

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Dan Volume Penjualan Pada Flowen Florist” ditulis oleh Shella Dwi Agustiani NIM 12405183015, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh, pihak Flowen Florist memanfaatkan keberadaan Instagram sebagai media untuk memasarkan produknya. Untuk menarik dan mempengaruhi konsumen membeli atau berbelanja produk buketnya. Dari penelitian ini dapat dilihat apakah peran media sosial instagram bermanfaat dalam peningkatan *brand awareness* dan volume penjualan di Flowen Florist.

Fokus penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media promosi. (2) Untuk mengetahui peran instagram dalam meningkatkan *brand awareness* pada Flowen Florist. (3) Untuk mengetahui peran instagram dalam meningkatkan volume penjualan pada Flowen Florist. (4) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan solusi yang diterapkan dalam pemanfaatan instagram untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan *brand awareness* dan volume penjualan pada Flowen Florist

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif. Pengumpulan data melalui data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah (1) Pemanfaatan media promosi instagram yang diterapkan oleh Flowen Florist yaitu untuk kegiatan periklanan, publikasi, dan pemasaran langsung. (2) Peran pemanfaatan media promosi instagram dalam meningkatkan *brand awareness* yaitu dengan memposting produk secara rutin agar tertanam merek buket di benak konsumen. (3) Peran pemanfaatan media promosi instagram dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan melakukan inovasi produk buket, penetapan harga yang sesuai, pemilihan lokasi usaha yang strategis, dan aktif melakukan promosi melalui instagram. (4) Kendala usaha yang dihadapi yaitu tingginya minat beli konsumen, cuaca, kurang aktif dalam membuat konten instagram dan persaingan usaha. (5) Solusi yang diterapkan yaitu melakukan sistem pre order, menyarankan konsumen untuk buketnya memakai bunga palsu, membuat konten diwaktu senggang, dan lebih aktif dalam berpromosi menggunakan instagram.

Kata Kunci : Promosi, Instagram, Brand Awareness, Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title “An Analysis of the Use of Instagram Promotion Media to Increase Brand Awareness and Sales at the Flowen Florist” written by Shella Dwi Agustiani, NIM 12405183015. Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by with the development of social media, Flowen Florist uses Instagram as a medium to market their products. To attract and influence consumers to buy or shop for their bouquet products. From this research, it can be seen whether the role of Instagram social media is useful in increasing brand awareness and sales at Flowen Florist.

The focus of this research is (1) To find out the use of Instagram as a promotional media. (2) To find out the role of Instagram in increasing brand awareness of Flowen Florist. (3) To find out the role of Instagram in increasing sales volume at Flowen Florist. (4) To find out the obstacles faced and the solutions implemented in the use of Instagram to overcome the obstacles in increasing brand awareness and sales volume at Flowen Florist.

This research uses a qualitative research approach. Data collection through primary and secondary data. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. The data analysis technique uses data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study are (1) the use of Instagram promotion media applied by Flowen Florist, namely for advertising, publication, and direct marketing activities. (2) The role of using Instagram promotion media in increasing brand awareness is by posting products regularly so that the bouquet brand is embedded in the consumers minds. (3) The role of using Instagram promotion media in increasing sales is by innovating bouquet products, setting appropriate prices, choosing strategic business locations, and actively promoting through Instagram. (4) Business constraints faced are high consumer buying interest, weather, less active in creating Instagram content and business competition. (5) The solution implemented is to do a pre-order system, advise consumers to use fake flowers for bouquets, create content in their spare time, and be more active in promoting using Instagram.

Keywords: Promotion, Instagram, Brand Awareness, Sales