

Contents list available at [journal.uib.ac.id](http://journal.uib.ac.id)**Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**Journal homepage: [www.journal.uib.ac.id/index.php/se/index](http://www.journal.uib.ac.id/index.php/se/index)

## Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Jangkauan Pasar Citra Marindo

Yuswardi<sup>1</sup>, Devlin Wang<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

Email: [devlinwang03@gmail.com](mailto:devlinwang03@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

#### Kata kunci:

Pemasaran Digital, Visibilitas, Peningkatan Penjualan

### ABSTRAK

Pemasaran digital merupakan strategi utama dalam memperluas jangkauan pasar perusahaan. PT Citra Marindo, penyedia perlengkapan kapal di Batam, menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan strategi pemasaran digital melalui Tokopedia dan Instagram sehingga meningkatkan penjualan dan memperkuat citra merek. Metode yang digunakan mencakup pembuatan toko online di Tokopedia, pengelolaan akun Instagram, serta penggunaan iklan berbayar dan QR code. Hasil program ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung dan pembeli dari luar grup internal perusahaan, yang menandakan keberhasilan dalam memperluas pasar. Promosi melalui Instagram yang menyajikan konten kreatif juga memperkuat branding perusahaan sebagai pemasok perlengkapan kapal terpercaya di Batam. Kendala awal dapat diatasi dengan strategi iklan dan ulasan positif, dengan harapan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan, penerapan strategi pemasaran digital ini memiliki potensi besar untuk berkembang dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar perlengkapan kapal.

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

Digital marketing, Visibility, Sales Growth

### ABSTRACT

*Digital marketing has become a key strategy for expanding business reach. PT Citra Marindo, a marine equipment supplier in Batam, faces challenges in broadening its market and increasing visibility. This community service program aims to implementing the digital marketing strategies via Tokopedia and Instagram that enhance sales and strengthen brand image. The methods used include creating an online*



Contents list available at [journal.uib.ac.id](http://journal.uib.ac.id)

**Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**

Journal homepage: [www.journal.uib.ac.id/index.php/se/index](http://www.journal.uib.ac.id/index.php/se/index)



---

*store on Tokopedia, managing Instagram accounts, and utilizing paid ads and QR codes. The results show significant increases in website traffic and buyers from outside the company's internal group, indicating success in market expansion. Promotions through Instagram with creative content also helped strengthen the company's branding as a trusted marine equipment supplier in Batam. Initial challenges were addressed through advertising strategies and positive reviews, with the potential to increase customer loyalty. Overall, the implementation of this digital marketing strategy has great potential to develop further and enhance the company's competitiveness in the marine equipment market.*

---

## 1. Pendahuluan

Pemasaran digital telah menjadi strategi utama dalam mendukung pertumbuhan bisnis di era modern (Sifwah *et al.*, 2024). Dengan meningkatnya adopsi internet dan perangkat mobile, perusahaan memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui berbagai platform digital (Ananda & Yuswardi, 2023). Media sosial seperti Instagram memungkinkan perusahaan membangun hubungan emosional dengan konsumen melalui konten visual yang menarik, sementara marketplace seperti Tokopedia menyediakan akses kepada calon pembeli yang mencari produk secara spesifik (Astuty & Yuswardi, 2024). Strategi ini tidak hanya relevan dalam menarik perhatian konsumen baru, tetapi juga dalam membangun loyalitas dan kepercayaan merek (Amanah, 2015).

Keberhasilan pemasaran digital memerlukan pendekatan terintegrasi yang mencakup pembuatan konten kreatif, pengoptimalan mesin pencari (SEO), analitik berbasis data, dan pemanfaatan iklan berbayar. Selain itu, pemberian promosi seperti diskon dan penawaran khusus juga dapat memperkuat daya tarik produk di mata konsumen (Kotler *et al.*, 2021). Dalam jangka panjang, pemasaran digital yang terstruktur dapat mendorong peningkatan penjualan dan penguatan citra merek (Ryan, 2014).

Citra Marindo, perusahaan penyedia perlengkapan kapal yang

berlokasi di Batam, menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas di luar kelompok internal Citra Group. Sebagian besar penjualan perusahaan saat ini berasal dari jaringan internal, sementara peluang di pasar eksternal belum dimanfaatkan secara optimal. Harga produk yang kurang kompetitif dibandingkan dengan pesaing utama juga menjadi kendala dalam menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas. Hal ini menunjukkan perlunya perubahan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efisien.

Adopsi strategi pemasaran digital menjadi salah satu solusi potensial bagi Citra Marindo untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing. Dengan memanfaatkan Instagram dan Tokopedia sebagai platform utama, perusahaan dapat memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas (Meirisha, 2024). Instagram memungkinkan publikasi konten visual yang menarik, sementara Tokopedia dapat menjadi saluran untuk memasarkan produk secara langsung kepada konsumen yang sudah memiliki niat membeli (Tunjungsari & Ginting, 2020; Tokopedia, 2022). Kombinasi ini diharapkan mampu menjawab kebutuhan perusahaan dalam meningkatkan pengenalan merek dan volume penjualan (Norton, 2023).

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi efektivitas dan mengimplementasikan strategi

pemasaran digital yang diadopsi oleh Citra Marindo dalam mencapai target pasar eksternal. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mengukur dampak strategi tersebut terhadap penguatan citra merek dan peningkatan daya saing perusahaan di industri penyediaan perlengkapan kapal. Harapan dari kegiatan ini adalah memberikan kontribusi dalam bentuk rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan secara lebih efektif.

Dengan pendekatan yang terstruktur, Citra Marindo berpotensi untuk tidak hanya meningkatkan jumlah pelanggan eksternal tetapi juga memperkuat posisi mereka sebagai salah satu penyedia perlengkapan kapal terpercaya di Batam, mengingat pentingnya inovasi dalam pemasaran digital sebagai salah satu pendorong utama keberhasilan bisnis di era persaingan global.

## 2. Metode

Proses pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan langkah-langkah yang melibatkan Citra Marindo sebagai subjek utama. Pengabdian ini dilaksanakan di kantor Citra Marindo yang berlokasi di Batam. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu perusahaan memperluas jangkauan pasar mereka melalui pemasaran digital di platform seperti Tokopedia dan Instagram. Citra Marindo terlibat secara aktif dalam setiap tahapan, mulai dari

perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pada tahap perencanaan, pihak perusahaan memberikan wawasan terkait kebutuhan dan tantangan yang mereka hadapi dalam pemasaran produk. Diskusi dengan manajemen Citra Marindo memastikan bahwa strategi yang disusun dapat dijalankan sesuai dengan tujuan perusahaan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, Citra Marindo menyediakan produk yang akan dipromosikan dan memberikan dukungan dalam pemasaran melalui Instagram dan Tokopedia. Keterlibatan perusahaan ini penting untuk memastikan bahwa strategi pemasaran digital dapat berjalan efektif dan memberikan hasil yang maksimal.

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan pengabdian ini adalah pemasaran digital yang menggabungkan penggunaan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan visibilitas produk Citra Marindo. Proses perancangan dimulai dengan analisis kebutuhan perusahaan melalui wawancara dan observasi lapangan, yang menghasilkan informasi penting terkait produk yang perlu diprioritaskan. Kemudian, foto produk berkualitas tinggi diambil dan diedit sebelum diunggah ke Tokopedia dan Instagram. Produk dipromosikan melalui iklan berbayar di Tokopedia dan postingan yang konsisten di Instagram. QR code disertakan dalam postingan Instagram untuk mempermudah calon pembeli mengakses toko di Tokopedia. Tahap ini diharapkan dapat menarik

perhatian pembeli baru, meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan merek Citra Marindo kepada pasar yang lebih luas.

Nama toko yang akan digunakan di Tokopedia adalah "Rhinox Official Store" dan tidak membawa nama Citra Marindo, hal ini dikarenakan merk Citra Marindo sendiri belum terlalu dikenal luas oleh calon pembeli, maka dari itu dengan adanya Rhinox Official Store diharapkan dapat melakukan penjualan menggunakan merk-merk yang lainnya terlebih dahulu dengan sambil memposting merk milik Citra Marindo itu sendiri dan ketika merk Citra Marindo sudah lebih dikenal, direncanakan akan di adakan toko baru yang membawa nama Citra Marindo.

Proses pelaksanaan dilakukan secara bertahap, dimulai dengan persiapan yang mencakup pembentukan tim dan penyusunan materi pemasaran. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan memulai promosi produk melalui Tokopedia dan Instagram. Pemasangan iklan berbayar dilakukan di Tokopedia untuk meningkatkan visibilitas produk, dan konten di Instagram diposting secara teratur untuk membangun brand awareness. Tahap evaluasi dilaksanakan setelah pemasaran dilakukan, untuk mengukur keberhasilan berdasarkan indikator seperti jumlah pengunjung, interaksi, dan penjualan yang diperoleh. Evaluasi ini memberikan informasi penting untuk meningkatkan strategi pemasaran di masa mendatang.

Seluruh tahapan di atas membentuk alur yang terintegrasi, mulai dari perencanaan hingga pelaporan, dengan tujuan akhir untuk memperluas pasar Citra Marindo dan meningkatkan posisi mereka sebagai pemasok perlengkapan kapal yang kompetitif. Melalui keterlibatan aktif Citra Marindo dan penerapan metode pemasaran digital yang tepat, diharapkan hasil yang signifikan dapat tercapai dalam periode pengabdian ini.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari proses pengabdian masyarakat ini menunjukkan perkembangan signifikan dalam hal pemasaran digital PT Citra Marindo. Proses pendampingan dimulai dengan pembuatan toko online di Tokopedia yang mencakup seluruh produk yang dijual oleh perusahaan, serta implementasi strategi promosi di media sosial Instagram. Salah satu aksi teknis yang dilakukan adalah memposting lowongan pekerjaan yang disertai foto produk dan kode QR yang mengarah langsung ke laman Tokopedia.

Hal ini berhasil meningkatkan traffic ke akun Instagram dan meningkatkan jumlah pengunjung ke halaman produk di Tokopedia, seperti yang terlihat pada Gambar 1 yang menunjukkan peningkatan jumlah tampilan profil setelah memposting lowongan pekerjaan beserta foto produk.

Selain itu, promosi produk dilakukan melalui iklan di Tokopedia

yang berhasil menarik calon pembeli baru, baik di dalam Batam maupun luar Batam, sesuai dengan temuan yang terlihat dalam Gambar 2 dan Gambar 3, yang memperlihatkan tampilan laman Tokopedia yang lebih menarik dan informatif.

Selain itu, implementasi pemasaran di Instagram dengan konten yang sesuai dengan minat pasar, seperti postingan produk populer dan video promosi, juga menunjukkan dampak positif. Postingan yang menggabungkan tema hari besar nasional berhasil menarik perhatian lebih banyak audiens, meningkatkan eksposur produk, dan membangun brand awareness yang lebih kuat.

Gambar 4 menunjukkan contoh postingan feeds Instagram yang digunakan untuk mempromosikan produk. Pendekatan ini menunjukkan adanya perubahan perilaku dalam cara konsumen Batam mengakses informasi mengenai produk melalui media sosial.

Secara keseluruhan, proses implementasi membuahkan hasil yang positif. Berdasarkan Gambar 5, rating toko tetap 5 bintang yang diberikan oleh pembeli menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh PT Citra Marindo. Proses promosi yang dilakukan dengan menyertakan foto produk, deskripsi, serta ulasan positif telah meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko online tersebut. Selain itu, Gambar 6 hingga Gambar 8 menunjukkan peningkatan jumlah ulasan positif dan rating bintang 5 yang diterima, yang semakin

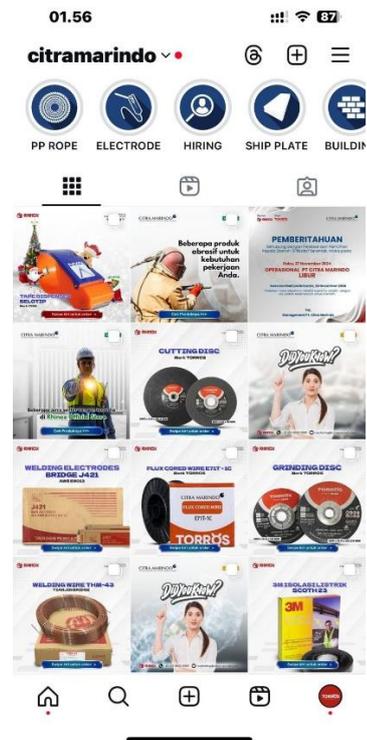
memperkuat reputasi toko di Tokopedia. Kepercayaan konsumen yang tumbuh dari waktu ke waktu, seperti terlihat dalam Gambar 9, mencerminkan adanya perubahan sosial dalam cara pembeli melihat dan berinteraksi dengan toko online baru, bahkan ketika iklan tidak lagi aktif.



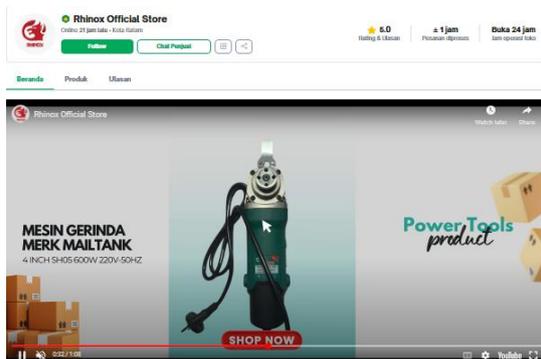
Gambar 1. Profile Views setelah memposting lowongan pekerjaan beserta foto produk



Gambar 2. Laman tokopedia termasuk video dan banner yang telah dibuat



Gambar 4. Postingan Feeds Instagram untuk mempromosikan produk



Gambar 3. Salah satu tampilan pada video yang ada di Tokopedia

Rating Produk	Inbox Ulasan	Penilaian Pembeli	Penalty Dan Reward
Rata-rata rating 66 produk:			
★ 5.0 / 5.0			
70 ulasan Periode: 16 Des 2023 - Hari ini			
1 Tahun Terakhir			
Ulasan Terbanyak			
Cari nama produk			
Nama Produk	Rating	Total Ulasan	Topik Populer (0)
Paint Stick Markal Original b - Merah/ Kuning/ Biru/ Putih	5.0	4	Topik tidak tersedia
Spooler dan mobil motor Paint marker merk TOYO - Merah/ Putih/ Kuning	5.0	3	Topik tidak tersedia
3M Isolasi Listrik Scotch 23 / Rubber Splicing Tape	5.0	3	Topik tidak tersedia

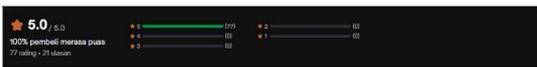
Gambar 5. Rating bintang 5 yang diberikan pembeli



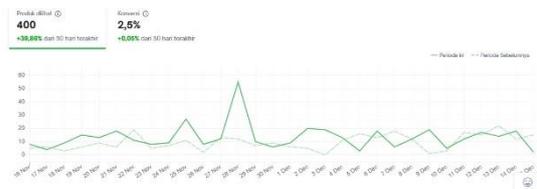
Gambar 6. Rating bintang 5 beberapa contoh produk lain yang diberikan pembeli



Gambar 7. Poin reputasi yang diterima karena performa toko



Gambar 8. Total ulasan dan rating positif yang diterima usai pembelian



Gambar 9. Banyaknya produk dilihat dalam 30 hari terakhir tanpa iklan

Secara keseluruhan, hasil dari pengabdian ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam perilaku konsumen dan perkembangan kepercayaan terhadap toko online PT Citra Marindo. Aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui Tokopedia dan Instagram telah mempercepat proses transformasi sosial dalam cara

masyarakat Batam mengakses produk-produk dari PT Citra Marindo, yang sebelumnya lebih terbatas di pasar internal. Keberhasilan ini juga menunjukkan pentingnya peran media sosial dan marketplace dalam memperluas jangkauan pasar di era digital.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil implementasi program digital marketing di PT Citra Marindo, dapat disimpulkan bahwa upaya pemasaran yang dilakukan telah berhasil meningkatkan visibilitas dan potensi penjualan perusahaan. Pembuatan toko online di Tokopedia yang dilengkapi dengan berbagai strategi promosi, seperti iklan berbayar, penggunaan QR code, dan kolaborasi dengan akun Instagram populer, terbukti efektif dalam menarik perhatian calon pembeli.

Hasilnya, penjualan produk mulai menunjukkan peningkatan, terutama dari konsumen yang berasal dari luar grup internal perusahaan, menandakan keberhasilan dalam memperluas pasar. Selain itu, promosi melalui Instagram dan konten kreatif yang mencakup produk populer dan perayaan hari besar nasional semakin memperkuat branding PT Citra Marindo sebagai pemasok marine terpercaya di Batam.

Meski peningkatan masih berada pada tahap awal, program digital marketing yang diterapkan memiliki potensi besar untuk berkembang di masa mendatang. Kendala seperti kesulitan menarik perhatian pembeli

pada awalnya dapat diatasi melalui strategi iklan yang tepat dan ulasan positif dari pembeli pertama. Dengan konsistensi dalam promosi serta evaluasi dan penyesuaian strategi yang berkelanjutan, perusahaan berpotensi untuk terus meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencapai tujuannya sebagai pemasok marine terkemuka di Batam.

PT Citra Marindo sebaiknya terus menjaga konsistensi dalam mengelola akun Tokopedia dan Instagram dengan memperbarui konten secara rutin dan mengikuti tren pemasaran digital terbaru. Strategi iklan yang telah terbukti efektif bisa digunakan secara berkala untuk menarik lebih banyak pembeli, sambil memastikan toko mempertahankan rating tinggi agar produk lebih mudah direkomendasikan.

Selain itu, perusahaan dapat memanfaatkan data penjualan untuk menonjolkan produk yang paling diminati, dengan memperbaiki deskripsi produk agar lebih menarik dan informatif. Meningkatkan layanan pelanggan, seperti memberikan respons cepat dan menjaga kualitas pengemasan serta pengiriman, juga akan memperkuat kepercayaan pelanggan dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang.

Untuk jangka panjang, ekspansi ke platform digital lain seperti Shopee atau Facebook Marketplace, serta membangun kemitraan dengan pelaku bisnis lokal, dapat membuka peluang baru. Evaluasi berkala dari strategi promosi sangat penting untuk

mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan menyesuaikan pendekatan agar perusahaan Citra Marindo dapat mencapai hasil yang lebih optimal.

## 5. Daftar Pustaka

- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 13(1), 47-55., 3 (1)(1693-6922), 47-55.
- Ananda, A. D., & Yuswardi. (2023). *Penerapan Promotion Mix pada Bisnis Sate Banyumas Sagulung - Batam*.
- Astuty, D., & Yuswardi. (2024). Strategi Promosi atau Membangun Brand Image pada Media Digital/Online pada UMKM Fashion @Highlaff.id2. *Madani*, 2(2), 58-64. <https://doi.org/10.37253/madani.v2i2.8945>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *MARKETING 5.0*.
- Meirisha, P. J. (2024). *Strategi Public Relation Bank Syariah dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital: Literature Review*. 1(1), 39-46.
- Norton, A. (2023). Digital marketing strategy. *Digital Marketing Strategy*, July, 1-168. <https://doi.org/10.4337/9781035311316>
- Ryan, D. (2014). Understanding Digital Marketing 3rd edition, Marketing strategies for engaging the digital generation. In *Sustainability*

(Switzerland) (Vol. 11, Issue 1).  
[http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.

Tokopedia. (2022). Panduan Memulai Usaha di Tokopedia. *Tokopedia*.

Tunjungsari, H. K., & Ginting, G. (2020). Perkembangan Dunia Usaha di Era Digital. *Pustaka.Ut.Ac.Id*, 1–43. <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/MKWI4203-M1.pdf>