

Strategi Promosi Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Tas Dan Apparel Di Arei Store Dramaga Bogor

Lilis Cucu Sumartini¹, Anita Balkis², Kurnia Darma³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Industri, Akademi Telekomunikasi Bogor

Jl. Bina Marga No.17 Bogor, Jawa Barat, Indonesia

Corresponding Author: Lilis Cucu Sumartini, Email: liliscuc80@gmail.com

Published Oktober, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi promosi penjualan *online* tas dan *apparel* melalui Instagram pada Arei Store Dramaga Bogor. Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja penjualan tas dan apparel secara *online* dengan menggunakan metode SWOT. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Arei Store Dramaga Bogor untuk meningkatkan pangsa pasar dan daya saing di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil perhitungan IFAS dan EFAS penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram diperoleh hasil sebesar 1,923 untuk IFAS dan 0,582 untuk perhitungan EFAS terletak pada Kuadran 1, artinya strategi yang diambil adalah strategi *Growth* (Pertumbuhan). Dengan strategi pertumbuhan penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor melalui Instagram dapat meningkatkan penjualan bahkan strategi pertumbuhan ini menjadi penetrasi dalam pengembangan Penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram.

Kata Kunci: Penjualan, Instagram, Analisis SWOT, Arei Store Dramaga Bogor

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, termasuk industri *fashion*. Instagram, sebagai salah satu *platform* media sosial yang paling populer, telah menjadi sarana efektif untuk memasarkan produk *fashion*. Arei Store Dramaga Bogor, sebuah toko yang menjual tas dan *apparel* di Jl. Raya Dramaga, Ruko No. 15, melihat potensi besar dalam memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan penjualannya. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja bisnis. Arei Store Dramaga Bogor, sebagai salah satu toko perlengkapan *outdoor* yang berlokasi strategis di Bogor, perlu memanfaatkan media sosial secara efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik lebih banyak konsumen. Arei Store Dramaga Bogor belum menggunakan *instagram ads* yang merupakan layanan iklan berbayar khusus di Instagram. Layanan ini untuk mempromosikan produk atau jasa dengan mudah ke pengguna Instagram.

Berdasarkan hasil observasi *instagram* yang ada di Arei Store Dramaga Bogor karena belum menggunakan *instagram Ads*, sehingga penjualan belum maksimal. Hasil data penjualan selama 3 (Tiga) bulan yaitu pada bulan Februari, Maret dan April 2024 di Arei Store Dramaga bogor dengan data penjualan di bulan Februari 34 pcs produk *outdoor*, bulan Maret 43 Pcs produk *outdoor*, dan bulan April 55 pcs produk *outdoor*.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi promosi penjualan *online* tas dan *apparel* melalui Instagram pada Arei Store Dramaga Bogor guna mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi, serta merumuskan strategi penjualan yang efektif. Dengan menggunakan Populasi dari Konsumen/Pelanggan yang pernah berkunjung dan membeli produk di Arei Store Dramaga Bogor yaitu terdiri dari rentang usia 13 tahun sampai dengan 65 tahun dan sampel yang digunakan adalah 25 Konsumen/Pelanggan dan 5 Karyawan Arei Store Dramaga Bogor. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi promosi yang lebih tepat dan efektif bagi Arei Store Dramaga Bogor di Instagram.

LANDASAN TEORI

Penjualan

Menurut Suryana, penjualan berarti menyajikan barang agar konsumen menjadi tertarik dan melakukan pembelian. Penjualan dapat dilakukan dengan cara langsung dan mendatangi konsumen, menunggu kedatangan konsumen, melayani pesanan dan kontrak produksi agar pembeli tertarik untuk membeli.. (Putri, Lucky. Riana. 2019) Penjualan adalah sebuah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Berbagai cara dilakukan seperti periklanan, peragaan, penggunaan promosi secara luas guna mempengaruhi publik (Kusniatin & Wakalah, 2021).

Menurut Murti Sumarni, penjualan tidak langsung (Online), yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur, sosial media, internet dan lain-lain. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan online adalah penjualan yang dilakukan dengan memanfaatkan media yang berfungsi sebagai perantara dalam menjual produk. Penjual tidak langsung bertemu dan berinteraksi dengan konsumen secara tatap muka (Putri, Lucky. Riana. 2019).

Strategi marketing atau penjualan merupakan langkah-langkah dalam bisnis yang tujuannya untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada calon pembeli. Langkah-langkah ini akan mendorong terciptanya aktivitas pembelian produk atau jasa tersebut. Menurut Guiltinan dan Paul, strategi penjualan adalah pola pikir yang diterapkan untuk mengembangkan perusahaan atau bisnis. Dalam penerapannya, menggabungkan beberapa unsur *marketing*, seperti tujuan, sasaran, segmentasi pasar, marketing mix, dan lainnya.

Jadi, strategi ini merujuk pada langkah-langkah yang berkaitan dengan *sales* untuk memperkenalkan produk kepada pembeli, supaya meningkatkan *omzet* penjualan.

Instagram

Instagram adalah suatu aplikasi sosial media yang memiliki fungsi untuk membagikan foto, video, atau siaran langsung dengan menggunakan fitur kamera yang ada di instagram itu sendiri. Menurut Atmoko (2012) Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter*, dan membagikannya ke jejaring sosial termasuk instagram itu sendiri. Definisi lain menyebutkan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mengikuti atau *follow* akun instagram kita. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video membuat banyak pengguna yang memiliki perusahaan yang memiliki produk atau jasa turut serta mempromosikan perusahaannya di instagram.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal secara sistematis, sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat bagi suatu perusahaan atau organisasi. SWOT merupakan singkatan dari:

1. **Strengths (Kekuatan):** Faktor internal yang menjadi keunggulan atau kelebihan perusahaan dibandingkan pesaingnya. Ini bisa berupa sumber daya manusia yang kompeten, teknologi yang canggih, merek yang kuat, atau keunggulan kompetitif lainnya.
2. **Weaknesses (Kelemahan):** Faktor internal yang menjadi kekurangan atau kelemahan perusahaan. Contohnya, kurangnya sumber daya keuangan, kurangnya inovasi, atau kualitas produk yang kurang baik.
3. **Opportunities (Peluang):** Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Misalnya, pertumbuhan pasar, perubahan kebijakan pemerintah yang menguntungkan, atau munculnya teknologi baru.
4. **Threats (Ancaman):** Faktor eksternal yang dapat mengancam keberlangsungan perusahaan. Contohnya, munculnya pesaing baru, perubahan tren konsumen, atau bencana alam.

Matriks SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

1. SO (*Strength and Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. ST (*Strength and Threat*), strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. WO (*Weakness and Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. WT (*Weakness and Threat*), strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019:1) metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri - ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai strategi penjualan *online* yang digunakan Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan Sugiyono (2019:13).

Populasi

Menurut Sugiyono (2022) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini diambil dari Konsumen/Pelanggan yang pernah Berkunjung dan membeli produk di Arei Store Dramaga Bogor yaitu terdiri dari rentang usia 13 tahun sampai dengan 65 tahun.

Sampel

Menurut Siyoto & Sodik (2015) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018: 144) pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan adalah 25 Konsumen/Pelanggan dan 5 Karyawan Arei Store Dramaga Bogor.

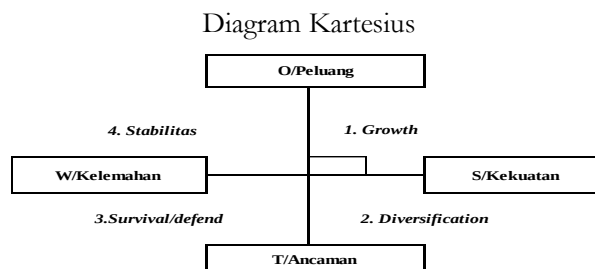
Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
2. Studi Pustaka merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT sederhana. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

1. Penentuan Bobot Faktor Internal dan Eksternal
2. Perhitungan Analisis SWOT
3. Diagram Kartesius



Gambar 1. Diagram Kartesius / Perhitungan Kuadran Analisis SWOT

4. Matrix SWOT

Table 3.3 Matriks SWOT

Matriks SWOT		
IFAS	S/KEKUATAN Tentukan 5-10 Faktor-faktor Kekuatan Internal	W/KELEMAHAN Tentukan 5-10 Faktor-faktor Kelemahan Internal
EFAS		
O/PELUANG Tentukan 5-10 faktor-faktor Peluang Eksternal	Strategi SO ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

T/ANCAMAN Tentukan 5-10 faktor-faktor Ancaman Eksternal	Strategi ST ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
---	---	---

5. Perhitungan Bobot Analisis SWOT Ifas dan Efas

Bobot = Total kekuatan / total keseluruhan kekuatan Bobot = Total kelemahan / total keseluruhan kelemahan Bobot = Total peluang / total keseluruhan peluang Bobot = Total ancaman / total keseluruhan ancaman
--

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Data tan Arei *Store* Dramaga Bogor pada bulan Februari – April 2024

Bulan	Pendapatan (Rp)	Jumlah Penjualan (pcs)
Februari	10.458.000	34
Maret	10.906.000	43
April	9.868.500	55

Dari data Pendapatan Arei *Store* Dramaga Bogor pada bulan Februari s.d bulan April 2024, adanya peningkatan pendapatan dari bulan Februari ke Maret, namun mengalami penurunan pada bulan April. Meskipun jumlah penjualan produk tas dan *apparel* terus meningkat setiap bulannya, pendapatan justru mengalami penurunan di bulan April. Hal ini mengindikasikan beberapa hal, seperti:

1. Perubahan harga rata-rata produk : karena ada penyesuaian harga produk di bulan April yang menyebabkan penurunan pendapatan meskipun jumlah penjualan meningkat.
2. Perubahan komposisi produk : Proporsi penjualan produk dengan margin keuntungan yang lebih rendah dan meningkat di bulan April.
3. Faktor eksternal : Faktor eksternal seperti perubahan tren, persaingan, atau kondisi ekonomi yang mempengaruhi penjualan.

Faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil analisis, faktor internal dan eksternal Arei *Store* Dramaga Bogor adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan

- 1) Di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor sering menawarkan promo dan diskon menarik.
- 2) Proses pembelian tas dan *apparel* di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor mudah dan nyaman.
- 3) Proses transaksi di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor lebih cepat.
- 4) Produk tas dan *apparel* di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor memiliki kualitas yang baik.
- 5) Harga produk tas dan *apparel* di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor tergolong kompetitif.

2. Kelemahan

- 1) Arei *Store* Dramaga Bogor tidak menggunakan iklan berbayar di Instagram untuk mempromosikan produk tas dan *apparel*.
- 2) Pilihan produk tas dan *apparel* di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor yang terbatas
- 3) Desain produk tas dan *apparel* Arei *Store* Dramaga Bogor tidak menarik
- 4) Deskripsi produk tas dan *apparel* di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor tidak selalu lengkap dan informatif

3. Peluang

- 1) Tren berbelanja *online* semakin berkembang pesat. Munculnya fitur-fitur baru di Instagram yang memudahkan proses belanja *online* di Instagram Arei *Store* Dramaga Bogor.
- 2) Semakin banyak orang yang menggunakan Instagram untuk mencari dan membeli produk tas dan *apparel* Arei *Store* Dramaga Bogor.

- 3) Popularitas Instagram sebagai *platform* belanja *online* terus meningkat.
- 4) Semakin banyak *influencer* dan *brand ambassador* yang mempromosikan produk tas dan *apparel* Arei Store Dramaga Bogor di Instagram.
- 5) Instagram menawarkan berbagai fitur yang dapat membantu menjangkau dan melibatkan target pasar Arei Store Dramaga Bogor.

4. Ancaman

- 1) Ada banyak pesaing yang menjual produk tas dan *apparel* di Instagram.
- 2) Munculnya *platform* belanja *online* baru yang lebih menarik.
- 3) Kepercayaan konsumen terhadap transaksi *online* di isntagram masih rendah.
- 4) Perekonomian sedang mengalami penurunan, yang dapat memengaruhi daya beli konsumen.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Analisis SWOT IFAS (Kekuatan)

NO	KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Di Instagram Arei Store Dramaga Bogor sering menawarkan promo dan diskon menarik.	0,196	4	0,783
2	Proses pembelian tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei Store Dramaga Bogor mudah dan nyaman.	0,200	4	0,801
3	Proses transaksi di Instagram Arei Store Dramaga Bogor lebih cepat.	0,197	4	0,789
4	Produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei Store Dramaga Bogor memiliki kualitas yang baik.	0,208	5	1,040
5	Harga produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei Store Dramaga Bogor tergolong kompetitif.	0,199	4	0,795
TOTAL KEKUATAN		1		4,208

Tabel 3. Hasil Perhitungan Analisis SWOT IFAS (Kelemahan)

NO	KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Arei Store Dramaga Bogor tidak menggunakan iklan berbayar di Instagram untuk mempromosikan produk tas dan <i>apparel</i> .	0,285	3	0,854
2	Pilihan produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei Store Dramaga Bogor yang terbatas.	0,257	2	0,514
3	Desain produk tas dan <i>apparel</i> Arei Store Dramaga Bogor tidak menarik.	0,204	2	0,409
4	Deskripsi produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei Store Dramaga Bogor tidak selalu lengkap dan informatif.	0,254	2	0,508
TOTAL KELEMAHAN		1		2,285

Tabel 4. Hasil Perhitungan Analisis SWOT EFAS (Peluang)

NO	PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
1	Tren berbelanja <i>online</i> semakin berkembang pesat. Munculnya fitur-fitur baru di Instagram yang memudahkan proses belanja <i>online</i> di Instagram Arei Store Dramaga Bogor.	0,204	4	0,815
2	Semakin banyak orang yang menggunakan Instagram untuk mencari dan membeli produk tas dan <i>apparel</i> Arei Store Dramaga Bogor.	0,197	4	0,790
3	Popularitas Instagram sebagai <i>platform</i> belanja <i>online</i> terus meningkat.	0,204	4	0,815
4	Semakin banyak <i>influencer</i> dan <i>brand ambassador</i> yang mempromosikan produk tas dan <i>apparel</i> Arei Store Dramaga Bogor di Instagram.	0,196	4	0,784
5	Instagram menawarkan berbagai fitur yang dapat membantu menjangkau dan melibatkan target pasar Arei Store Dramaga Bogor.	0,199	4	0,796
TOTAL PELUANG		1		4

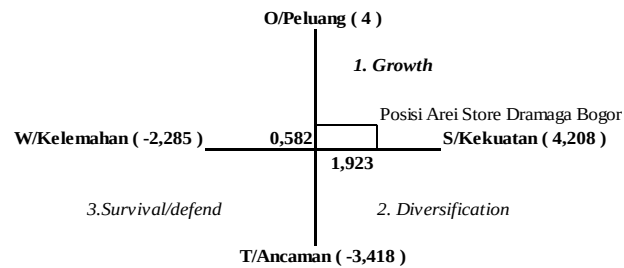
Tabel 5. Hasil Perhitungan Analisis SWOT EFAS (Ancaman)

NO	ANCAMAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Ada banyak pesaing yang menjual produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram.	0,204	3	0,613
2	Munculnya <i>platform</i> belanja <i>online</i> baru yang lebih menarik.	0,195	3	0,586
3	Kepercayaan konsumen terhadap transaksi <i>online</i> di isntagram masih rendah.	0,182	3	0,546
4	Perekonomian sedang mengalami penurunan, yang dapat memengaruhi daya beli konsumen.	0,210	4	0,840
5	Ada risiko penipuan dan pencurian identitas di Instagram.	0,208	4	0,833
TOTAL ANCAMAN		1		3,418

Tabel 6. Hasil Perhitungan Analisis SWOT

PERHITUNGAN ANALISIS SWOT		
FAKTOR SWOT		NILAI/SKOR
INTERNAL		S-W
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	
4,208	2,285	1,923
EKSTERNAL		O-T
Peluang (O)	Ancaman (T)	
4	3,418	0,582

Berdasarkan hasil perhitungan, faktor internal kekuatan dimiliki Arei Store Dramaga Bogor lebih besar dari faktor kelemahannya yaitu sebesar 1,923 dan untuk faktor eksternal peluang juga lebih besar dari faktor eksternal ancamannya yaitu sebesar 0,582. Dari perhitungan tersebut dapat ditentukan posisi Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Kartesius

Posisi strategi dalam matriks SWOT berdasarkan nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*).

1. Sumbu X (IFAS):
 - a. Nilai kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness).
 - b. Kekuatan di sisi positif (+) dan kelemahan di sisi negatif (-).
 - c. Nilai total kekuatan adalah 4,208 dan kelemahan 2,285, menghasilkan skor 1,923.
2. Sumbu Y (EFAS):
 - a. Nilai peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats).
 - b. Peluang di sisi positif (+) dan ancaman di sisi negatif (-).
 - c. Nilai total peluang adalah 4 dan ancaman 3,418, menghasilkan skor 0,582.
3. Kuadran 1 (Strategi Pertumbuhan/Growth):
 - a. Berdasarkan nilai IFAS dan EFAS, posisi strategi berada di kuadran 1.
 - b. Kuadran 1 menunjukkan kondisi di mana faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (peluang) sama-sama kuat.
- c. Strategi yang tepat untuk kondisi ini adalah strategi pertumbuhan (growth), yaitu memperkuat keunggulan internal dan memanfaatkan peluang eksternal secara maksimal.

Dengan demikian, diagram tersebut menunjukkan bahwa Arei Store Dramaga Bogor berada pada posisi yang menguntungkan untuk menerapkan strategi pertumbuhan.

Matriks SWOT

Berikut adalah matriks SWOT Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram :

Tabel 4.6 Matriks SWOT (SO) dan (WO)

MATRIKS SWOT		
	S/KEKUATAN	W/KELEMAHAN
IFAS	1. Di Instagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor sering menawarkan promo dan diskon menarik. 2. Proses pembelian tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei <i>Store</i>	1. Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor tidak menggunakan iklan berbayar di Instagram untuk mempromosikan produk tas dan <i>apparel</i> . 2. Pilihan produk tas dan <i>apparel</i>

EFAS	Dramaga Bogor mudah dan nyaman. 3. Proses transaksi di Instagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor lebih cepat. 4. Produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor memiliki kualitas yang baik. 5. Harga produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor tergolong kompetitif.	di Instagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor yang terbatas. 3. Desain produk tas dan <i>apparel</i> Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor tidak menarik. 4. Deskripsi produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor tidak selalu lengkap dan informatif.
O/PELUANG 1. Tren berbelanja <i>online</i> semakin berkembang pesat. Munculnya fitur-fitur baru di Instagram yang memudahkan proses belanja <i>online</i> di Instagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor. 2. Semakin banyak orang yang menggunakan Instagram untuk mencari dan membeli produk tas dan <i>apparel</i> Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor. 3. Popularitas Instagram sebagai <i>platform</i> belanja <i>online</i> terus meningkat. 4. Semakin banyak <i>influencer</i> dan <i>brand ambassador</i> yang mempromosikan produk tas dan <i>apparel</i> Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor di Instagram. 5. Instagram menawarkan berbagai fitur yang dapat membantu menjangkau dan melibatkan target pasar Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor.	SO 1. Memanfaatkan <i>influencer</i> dan <i>brand ambassador</i> untuk berkolaborasi dengan <i>influencer</i> lokal atau nasional yang relevan dengan target pasar untuk meningkatkan jangkauan dan kredibilitas merek. 2. Memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram <i>Reels</i>, IGTV, dan fitur belanja untuk menciptakan penjualan yang menarik dan memudahkan proses pembelian. 3. Meningkatkan frekuensi promo dan diskon dengan membuat kalender promo yang menarik dan konsisten untuk menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia.	WO 1. Memperluas pilihan produk dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui produk apa yang sedang tren dan dibutuhkan oleh target pasar. Kolaborasi dengan desainer lokal untuk menciptakan produk eksklusif. 2. Meningkatkan kualitas produk dengan membuat deskripsi produk yang lebih menarik dan informatif, serta gunakan foto dan video berkualitas tinggi. Memanfaatkan fitur Instagram <i>Stories</i> untuk memberikan <i>sneak peek</i> produk baru. 3. Mempermudah proses pencarian produk di istagram Arei <i>Store</i> Dramaga Bogor dengan mengoptimalkan penggunaan <i>hashtag</i> yang relevan dan buat tautan bio yang jelas mengarah ke katalog produk.
T/ANCAMAN 1. Ada banyak pesaing yang menjual produk tas dan <i>apparel</i> di Instagram. 2. Munculnya <i>platform</i> belanja <i>online</i> baru yang lebih menarik. 3. Kepercayaan konsumen terhadap	ST 1. Menawarkan jaminan kualitas dengan memberikan garansi produk dan kemudahan dalam proses pengembalian untuk membangun kepercayaan konsumen. 2. Melakukan analisis harga pesaing dan sesuaikan harga produk agar tetap kompetitif.	WT 1. Meningkatkan keamanan transaksi dengan menggunakan sistem pembayaran yang aman dan berikan informasi yang jelas mengenai kebijakan privasi. 2. Menciptakan komunitas <i>online</i> yang aktif di mana pelanggan dapat berinteraksi dan

transaksi <i>online</i> di isntagram masih rendah. 4. Perekonomian sedang mengalami penurunan, yang dapat memengaruhi daya beli konsumen. 5. Ada risiko penipuan dan pencurian identitas di Instagram.	3. Diversifikasi saluran penjualan selain Instagram, mempertimbangkan untuk menjual produk melalui <i>marketplace</i> lain.	memberikan <i>feedback</i>
--	---	----------------------------

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, diketahui posisi dan profil lingkungan internal dan eksternal Arei Store Dramaga bogor. Faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) sebagai berikut :

1. Kekuatan : Terdapat 5 faktor kekuatan dengan nilai tertinggi yaitu Produk tas dan apparel di Instagram Arei Store Dramaga Bogor memiliki kualitas yang baik dengan nilai 1,034, sedangkan nilai kekuatan terendah Produk tas dan apparel di Instagram Arei Store Dramaga Bogor sering menawarkan promo dan diskon menarik dengan nilai 0,784. Nilai total kekuatan penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram sebesar 4,207.
2. Kelemahan : Terdapat 4 faktor kelemahan dengan nilai kelemahan yaitu Arei Store Dramaga Bogor tidak menggunakan iklan Instagram dengan nilai 0,854. Sedangkan nilai kelemahan terendah yaitu Apakah anda sulit menemukan toko online tas dan apparel Arei Store Dramaga Bogor di Instagram dengan nilai 0,409. Total nilai kelemahan penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram sebesar 2,285.

Secara keseluruhan nilai faktor-faktor internal (IFAS) sebesar 1,923 nilai positif ini menunjukkan kekuatan dapat mengatasi kelemahan. Nilai positif yang didapat adalah Produk tas dan apparel di Instagram Arei Store Dramaga Bogor memiliki kualitas yang baik. Dalam hal ini Penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram perlu melakukan evaluasi untuk lebih bisa meminimalisir faktor kelemahan.

Adapun faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Penjualan Produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram adalah sebagai berikut:

1. Peluang : Terdapat 5 faktor peluang dengan nilai peluang tertinggi yaitu Tren berbelanja online semakin berkembang pesat. Munculnya fitur-fitur baru di Instagram yang memudahkan proses belanja online di Instagram Arei Store Dramaga Bogor sebesar 0,815. Sedangkan nilai peluang terendah yaitu semakin banyak influencer dan brand ambassador yang mempromosikan produk tas dan apparel Arei Store Dramaga Bogor di Instagram dengan nilai 0,784. Nilai total peluang Penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram sebesar 4.
2. Ancaman : terdapat 5 faktor ancaman dengan nilai ancaman tertinggi yaitu Perekonomian sedang mengalami penurunan, yang dapat memengaruhi daya beli konsumen dengan nilai 0,840. Sedangkan nilai ancaman terendah yaitu Kepercayaan konsumen terhadap transaksi online di isntagram masih rendah dengan nilai 0,546. Total nilai ancaman Penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram sebesar 3,418.

Faktor eksternal peluang dan ancaman ini bisa sangat mengganggu perkembangan penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram. Diketahui nilai faktor eksternal peluang dan ancaman dengan perhitungan matriks EFAS dengan nilai 0,582. Dengan adanya peluang yaitu Tren berbelanja online semakin berkembang pesat. Munculnya fitur-fitur baru di Instagram yang memudahkan proses belanja online di Instagram Arei Store Dramaga Bogor, serta semakin banyak influencer dan brand ambassador yang mempromosikan produk tas dan apparel Arei Store Dramaga Bogor di Instagram maka akan mempengaruhi perkembangan peningkatan penjualan produk tas dan apparel Arei Store Dramaga Bogor. Namun selain adanya peluang tersebut juga terdapat ancaman yaitu Kepercayaan konsumen terhadap transaksi online di instagram masih rendah, maka Arei Store Dramaga Bogor juga agar lebih meningkatkan keamanan transaksi dengan menggunakan sistem pembayaran yang aman dan berikan informasi yang jelas mengenai kebijakan privasi.

Hasil perhitungan IFAS dan EFAS Penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram diperoleh hasil sebesar 1,923 untuk IFAS dan 0,582 untuk perhitungan EFAS. Dari nilai tersebut dipetakan dalam diagram kartesius menempati Kuadran 1, artinya strategi yang diambil adalah strategi *Growth* (Pertumbuhan). Pertumbuhan (*Growth*) adalah perubahan yang bersifat kuantitatif, yaitu bertambahnya jumlah, ukuran dimensi pada tingkat sel, organ maupun individu (Soetjiningasih dan Ranuh : 2015). Dengan strategi pertumbuhan penjualan produk Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram dapat meningkatkan penjualan bahkan strategi pertumbuhan ini menjadi penetrasi dalam pengembangan Penjualan produk Arei

Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram. Dalam mencapai strategi pertumbuhan Penjualan produk Arei Dramaga Bogor dengan menggunakan Instagram dirumuskan strategi melalui matriks SO, WO, ST, WT. berdasarkan matriks tersebut, dirumuskan strategi pertumbuhan sebagai berikut :

1. Meningkatkan frekuensi promo dan diskon dengan membuat kalender promo yang menarik dan konsisten untuk menarik minat pelanggan baru.
2. Memperluas pilihan produk dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui produk apa yang sedang tren dan dibutuhkan oleh target pasar. Kolaborasi dengan desainer lokal untuk menciptakan produk eksklusif.
3. Melakukan analisis harga pesaing dan sesuaikan harga produk agar tetap kompetitif.
4. Meningkatkan keamanan transaksi dengan menggunakan sistem pembayaran yang aman dan berikan informasi yang jelas mengenai kebijakan privasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Nilai skor yang didapatkan dari perhitungan analisis IFAS dengan nilai kekuatan 4,208 dan kelemahan 2,285, menghasilkan nilai skor sebesar 1,923 dan EFAS dengan nilai peluang 4 dan ancaman 3,418, menghasilkan nilai skor sebesar 0,582 terletak pada kuadran 1 yang artinya strategi pertumbuhan (*growth*).
2. Berdasarkan analisis SWOT, dari penjualan produk di Instagram Arei Store Dramaga Bogor dengan menggunakan strategi *growth* (pertumbuhan)

SARAN

1. Meningkatkan Frekuensi Promo dan Diskon
2. Memperluas Pilihan Produk
3. Meningkatkan Keamanan Transaksi

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nur & Ali Formen. 2023. Penggunaan Matrik IFAS dan EFAS untuk Analisis SWOT Sarana dan Prasarana di Satuan PAUD. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora (Isora)*. Vol. 1, No. 2, Hal. 47–60.
- Ariansyah, A., Najib, M., & Munandar, J. M. 2020. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Konsumen untuk Membeli Produk Melalui E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*. 11(2). 83–90.
- Atmoko, B. D. 2012. *Instagram Handbook by Bambang Dwi Atmoko*. Media Kita. Panduan Penulisan Tugas Akhir, Akademi Telekomunikasi Bogor
- Dian Nurvita Sari, Abdul Basit. 2020. Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi communication Journal*. Vol.3 No.1.
- Haerawan Dan Yulius Here Magang. 2019 . Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga Di Pt Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 5, No. 2.
- Putri, Lucky Riana. (2019). Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ladyfame Shop di Bandar Lampung).
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rattting, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, A., & Prawironegoro, D. (2015). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Rosda. Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta