

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
IKS CLOTHING LIMITED DI TUBAN**

SKRIPSI



Oleh :

M. ZIDHAN NURUL HUDA

22042010057

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

2026

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
IKS CLOTHING LIMITED DI TUBAN**

SKRIPSI



Oleh :

M. ZIDHAN NURUL HUDA

22042010057

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
IKS CLOTHING LIMITED DI TUBAN**

Disusun Oleh :

M. ZIDHAN NURUL HUDA
NPM. 22042010057

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing Utama

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

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN


**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
IKS CLOTHING LIMITED DI TUBAN**

Oleh :

M. ZIDHAN NURUL HUDA
NPM. 22042010057


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

Pembimbing Utama


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

Tim Penguji


1. Ketua


Dr. Dyah Widowati, S.H., MM
NIP. 196408141993032001

2. Sekretaris


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

3. Anggota


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

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M, Zidhan Nurul Huda
NPM : 22042010057
Program : Sarjana (S1)/ Magister (S2)/ Doktor (S3)
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/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Surabaya, 22 Mei 2026

Saya membuat pernyataan



M. Zidhan Nurul Huda

NPM. 22042010057

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada IKS Clothing Limited Di Tuban”** dengan baik. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Bapak Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta membimbing penulis dalam proses penyusunan proposal penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., selaku Koordinator Progam Studi Administrasi Bisnis.
3. Kedua orang tua serta teman-teman yang telah memberikan banyak doa, dukungan, serta semangat dalam setiap langkah penulis jalani.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran digital.

Surabaya, 9 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Kerangka Berpikir	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Fokus Penelitian	37
3.3 Lokasi Penelitian	37
3.4 Objek dan Informan Penelitian.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Jenis dan Sumber Data	42
3.7 Triangulasi.....	43
3.8 Teknik Analisis Data Kualitatif	45
3.9 Teknik Analisis SWOT.....	46
3.10 Jadwal Penelitian.....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.2 Penyajian Data.....	55
4.1.3 Hasil Analisis.....	70
4.2 Pembahasan.....	76
4.2.1 Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram.....	76
4.2.2 Kendala Yang Dihadapi.....	87
4.2.3 Perbandingan Hasil Penelitian.....	88
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing IKS Clothing Limited	3
Tabel 1. 2 Omzet Lima Bulan Terakhir IKS Clothing Limited Tuban.....	4
Tabel 3. 1 Faktor Internal dan Eksternal Analisis SWOT	49
Tabel 3. 2 Matriks Faktor Internal dan Eksternal.....	50
Tabel 3. 3 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	51
Tabel 3. 4 Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)	51
Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 4. 1 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	70
Tabel 4. 2 Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)	71
Tabel 4. 3 Rumusan Strategi	74
Tabel 4. 4 Matriks SWOT	75
Tabel 4. 5 Perbandingan Hasil Penelitian	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram IKS Clothing Limited	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 3. 1 Triangulasi Sumber	44
Gambar 3. 2 Triangulasi Pengumpulan Data	45
Gambar 4. 1 Logo IKS Clothing Limited	54
Gambar 4. 2 Struktur IKS Clothing Limited.....	54
Gambar 4. 3 Diagram Matriks SWOT	72
Gambar 4. 4 Matriks Internal dan Ekternal.....	73
Gambar 4. 5 Contoh Konten Promosi	77
Gambar 4. 6 Informasi Pada Instagram dan WhatsApp.....	79
Gambar 4. 7 Informasi Variasi Produk dan Harga	81
Gambar 4. 8 Contoh Produk IKS Clothing Limited	82
Gambar 4. 9 Kolaborasi Komunitas GWK19 dengan IKS.CO_LTD	83
Gambar 4. 10 Koneksi Dengan Pelanggan	85

ABSTRAK

M. ZIDHAN NURUL HUDA, ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA IKS CLOTHING LIMITED DI TUBAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan pada IKS Clothing Limited. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis SWOT dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi pada pemilik usaha, karyawan dan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan seperti instagram aktif dan responsif dengan konten berkualitas, namun memiliki kelemahan seperti tidak ada tim promosi dan jadwal unggahan konten. Peluangnya meliputi kolaborasi dengan komunitas dan kemandirian teknologi. Sementara ancaman meliputi persaingan ketat dan perubahan algoritma. Hasil IFAS menunjukkan skor kekuatan sebesar 2,43 dan kelemahan sebesar 0,83. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan skor peluang sebesar 2,51 dan ancaman sebesar 1,08. Berdasarkan diagram analisis SWOT, IKS Clothing Limited berada pada kuadran I dengan menggunakan strategi SO yakni kekuatan internal perusahaan dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan peluang. Strategi yang dapat diterapkan strategi agresif yang mendukung bisnis berkelanjutan untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Instagram, Analisis SWOT, Penjualan

ABSTRACT

M. ZIDHAN NURUL HUDA, ANALYSIS OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA PROMOTION STRATEGIES TO BOOST SALES AT IKS CLOTHING LIMITED IN TUBAN

This study aims to analyze promotional strategies through Instagram social media in increasing sales at IKS Clothing Limited. This study employed a qualitative descriptive method using SWOT analysis, with data collection techniques conducted through interviews, observations, and documentation involving the business owner, employees, and customers. The results of this study indicate that the company has strengths such as an active and responsive Instagram account with quality content, but also has weaknesses including the absence of a promotional team and a scheduled content posting system. The opportunities include collaboration with communities and technological advancement, while the threats consist of intense competition and changes in Instagram algorithms. The IFAS results showed a strength score of 2.43 and a weakness score of 0.83. Meanwhile, the EFAS results showed an opportunity score of 2.51 and a threat score of 1.08. Based on the SWOT analysis diagram, IKS Clothing Limited is positioned in Quadrant I by implementing an SO strategy, where the company's internal strengths can be utilized to optimize opportunities. Therefore, the company can implement an aggressive strategy that supports sustainable business growth in order to increase sales.

Keywords: *Promotional Strategy, Instagram, SWOT Analysis, Sales*