

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

(Studi Pada *Coffee Shop* Kateko Surabaya)

SKRIPSI



OLEH:

ERIKA ANJANI WIDIANTI
NPM. 20042010216

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET PENJUALAN
(STUDI PADA *COFFEE SHOP* KATEKO SURABAYA)**

Disusun Oleh :

Erika Aniani Widianti

20042010216

Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Proposal

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M. Si

NPT. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET PENJUALAN
(STUDI PADA COFFEE SHOP KATEKO SURABAYA)

Disusun Oleh :

ERIKA ANJANI WIDIANTI

NPM. 20042010216

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 28 Maret 2024

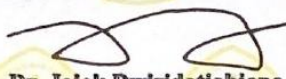
Menyetujui :

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Lia Nirawati, M. Si
NIP. 196009241993032001


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

2. Sekretaris


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

3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NPT. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Erika Anjani Widianti

NPM : 20042010216

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET PENJUALAN (STUDI PADA *COFFEE SHOP* KATEKO SURABAYA)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Erika Anjani Widianti

NPM. 20042010216

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan menghormati atas keberadaan Tuhan Yang Maha Esa, serta berkat dan anugerah-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan tesis dengan judul "**Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan (Studi Pada *Coffee Shop* Kateko Surabaya)**".

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku pembimbing utama penulis dalam penulisan skripsi ini. Beliau telah memberikan waktu, tenaga, dan pemikirannya dengan baik dalam memberikan bimbingan, petunjuk, dan semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga ingin mengungkapkan rasa 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, S.Sos., M.M., M.A. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Segenap Bapak dan Ibu dosen beserta civitas akademika program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Kedua orang tua dan segenap saudara yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dari segala sisi kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa terdapat sejumlah kelemahan dan ketidaksempurnaan dalam proposal skripsi ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk menerima kritik, saran, dan masukan yang konstruktif dari berbagai pihak. Diharapkan bahwa proposal ini dapat memberikan nilai tambah dalam hal pengetahuan, bukan hanya bagi penulisnya tetapi juga bagi pembaca dan semua individu yang terlibat.

Surabaya, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Secara Teoritis	15
1.4.2 Secara Praktis.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Strategi	18
2.2.2 Pemasaran.....	22
2.2.3 Promosi.....	27
2.2.4 Media Sosial	32
2.2.5 Instagram	35
2.2.6 Omzet Penjualan.....	39
2.2.7 Analisis SWOT	41
2.3 Kerangka Berpikir	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Lokasi Penelitian	49
3.3 Subjek Penelitian	49
3.4 Objek Dan Informan Penelitian	49
3.4.1 Objek Penelitian	49

3.4.2 Informan Penelitian	50
3.5 Jenis dan Sumber Data	52
3.5.1 Jenis Data	52
3.5.2 Sumber Data	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6.1 Wawancara.....	53
3.6.2 Observasi.....	54
3.6.3 Dokumentasi	55
3.7 Teknik Analisis Data.....	56
3.8 Analisis SWOT.....	56
3.9 Matriks IFAS.....	57
3.10 Matriks EFAS.....	59
3.11 Jadwal Penelitian.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	63
4.1.1 Sejarah Perusahaan	63
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	64
4.1.3 Logo Perusahaan	65
4.1.4 Struktur Perusahaan.....	66
4.2 Hasil dan Penyajian Data.....	67
4.2.1 Hasil Wawancara Pemilik, Karyawan dan Konsumen	70
4.2.2 Identitas Informan	78
4.2.3 Analisis SWOT.....	78
4.2.4 Analisis Faktor Matriks IFAS (Internal Faktor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary).....	81
4.2.5 Diagram SWOT	85
4.2.6 Matriks Internal Eksternal.....	87
4.2.7 Matriks Alternatif Strategi SWOT	88
4.3 Pembahasan	90
4.3.1 Kendala Yang Dihadapi.....	96
4.3.2 Hasil Perbandingan Penelitian.....	96
BAB V PENUTUP	100

5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Omzet Penjualan <i>Coffee Shop</i> Kateko Tahun 2023.....	10
Tabel 2.1 Matriks SWOT	23
Tabel 3.1 IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	56
Tabel 3.2 EFAS (External Factor Analysis Summary)	58
Tabel 4.1 Identitas Informan <i>Coffee Shop</i> Kateko Surabaya	81
Tabel 4.2 Hasil Rating IFAS	84
Tabel 4.3 Hasil IFAS.....	85
Tabel 4.4 Hasil Rating EFAS	86
Tabel 4.5 Hasil EFAS.....	87
Tabel 4.6 Total Skor Faktor Strategi Internal & Eksternal	88
Tabel 4.7 Rumusan Strategi Matriks SWOT.....	91
Tabel 4.8 Perencanaan Kombinasi Strategi.....	91
Tabel 4.9 Hasil Analisis Matriks SWOT	92
Tabel 4.10 Hasil Perbandingan Penelitian.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Nasional.....	8
Gambar 1.2 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	11
Gambar 1.3 Akun Instagram <i>Coffe Shop</i> Kateko	14
Gambar 1.4 Akun Facebook dan Tiktok <i>Coffe Shop</i> Kateko	15
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	45
Gambar 2.2 Matriks SWOT.....	47
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	50
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	69
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan <i>Coffee Shop</i> Kateko Surabaya	70
Gambar 4.3 Diagram Matriks SWOT Coffee Shop Kateko	90
Gambar 4.4 Matriks Internal Eksternal.....	91
Gambar 4.5 Contoh Pembuatan Konten Promosi.....	97
Gambar 4.6 Contoh Penyampaian Informasi Pada Instagram.....	98
Gambar 4.7 Kolaborasi Coffee Shop Kateko dengan Beberapa Pihak.....	98
Gambar 4.8 Koneksi dengan Konsumen	99

ABSTRAK

**ERIKA ANJANI WIDIANTI, 20042010216, ANALISIS STRATEGI
PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA
PENINGKATAN OMZET PENJUALAN (STUDI PADA COFFEE SHOP
KATEKO SURABAYA)**

Program Studi Administrasi Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

20042010216@student.upnjatim.ac.id

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi pada *coffee shop* Kateko Surabaya, yang merupakan salah satu sektor usaha dalam bidang *food and beverages* (FnB). Metode penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT dan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (in depth interview), observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi promosi yang berguna untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada *coffee shop* Kateko. Informan penelitian ini terdiri dari pemilik, karyawan, dan konsumen. Hasil analisis penelitian dengan menggunakan IFAS menunjukkan bahwa *coffee shop* Kateko mempunyai faktor kekuatan mendapat skor total 2,87 dan faktor kelemahan mendapat skor total 0,42. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan ancaman menerima skor total 0,80, sedangkan peluang menerima skor total 2,10. Berdasarkan dari diagram garis SWOT, *coffee shop* kateko berada pada kuadran I dengan nilai X;Y (2,45;1,30), yang menandakan bahwa perusahaan menggunakan strategi SO, yaitu perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan adalah mendukung pertumbuhan kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*) dalam meningkatkan penjualan.

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

ABSTRACT

ERIKA ANJANI WIDIANTI, 20042010216, ANALYSIS OF PROMOTIONAL STRATEGIES THROUGH SOCIAL MEDIA IN EFFORTS TO INCREASE SALES VOLUME (STUDY ON COFFEE SHOP KATEKO SURABAYA)

Program Studi Administrasi Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

20042010216@student.upnjatim.ac.id

This research was conducted with the aim of knowing and analyzing the promotional strategy at Kateko Surabaya coffee shop, which is one of the business sectors in the field of food and beverages (FnB). 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 that are useful for identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats at Kateko coffee shop. The informants in this research include owners, employees, and consumers. The results of the research analysis using IFAS show that Kateko's coffee shop has strength factors receiving a total score of 2.87 and weakness factors receiving a total score of 0.42. While the EFAS results show that threats get a total score of 0.80, while opportunities get a total score of 2.10. Based on the SWOT analysis diagram, kateko coffee shop is in quadrant I with a value of X; Y) (2.45; 1.30), which indicates that the company uses a SO strategy, namely the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that can be applied is to support an aggressive growth policy (growth oriented strategy) in increasing sales.

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