkan pengetahuan dan pengalaman dibidang pengolahan kayu selama bertahun tahun, sehingga ide tersebut dapat diwujudkan menjadi produk nyata, yang berdaya berguna dan berhasil guna serta bernilai estetika tinggi. CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin selalu bekerja berdasarkan gambar teknis dan spesifikasi yang diinginkan oleh pelanggan. Selama ini, CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin belum melaksanakan kegiatan. Promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi untuk produk CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran strategi promosi CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin selama ini?
2. Bagaimana promosi yang dapat meningkatkan omset penjualan pada CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin?

2. KAJIAN PUSTAKA

Menurut Basu Swastha (1984) promosi atau *promotion* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan secara satu arah dengan tujuan untuk memengaruhi pihak lain sehingga menghasilkan sebuah pertukaran di dalam pemasaran. Kotler dkk (2014) mengatakan bahwa promosi adalah tindakan yang meyakinkan pelanggan dengan menunjukkan produk atau jasa kepada pelanggan sehingga mereka dapat memutuskan untuk membelinya. Promosi adalah bagian penting dari berbagai kebijakan pemasaran perusahaan, sehingga sangat penting. Untuk menjamin masa depan bisnis, peran promosi sangat penting.

Segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memengaruhi permintaan produknya termasuk dalam strategi promosi, yang dapat diatur dan digunakan oleh perusahaan untuk menarik perhatian pasar sasaran. Program promosi yang efektif menggabungkan berbagai komponen bauran pemasaran ke dalam program yang dirancang dengan baik untuk mencapai sasaran pemasaran perusahaan dengan memberikan nilai kepada konsumen (Muhammad, 2009).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), "Penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat pertandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain."

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan adanya penurunan omzet penjualan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 yang signifikan dan salah satu faktor penyebabnya adalah strategi promosi yang dijalankan CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin yang kurang efektif.

Tabel 4.1

Data Penjualan CV Cabang Fajar Putra Tahun 2018 - 2021

No	Tahun	Omzet	Target	Persentase
1.	2018	Rp. 368.881.000	Rp. 350.000.000	105%
2.	2019	Rp. 355.417.000	Rp. 350.000.000	102%
3.	2020	Rp. 326.698.000	Rp. 350.000.000	93%
4.	2021	Rp. 275.404.000	Rp. 350.000.000	79%

Sumber data : CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin 2022

Hasil Penelitian

Penelitian ini menemukan adanya masalah yang terjadi mengenai pemasaran yang dilakukan CV Cabang Fajar Putra masih bersifat konvensional hanya dari mulut ke mulut. Pemilik CV Cabang Fajar Putra mengaku kurangnya pemahaman dari pihak pimpinan atau pemilik dari CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin itu sendiri tentang arti pentingnya terhadap media promosi dan mengetahui tentang bagaimana strategi yang tepat dalam menjalankan penjualan. Hal tersebut menyebabkan omzet penjualan menurun dan apabila CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin terus menerus mengalami penurunan omzet maka akan mengakibatkan pendapatan CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin akan berkurang dan popularitas dari CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin itu sendiri pun juga menurun. Keuntungan berkurang dan juga tidak mampu memenuhi biaya operasional dan bila tidak segera diatasi maka akan menimbulkan kerugian yang besar bahkan bisa mengalami kebangkrutan.

Pembahasan

Pihak manajemen atau pemilik CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin perlu memperbaiki strategi promosi penjualannya karena kegiatan promosi sangat penting bagi keberhasilan penjualan. Strategi promosi yang efektif harus lebih dulu memulai dengan strategi awal yaitu banyak menginformasikan barang atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen. Pada proses berikutnya, praktis yang perlu ditonjolkan kecakapan memersuasikan status barang atau jasa secara komunikatif untuk menyentuh “naluri dasar” dari selera konsumen, sehingga barang atau jasa tersebut berkesempatan laku terjual.

Saat ini media digital menjadi pusat kehidupan masyarakat secara online. Banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan media digital khususnya media social (Astiani, 2021). Dilihat pada era sekarang ini media sosial sangatlah populer di kalangan masyarakat dikarenakan penggunaannya yang mudah dan tidak banyak memakan biaya. Guna meningkatkan omzet penjualan CV Cabang Fajar Putra sebaiknya CV Cabang Fajar Putra melakukan promosi melalui media sosial Instagram, dan WhatsApp Bisnis.

Promosi Melalui Instagram

Instagram adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman. Adapun cara-cara yang bisa dilakukan oleh CV Cabang Fajar Putra untuk memasarkan produk melalui Instagram, sebagai berikut:

1. Melengkapi bio

Untuk menumbuhkan trust dari pengguna Instagram, pastikan bio pada Akun CV Cabang Fajar Putra sudah diisi dengan lengkap dan jelas.

2. Menentukan tema feed Instagram

Membuat feed Instagram menjadi lebih menarik, sehingga followers yang melihat bisa tertarik dan melakukan follow. Jangan lupa untuk memberikan waktu agar cara promosi di Instagram ini berhasil. CV Cabang Fajar Putra bisa berinteraksi dengan *followers* dan *share* konten-konten edukasi yang bermanfaat kepada *followers*. Perhaikan foto, warna, pola dan waktu mengunggahnya, lakukan secara konsisten.

3. Memposting secara konsisten

Manfaat melakukan posting Instagram secara konsisten adalah agar mudah dilihat oleh followers sehingga bisa terjadi interaksi antar keduanya. Dengan terjadinya interaksi ini diharapkan dapat menciptakan kegiatan jual beli berjalan dengan mudah. Selain itu dengan sering upload konten menjadikan branding bisnis CV Cabang Fajar Putra semakin dikenal oleh banyak orang.

4. Menggunakan hastag

Gunakan hastag yang sedang trend di Instagram setiap kali mengunggah foto, hastag membantu meningkatkan jumlah pengunjung dan followers. Pilih hastag yang sangat relevan dan banyak dicari pengunjung. CV Cabang Fajar Putra bisa melakukan riset terlebih dahulu untuk menentukan hastag yang paling sesuai dengan produk yang ditawarkan.

5. Membangun relasi dengan akun sejenis

CV Cabang Fajar Putra bisa mulai membangun relasi dengan melakukan follow pada akun Instagram sejenis terlebih dahulu, kemudian melakukan komentar pada setiap postnya. Tetapi perlu diingat jangan spam atau komentar jualan secara langsung, lakukan teknik soft selling. Pastikan CV Cabang Fajar Putra juga follow pada akun-akun influencer sejenis dalam bisnis Anda, agar nantinya akun mendapatkan rekomendasi followers dari Instagram akun yang sejenis. CV Cabang Fajar Putra juga bisa melakukan follow pada pengikut akun competitor produk bisnis Anda. Tentunya pastikan dulu feed dan bio Instagram CV Cabang Fajar Putra lebih menarik.

6. Membagikan testimoni pelanggan

Konsumen yang telah membeli produk CV Cabang Fajar Putra bisa memberikan testimoni pada chat WhatsApp. CV Cabang Fajar Putra bisa meng-upload testimoni sebagai Instagram story untuk memberikan rasa percaya akan suatu produk kepada para calon konsumen.

7. Membagikan sosial media

Untuk memaksimalkan promosi di Instagram, CV Cabang Fajar Putra bisa menggunakan sosial media lain atau website guna untuk share akun Instagram yang CV Cabang Fajar Putra miliki. Tujuannya agar mengarahkan orang-orang untuk *follow* akun Instagram bisnis yang CV Cabang Fajar Putra kelola.

8. Endorsement

Endorsement adalah teknik promosi di Instagram dengan memberikan produk kepada influencer untuk dipromosikan. Barang yang diberikan kepada influencer ini sebagai pengganti uang cash. Umumnya influencer yang dipilih harus sesuai dengan target market produk tersebut. Sistemnya sangat sederhana, CV Cabang Fajar Putra mengirimkan kepada influencer produk untuk dibarter dengan promosi baik itu lewat post atau Instagram story.

9. Membuat video review produk

Fitur Instagram story atau bisa juga menggunakan fitur IGTV agar menarik perhatian konsumen, manfaatkan pencahayaan yang mendukung, narasi penjelasan produk secara singkat, padat dan jelas serta ditambahkan lagu agar konsumen tidak merasa bosan.

10. Membuat foto produk yang menarik

Agar lebih efektif, maka foto produk dibuat menarik dan pencahayaan yang cukup, ditambahkan caption produk beserta harga dan info kontak pemesanan agar konsumen lebih mudah mengetahui tentang produk yang ditawarkan dengan jelas.

Promosi Melalui WhatsApp Bisnis

WhatsApp Bisnis adalah aplikasi yang didesain khusus untuk para pemilik bisnis yang bisa diunduh secara gratis, WhatsApp Bisnis memang khusus dibuat untuk pemilik bisnis. WhatsApp Bisnis ini akan sangat memudahkan CV Cabang Fajar Putra untuk terhubung secara pribadi dengan pelanggan, dapat menyoroti produk, memberikan layanan, serta menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat. WhatsApp ini adalah salah satu media sosial yang banyak di minati oleh pelaku bisnis. Terlebih dengan banyaknya unggahan yang diberikan oleh WhatsApp Bisnis untuk menjalankan aktivitas bisnisnya, salah satu aktivitasnya adalah berjualan produk. Adapun cara-cara yang bisa dilakukan CV Cabang Fajar Putra memasarkan produk melalui WhatsApp Bisnis:

1. Mengumpulkan kontak calon pelanggan

CV Cabang Fajar Putra bisa mendapatkan kontak calon pelanggan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan lainnya. Dengan begitu, CV Cabang Fajar Putra bisa melakukan follow up untuk memasarkan produk tersebut.

2. Meminta calon pelanggan untuk menyimpan nomor CV Cabang Fajar Putra

Setelah CV Cabang Fajar Putra mendapatkan nomor dari calon pelanggan langkah selanjutnya yang bisa CV Cabang Fajar Putra lakukan adalah meminta calon pelanggan untuk menyimpan nomor WhatsApp Bisnis CV Cabang Fajar Putra, Tujuannya agar CV Cabang Fajar Putra mudah melakukan broadcast ke mereka karena jika calon pelanggan tidak menyimpan nomor CV Cabang Fajar Putra maka broadcast dari CV Cabang Fajar Putra tidak akan masuk ke calon pelanggan.

3. Menawarkan konten yang relevan kepada pelanggan

a. *Broadcast* merupakan fitur untuk membagikan pesan ke beberapa orang sekaligus. Pesan broadcast ini dapat berupa informasi dan promosi produk yang akan dijual. Membagikan pesan ini perlu dilakukan secara rutin namun tidak harus setiap hari, misalnya dapat dilakukan selama 2 kali dalam seminggu.

b. Fitur Story bisa dimanfaatkan untuk menerapkan WhatsApp bisnis yang memungkinkan CV Cabang Fajar Putra berbagi cerita dengan orang-orang dikontak bisnisnya. Hal lain yang juga bisa CV Cabang Fajar Putra bagikan dalam fitur stories di WhatsApp adalah promosi produk, informasi terkait aktivitas bisnis, dan lain sebagainya. Membagikan stories ini perlu dilakukan secara rutin setiap hari.

4. Berinteraksi melalui grub

Bergabung dalam suatu grub dapat menjadi langkah awal CV Cabang Fajar Putra untuk melakukan promosi. Ada baiknya jika CV Cabang Fajar Putra perlu mengenal anggota grub terlebih dahulu agar tidak ada yang merasa terganggu atau tidak nyaman. Untuk mengenal anggota grub memang membutuhkan waktu namun setelah itu CV Cabang Fajar Putra bisa mencoba mempromosikan produk secara bertahap.

5. Membalas chat dengan cepat

CV Cabang Fajar Putra dapat menjawab setiap pertanyaan yang ditanyakan oleh pelanggan. Pastikan CV Cabang Fajar Putra memiliki sumber daya yang cukup untuk menangani permintaan dan chat pelanggan.

6. Membuat kalimat promosi

CV Cabang Fajar Putra perlu mengetahui bagaimana cara membuat suatu kalimat promosi untuk menarik pelanggan. Kalimat promosi harus dibuat semenarik mungkin agar calon pelanggan tertarik untuk membeli produk yang sedang dipasarkan.

Contohnya “ Mau beli pintu yang bagus modelnya namun tetap bagus kualitasnya dengan harga terjangkau? Kami menyediakan pembuatan berbagai meja sesuai yang Anda inginkan.

Kami sudah berpengalaman dalam pembuatan berbagai macam pintu sehingga hasilnya pasti lebih maksimal “.

5. PENUTUP

Kesimpulan

- (1) CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin merupakan usaha perusahaan yang bergerak di bidang pengrajin kayu yang memulai usahanya tahun 2002 hanya melalui promosi dari mulut ke mulut. Permasalahan yang dihadapi yaitu strategi promosi yang sekarang dijalankan kurang efektif atau hanya melalui promosi dari mulut ke mulut. Hal itulah yang membuat masyarakat belum mengetahui produk yang dijual atau ditawarkan oleh CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin itu sendiri yang mengakibatkan menurunnya omzet penjualan dari CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin.
- (2) Untuk memecahkan permasalahan yang ada pada CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin lebih memaksimalkan penggunaan media sosial dengan cara menggunakan Instagram dan WhatsApp Bisnis yang mereka miliki.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin, maka peneliti ingin memberikan saran yaitu CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin perlu memperbaiki kegiatan promosi yang masih bersifat konvensional beralih ke Instagram dan WhatsApp Bisnis dengan memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram dan WhatsApp Bisnis tersebut agar produk yang ditawarkan oleh CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin dapat dikenal oleh masyarakat luas dan untuk menunjang promosi produk dari CV Cabang Fajar Putra Banjarmasin

6. DAFTAR PUSTAKA

- Astiani, Y. D. (2021). *Strategi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Nadya Store Banjarmasin*. Banjarmasin: Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Muhammad, As'adi. (2009). *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Yogyakarta: Garailmu.
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2014). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (1984). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Yulianti. (2019). *Analisis Strategi Promosi melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.