

**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN MIE SETAN GRESIK MELALUI
PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**

SKRIPSI



Oleh:

GADING FEBY PUSPITANINGRUM

NPM: 1642010047

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI
ADMNISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN MIE SETAN GRESIK
MELALUI PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

Disusun Oleh:

GADING FEBY PUSPITANINGRUM

NPM. 1642010047

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi:

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN



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

NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN
UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN MIE SETAN GRESIK MELALUI
PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

Disusun oleh :

Gading Feby Puspitaningrum
NPM:1642010047

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada Tanggal 30 April 2020

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI


1. Ketua


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

2. Sekretaris


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

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. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Upaya Peningkatan Pejualan Kedai Mie Setan Gresik Melalui Pemanfaatan Social Media Instagram”.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tinggi kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, diantaranya:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orangtua penulis yang telah senantiasa memberikan dukungan penuh terhadap penulis agar cepat terselesaikan skripsi ini.

5. Para sahabat terdekat penulis yaitu Meivinia, Firda, Nur, Itaq dan Priyo yang senantiasa mendukung, memberi semangat.
6. Sahabat penulis “Sobat Sambat” yaitu Bela yang selalu memberi support kepada penulis.
7. Teman teman baik saya yaitu Ilak, Caca, Mahesa dan Misbah yang menemani dan memberi semangat bagi penulis.
8. Flatyno Rabbany yang selalu menemani dan memberi semangat serta dukungan.
9. Arka Atynto Owner Mie Setan Gresik.
10. Teman-teman penulis di angkatan 2016 yang telah memberikan semangat untuk penulis.
11. Seluruh pihak yang telah membantu secara moril dan materil sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa didalam menyusun skripsi ini masih kurang dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan dimasa akan datang. Akhir kata doa dan harapan semoga ilmu yang didapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 13 November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	
ABSTRACT	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10

2.2.1 Pemasaran	10
2.2.1.1 Definisi Pemasaran	11
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	12
2.2.2 Strategi Pemasaran	14
2.2.2.1 Unsur Strategi Pemasaran	15
2.2.2.2 Bauran Pemasaran	17
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	19
2.2.3.2 Komunikasi Pemasaran Online	21
2.2.3.3 Manfaat Pemasaran Langsung.....	22
2.2.4 <i>Social Media Marketing</i>	24
2.2.4.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	24
2.2.4.2 Kelebihan <i>Social Media Marketing</i>	25
2.2.4.3 Macam-macam <i>Social Media</i>	26
2.2.4.4 Manfaat <i>Social Media</i>	28
2.2.4.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Online.....	29
2.2.5 Instagram	31
2.2.5.1 Pengertian Instagram	31

2.2.5.2 Sejarah Instagram	32
2.2.5.3 Fitur-Fitur Instagram	33
2.2.5.4 Kelebihan <i>Social Media</i> Instagram.....	36
2.2.5.5 Pengoptimalan <i>Social Media</i> Instagram	37
2.2.6 Analisi SWOT	39
2.2.7 Kerangka Berpikir	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Lokasi Penelitian.....	44
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Data	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Data.....	46
3.4 Objek dan Informan Penelitian	47
3.4.1 Objek Penelitian	47
3.4.2 Informan Penelitian	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1 Observasi Partisipan (<i>Participant Observation</i>).....	48
3.5.2 Wawancara (<i>Interview</i>)	49

3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.7 Analisis SWOT	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Objek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan	52
4.1.2 Visi Dan Misi	52
4.1.3 Logo Perusahaan	53
4.1.4 Struktur Organisasi	53
4.2 Hasil	53
4.2.1 Penyajian Data	53
4.2.2 Identitas Informan	59
4.2.3 Anaisis SWOT	60
4.2.3.1 Tahap Analisis Faktor Internal Dan External Menggunakan IFAS Dan EFAS	61
4.2.3.2 Tahap Analisis Menggunakan Diagram Analisi SWOT	63
4.3 Pembahasan	66
4.3.1 Strategi Pemasaran	66
4.3.2 Formulasi Strategi	68
4.3.3 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Mie Setan Gresik Dengan Penelitian Terdahulu.....	69

BAB V KEMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Mie Setan Gresik	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	53
Gambar 4.3 Gambar Hasil Diagram Analisis SWOT.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Data Informan	59
Tabel 4.3 Hasil IFAS (<i>Internal Factory Analysis Summary</i>)	61
Tabel 4.4 Hasil EFAS (<i>Eksternal Factory Analysis Summary</i>)	62
Tabel 4.5 Rumusan Strategi Matrik SWOT/TOWS	64
Tabel 4.6 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT/TOWS	64
Tabel 4.7 Matrik SWOT/TOWS	65
Tabel 4.8 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Mie Setan Gresik Dengan Penelitian Tedahulu	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Hasil Wawancara

ABSTRAKSI

GADING FEBY PUSPITANINGRUM, 1642010047, UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN MIE SETAN GRESIK MELALUI PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

Keberadaan dan beranekaragaman media sosial di saat ini banyak dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis, dengan konsep modern yang ada pada media social dimanfaatkan oleh pelaku bisnis modern untuk mencoba menyampaikan visi dan misi bisnis mereka melalui media sosial yang saat ini ramai banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat dari bermacam-macam tingkat ekonomi.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah deskriptif yang merupakan bagian dari analisis kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data wawancara mendalam yang berkaitan dengan peningkatan penjualan berdasarkan indikator strategi pemasaran dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan metode SWOT pada Mie Setan Gresik.

Melalui analisis menggunakan IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*) maka Mie Setan Gresik memiliki skor dari faktor internal yaitu, Kekuatan sebesar 3,2 kelemahan sebesar 2,4 sedangkan skor dari faktor eksternal yaitu, peluang sebesar 2,95 dan ancaman sebesar 2,4 dalam perusahaannya. Pilihan strategis adalah menggunakan strategi SO, sehingga pada diagram S dan O terletak pada kuadran I, yaitu perusahaan memiliki kekuatan untuk memaksimalkan peluang yang ada dengan cara mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kata Kunci : Peningkatan Penjualan, Instagram, Kualitatif, Analisis SWOT

ABSTRACTION

GADING FEBY PUSPITANINGRUM, 1642010047, *EFFORTS TO IMPROVE SALES OF SATAN GRESIK MIE THROUGH THE USE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM*

The existence and diversity of social media at this time are widely used for business development, with modern concepts that exist in social media utilized by modern business people to try to convey their business vision and mission through social media which is currently widely used by various groups of people from various - kind of economic level.

In this research, the method used is descriptive which is part of a qualitative analysis using in-depth interview data collection techniques related to sales increase based on marketing strategy indicators in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats with the SWOT method on Mie Setan Gresik.

Through analysis using IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) and EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary), Mie Setan Gresik has a score of internal factors, namely, Strength of 3.2 weakness of 2.4, while scores of external factors, namely, opportunities of 2.95 and threats of 2.4 in the company. The strategic choice is to use an SO strategy, so that in the S and O diagrams lies in quadrant I, the company has the power to maximize opportunities that exist by supporting an aggressive growth policy (Growth oriented strategy).

Keywords: *Increased Sales, Instagram, Qualitative, SWOT Analysis*