



Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Penjualan Gold Drip Coffee Kemayoran Jakarta Pusat

* Diah Aprillianti¹, Yulianto², Hermansyah³

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi,
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

Abstract.

This research aims to analyze the effectiveness of business development in increasing sales of "Gold Drip Coffe" in Kemayoran, Central Jakarta. The research method used in this study is a qualitative method. The research data belongs to primary data obtained from observations, interviews, and documentation. The research findings indicate that using the social media platform Instagram as a business medium for Gold Drip Coffe is highly effective in boosting sales. This is attributed to Instagram's ability to facilitate the promotion process with its wide reach and userfriendly features. To overcome obstacles and enhance sales, it is recommended to consistently create engaging content and utilize target insights.

Keywords: *Effectiveness, Instagram as a Social Media Platform, Sales Enhancement.*

Cronicle of Article:Received (11,04,2024); Revised (15,04,2024); and Published (28,04, 2024).

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Yulianto adalah Dosen Program Studi Administrasi Publik, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* yulianto2367@gmail.com

How to cite this article : Aprillianti D, Yulianto , Hermansyah (2024) "Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Penjualan Gold Drip Coffee Kemayoran Jakarta Pusat". *Adbispreneur*, 4 (2), pp. 132-141. Available at: <http://JAMBIS>

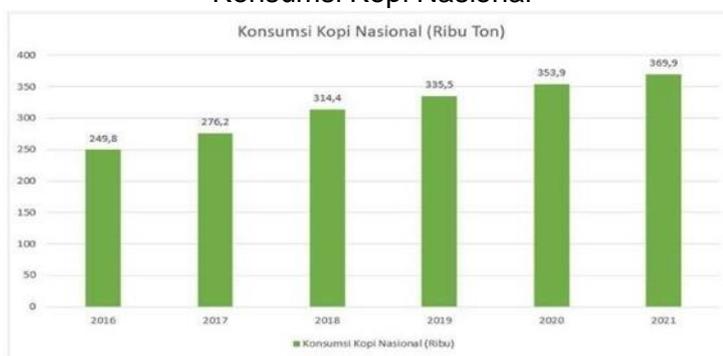
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi tidak terlepas dari semakin bertumbuhnya kebutuhan manusia. Munculnya alat-alat komunikasi seperti smartpone memudahkan kita dalam berkomunikasi dan berbagai informasi dengan siapa saja dan dimana saja. Keberadaan internet memudahkan

penggunanya untuk mengakses informasi kapan saja dan dimana saja sehingga internet sebagai media informasi dan komunikasi alternatif bagi penggunanya (Amalia Nurul, 2018). Media sosial adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user lain, serta khususnya media sosial Instagram. Instagram merupakan salah satu dari banyaknya media populer saat ini. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi foto dan video (Rahmawati, 2016:32).

Kopi menjadi salah satu komoditas perkebunan yang diunggulkan di Indonesia. Selain memiliki nilai ekspor yang tinggi, kopi juga sangat populer di 66 tengah masyarakat. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produksi Indonesia mencapai 794.800 ton pada 2022. Jumlahnya meningkat 1,10% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 786.191 ton. Industri kopi di Indonesia kian semarak wanginya, potensi ini menunjukkan oleh semakin tingginya tingkat konsumsi kopi dari berbagai kalangan sosial. Hal ini membuat para pembisnis mata elang menangkap peluang usaha coffee shop yang membuat semakin maraknya bisnis coffee shop dengan beragam konsep di Tanah Air. Coffee shop adalah tempat usaha yang menyediakan minuman kopi. Tak jarang coffee shop atau kedai kopi juga menyajikan varian minuman lainnya serta makanan pendukung mulai dari roti hingga makanan berat. Jumlah Penjualan Gold Drip Coffee Priode Januari 2022-Maret 2023 NO. Bulan Jumlah Cup 1. Januari 3.492 Cup 2. Februari 4.000 Cup 3. Maret 1.020 Cup 4. April 1.005 Cup 5. Mei 2.054 Cup 6. Juni 3.300 Cup.

Konsumsi Kopi Nasional



Sumber: <https://www.theiconomics.com/infographic/38699/>

Gold Drip Coffee adalah salah satu kedai kopi yang berada di Jl. Cempaka Baru Timur (samping Alfamart Cempaka Timur), Kemayoran, Jakarta Pusat. Gold Drip Coffee memberikan beberapa menu pilihan kopi terbaik dengan kualitas kopi yang berkualitas, dan bukan hanya menyediakan kopi tetapi juga menu makanan ringan.

Jumlah Penjualan Gold Drip Coffee Priode Januari 2022-Maret 2023

NO.	Bulan	Jumlah Cup
1.	Januari	3.492 Cup
2.	Februari	4.000 Cup
3.	Maret	1.020 Cup
4.	April	1.005 Cup
5.	Mei	2.054 Cup
6.	Juni	3.300 Cup
7.	Juli	2.980 Cup
8.	Agustus	2.190 Cup
9.	September	3.008 Cup
10.	Oktober	1.980 Cup

11.	November	2.000 Cup
12.	Desember	3.904 Cup
13.	Januari 2023	2.886 Cup
14.	Februari 2023	4.350 Cup
15.	Maret 2023	3.800 Cup

Sumber: Gold Drip Coffee Jakarta Pusat.

Berdasarkan data di atas yang dilakukan oleh peneliti, bahwa Gold Drip Coffee mengalami peningkatan pada bulan Februari 2022 dan penurunan pada bulan April 2022. Adanya peningkatan pada bulan februari 2022 dikarenakan adanya promo atau diskon besar-besaran dan pada bulan april adanya penurunan dikarenakan bertepatan libur Lebaran maka sebagian pelanggan meninggalkan DKI Jakarta untuk mudik.

LITERATUR REVIUW

1. Administrasi Bisnis Administrasi secara umum adalah keseluruhan orang atau kelompok orang sebagai suatu kesatuan menjalankan proses kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan Bersama. Administrasi sebagai proses yaitu keseluruhan proses yang berupa keiatankegiatan , pemikiran-pemikiran, peraturan-peraturan sejak dari penentuan tujuan sampai penyelenggaraan sehingga tercapai suatu tujuan. Menurut Supriyanto (2016:172) mengatakan bahwa “administrasi bisnins adalah keseluruhan kegiatan dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen”.
2. Media Sosial Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kayta “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Andreas Kaplan dan Michael Heanlein mendefinisikan media sosial “ sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideology dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content”.
3. Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagai foto atau video secara online. Setelah diluncurkan pada tahun 2010, Instagram dengan cepat mendapatkan popularitas, dengan 1 juta pengguna mendaftar dalam dua bulan, 10 juta dalam setahun dan akhirnya 800 juta pada September 2017.
4. Penjualan Basu swastha dalam Irwan Sahaja (2014:246) penjualan adalah suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2016:3) penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah suatu bagian dari sistem pemasaran. Menurut Abdullah (2017:23) penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi.
5. Promosi Penjualan Menurut Kotler dan Keller 2016 dalam Benik dan Ramadhan, (2018:219) mengungkapkan promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau layanan termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (seperti iklan dan tunjangan display), dan bisnis dan tenaga penjualan promosi (kontes untuk tenaga penjualan).

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai penulis dalam penelitian ini pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif, deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek peneliti, misalnya, perilaku, persepsi, minat, motivasi, Tindakan, dengan cara deksripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa. Menurut Sugiyono (2019, hlm 2), penentuan sampel atau informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, karena itu orang yang dijadikan sampel atau informan sebaiknya yang memenuhi kriteria. Menurut Marshall dala Sugiyono (2016:310) menyatakan bahwa “through observation, the research learn behavior and the meaning attached to those behavior”. Metode ini menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai subjek yang diteliti dan tidak bermaksud untuk menguji hipotesis (Adi, 2004 h.117).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bagaimana efektivitas media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan Gold Drip Coffee Kemayoran Jakarta Pusat

Hadirnya sosial media Instagram saat ini memberikan peluang besar bagi penggunanya, bagi anda yang sedang menjalankan sebuah bisnis Instagram sangat efektif bagi tempat untuk berpromosi. Instagram memiliki nilai lebih dibandingkan dengan sosial media lainnya, karena akses jangkauannya yang luas. Lebih dari 300 juta orang menggunakan Instagram karena tampil visual yang menarik.

1) Media yang digunakan oleh semua kalangan dan memiliki jangkauan yang luas

Hadirnya Instagram memberikan warna baru dalam dunia sosial media, yang sebelumnya di plopори oleh Facebook, Twitter, Path, dll. Namun sejak kemunculannya pada tahun 2010, Instagram berkembang dengan sangat pesat karena Instagram menghadirkan warna dibandingkan dengan sosial media lainnya. Instagram merupakan sosial media yang khusus menghadirkan gambar dan video serta memudahkan penggunanya dengan adanya fitur-fitur didalamnya, seperti hastag (#), arroba (@), tag, explor, dll. Karena keunikannya inilah Instagram diminati oleh semua kalangan, dari remaja hingga dewasa.

Instagram juga memiliki akses yang luas hingga berhubungan ke Facebook.

2) Hadirnya fitur yang memudahkan dalam proses pencarian produk menurut (Atmoko, 2012), adanya beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto-foto yang diunggah lebih mempunyai makna informasi, yaitu :

a. Judul

Judul atau Caption yang memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

b. Hastag

Hastag adalah simbol bertanda pagar (#). Fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hastag tertentu. Dengan menggunakan hastag (#) ini pelanggan Gold Drip

Coffee dapat mencari gambar produk yang berhubungan dengan Coffee. Dengan begitu Gold Drip Coffee dapat dikenal oleh masyarakat luas walaupun bukan merupakan Followers dari akun Instagram Gold Drip Coffee. Dalam hal penerapan strategi marketing mix, Gold Drip Coffee fokus dalam hal strategi promosi pada media sosial terutama Instagram, dan strategi tersebut sangat berhasil dikarenakan penjualan produk Gold Drip Coffee mengalami peningkatan.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pada Gold Drip Coffee Jakarta Pusat

Faktor pendukung pada Gold Drip Coffee dengan banyaknya promosi yang dilakukan seperti diadakannya event khusus yang memang memiliki target yang dituju dan melakukan promosi dengan memainkan media sosial agar lebih memudahkan dalam memasarkan Gold Drip Coffee dengan jangkauan yang lebih luas. Faktor penghambat yaitu ada beberapa Coffeeshop yang baru buka dengan lokasi yang berdekatan dengan daftar menu yang kurang lebih sama. Penerapan Analisa SWOT pada Gold Drip Coffee adalah sebagai berikut: Strength : perusahaan memiliki keunggulan dalam hal promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp bukan hanya melalui media sosial saja tetapi juga dengan mengadakan live music, event yang selalu diadakan dan tempat yang Instagramable yang cocok untuk berfoto. Opportunity : perusahaan memiliki keunggulan dalam penempatan lokasi yang strategis dimana lokasi berdekatan dengan UMKM. Weakness : perusahaan juga memiliki hambatan dimana sudah banyaknya pesaing coffeeshop yang baru buka. Threats : varian menu yang mudah ditiru dan munculnya banyak pesaing yang sejenis.

3. Solusi dalam mengatasi hambatan dalam memasarkan produk Gold Drip Coffee

- 1) Solusi untuk mengatasi hambatan pada Gold Drip Coffee yaitu:
- 2) Dengan membuat konten yang menarik dan juga dengan menggunakan target insight.
- 3) Meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan pilihan beragam menu terbaru.
- 4) Memperluas pasar dan meningkatkan penjualan melalui penjualan aplikasi online seperti Gofood, Grabfood dan aplikasi lainnya.

4. Strategi yang dilakukan Gold Drip Coffee dalam promosi di sosial media Instagram

Strategi yang dilakukan oleh Gold Drip Coffee adalah membuat promosi dan juga konten giveaway kepada calon customer dan menerapkan "ODS" pada konten tersebut agar agar mencakup jangkauan yang lebih luas. Tampilan profil yang menarik dengan menciptakan konten yang kreatif dan Instagramable, guna membuat calon pelanggan nyaman melihat produk. Gold Drip Coffee juga melakukan repost atau testimoni dari pelanggan yang sudah datang, sehingga membuat audiens yakin dan percaya dengan cita rasa dari Gold Drip Coffee. Menurut Dewaweb Team (November 8, 2022) ada beberapa tips dan strategi marketing Instagram untuk bisnis anda sebagai berikut :

- 1) Optimalkan username dan bio guna untuk menjelaskan apa bisnis anda dan apa yang orang-orang bisa harapkan dari akun Instagram. Masukkan beberapa branded hashtag yang followers anda mungkin akan gunakan.

- 2) Pengguna profil foto Instagram menarik, profil foto Instagram bisnis biasanya berupa logo perusahaan, sama halnya dengan username. Perlu diingatkan bahwa profil foto Instagram memiliki format lingkaran, sehingga pastikan terlebih dahulu bahwa gambar terlihat baik di format itu.
- 3) Ikut akun Instagram lain dalam industri yang sama. Anda bisa mengikuti bisnis lain yang berkaitan dengan bisnis anda. Anda juga bisa memfollow akun-akun lain yang relevan dengan bisnis anda. Demografis Instagram bisa dibilang sangat luas sehingga pastikan anda tahu audiens seperti apa yang ditargetkan.
- 4) Tentukan tujuan pembuatan akun Instagram sama seperti cara marketing lainnya, menggunakan Instagram untuk bisnis anda memerlukan strategi.
- 5) Perhatikan waktu upload konten, salah satunya cara yang bisa dilakukan untuk memilih jadwal adalah dengan melakukan test di waktu yang berbeda dan lihat hasilnya.
- 6) Gunakan gaya visual yang konsisten, dengan menggunakan filter yang sama di semua foto, akun Instagram bisnis akan memiliki sebuah style yang mudah dikenal oleh follower. Semakin mudah dikenal foto brand anda semakin besar kemungkinan followers akan memberikan like dan saran di komentar foto brand anda.
- 7) Kerjasama dengan influencer, mensponsori mereka dengan produk atau layanan bisa menjadi cara yang baik untuk mengekspos merek anda ke komunitas Instagram yang lebih besar. Meskipun banyak influencer yang akan mengenakan biaya mahal jika anda ingin bekerjasama dengan mereka.

5. Faktor yang membuat Instagram efektif sebagai media bisnis

- 1) Kelengkapan fitur dalam proses menampilkan iklan agar terlihat menarik. Gold Drip Coffee memilih menggunakan Instagram sebagai media promosi karena menurutnya kemudahan akses yang dimiliki Instagram dan biaya promosinya yang relatif. Instagram juga memiliki visual yang menarik.
- 2) Kemudahan dalam mempromosikan produk yang akan dipasarkan Gold Drip Coffee menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi dengan tujuan memperkenalkan produk ke masyarakat luas dengan menampilkan bagaimana cara membuat kopi yang direkomendasikan dari Gold Drip Coffee.

6. Cara Melakukan Promosi Melalui Instagram

- 1) Menggunakan review dari pelanggan berdasarkan testimoni langsung.
Gold Drip Coffee mempunyai strategi atau cara promosi melalui Instagram yaitu dengan me-review langsung dari hasil foto yang di upload pelanggan, dan setiap pelanggan upload tag Instagram Gold Drip Coffee maka Gold Drip Coffee akan me-repost ulang untuk dijadikan testimoni. Strategi yang diambil Gold Drip Coffee inilah yang membuat pelanggan merasa di apresiasi dan dihargai. Terjalannya hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan ini lah yang nantinya akan memberikan keuntungan dalam jangka panjang. Sesuai teori yang disampaikan oleh (Kotler & Keller, 2014) dimana relationship marketing adalah suatu proses untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan-hubungan yang kuat dengan para

pelanggan dan stakeholder lainnya. Terciptanya hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan akan membuat pelanggan akan kembali membeli produk kita.

2) Posting produk yang ditawarkan

Gold Drip Coffee selalu konsisten dalam memposting foto produk, dan tidak jarang memposting video produk yang sedang digemari pengunjung. Jadi gambar yang diupload selalu merupakan hasil terbaru dan bukan merupakan postingan yang lalu-lalu. Peneliti yang dilakukan oleh Ika Wahyuni (2016) dengan judul "Strategi Viral Marketing Melalui Instagram dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Selfy Contest Avoskin Beauty) dengan hasil penelitian bahwa Avoskin Beauty menerapkan strategi high integration strategy, yakni keterlibatan konsumen secara langsung dalam membidik konsumen baru, jika Avoskin Beauty menggunakan keterlibatan konsumen dengan cara mengadakan selfy contest, berbeda dengan Gold Drip Coffee yang menggunakan keterlibatan konsumen yang terdapat hasil real dan secara suka rela dijadikan postingan di akun Gold Drip juga dengan cara men-tag akun Instagram Gold Drip Coffee.

3) Memberikan promo

Gold Drip Coffee sering memberikan promo-promo menarik guna sebagai strategi dalam promosi. Ada berbagai keuntungan yang di dapat pelanggan bila sering membeli mendapatkan kartu member dari Gold Drip Coffee, beberapa contoh promo Gold Drip Coffee sebagai berikut: Promo 30%, Mendapatkan kartu member secara gratis, Giveaway Ovo, Happy Hour Gold Drip Coffee mengajak para audiens untuk sering berkunjung karena banyaknya penawaran yang spesial.

7. Cara Meningkatkan Target Penjualan

Berdasarkan Reduksi OCBC NIPS (2021) setiap pengusaha tentu ingin omset penjualan dari bisnisnya selalu meningkat. Agar semakin maju dan keuntungan berlipat, diperlukan strategi khusus sebagai cara meningkatkan penjualan.

- 1) Tingkat kekuatan brand, diperkuat merek dengan membangun kepercayaan dan kualitas yang terbaik. Selain itu, jadikan bisnis memiliki value atau nilai lebih dibandingkan dengan bisnis lain.
- 2) Memperluas target pasar, memanfaatkan seluruh platform media online untuk pemasaran. Optimalkan seluruh media pemasaran agar target pasar semakin meningkat.
- 3) Meningkatkan kualitas produk, biasanya produk yang berkualitas diproduksi dengan bahan dan cara yang berkualitas pula. Sehingga harga yang ditawarkan juga ikut tinggi. Produk yang berkualitas dicari banyak orang.
- 4) Memberikan promosi menarik, dengan memberikan promo dapat memancing pelanggan untuk membeli sebuah produk, dan dampaknya penjualan dapat meningkat. Apalagi jika memberikan penawaran promo menarik dengan batasan waktu, pelanggan akan berbondong-bondong mengejar waktu promo.
- 5) Bukti dengan testimoni dan review, memberikan bukti melalui testimoni dari pelanggan lain, sebab pelanggan akan percaya dengan pembeli yang pernah mencoba produk dan bukti yang real

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis maka dapat disimpulkan hal-hal berikut ini:

1. Media sosial Instagram sudah efektif dalam meningkatkan penjualan gold drip coffee hal ini dapat dilihat dari meningkatnya penjualan produk gold drip coffee dan peningkatan jumlah followers.
2. Faktor yang menjadi penghambat adalah adanya pesaing sejenis dalam bisnis kopi dan tentunya menggunakan media sosial dalam promosinya, sedangkan faktor yang menjadi pendukungnya antara lain adalah banyaknya promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan selain itu perusahaan sudah menerapkan ODS pada konten media instagramnya dan pelanggan Gold Drip Coffee sudah melakukan promosi MoM sehingga menambah kepercayaan pelanggan terhadap produk gold drip coffee.
3. Solusi yang digunakan perusahaan dalam mengatasi hambatan dalam kegiatan promosi antara lain : menggunakan review dari pelanggan, posting produk ke dalam Instagram, dan memberikan promo dalam instagram.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Gold Drip Coffee harus dapat memaksimalkan akun bisnis Instagramnya dengan cara : menciptakan produk yang unggul dan upaya daya saing, Gold Drip Coffee juga perlu mengembangkan inovasi produk yang lebih beragam rasa lagi. Hal ini bertujuan untuk menarik calon pembeli dan meningkatkan loyalitas pelanggan dan Meningkatkan kualitas produk dengan kemewahan dari rasa, sehingga sepadan dengan harga.
2. Mengikuti alur trend di Instagram, pertahankan postingan yang Instagramable dan selalu mengembangkan inovasi yang baru dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram, selalu gunakan Hastag untuk memudahkan pencarian, konsistensi dalam membuat konten menjadi nilai tinggi bagi audiens.
3. Adapun cara untuk mengatasi kendala-kendala selama proses promosi menggunakan Instagram, yaitu dengan melakukan inovasi produk, memberikan diskon, melakukan promosi lebih update, menjaga loyalitas kepada pelanggan dan lebih sering memposting di media social.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Albarran, Alan B., (2013), *The Social Media Industries*, Routledge, New York.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Al, Gibson. Et. (2013). *Bungkaes*. Jakarta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPF: Yogyakarta.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik* Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung, 9(1), 140–157.
- Fahmi, Irham. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Kamaluddin, Apiaty.

- (2017). Administrasi Bisnis. Makassar: CV Sah Media
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Putra, Mahardika. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran.Skripsi Ekonomi
- Sarinah, Mardalena. (2017). Pengantar Manajemen.Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Siswandi, (2017). Administrasi Logistik & Gudang (Kasus dan Aplikasi Perusahaan). Jakarta; Penerbit,2017.
- Supriyanto. (2016). Administrasi Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.

Jurnal

- Amalia, Nurul Mutiara Risqi. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Tenaga Kerja dan Sosial di Kabupaten Sleman. Skripsi. Fakultas Ekonomi Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- As'ad, H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid. "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan". Review of Integrative Business and Economics Research. Vol. 3:1, 2014.
- Bilqis, Fatimah (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada "Klinik Kopi" di Yogyakarta). UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Dharmayanti, Putu Devi (2020). The Use Of Instagram In Coffee Shop. Undiknas Graduate School.
- Fahresi, M (2018). Penggunaan Instagram dalam Mempromosikan Café Cinnamon Sultan Alauddin Makassar.
- Ha, A. (2015). An Experiment: Instagram Marketing Techniques and Their Effectiveness. USA: Ashley Ha.
- Rismayanti, Puji. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @Kedai Digital). Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijag

Sumber Internet

- Anugerah Ayu Sendari. (2021). Koperasi: Pengertian, Fungsi, Tujuan dan Jenisnya. Jurnal Elektronik. <https://hot.liputan6.com/read/4463116/pengertiankoperasi-menurut-para-ahli-prinsip-dan-fungsinya>
- Cahaya, I. (2021, Januari 18). 5 Tren Instagram yang Digemari. Retrieved from merdeka.com: <https://m.merdeka.com/teknologi/5-treninstagram-yang-makin-digemari-di-masa-pandemi.html>
- Deva, A. (2020, Januari 29). Resellerindo: Fitur Instagram Terbaru. Retrieved from Fitur Instagram Terbaru Paling Populer: <https://resellerindo.com/fitur-instagram-terbaru>
- Muarif, A. (2020, Desember 9). Qwords: Kenali Berbagai Manfaat Instagram untuk Bisnis. Retrieved from Yuk Kenali Berbagai Manfaat Instagram Untuk Bisnis Anda: <https://qwords.com/blog/manfaat-instagram/>

Putri, Danastri. (2021). Pengertian Media Sosial, Fungsi, Ciri-Ciri, dan Perkembangannya. (Online), tersedia:
<https://kids.grid.id/read/472618025/pengertian-media-sosial-fungsi-ciriciri-dan-perkembangannya?page=all> Diunduh 27 Juli 2021.

Team, Dewaweb (2022, November 8). 15 Strategi Marketing Instagram Untuk Meningkatkan Bisnis : <https://www.dewaweb.com/blog/strategi-marketing-instagram/>

Wahyuningsih, R. (2016, Agustus 30). 10 Media Online Untuk Promosi Bisnis. Retrieved from Cermati.com: <https://www.cermati.com/artikel/10-media-online-untuk-melakukanpromosi-bisnis>