

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI IRGIFT.ID DENGAN
MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

SKRIPSI



OLEH :

FIRDHA AMALIA NARESWARI

NPM: 20042010252

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS STRATEGI PROMOSI IRGIFT.ID DENGAN
MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Disusun oleh :

Firdha Amalia Nareswari

NPM. 20042010252

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 IRGIFT.ID DENGAN
MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

Disusun oleh:

Firdha Amalia Nareswari
NPM. 20042010252

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 Maret 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



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

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

2. Sekretaris



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

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 : Firdha Amalia Nareswari
NIM : 20042010252
Fakultas /Program Studi : Ilmu sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Analisis Strategi Promosi Irgift.id Dengan
Memanfaatkan Media Sosial TikTok Dalam Meningkatkan
Volume Penjualan

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, 18 Maret 2024

Yang Menyatakan



(Firdha Amalia Nareswari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kesempatan bagi kami untuk menyelesaikan skripsi dengan judul "**Analisis Strategi Promosi Irgift.id dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Volume Penjualan**". Dengan kerendahan hati, kami sampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan memberikan bimbingan selama proses penelitian ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Yanda Bara Kusuma,S.AB.,M.AB sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta bantuan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik materi, moral, dan spiritual. Dengan ini 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. Bapak Dr. Acep Samsudin, M.A, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis 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. Kedua orang tua penulis, orang yang selalu memberikan do’a, dukungan dan penyemangat. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, terimakasih untuk semuanya berkat do’a dan dukungan mama papa adek bisa berada di titik ini.

5. Kepada saudara kandung penulis, Bobby Yogi Amien Prakoso. Terimakasih atas segala do'a, dukungan dan support yang telah diberikan kepada si adek dalam proses pembuatan skripsi ini.
6. Sahabat "Emprit Gurls", Syarifah, Valda, Martha, Silvi, Ira yang selalu memberikan motivasi dan selalu ada disaat penulis menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman dekat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang sudah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Abdillah Hanif Isna Saputra. Terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penulisan skripsi ini.
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu menyelesaikan apa yang sudah dimulai dan mampu berjuang hingga saat ini.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan topik serta variable yang akan diteliti.

Surabaya, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kajian Pustaka.....	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.2 Strategi Promosi	30
2.2.3 Volume Penjualan	36
2.2.4 Analisis SWOT.....	44
2.3 Kerangka Berpikir.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Fokus Penelitian	50
3.3 Lokasi Penelitian.....	51
3.4 Subjek Penelitian.....	51
3.5 Objek Penelitian	51
3.5.1 Objek Penelitian	51
3.5.2 Informan Penelitian	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6.1 Observasi	53
3.6.2 Wawancara	54
3.6.3 Dokumentasi.....	55
3.7 Jenis dan Sumber Data	55
3.7.1 Jenis Data	55
3.7.2 Sumber Data	56

3.8	Triangulasi.....	56
3.9	Teknik Analisis Data.....	57
3.9.1	Analisis SWOT.....	57
3.9.2	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	59
3.9.3	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	61
3.9.4	Matriks SWOT.....	63
3.10	Jadwal Penelitian.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	66
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	66
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	67
4.1.2.1	Visi Perusahaan.....	67
4.1.2.2	Misi Perusahaan.....	67
4.1.3	Logo Perusahaan.....	67
4.1.4	Struktur Perusahaan.....	68
4.2	Hasil dan Penyajian Data.....	69
4.2.1	Penyajian Data.....	69
4.2.2	Wawancara dengan pemilik Irgift.id.....	70
4.2.3	Wawancara dengan karyawan Irgift.id.....	72
4.2.4	Wawancara dengan konsumen Irgift.id.....	73
4.3	Analisis SWOT.....	75
4.3.1	Tahap Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal menggunakan IFAS dan EFAS.....	76
4.3.2	Diagram Matrik SWOT.....	80
4.3.3	Matriks Internal Eksternal.....	82
4.3.4	Matriks Alternatif Strategi SWOT.....	83
4.4	Pembahasan.....	85
4.4.1	Kendala yang dihadapi.....	89
4.4.2	Perbandingan Hasil Penelitian pada Irgift.id dengan Penelitian Terdahulu.....	90
BAB V PENUTUP.....		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Omzet Irgift.id Juni 2022 - Agustus 2023	7
Tabel 3. 1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	61
Tabel 3. 2 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	62
Tabel 3. 3 Matriks SWOT	63
Tabel 3. 4 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian	65
Tabel 4. 1 Hasil Rating	77
Tabel 4. 2 Hasil IFAS	77
Tabel 4. 3 Hasil Rating	79
Tabel 4. 4 Hasil EFAS	79
Tabel 4. 5 Total Skor Faktor Strategi Internal & Eksternal	80
Tabel 4. 6 Matriks Internal dan Eksternal	82
Tabel 4. 7 Rumusan Strategi Matriks SWOT	83
Tabel 4. 8 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	83
Tabel 4. 9 Matriks SWOT	84
Tabel 4. 10 Hasil Perbandingan Penelitian	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Demografi Pengguna Tiktok di Indonesia	10
Gambar 1. 2 Data Statistik Pengguna Media Sosial Tahun 2023	13
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT	46
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	48
Gambar 3. 1 Triangulasi Pengumpulan Data	56
Gambar 3. 2 Diagram SWOT	58
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	67
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	68
Gambar 4. 3 Diagram Matriks SWOT	81

ABSTRAK

Firdha Amalia Nareswari, 20042010252, Analisis Strategi Promosi Irgift.Id Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Volume Penjualan.

Penelitian ini menggunakan Irgift.id yang merupakan salah satu sektor usaha dalam bidang florikultura. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi menggunakan pemanfaatan media sosial TikTok dalam upaya meningkatkan volume 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 Irgift.id. Informan pada penelitian ini diantaranya owner atau pemilik, karyawan, serta konsumen. Hasil penelitian ini didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan dengan skor sebesar 2,69 dan kelemahan dengan skor 0,42. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan peluang dengan skor sebesar 2,31 dan ancaman dengan skor 0,74. Berdasarkan diagram analisis SWOT, Irgift.id 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 volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, TikTok, Deskriptif Kualitatif, Analisis SWOT

ABSTRACT

Firdha Amalia Nareswari, 20042010252, *Analysis Of Irgift.Id Promotion Strategies By Utilizing Tiktok Social Media In Increasing Sales Volume.*

This research uses Irgift.id which is one of the business fields in the floriculture sector. The purpose of this study is to determine and analyze promotional strategies using the use of TikTok social media in an effort to increase sales volume. The research method used is descriptive qualitative method using SWOT analysis techniques and data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation related to promotional strategies in identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats at Irgift.id. Informants in this study include the owner or owner, employees, and consumers. The results of this study obtained IFAS results which showed strengths with a score of 2.69 and weaknesses with a score of 0.42. While the EFAS results show opportunities with a score of 2.31 and threats with a score of 0.74. Based on the SWOT analysis diagram, Irgift.id is in quadrant I 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 the growth of agrarian policies (growth oriented strategy) to increase sales volume

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