

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
ONLINE SHOP “*QUEENSTREET*”**



OLEH

LUKITASARI

17042010011

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

2021

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ONLINE
SHOP 'QUEENSTREET'

Disusun Oleh :

LUKITASARI
NPM 17042010011

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 30 April 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP : 196009241993032001

TIM PENGUJI

1. Ketua



Nurul Azrah S.AB., M.AB

NPT. 17219910501002

2. Sekretaris



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP : 196503219930920001

3. Anggota



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP.196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP : 19590701198703100

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE SHOP

'QUEENSTREET'

Disusun Oleh:

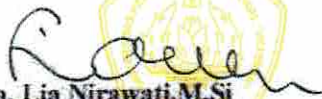
LUKITASARI

NPM. 17042010011

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi :

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP : 196009241993032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik


Dr. Drs. Ee Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP : 19590701198703100

ABSTRAK

LUKITASARI, ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ONLINE SHOP ‘QUEENSTREET’

Penelitian ini menggunakan Online Shop ‘Queenstreet’ yang merupakan salah satu sektor usaha dalam bidang fashion pakaian sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan pada Online Shop ‘QueenStreet’. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT, dan Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*in dept interview*), observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran 4P (*marketing mix*) yang meliputi *product, price, place, promotion* dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan metode analisis SWOT pada Online Shop ‘Queeenstreet’. Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan dengan skor sebesar 1,98 dan kelemahan dengan skor sebesar 0,66. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan peluang dengan skor sebesar 1,81 dan ancaman dengan skor 0,82. Berdasarkan diagram analisis SWOT, Online shop ‘Queenstreet’ menunjukkan 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 agresif (*growth oriented strategy*) untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

LUKITASARI, MARKETING MIX STRATEGI ANALISYS THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN INCREASING SALES IN 'QUEENSTREET' ONLINE STORE

This study uses the 'Queenstreet' Online Shop which is one of the business sectors in the field of fashion clothing as the object of research. The purpose of this study is to determine and analyze marketing strategies through social media Instagram in increasing sales at the 'QueenStreet' Online Shop. The research method used is descriptive qualitative method using the SWOT analysis method, and data collection techniques through in-depth interviews (in-depth interviews), observation, and documentation relating to the 4P marketing mix strategy (marketing mix) which includes product, price, place, promotion in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats using the SWOT analysis method on the 'Queenstreet' Online Shop. Based on the results of this study, the IFAS results showed strength with a score of 1,98 and weakness with a score of 0,66. While the EFAS results show an opportunity with a score of 1,81 and a threat with a score of 0,82. Based on the SWOT analysis diagram, the online shop 'Queenstreet' shows that in quadrant I using the SO strategy, the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities so that the strategy that can be implemented is to support aggressive policy growth (growth oriented strategy) to increase sales.

Keyword: Marketing Strategy, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis telah diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop ‘QueenStreet’** dengan baik dan tepat waktu. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dari berbagai segi susunan kalimat maupun tata bahasa, Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memberikan dorongan bagi penulis. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktunya untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis sampaikan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak ilmu selama ini.
4. Rosyida Dwi Rahma selaku owner atau pemilik Online Shop ‘*QueenStreet*’
5. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam proses belajar secara menyeluruh.
6. Untuk sahabat saya Vena yang telah menemani dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman khususnya Kireyna Eka, Taqya Ailsha, Anissa Lutfita, dan seluruh teman seperjuangan lainnya yang telah mendukung dan memberi semangat kepada penulis.

Sebelumnya penulis mohon maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan kata yang kurang berkenan. Semoga penelitian ini dapat berguna bagi orang yang membacanya.

Surabaya, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
BAB PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	12
1.3 TUJUAN PENELITIAN	12
1.4 MANFAAT PENELITIAN	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	14
2.2 LANDASAN TEORI	17
2.2.1 Strategi	17
2.2.2 Pemasaran	20
2.2.3 Pemasaran Online	27
2.2.4 Media Sosial.....	29
2.2.5 Analisis SWOT	36
2.2.6 Kerangka Berpikir	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN.....	43
3.2 LOKASI PENELITIAN	44
3.3 POPULASI, SAMPEL, DAN PENARIKAN SAMPEL	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel dan Penarikan Sampel	44
3.4 OBYEK DAN INFORMAN PENELITIAN	46
3.4.1 Obyek Penelitian.....	46
3.4.2 Informan Penelitian	46
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	47
3.5.1 In-dept Interview (wawancara mendalam).....	47
3.5.2 Observasi.....	48
3.5.3 Dokumentasi	48
3.5.4 Teknik Analisis Data	48
3.6 ANALISIS SWOT	49
3.6.1 IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	50
3.6.2 Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	52
BAB I HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 HASIL.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
4.1.1.3 Logo Perusahaan	59
4.1.2 Penyajian Data	61

4.1.5 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal menggunakan IFAS dan EFAS.....	78
4.1.6 Tahap Menggunakan Diagram Analisis SWOT.....	81
4.2 PEMBAHASAN	87
4.2.1 Strategi Pemasaran	87
4.2.2 Formulasi Strategi	91
4.2.3 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Onlien Shop ‘Queenstreet’ Dengan Penelitian Terdahulu	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 KESIMPULAN.....	100
5.2 SARAN	101
DAFTAR PUSTAKA	103
SUMBER JURNAL	104
INTERNET	105
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram	3
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT.....	39
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	41
Gambar 3.1 Matrik SWOT	54
Gambar 4.1 Logo Queenstreet	58
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	59
Gambar 4.3 Hasil Analisis Diagram SWOT	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	9
Tabel 3.1 Matrik Ifas	51
Tabel 3.2 Matrik Efas	53
Tabel 4.1 Data Informan	74
Tabel 4.2 Tabel IFAS	77
Tabel 4.3 Tabel EFAS	79
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matrik SWOT	82
Tabel 4.5 Rumusan Alternatif Strategi SWOT	83
Tabel 4.6 Perbandingan Penelitian terdahulu	95