

ABSTRAK

Skripsi ini dengan judul “**Implementasi Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Khoyiir Store Tulungagung)**” ini ditulis oleh Siska Jauharatul Falah, NIM 17402163121, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dosen pembimbing: Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi sudah banyak diterapkan di berbagai penjualan produk barang maupun jasa. Konsumen di era teknologi serba canggih ini lebih memilih belanja di toko modern karena konsumen menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam berbelanja. Khoyiir Store merupakan salah satu gerai toko modern di Tulungagung yang menjual beraneka ragam kebutuhan masyarakat/pelanggan yang meliputi *skin care*, kosmetik, peralatan sekolah, aneka hijab, sandal, sepatu, dan berbagai macam aksesoris.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung? (2) Bagaimana faktor penghambat implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung? (3) Bagaimana dampak yang muncul dengan adanya implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung?

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan pengecekan keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung adalah dengan memperhatikan animo masyarakat saat ini, memasarkan barang di e-commerce Shopee agar memudahkan konsumen yang berdomisili jauh dari toko, membuat Give Away berupa bagi-bagi hadiah yang diadakan oleh toko kepada konsumen untuk meningkatkan followers dan mengikuti promosi yang dilakukan. (2) Faktor penghambat implementasi strategi promosi melalui media sosial instagram pada Khoyiir Store Tulungagung antara lain adalah keterbatasan ide untuk membuat konten yang bagus dan menarik, kepercayaan dan antusias calon pembeli terhadap toko yang perlu ditingkatkan, kuota internet yang diperlukan untuk memudahkan akses promosi melalui media sosial Instagram. (3) Dampak yang muncul dengan adanya implementasi strategi promosi melalui Media Sosial Instagram pada Khoyiir Store Tulungagung adalah dapat menjangkau konsumen dari berbagai kalangan seperti anak-anak, remaja, serta orang dewasa hingga ibu rumah tangga yang berkunjung ke Khoyiir Store secara offline, meningkatkan penjualan pada toko online yang dibuat di salah satu e-commerce yaitu Shopee, serta adanya online lain yang mengambil gambar atau konten yang dibuat oleh akun Instagram Khoyiir Store sehingga merugikan pihak toko dan memerlukan teguran kepada online store tersebut.

Kata Kunci: Promosi, Media Sosial, Instagram, Strategi

ABSTRACT

This thesis with the title "The Implementation of Promotional Strategies Through Instagram Social Media (Study on Khoyiir Store Tulungagung" was written by Siska Jauharatul Falah, Register Number 17402163121, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor: Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by, the use of social media as a means of promotion has been widely applied in various sales of goods and services. Consumers in this era of sophisticated technology prefer shopping at modern stores because consumers want practicality and convenience in shopping. Khoyiir Store is one of the modern store outlets in Tulungagung that sells a variety of community/customer needs which include skin care, cosmetics, school supplies, various hijabs, sandals, shoes, and various accessories.

The formulation of the problem in this research are: (1) How is the implementation of promotion strategy through Instagram social media at Khoyiir Store Tulungagung? (2) What are the inhibiting factors for implementing promotional strategies through Instagram social media at Khoyiir Store Tulungagung? (3) What are the impacts that arise with the implementation of promotional strategies through social media Instagram at Khoyiir Store Tulungagung?

This research method used a qualitative approach and the type of descriptive research. The methods of data collection used interviews, observation and documentation. The data analysis technique used data reduction, data presentation and conclusion drawing. While checking the validity of the data used triangulation of sources.

The results showed that: (1) The implementation of promotional strategies through social media Instagram at the Khoyiir Store Tulungagung is by paying attention to the current public interest, marketing goods at Shopee e-commerce to make it easier for consumers who live far from the store, making Give Away in the form of sharing. gifts held by stores to consumers to increase followers and follow the promotions carried out. (2) The inhibiting factors for the implementation of promotional strategies through social media Instagram at Khoyiir Store Tulungagung, among others, are the limitations of ideas to create good and interesting content, the trust and enthusiasm of potential buyers for the store that needs to be increased, the internet quota needed to facilitate access to promotions through the media. Instagram social. (3) The impact that arises with the implementation of promotional strategies through Instagram Social Media at the Khoyiir Store Tulungagung is that it can attract consumers from various groups such as children, teenagers, and adults to housewives who visit the Khoyiir Store offline, increasing sales on an online store created in one of the e-commerce sites, namely Shopee, as well as other online sites that take pictures or content created by the Khoyiir Store Instagram account, thereby harming the shop and requiring a warning to the online store.

Keywords: Promotion, Social Media, Instagram, Strategy