**PENERAPAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO DAZZLE’TM**

**Ferdinandus Kadulli**

# Abstrak

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberi kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Dalam tren pemasaran ada yang namanya pemenuhan kebutuhan, selera, gaya hidup, kepuasan, dan kesenangan konsumen artiya konsumen tidak hanya membiarkan jika suatu produk atau jasa tidak sesuai apa yang mereka ekspetasikan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Hasil penelitian yang diperoleh adalah toko dazzle’TM menjalankan usahanya melalui promosi secara offline dan online melalui media sosial. Pada penelitian ini difokuskan pada pelaksanaan promosi secara online melalui media sosial instagram. Beberapa faktor yang menjadi penghambat dalam melaksanakan promosi online di dazzle’TM diantaranya gagal memahami *Instagram,* kurang penguasaan dalam pengelolaan, serta tidak adanya pengelola yang menangani secara khusus. Pelaksanaan promosi online melalui *instagram* di toko Dazzle’TM berperan dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan bahwa toko Dazzle’TM meningkatkan program pemasaran dan promosinya melalui media sosial agar manjadi lebih baik lagi kedepannya. Menambah admin khusus untuk mengelola penjualan secara online melalui instagram tersebut sehingga konsumen dapat dilayani dengan maksimal.

**Kata Kunci:** *Media Sosial Instagram, Promosi*



***INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS A PROMOTION TOOL TO INCREASE SALES AT DAZZLE SHOP***

***Ferdinandus Kadulli***

# *Abstract*

*The role of marketing today is not only to convey products or services to the hands of consumers but how these products or services can provide satisfaction to customers by generating profits. The goal of marketing is to attract new customers by promising superior value, setting attractive prices, distributing products easily, promoting effectively and retaining existing customers while still adhering to the principle of customer satisfaction. In marketing trends there is such a thing as meeting the needs, tastes, lifestyles, satisfaction, and pleasure of consumers, meaning that consumers do not just let a product or service not match what they expect. The research method used is a descriptive qualitative approach with the type of case study research on the object. The results of the research obtained are that the Dazzle'TM store runs its business through offline and online promotions through social media. This research is focused on the implementation of online promotion through Instagram social media. Several factors that become obstacles in carrying out online promotions at Dazzle'TM include failing to understand Instagram, lack of mastery in management, and the absence of managers who handle specifically. The implementation of online promotions through Instagram at the Dazzle'TM store plays a role in increasing sales. Based on the results of the study, it is hoped that the Dazzle'TM store will improve its marketing and promotion programs through social media to make it even better in the future. Adding a special admin to manage online sales through Instagram so that consumers can be served optimally.*

***Keywords:*** *Social Media Instagram, Promotion*