

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Dinda Beauty Studio Gresik)**

SKRIPSI



Oleh:

TALITHA AYUMARITZA
NPM. 21042010213

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Dinda Beauty Studio Gresik)**

Disusun Oleh :

TALITHA AYU MARITZA
NPM. 21042010213

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

**Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

Dr. Catur Suratnoati, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Dinda Beauty Studio Gresik)**

Disusun Oleh
TALITHA AYU MARITZA
NPM. 21042010213

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

Menyetujui :

PEMBIMBING UTAMA

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

TIM PENGUJI

1. Ketua

Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

2. Sekretaris

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

3. Anggota

Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

**Mengetahui,
DEKAN**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Talitha Ayu Maritza
NPM : 21042010213
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 23 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Nama. Talitha Ayu Maritza
NPM. 21042010213

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat, taufik, dan hidayah- Nya, Rezeki yang tak terukur serta kesehatan yang tak terduga selalu menyertai kita semua, atas semua hal yang telah diberikan, kita dapat selalu beraktivitas dan membangun hal positif di setiap hari, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Dinda *Beauty Studio* Gresik).”**

Proposal ini tidak terlepas dari bimbingan serta arahan Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam proses penyusunan laporan dengan perhatian dan kesabaran meluangkan waktu untuk peneliti. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dari 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. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, M.A, selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua, keluarga, dan sanak saudara yang dengan tulus memberikan dukungan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat dan teman – teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Rekan – rekan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat dan motivasi sehingga penulis sanggup mengerjakan penulisan skripsi ini hingga selesai.

Tanpa bimbingan beliau mungkin penulis tidak akan dapat menyusun proposal ini dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa. Sebelumnya penulis mohon maaf sebesar – besarnya apabila terdapat kesalahan kata yang kurang berkenan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi orang yang membacanya dan menjadi sumber pengetahuan serta referensi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan topik dan variabel penelitian.

Surabaya, November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Strategi	21
2.2.2 Pemasaran	27
2.2.3 <i>Promotion</i> (Promosi)	33
2.2.4 Media Sosial	37
2.2.5 Instagram	42
2.2.6 Volume Penjualan	48
2.2.7 UMKM	51
2.2.8 SWOT	53
2.3 Kerangka Berfikir	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1 Jenis Penelitian	60
3.2 Lokasi Penelitian	62
3.3 Teknik Penarikan Sampel	62
3.4 Subjek dan Informan Penelitian	62
3.4.1 Subjek Penelitian	62
3.4.2 Informan Penelitian	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data	63
3.5.1 Observasi	64
3.5.2 Wawancara	64
3.5.3 Wawancara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>)	64
3.5.4 Studi Dokumentasi	65
3.6 Penguji Keabsahan Data	65
3.7 Teknik Analisis Data	66
3.8 Analisis SWOT	67
3.8.1 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	68

3.8.2 EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	70
3.8.3 Matrix SWOT	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	75
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	75
4.1.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan	76
4.1.3 Logo Perusahaan.....	76
4.1.4 Struktur Perusahaan	77
4.2 Hasil dan Penyajian Data	79
4.2.1 Hasil Wawancara Pemilik, Karyawan, dan Konsumen	84
4.2.2 Analisa SWOT	90
4.2.3 Analisis Faktor Matriks IFAS (<i>Internal Faktor Analysis Summary</i>) dan EFAS (<i>Eksternal Faktor Analysis Summary</i>).....	92
4.2.4 Analisa Kuadran.....	97
4.2.5 Analisis Strategi untuk Meningkatkan Penjualan	98
4.3 Pembahasan.....	100
4.3.1 Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi.....	100
4.3.2 Dampak Promosi terhadap Penjualan dan Loyalitas Pelanggan	104
4.3.3 Implikasi dari Analisis SWOT	105
4.3.4 Penilaian Strategi Berdasarkan Matriks SWOT.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Kompetitor Dinda Beauty Studio Gresik	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Matriks IFAS	70
Tabel 3. 2 Matriks EFAS.....	72
Tabel 3. 3 Matriks SWOT	74
Tabel 4. 1 Identitas Karyawan.....	79
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara Pemilik	84
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara Karyawan	88
Tabel 4. 4 Hasil Wawancara Pelanggan	89
Tabel 4. 5 Hasil Analisa IFAS.....	93
Tabel 4. 6 Hasil Analisa EFAS.....	95
Tabel 4. 7 Matriks SWOT	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram Dinda Beauty Studio Gresik	7
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT	57
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	59
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	76
Gambar 4. 2 Struktur Dinda Beauty Studio Gresik.....	77
Gambar 4. 3 Diagram Matriks SWOT.....	98
Gambar 4. 4 Engagement Instagram Dinda Beauty Studio.....	101
Gambar 4. 5 Interaksi pada Instagram Dinda Beauty Studio	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	114
Lampiran 2 Hasil Wawancara	117
Lampiran 3 Dokumentasi Hasil Observasi.....	128
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	130
Lampiran 5 Bukti LOA	131

ABSTRAK

TALITHA AYU MARITZA, ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *(Studi Pada Dinda Beauty Studio Gresik)*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas Strategi promosi melalui Instagram dalam meningkatkan penjualan di Dinda *Beauty Studio* Gresik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana fitur-fitur *Instagram* seperti *Reels*, *Stories*, dan interaksi langsung digunakan untuk membangun kesadaran merek, menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan *purposive sampling* yang digunakan untuk memilih informan yang sesuai, termasuk pelanggan aktif dan staf pemasaran. Analisis ini didukung oleh metodologi SWOT, yang mengintegrasikan matriks IFAS dan EFAS untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Hasilnya menunjukkan bahwa konten visual yang konsisten, kualitas layanan, dan keterlibatan digital memainkan peran penting dalam mendorong minat konsumen dan mempertahankan daya saing. Dengan total skor IFAS 2,70 dan skor EFAS 2,75, studio ini diposisikan di Kuadran I matriks SWOT, yang mengindikasikan fondasi strategis yang kuat untuk mengimplementasikan strategi pertumbuhan yang agresif. Studi ini menyimpulkan bahwa Instagram tidak hanya efektif untuk branding, tetapi juga berfungsi sebagai alat penjualan yang kuat jika didukung oleh perencanaan konten yang terstruktur dan upaya pemasaran yang adaptif.

Kata Kunci : Pemasaran Melalui Instagram, Pemasaran Digital, Analisis SWOT, Interaksi Media Sosial.

ABSTRACT

TALITHA AYU MARITZA, ANALYSIS OF PROMOTIONAL STRATEGIES THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM IN INCREASING SALES (Study at Dinda Beauty Studio Gresik)

This study aims to analyze the effectiveness of promotional strategies through Instagram in increasing sales at Dinda Beauty Studio Gresik. Using a descriptive qualitative approach, the research explores how Instagram features—such as Reels, Stories, and direct interaction – are utilized to build brand awareness, attract new customers, and enhance customer loyalty. Data collection was conducted through in-depth interviews, observation, and documentation, with purposive sampling used to select relevant informants, including active customers and marketing staff. The analysis was supported by SWOT methodology, integrating IFAS and EFAS matrices to assess internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats. The results reveal that consistent visual content, service quality, and digital engagement play a significant role in driving consumer interest and maintaining competitiveness. With a total IFAS score of 2.70 and EFAS score of 2.75, the studio is positioned in Quadrant I of the SWOT matrix, indicating a strong strategic foundation for implementing aggressive growth strategies. The study concludes that Instagram is not only effective for branding, but also serves as a powerful sales tool when supported by structured content planning and adaptive marketing efforts.

Keywords : *Instagram Marketing, Digital Promotion, SWOT Analysis, Social Media Engagement*