

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Jesse Factory Store Tulungagung” ini ditulis oleh Meri Anasari, NIM 12402173051 Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan teknologi yang semakin pesat yang mendasari banyaknya pengusaha dalam skala besar atau kecil menengah untuk bersaing di dalam pasar. Persaingan yang sangat pesat di pasar membuat para pengusaha menggunakan strategi pemasaran yang efektif yaitu dengan melakukan promosi produk menggunakan media sosial yaitu *Instagram*. Dengan melakukan promosi produk di *Instagram* diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan di Jesse Factory Store Tulungagung.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi pada Jesse Factory Store Tulungagung? Bagaimana cara pembuatan konten di Instagram Jesse Factory Store Tulungagung? Dan Bagaimana efektivitas penggunaan sosial media Instagram dalam meningkatkan volume penjualan pada Jesse Factory Store Tulungagung?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas media sosial *Instagram* dalam meningkatkan volume penjualan di Jesse Factory Tulungagung.

Dalam penulisan ini digunakan teknik mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : Observasi, Wawancara, Dokumen dan Dokumentasi serta dengan tehnik pengumpulan data yang telah dikumpulkan, dianalisis menggunakan analisis data kualitatif yaitu menggambarkan keadaan obyek penelitian.

Jesse Factory Tulungagung memanfaatkan kepopuleran *Instagram* dengan sebaik mungkin sebagai media pemasaran berbagai produknya kepada masyarakat luas. Dengan berbagai fitur-fitur canggih di media sosial *Instagram*, Jesse factory Store Tulungagung menggunakan semua fitur-fitur tersebut untuk promosi dan menarik hati konsumen untuk membeli produknya. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* mampu meningkatkan volume penjualan dibuktikan dengan volume penjualan pada skincare pada tahun 2019 sebanyak 5.700 pcs, tahun 2020 sebanyak 4.300 pcs, tahun 2023 sebanyak 6.200 pcs, tahun 2022 sebanyak 7.400 pcs dan tahun 2023 sebanyak 8.600. dan untuk outfit volume penjualan tahun 2019 sebanyak 17.000 pcs, tahun 2020 10.500 pcs, tahun 2021 sebanyak 15.500 pcs, tahun 2022 sebanyak 22.000 pcs dan tahun 2023 25.500 pcs. Penurunan terjadi pada tahun 2020 karena dampak covid 19 selebihnya mengalami peningkatan volume penjualan.

Kata Kunci: Efektivitas, Media Sosial, *Instagram*, Volume Penjualan

ABSTRACT

The thesis with the title "The Effectiveness of Instagram Social Media as a Promotional Media in Increasing Sales Volume at Jesse Factory Store Tulungagung" was written by Meri Anasari, NIM 12402173051 Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI), Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung with supervisor Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

This research is motivated by increasingly rapid economic growth and technological growth which underlies the large number of entrepreneurs on a large or small and medium scale to compete in the market. Very rapid competition in the market makes entrepreneurs use effective marketing strategies, namely by promoting products using social media, namely Instagram. By promoting products on Instagram, it is hoped that it will be able to increase sales volume at the Jesse Factory Store Tulungagung.

The problem formulation in this research is: How is Instagram social media used as a promotional medium at the Jesse Factory Store Tulungagung? How do you create content on Jesse Factory Store Tulungagung's Instagram? And how effective is the use of Instagram social media in increasing sales volume at the Jesse Factory Store Tulungagung? The aim of this research is to determine the effectiveness of Instagram social media in increasing the volume of traffic at Jesse Factory Tulungagung.

In this writing, the data collection techniques used in this research include: Observation, Interviews, Documents and Documentation and with data collection techniques that have been collected, they are analyzed using qualitative data analysis, namely describing the state of the research object.

Jesse Factory Tulungagung makes the best use of Instagram's popularity as a marketing medium for its various products to the wider public. With various advanced features on Instagram social media, Jesse Factory Store Tulungagung uses all these features for promotions and to attract consumers to buy its products. This research shows that Instagram social media is able to increase sales volume as evidenced by the sales volume in skincare in 2019 of 5,700 pcs, in 2020 of 4,300 pcs, in 2023 of 6,200 pcs, in 2022 of 7,400 pcs and in 2023 of 8,600. and for outfits, the sales volume in 2019 was 17,000 pcs, in 2020 10,500 pcs, in 2021 it was 15,500 pcs, in 2022 it was 22,000 pcs and in 2023 it was 25,500 pcs. The decline occurred in 2020 due to the impact of Covid 19, the remainder experienced an increase in sales volume.

Keywords: *Effectiveness, Social Media, Instagram, Sales Volume*