

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK SYACRAFTS TANJUNGPINANG**

**ANNISA NURRAHMAH  
NIM 190461201024**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS MARITIM  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Annisa Nurrahmah  
NIM : 190461201024  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Syacrafts Tanjungpinang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan dan diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Hj. Iranita, SE., M.Si  
NIP.1970082722021212003

Dosen Pembimbing II

Kiki Wulandari, SE., M.M.  
NIP.199201212019032018

Dosen Penguji

Nama  
Firmansyah Kusasi, S.T., M.M  
NIP.197112020212101003  
Hj. Iranita, SE., M.Si  
NIP.1970082722021212003  
Abdul Jalal, SE.M., Si  
NIP. 198508222019031012  
Indra Firdiansyah, SE., M.Si  
NIP. 198902122022031006  
Edinur Ilham, SE., ME  
NIP. 199103072022031006

Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Penguji I		01/02/24
Penguji II		2/2/2024
Penguji III		1/2/24
Penguji IV		6/2-24
Penguji V		1/2/24

Tanggal Ujian Skripsi : 23 Januari 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Asmaul Husna, S.E.Ak, M.Ak, C.A  
NIP. 272019031012

Abdul Jalal, SE.M., Si  
NIP. 198508222019031012

## LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Annisa Nurrahmah  
NIM : 190461201024  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Syacrafts Tanjungpinang

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, 10 Januari 2024


**Menyetujui,**

Dosen Pembimbing I



**Hj. Iranita, SE., M.Si**  
NIP.1970082722021212003

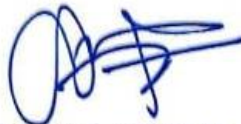
Dosen Pembimbing II



**Kiki Wulandari, SE., M.M.**  
NIP. 199201212019032018

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



**Abdul Jalal, SE., M., Si**  
NIP. 198508222019031012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Annisa Nurrahmah  
NIM : 190461201024  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Syacrafts Tanjungpinang

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik sarjana di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 23 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Annisa Nurrahmah  
190461201024

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan KaruniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Syacrafts Tanjungpinang”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubung dengan selesainya proposal penelitian ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, nasehat dan doa dari berbagai pihak, proposal penelitian ini tidak akan selesai. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Jayanti Natasya, S.Pd., selaku pemilik dari Syacrafts yang selalu memberikan bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Ibu Dr. Hj. Asmaul Husna, SE., Ak, MM., CA selaku Dekan Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.

5. Ibu Hj. Iranita, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, masukan, arahan, serta saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Ibu Kiki Wulandari, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing dan memberi masukan dan saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Segenap Dosen Universitas Maritim Raja Ali Haji yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dan mengajarkan dengan ikhlas sehingga penulis mendapatkan ilmu pengetahuan yang nantinya bermanfaat bagi penulis.
8. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Ufrizal dan Ibu Yeni Rochaeni yang telah memberi doa, nasehat serta kesabarannya yang luar biasa dalam merawat penulis. Penulis berharap dapat menjadi anak yang membanggakan.
9. Terima kasih juga kepada Abang penulis Ahmad Hafizh yang telah membantu serta memberikan nasehat dan doa dalam proses pengerjaan penelitian ini.
10. Terima kasih untuk kakak senior, Dwi Narda Agus Saputra, S.M, Kelvin Rezky Fauzan, S.M, dan Freday Tabarudin, S.M, yang telah sabar mendengar keluh kesah, dan telah banyak membimbing dan memberikan masukan dan saran dalam mengerjakan penelitian ini.

11. Terima kasih juga kepada teman seperjuangan Devita Hidayu yang telah mendukung, menemani sejak SMA dan telah sabar mendengarkan keluh kesah.
12. Terima kasih kepada rekan seperjuangan Lisa Agustina Siahaan, Pebi Saptiana, Nurpuji, Silvi Deartha Silalahi, Eko Febriansyah, Rahmat Sofyandi, Andi Riski Ginting, Sandi Virizky Amaris, Rahmah Fitriana, Retno Dwi Putri, Riska Febrianti dan teman-teman Manajemen 2019 lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
13. Rekan-rekan komunitas beasiswa Bank Indonesia GenBI Universitas Maritim Raja Ali Haji Kepulauan Riau dan Himpunan Mahasiswa Manajemen yang telah memberikan semangat, motivasi serta pengalaman yang sangat bermanfaat.
14. Terima kasih juga kepada seluruh pihak yang terkait dalam menyelesaikan penelitian ini.

Dalam menyelesaikan penelitian ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis berharap agar penelitian-penelitian selanjutnya lebih sempurna dalam melakukan penelitian yang serupa dalam penulisan maupun penyusunannya. Karena hal itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyusunan di masa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
★ 1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Pembatasan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	12
2.1.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	12
2.1.1.2 Manfaat Strategi Pemasaran .....	13
2.1.1.3 Strategi Bauran Pemasaran .....	14
2.1.2 Pemasaran Digital .....	15
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran Digital.....	15

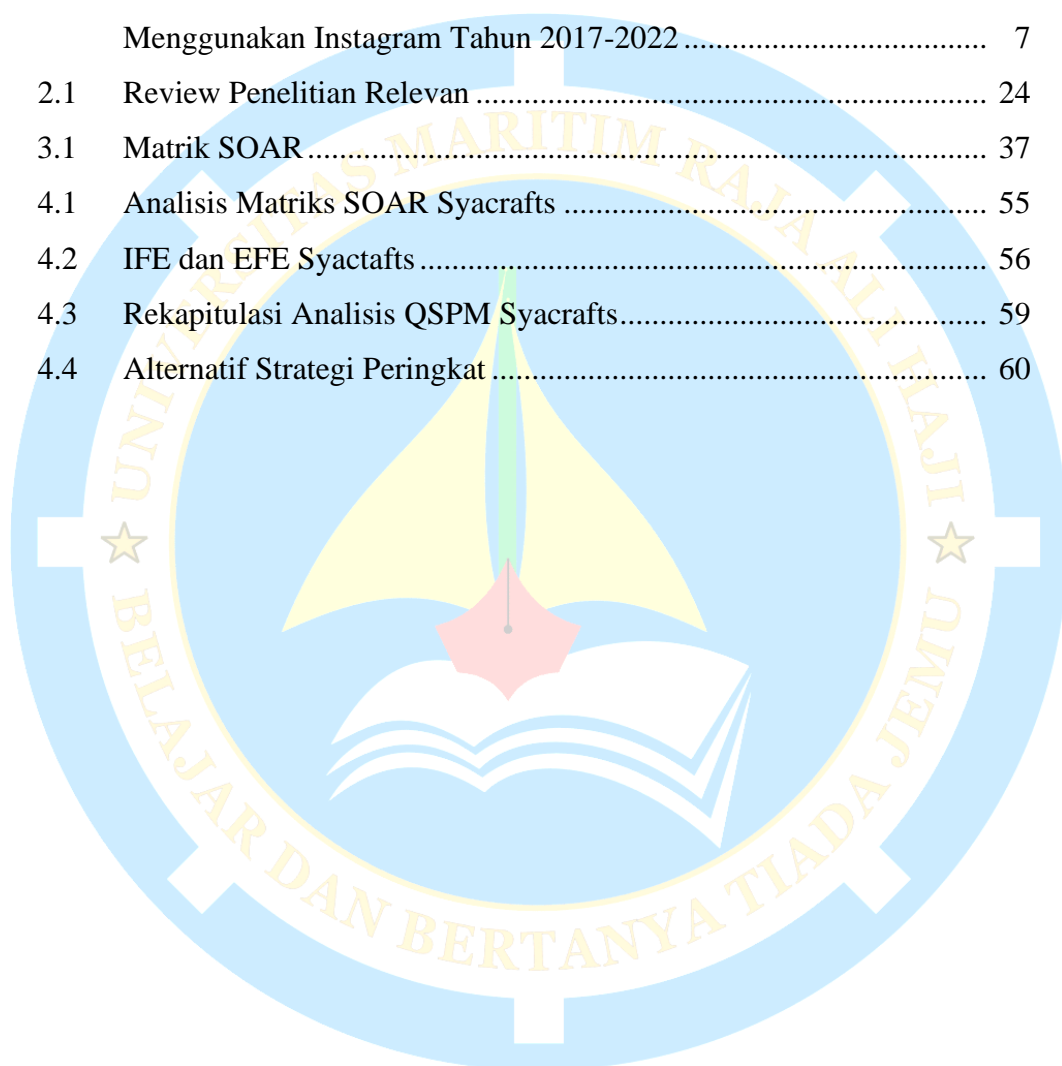


2.1.2.2	Manfaat Pemasaran Digital.....	16
2.1.2.3	Konsep Pemasaran Digital.....	17
2.1.3	Media Sosial.....	18
2.1.4	Instagram.....	19
2.1.5	Peningkatan Penjualan .....	22
2.1.5.1	Pengertian Peningkatan Penjualan.....	22
2.1.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Volume Penjualan .....	23
2.2	Review Penelitian Relevan.....	24
2.3	Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	27
3.2	Metode Penelitian .....	27
3.3	Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	28
3.3.1	Variabel Penelitian.....	28
3.3.2	Pengukurannya.....	29
3.4	Prosedur Pengumpulan Data .....	29
3.5	Metode Analisis.....	31
3.5.1	Reduksi Data .....	32
3.5.2	Penyajian Data .....	32
3.5.3	Penarikan Simpulan dan Verifikasi.....	33
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	33
3.7	Analisis SOAR .....	36
3.8	Matriks IFE dan EFE.....	39
3.9	Matriks QSPM.....	41
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1	Deskripsi Umum Usaha Syacrafts.....	43
4.1.1	Sejarah Syacrafts.....	43

4.1.2 Keadaan Usaha.....	44
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	47
4.2.1 Penerapan Pemasaran Digital Menggunakan Instagram Syacrafts.....	47
4.2.2 Pemasaran Digital Melalui Instagram Syacrafts Dalam Meningkatkan Penjualan.....	50
4.2.3 Penerapan Analisis SOAR Dan QSPM Dalam Menentukan Strategi Pemasarn Untuk Meningkatkan penjualan Produk Syacrafts.....	52
4.2.3.1 Analisis SOAR.....	54
4.2.3.2 Matriks IFE, EFE, dan IE.....	56
4.2.3.3 Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Kesimpulan.....	61
4.1 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Daftar Pesaing <i>Onlineshop</i> di Tanjungpinang .....	4
1.2	Data Omset Penjualan Syacrafts .....	6
1.3	Data Pendapatan Penjualan Syacrafts Sebelum dan Sesudah Menggunakan Instagram Tahun 2017-2022 .....	7
2.1	Review Penelitian Relevan .....	24
3.1	Matrik SOAR .....	37
4.1	Analisis Matriks SOAR Syacrafts .....	55
4.2	IFE dan EFE Syacrafts .....	56
4.3	Rekapitulasi Analisis QSPM Syacrafts.....	59
4.4	Alternatif Strategi Peringkat .....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran.....	26
3.1	Matriks IE .....	41
4.1	Struktur Organisasi .....	44
4.2	Produk Syacrafts .....	46
4.3	Barcode Instagram Syacrafts .....	47
4.4	Instagram Story Syacrafts .....	48
4.5	Feed Instagram Syacrafts .....	49
4.6	Reels Instagram Syacrafts.....	50
4.7	Matriks IE Syacrafts .....	58

