

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN VOLUME  
PENJUALAN**

**(Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**RIZKY THYTO RAMADHAN**

**19042010064**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**2023**

**LEMBAR PESETUJUAN**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN VOLUME**

**PENJUALAN**

**(Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya)**

**Disusun Oleh:**

**RIZKY THYTO RAMADHAN**

**NPM. 19042010064**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Lisan Skripsi**

**Menyetujui,**

**Pembimbing**



**Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB**

**NIP. 198910302020121007**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**

**NIP. 196804182021211006**



**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN VOLUME  
PENJUALAN**

**(Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya)**

**Disusun Oleh:**

**RIZKY THYTO RAMADHAN**

**NPM. 19042010064**

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi**

**Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal 5 Mei 2023**

**Menyetujui,**

**Pembimbing**

**Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB**  
**NIP. 198910302020121007**

**Tim Penguji**

**1. Ketua**

**Budi Prabowo, S.Sos., M.M**  
**196210161988031001**

**2. Sekretaris**

**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**196009241993032001**

**3. Anggota**

**Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB**  
**NIP. (198910302020121007**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Thyto Ranadhan  
NIM : 19042010064  
Fakultas /Program Studi : FISIP/Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 9 Mei 2023

Yang Menyatakan



Rizky Thyto Ramadhan

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya)”**.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB.,M.AB sebagai dosen pembimbing yang telah meberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berwujud materi, moral, dan spritual. Dengan itu peneliti banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, M.A, selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Orang tua, keluarga, dan sanak saudara yang selalu memberikan dukungan dan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2019 yang sama-sama ada dan memberikan satu sama lain motivasi sehingga penulis sanggup mengerjakan penulisan skripsi ini hingga selesai.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran pembaca agar dapat memperbaiki kesalahan yang terdapat pada tugas ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi untuk penelitian yang selanjutnya dan memiliki kesamaan topik serta variable yang diteliti.

Surabaya, Maret 2023

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Secara Teoritis .....	10
1.4.2 Secara Praktis .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Strategi.....	14
2.2.2 Pemasaran.....	17
2.2.3 Promosi.....	21
2.2.4 Media Sosial .....	26
2.2.5 Instagram .....	30
2.2.6 Volume Penjualan.....	35
2.2.7 Analisis SWOT.....	39

2.3 Kerangka Berpikir .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Fokus Penelitian .....	48
3.3 Lokasi Penelitian.....	49
3.4 Subjek Penelitian.....	50
3.5 Objek dan Informan Penelitian .....	51
3.5.1 Objek Penelitian .....	51
3.5.2 Informan Penelitian .....	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6.1 Wawancara .....	52
3.6.2 Observasi .....	52
3.6.3 Dokumentasi.....	53
3.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.8 Jenis dan Sumber Data .....	54
3.8.1 Jenis Data.....	54
3.8.2 Sumber Data .....	54
3.9 Triangulasi.....	55
3.10 Analisis SWOT .....	56
3.11 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	58
3.12 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	62
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	62
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	63
4.1.3 Logo Perusahaan.....	63



4.1.4 Struktur Perusahaan .....	64
4.2 Hasil dan Penyajian Data .....	65
4.2.1 Hasil Wawancara Pemilik, Karyawan dan Konsumen .....	67
4.2.2 Analisis Swot.....	70
4.2.3 Analisis Faktor Matriks IFAS (Internal Faktor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary).....	71
4.2.4 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT/TOWS .....	77
4.3. Pembahasan.....	79
4.3.1 Kendala Yang Dihadapi.....	82
4.3.2 Hasil Perbandingan Penelitian.....	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia Empat Tahun Terakhir.....	5
Tabel 1.2 Daftar Pesaing Harapan Jaya Screen Printing.....	7
Table 1.3 Perkembangan Omset Harapan Jaya Screen Printing.....	8
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	47
Tabel 3.1 IFAS.....	61
Tabel 3.2 EFAS.....	63
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	64
Tabel 4.1 Identitas Karyawan.....	68
Table 4.2 Hasil Wawancara Pemilik.....	70
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Karyawan.....	72
Tabel 4.4 Hasil Wawancara Konsumen.....	73
Table 4.6 Hasil Rating.....	75
Table 4.7 Hasil Ifas.....	76
Tabel 4.8 Hasil Rating.....	77
Tabel 4.9 Hasil Efas.....	78
Tabel 4.10 Perencanaan Strategi.....	81
Table 4.11 Matriks SWOT.....	82
Tabel 4.12 Hasil Perbandingan Penelitian.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Harapan Jaya Screen Printing.....	7
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT.....	41
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	49
Gambar 3.1 Triangulasi Pengumpulan Data.....	58
Gambar 3.2 Triangulasi Pengumpulan Data.....	58
Gambar 3.3 Diagram Analisis SWOT.....	59
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	66
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan.....	67
Gambar 4.3 Diagram Matriks SWOT.....	79
Gambar 4.4 Matriks Internal Eksternal.....	80



## ABSTRAK

### **RIZKY THYTO RAMADHAN, 19042010064, ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA HARAPAN JAYA SCREEN PRINTING SURABAYA)**

Penelitian ini menggunakan Harapan Jaya Screen Printing Surabaya yang merupakan salah satu sektor usaha dalam bidang fashion pakaian sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi melalui media sosial Instagram dalam upaya peningkatan penjualan. Metode penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT dan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*in dept interview*), observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi promosi dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya. Informan pada penelitian ini diantaranya owner atau pemilik, karyawan, serta konsumen. Hasil penelitian ini didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan dengan skor sebesar 2,26 dan kelemahan dengan skor 0,91. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan peluang dengan skor sebesar 2,10 dan ancaman dengan skor 0,80. Berdasarkan diagram analisis SWOT, Harapan Jaya Screen Printing berada pada kuadran I dengan menggunakan strategi SO yaitu perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga strategi yang dapat diterapkan adalah mendukung pertumbuhan kebijakan yang agrisif (*growth oriented strategy*) untuk meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci :** Strategi Promosi, Instagram, Deskriptif Kualitatif, Analisis SWOT

## **ABSTRACT**

### ***RIZKY THYTO RAMADHAN, 19042010064, ANALYSIS OF PROMOTIONAL STRATEGIES THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN EFFORTS TO INCREASE SALES VOLUME (STUDY ON HARAPAN JAYA SCREEN PRINTING SURABAYA)***

*This study uses Harapan Jaya Screen Printing Surabaya, which is one of the business sectors in the field of fashion clothing as a research object. The purpose of this study is to find out and analyze promotional strategies through Instagram social media in an effort to increase sales. The research method used is using a qualitative descriptive method using SWOT analysis techniques and data collection techniques through in-depth interviews (in-dept interviews), observation and documentation related to promotion strategies in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats at Harapan Jaya Screen Printing. Surabaya. Informants in this study include owners or owners, employees, and consumers. The results of this study obtained IFAS results which showed strength with a score of 2.26 and weakness with a score of 0.91. While the EFAS results show an opportunity with a score of 2.10 and a threat with a score of 0.80. Based on the SWOT analysis diagram, Harapan Jaya Screen Printing is in quadrant I by using the SO strategy, namely the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities so that the strategy that can be applied is to support aggressive policy growth (growth oriented strategy) to increase sales.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, Instagram, Qualitative Descriptive, SWOT Analysis*