

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA HOMME COFFE
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

DINAR ERIKA FEBIANI

NPM. 20042010228

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASIBISNIS
2024**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA HOMME COFFE
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

DINAR ERIKA FEBIANTI
NPM. 20042010228

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASIBISNIS**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA HOMME COFFE SURABAYA**

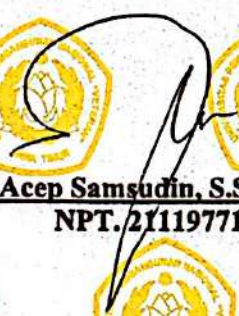
Disusun Oleh :

DINAR ERIKA FEBIANTI

NPM. 20042010228

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 21119771204337

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Catuf Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
HOMME COFFE SURABAYA**

Disusun Oleh:
DINAR ERIKA FEBIANTI
20042010228

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Administrasi Bsinis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 8 Mei 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A.
NPT. 21119771204337


Dr. Ir. Rusdi Hidayat N, M.Si.
NIP. 196112241989031007



2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007

3. Anggota


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A.
NPT. 21119771204337

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 198804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dinar Erika Febianti
NPM : 20042010228
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Homme Coffe Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 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, 27 Mei 2024

Yang membuat Pernyataan,



Dinar Erika Febianti
NPM. 20042010228

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan Syukur atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan Rahmat- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Homme Coffe Surabaya”.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Dr. Acep Samsudin, S.sos., MM., MA sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan sebuah bantuan dari berbagai pihak, baik berwujud materil, moril, dan spiritual. Dengan itu peneliti banyak mengucapkan terimakasih 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., MM.,MA selaku Ketua 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 proposal 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 Tahun 2020 yang sama-sama ada dan memberikan satu sama lain motivasi sehingga penulis sanggup mengerjakan penulisan skripsi ini hingga selesai.

Penulis sadar bahwasanya dalam penyusunan proposal skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Pentingnya saran dan kritik dari berbagai pihak yang saya harapkan agar penulisan dalam proposal ini bisa menjadikannya sempurna.. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis serta keterbatasan penulis miliki, harapanya semoga proposal skripsi ini memberikan dampak positif bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya yang memiliki kepentingan.

Surabaya, 26 September 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAKSI	vii
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.....	13
2.2.1 Strategi	13
2.2.2 Promosi	18
2.2.3 Instragram sebagai Media Promosi.....	25
2.2.4 Penjualan	26
2.3 Kerangka Berpikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Fokus Penelitian	32
3.3 Lokasi Penelitian.....	33
3.4 Objek dan Informan Penelitian	33
3.4.1 Objek Penelitian	33
3.4.2 Informan Penelitian.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1 In-depth Interview	35
3.5.2 Observasi.....	35
3.5.3 Dokumentasi	36
3.6 Jenis dan Sumber Data	36

3.6.1 Jenis Data	36
3.6.2 Sumber Data.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1 Wawancara.....	38
3.7.2 Dokumentasi	39
3.7.3 Observasi.....	39
3.7.4 Triangulasi.....	40
3.8 Teknik Analisis Data Kualitatif	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan	46
4.1.2 Logo Perusahaan	47
4.1.3 Struktur Organisasi	48
4.2 Penyajian Data	50
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Mengoptimalkan Fitur Bio pada Akun Instagram	56
4.3.2 Menggunakan <i>Review</i> atau Testimoni dari Klien secara Langsung.....	57
4.3.3 Mengatur Jadwal Penting.....	60
4.3.4 Posting Konten Interaktif.....	62
4.3.5 Mengoptimalkan Fitur Fitur dalam Instagram	65
4.3.6 Kendala yang dihadapi Homme Coffee dalam menjalankan Strategi Promosi dengan Media Sosial Instagram.....	73
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Omzet Penjualan Homme Cafe Surabaya 4 Bulan Terakhir.....	6
Tabel 4. 1 Identitas Karyawan	49
Tabel 4. 2 Identitas Informan	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 3. 1 Triangulasi Teknik	42
Gambar 3. 2 Triangulasi Waktu	43
Gambar 4. 1 Logo Homme Coffee Surabaya	47
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	48
Gambar 4. 3 Bio Instagram Homme Coffee	57
Gambar 4. 4 Testimoni Homme Coffee	60
Gambar 4. 5 Fitur Reels pada Akun Instagram Homme Coffee	68
Gambar 4. 6 Mention pada Instastory Akun Instagram Homme Coffe	70
Gambar 4. 7 Hastag pada Akun Instagram Homme Coffee	72

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan pada Homme Coffee Surabaya. Dengan semakin pentingnya media sosial dalam strategi pemasaran modern, terutama Instagram yang populer di kalangan pengguna yang mencari inspirasi kuliner dan tempat nongkrong, penelitian ini fokus pada bagaimana Homme Coffee Surabaya dapat memanfaatkan platform tersebut secara efektif. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami efektivitas penggunaan Instagram sebagai alat promosi dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dan analisis data kualitatif. Data penjualan sebelum dan sesudah implementasi strategi promosi melalui Instagram akan dianalisis untuk melihat dampaknya. Selain itu, interaksi pengguna, jumlah pengikut, dan jenis konten yang efektif juga akan dievaluasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan untuk bisnis kafe seperti Homme Coffee Surabaya. Implikasi praktisnya dapat membantu dalam pengembangan strategi promosi yang lebih baik dan efisien melalui media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis kafe. Selain itu, kolaborasi dengan influencer lokal juga berkontribusi dalam memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan penjualan. Kesimpulan dari penelitian ini menyarankan bahwa optimalisasi strategi promosi melalui Instagram dapat menjadi salah satu kunci sukses dalam meningkatkan performa penjualan Homme Coffee Surabaya.

Kata Kunci : Strategi, Media Sosial Instagram, Efektivitas, Penjualan, Influencer

ABSTRACT

This research aims to analyze promotional strategies through the use of Instagram social media to increase sales at Homme Coffee Surabaya. With the increasing importance of social media in modern marketing strategies, especially Instagram which is popular among users looking for culinary inspiration and places to hang out, this research focuses on how Homme Coffee Surabaya can utilize the platform effectively. The main objective of this research is to understand the effectiveness of using Instagram as a promotional tool and its impact on increasing sales. The research methods used are case studies and qualitative data analysis. Sales data before and after implementing promotional strategies via Instagram will be analyzed to see the impact. Additionally, user engagement, number of followers, and types of effective content will also be evaluated. It is hoped that the results of this research will provide in-depth insight into the effectiveness of using Instagram social media in increasing sales in cafe businesses such as Homme Coffee Surabaya. The practical implications can help in developing better and more efficient promotional strategies through social media to increase the visibility and attractiveness of cafe businesses. Apart from that, collaboration with local influencers also contributes to expanding audience reach and increasing sales. The conclusion of this research shows that optimizing promotional strategies via Instagram can be one of the keys to success in increasing the sales performance of Homme Coffee Surabaya.

Keywords: *Strategy, Instagram Social Media, Effectiveness, Sale, Influencer*