

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET
PENJUALAN PADA NOMIKOMU COFFEE DI SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh :

Syayyidhatul Qurothul A'ini
NPM. 21042010146

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

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET
PENJUALAN PADA NOMIKOMU COFFEE DI SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh :

Syayyidhatul Ourothul A'ini
NPM. 21042010146

**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 PENGESAHAN

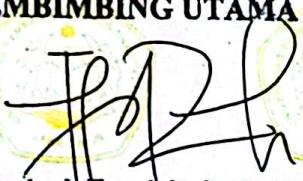
ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET PENJUALAN PADA NOMIKOMU COFFEE DI SIDOARJO

Disusun Oleh

Syayyidhatul Ourothul A'ini
21042010146

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik
Universitas pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Tanggal 24 Juni 2024

PEMBIMBING UTAMA


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

TIM PENGUJI

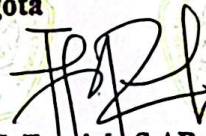
1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP/196406291999032000

2. Sekretaris


Budi Prahono, S.Sos., M.M
NIP.196210161988031001

3. Anggota


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

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Cater Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

**LEMBAR PERSETUJUAN
UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET
PENJUALAN PADA NOMIKOMU COFFEE DI SIDOARJO**

Disusun oleh :

SYAYYIDHATUL OUROTHUL A'INI
21042010146

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**



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

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik**



Dr. Cahur Suratnoaji, M.Si.
NPT. 196804182021211006

**LEMBAR PERSETUJUAN
UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI**

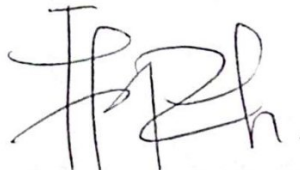
**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET PENJUALAN PADA
NOMIKOMU COFFEE DI SIDOARJO**

Disusun Oleh :

SYAYYIDHATUL QUROTHUL A'INI
21042010146

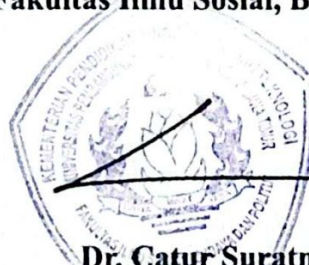
Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**



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

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik**



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NPT. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Syayyidhatul Qurothul A'ini
NPM	: 21042010146
Program	: Sarjana (S1)/ Magister (S2) / Doktor (S3)
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Fakultas	: Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu 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/Disertasi 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, 03 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Syayyidhatul Qurothul A'ini
2104201046

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Pada Nomikomu Coffee Di Sidoarjo" dapat disusun dengan baik. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan serta arahan yang sangat berharga dalam proses penelitian ini. Selain itu, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, yang telah memberikan arahan serta kesempatan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, yang telah memberikan bimbingan serta persetujuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta motivasi selama masa perkuliahan.
4. Kedua orang tua, yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi dalam setiap langkah yang penulis jalani.
5. Teman-teman seangkatan di Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang telah memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi.
6. Seseorang yang menjadi sumber semangat dan dukungan selama proses ini, Moch. Syafir Dhani Andrea, atas kebersamaan serta dorongan positif yang begitu berarti.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 20 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori.....	34
2.2.1 Strategi.....	34
2.2.2 Promosi.....	44
2.2.3 Media Sosial.....	48
2.2.4 Peningkatan Omzet Penjualan	52
2.3 Kompetitor Dalam Industri Kedai Kopi Di Sidoarjo	56
2.4 Kerangka Berpikir	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	60
3.1 Jenis Penelitian	60
3.2 Lokasi Penelitian	61
3.3 Objek dan Informan Penelitian.....	61
3.3.1 Objek Penelitian.....	61
3.3.2 Informan Penelitian.....	62
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	65

3.4.1 Sumber Data	65
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	67
3.5 Teknik Analisis SWOT	74
3.6 Teknik Analisis Data Kualitatif.....	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	82
4.1.1 Profil Perusahaan	82
4.1.2 Logo Perusahaan.....	84
4.1.3 Struktur Organisasi	86
4.2 Penyajian Data.....	87
4.2.1 Aktivitas Promosi di Instagram.....	88
4.2.2 Dampak Aktivitas Promosi terhadap Omzet	88
4.2.3 Analisis Visual Data Promosi	89
4.2.4 Keterbatasan dan Peluang	89
4.2.5 Analisis SWOT	90
4.3 Pembahasan.....	93
4.3.1 Mengoptimalkan Fitur Bio pada Akun Instagram	94
4.3.2 Menggunakan Review atau Testimoni dari Klien.....	96
4.3.3 Mengatur Jadwal Penting.....	97
4.3.4 Posting Konten Interaktif.....	98
4.3.5 Mengoptimalkan Fitur fitur dalam Instagra,.....	99
4.3.6 Kendala yang dihadapi Nomikomu Coffee.....	100
4.3.7 Strategi Unggul dalam Peningkatan Omzet Penjualan	106
4.3.8 Matriks Penelitian	107
BAB V PENUTUP.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omzet Lima Bulan Terakhir Nomikomu Coffee Sidoarjo.....	4
Tabel 2.1 Mapping Jurnal.....	31
Tabel 3.1 Profil Informan Nomikomu Coffe.....	62
Tabel 3.2 Matriks SWOT Strategi Promosi Instagram Nomikomu Coffee.....	78
Tabel 3.3 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	79
Tabel 3.4 Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary).....	79
Tabel 4.1 Analisis Visual Data Instagram Nomikomu Coffee.....	89
Tabel 4.2 Matriks SWOT Nomikomu Coffee.....	91
Tabel 4.3 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	91
Tabel 4.4 Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary).....	92
Tabel 4.3 Ringkasan Kendala Promosi Instagram	102
Tabel 4.4 Matriks Penelitian....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Feed Instagram Nomikomu Coffee (2025).....	2
Gambar 1.2 Dokumentasi Lokasi Nomikomu Coffee.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	59
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber.....	73
Gambar 3.2 Triangulasi Teknik.....	76
Gambar 4.1 Tampak Depan Nomikomu Coffe.....	83
Gambar 4.2 Logo Nomikomu Coffee.....	84
Gambar 4.3 Susunan Struktur Organisasi Nomikomu Coffee.....	87
Gambar 4.4 BioInstagram Nomikomu Coffee.....	95

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan pada Nomikomu Coffee di Sidoarjo. 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 Nomikomu Coffee di Sidoarjo dapat memanfaatkan platform instagram secara efektif. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami efektivitas penggunaan instagram sebagai alat promosi dan dampaknya terhadap peningkatan omzet 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 mengetahui 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 omzet penjualan untuk bisnis kafe seperti Nomikomu Coffee di Sidoarjo. 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 omzet penjualan. Kesimpulan dari penelitian ini menyarankan bahwa optimalisasi strategi promosi melalui instagram dapat menjadi salah satu kunci sukses dalam meningkatkan performa penjualan Nomikomu Coffee Sidoarjo.

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

ABSTRACT

The research aims to analyze promotional strategies through the utilization of social media, specifically Instagram, in increasing sales at Nomikomu Coffee in Sidoarjo. With the growing importance of social media in modern marketing strategies, particularly Instagram, which is popular among users seeking culinary inspiration and social gathering spots, this study focuses on how Nomikomu Coffee in Sidoarjo can effectively leverage the Instagram platform. The primary objective of this research is to understand the effectiveness of using Instagram as a promotional tool and its impact on sales revenue growth. The research methodology employed is a case study combined with qualitative data analysis. Sales data before and after the implementation of promotional strategies via Instagram will be analyzed to assess the impact. Additionally, user interactions, follower growth, and the effectiveness of various content types will also be evaluated. The findings of this study are expected to provide in-depth insights into the effectiveness of utilizing Instagram in increasing sales revenue for café businesses like Nomikomu Coffee in Sidoarjo. The practical implications of this research may assist in developing better and more efficient promotional strategies through social media to enhance the visibility and appeal of café businesses. Furthermore, collaboration with local influencers is anticipated to contribute to expanding audience reach and increasing sales revenue. The conclusion of this study suggests that optimizing promotional strategies through Instagram can be a key factor in enhancing the sales performance of Nomikomu Coffee in Sidoarjo.

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