

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram serta efektivitasnya dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Tymkosmetik Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis data model Miles dan Huberman serta analisis SWOT sebagai analisis pendukung dalam mengevaluasi kondisi bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tymkosmetik telah memanfaatkan Instagram secara aktif melalui fitur *story*, *feeds*, dan *reels*. Namun, efektivitasnya masih terbatas karena kurangnya konsistensi konten, variasi unggahan, dan minimnya interaksi dengan pengikut. Strategi ini tetap memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat beli konsumen, terutama karena harga terjangkau, promosi *giveaway* yang menarik dan tingkat kepercayaan konsumen. Berdasarkan analisis SWOT, Tymkosmetik berada pada kuadran II (Kekuatan-Ancaman) sehingga strategi diversifikasi menjadi pendekatan yang tepat. Dengan penguatan konten digital dan pemanfaatan fitur Instagram secara maksimal, Tymkosmetik memiliki peluang untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar kosmetik lokal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, Instagram, Minat Beli



ABSTRAC

This study aims to examine the implementation of digital marketing strategies through Instagram and their effectiveness in increasing consumer purchase interest in Tymkosmetik Tanjungpinang. This research uses a qualitative approach with the Miles and Huberman data analysis model, supported by a SWOT analysis to evaluate business conditions. The findings show that Tymkosmetik has actively utilized Instagram through features such as stories, feeds, and reels. However, its effectiveness remains limited due to inconsistent content, lack of variation in posts, and minimal interaction with followers. Despite these limitations, the strategy has had a positive impact on increasing consumer interest, especially due to affordable prices, attractive giveaway promotions, and consumer trust. Based on the SWOT analysis, Tymkosmetik is positioned in quadrant II (Strength-Threat), indicating that diversification is the appropriate strategy. By strengthening digital content and optimizing Instagram features, Tymkosmetik has the potential to maintain its presence and enhance competitiveness in the increasingly dynamic local cosmetics market.

Keywords: Digital Marketing Strategy, Instagram, Purchase Interest

