

ABSTRAK

Dyah Ayu Sulistyo Hardini, Promosi Melalui Media Sosial Sebagai Upaya Perolehan Pelanggan Baru Dan Mempertahankan Pelanggan Saat Ini (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @Hottangku19). Dibawah bimbingan Dr. A. Yahya Surya Winata, SE., M.Si.

Semakin berkembangnya persaingan bisnis dengan memanfaatkan teknologi sebagai media promosi, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial. Ada banyak media sosial yang digunakan pembisnis untuk menjadi media promosi, salah satunya Instagram. Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan disaat ini setelah Youtube, WhatsApp dan Facebook. Dengan menggunakan instagram sebagai media promosi dapat meminimalisir biaya, waktu dan tenaga. Selain itu didalam media sosial Instagram juga banyak memiliki fitur yang bisa dimanfaatkan oleh pembisnis online seperti unggahan foto, *caption*, *mentions*, komentar, tagar, dan *direct message*. Promosi merupakan bagian dari marketing mix yaitu periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung dan publisitas dan humas yang harus dilakukan perusahaan agar penjualan dapat meningkat. Tujuan promosi adalah untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan produk, membujuk konsumen agar menyukai produk, meningkatkan penjualan, serta dapat mempengaruhi keputusan belanja konsumen. Jika strategi promosi yang memanfaatkan social media Instagram dirancang dan dilaksanakan dengan baik dan tepat maka akan berdampak baik bagi pengusaha bisnis online. Sehingga dengan alasan tersebut maka menarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang aktivitas promosi dengan memanfaatkan social media Instagram untuk mempertahankan pelanggan saat ini dan memperoleh pelanggan baru. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan. Data akan diperoleh dari Owner Hottangku, karyawan dan pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner yang diberikan oleh pihak peneliti.

Hasil dari penelitian ini adalah periklanan dengan menggunakan social media Instagram, promosi penjualan dengan menggunakan alat promosi seperti pameran dagang, story di instagram dan di wa, memberikan gratis ongkir apabila memesan produk, dan juga pembelian lebih dari minimal order akan mendapatkan satu produk gratis. Dengan strategi tersebut mampu meningkatkan penjualan setiap bulannya, tetap menarik pelanggan saat ini maupun pelanggan baru. Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan disekitar outlet penjualan wilayah Kertosono, Warujayeng dan juga Surabaya agar menarik minat pelanggan disekitarnya, dan periklanan yang memanfaatkan social media Instagram agar dapat menarik minat pengguna Instagram yang mengikuti akun milik Hottangku yaitu @hottangku19 dengan harapan tidak hanya konsumen wilayah Nganjuk saja yang mengetahui dan tertarik produk Hottangku.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Instagram, Penjualan Online

ABSTRACT

Dyah Ayu Sulistyo Hardini, Promotion through Social Media as an Effort to Obtain New Customers and Retain Current Customers (Descriptive Qualitative Study of Promotion Activities on Instagram Accounts @ Hottangku19). Under the guidance of Dr. A. Yahya Surya Winata, SE., M.Sc.

The growing business competition by utilizing technology as promotional media, one of which is by utilizing social media. There are many social media that are used by business people to become promotional media, one of which is Instagram. Instagram is a social media that is widely used at this time after Youtube, WhatsApp and Facebook. Using Instagram as a promotional medium can minimize the use of cost, time and energy. Besides that, in social media Instagram also has many features that can be utilized by online businesses such as photo uploads, captions, mentions, comments, hashtags, and direct messages. Promotion is part of the marketing mix of advertising, sales promotion, direct marketing and publicity and public relations that must be done by the company so that sales can increase. The purpose of promotion is to convey information, introduce products, persuade consumers to like the product, increase sales, and can influence consumer shopping decisions. If a promotional strategy that utilizes Instagram social media is well designed and implemented, it will have a good impact on online business entrepreneurs. So for this reason it attracts researchers to conduct research on promotional activities by utilizing Instagram social media to retain current customers and gain new customers. This research is a research that uses descriptive qualitative methods, the data used are primary data and secondary data. With data collection techniques such as interviews, documentation and distributing questionnaires to customers. Data can be obtained from My Owner Owner, employees and customers who are willing to fill out a questionnaire given by the researcher.

The results of this study are advertising using Instagram social media, sales promotions using promotional tools such as trade shows, stories on Instagram and wa, providing free shipping when ordering products, and also purchasing more than a minimum order will get one free product. With this strategy, it can increase sales every month, still attracting current and new customers. Sales promotion activities carried out around Kertosono, Warujayeng and Surabaya sales outlets to attract customers around him, and advertising that uses Instagram social media to attract Instagram users who follow the account of Hottangku, @ hottangku19, with the hope that not only Nganjuk area consumers who know and are interested in my Hotto's products.

Keywords: *Promotion Strategy, Instagram, Online Sales*