

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI
IKLAN META ADS INSTAGRAM**
(Studi Kasus Penjualan Paket Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan)

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada
Program Studi Manajemen



SURaida NAURAH NAZIFAH
NIM : 2261201018

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Suraida Naurah Nazifah
NIM : 2261201018
Jurusan : Manajemen
Bidang / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Iklan Meta
Ads Instagram (Studi Kasus Penjualan Paket Aqiqah Nurul
Hayat Tangerang Selatan)

Telah diajukan pada tanggal 13 Februari 2026 di hadapan Tim Penguji Sidang
Skripsi dan dinyatakan lulus.

Pembimbing Skripsi

Husnayetti, S.E., M.M.
NIDN: 0303036702

Penguji Skripsi

Hj. Ermalina, S.E., M.M.
NIDN: 0308046203

Ketua Prodi
Manajemen

Ma'rifatul Hikmah, S.E., M.Si.
NIDN: 0321049201

Wakil Rektor I
Bidang Akademik

Dr. Eng. Saiful Anwar, S.E., Ak.,
M.Si., CA
NIDN: 0319047704

PERNYATAAN ORSINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi “Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Iklan Meta Ads Instagram (Studi Kasus Penjualan Paket Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan)” adalah karya saya sebagai peneliti berdasarkan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka pada bagian akhir skripsi ini. Apabila kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Tangerang Selatan, 13 Februari 2026



(Suraida Naurah Nazifah)
NIM : 2261201018

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur dan hormat yang mendalam, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan karya ini, ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ramanda saya, Bapak Muhammad Saleh yang selalu menjadi *support system*, motivator, penasihat penulis. Beliau selalu mengusahakan apa pun yang terbaik untuk putra putrinya sehingga dapat mencapai titik ini. Setiap keringat yang dikeluarkan memiliki simbol cinta dan kasih sayang seorang ayah.
2. Ibunda saya sekaligus pintu surga, Ibu Kartini yang selalu mendoakan di setiap waktu baik pagi maupun malam. Beliau selalu mengingatkan tentang salat, sabar, dan sedekah. Salah satu pesan yang selalu penulis ingat dari beliau adalah “Selagi kita tidak melakukan maksiat, jalan selalu ada”. Setiap kalimat yang diucapkan membangkitkan semangat dan ketenangan jiwa.
3. Adik saya, Yusron Yahya yang selalu menghibur penulis kala sedih dan sepi walaupun kami hanya bertemu setahun sekali. Penulis bangga padanya dan selalu mendoakan yang terbaik. Penulis juga meminta maaf karena belum sepenuhnya menemani perjalanan pendidikannya.
4. Bapak Dr. H. Yayat Sujatna, S.E.,M.Si selaku Rektor Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta dan seluruh dosen ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang telah memberikan ilmu baiknya kepada kami untuk menjadi mahasiswa yang lebih baik.
5. Ibu Husnayetti, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingannya selama penyusunan skripsi dengan penuh kesabaran dan perhatian hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Teman-teman kelas Reguler Malam angkatan 2022 yang selalu menjadi bagian dari perjalanan hidup selama 4 (empat) tahun terakhir. Terima kasih karena telah menerima penulis yang *introvert* ini sebagai teman berdiskusi dan bermain.

Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada sosok yang diam-diam mengusahakan apa pun untuk dirinya sendiri dan memperjuangkan hingga yang diinginkan tercapai. Suraida Naurah Nazifah, putri pertama dari orang tua hebat, terima kasih telah lahir di dunia ini sebagai gadis kecil dengan harapan besar. Kerja kerasmu akan berbuah di kemudian hari, pelangi akan tiba setelah hujan angin disertai sinar mentari indah. Semoga setelah ini, kamu tidak patah semangat untuk melanjutkan kehidupan yang lebih baik.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah *Subhanahu wa Taala* yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir secara baik sesuai dengan konsentrasi yang penulis ambil, yakni tentang Manajemen Pemasaran dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Iklan Meta Ads Instagram (Studi Kasus Penjualan Paket Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan).

Atas rampungnya skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Husnayetti, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi dan Ibu Hj. Ermalina, S.E., M.M. selaku dosen penguji, dan Kepala Cabang Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan, serta seluruh pihak yang berkontribusi selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa terdapat ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat kami apresiasi untuk perbaikan penelitian ini. Penulis berharap agar karya ini memberikan manfaat untuk pembaca dan masyarakat, khususnya pelaku usaha terkait.

Tangerang Selatan, 13 Februari 2026

(Suraida Naurah Nazifah)
NIM : 2261201018

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORSINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat/Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Konsep Pemasaran	6
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.1.2 Fungsi Pemasaran.....	6
2.1.1.3 Tujuan Pemasaran	7
2.1.1.4 Bauran Pemasaran	8
2.1.2 Konsep Pemasaran Digital.....	9
2.1.2.1 Konsep Media Sosial Dalam Pemasaran	9
2.1.2.2 Meta Ads Instagram	10
2.1.3 Konsep Efektivitas	10
2.1.3.1 Pengertian Efektivitas.....	10
2.1.3.2 Pengukuran Efektivitas.....	11
2.1.4 Konsep Perilaku Konsumen	13
2.1.5 Konsep Penjualan Dan Indikator Peningkatannya	13
2.1.5.1 Pengertian Penjualan	13
2.1.5.2 Indikator Peningkatan Penjualan	13
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	16

BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Objek dan Waktu Penelitian.....	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.4 Sumber Data.....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	22
4.1.1 Profil Singkat Objek Penelitian.....	22
4.1.2 Keadaan Karyawan Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan.....	23
4.1.3 Aktivitas Pemasaran.....	24
4.1.3.1 Aktivitas Pemasaran Konvensional.....	25
4.1.3.2 Aktivitas Pemasaran Digital.....	27
4.1.4 Alur Pemasangan Iklan Digital Meta Ads Instagram.....	32
4.1.5 Sistem Penjualan.....	38
4.1.6 Aplikasi Cyber Aqiqah Nurul Hayat.....	41
4.2 Deskripsi Data.....	44
4.2.1 Data Penjualan.....	44
4.2.2 Data Sumber Info Konsumen.....	46
4.2.3 Data Penggunaan Meta Ads Instagram.....	47
4.2.4 Data Performa Iklan Meta Ads Instagram.....	50
4.2.5 Data Audiens Iklan Meta Ads Instagram.....	53
4.2.6 Data Wawancara.....	55
4.2.7 Data Observasi.....	57
4.3 Analisis dan Interpretasi Hasil.....	59
4.3.1 Analisis Strategi Pemasaran Digital melalui Meta Ads.....	59
4.3.2 Analisis Efektivitas Meta Ads Instagram.....	61
4.3.3 Dampak Penggunaan Iklan Meta Ads Instagram.....	66
4.3.3.1 Dampak terhadap Awareness.....	66
4.3.3.2 Dampak terhadap Engagement.....	67
4.3.3.3 Dampak terhadap Lead WhatsApp.....	68
4.3.4 Faktor Pendukung dan Penghambat.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

LAMPIRAN77
RIWAYAT HIDUP88



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Data Penggunaan Media Sosial, Internet, dan Koneksi Seluler di Indonesia	5
Tabel 1. 2 Data Penjualan Paket Aqiqah Tangerang Selatan 2020-2024.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4. 1 Data Karyawan	27
Tabel 4. 2 Sumber Info Pelanggan Aqiqah Nurul Hayat.....	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Tampilan Akun Instagram	28
Gambar 4. 2 Tampilan Konten Feeds Instagram	29
Gambar 4. 3 Tampilan Konten Story Instagram	30
Gambar 4. 4 Promo Aqiqah	34
Gambar 4. 5 Penjualan Tahun 2020-2025	38
Gambar 4. 6 Tampilan Kampanye Iklan Meta Ads Instagram	43
Gambar 4. 7 Tujuan Iklan Meta Ads Instagram	44
Gambar 4. 8 Tujuan Kampanye Iklan	46
Gambar 4. 9 Nama Kampanye Iklan	46
Gambar 4. 10 Nama Iklan dan Identitas	47
Gambar 4. 11 Pengaturan Kontrol Pemirsa	48
Gambar 4. 12 Penyiapan Konten Iklan	49
Gambar 4. 13 Anggaran dan Jadwal Iklan	50
Gambar 4. 14 Metode Pembayaran Iklan	50
Gambar 4. 15 Tampilan Iklan Aktif dan Tidak Aktif	51
Gambar 4. 16 Performa Konten Iklan Instagram	51
Gambar 4. 17 Interaksi konten dan Klik Tautan	52
Gambar 4. 18 Tayangan dan Jangkauan	53
Gambar 4. 19 Kunjungan dan Pengikut	53
Gambar 4. 20 Demografi Iklan	54
Gambar 4. 21 Tren Iklan	54
Gambar 4. 22 Pemirsa Potensial	55
Gambar 4. 23 Views Instagram	67
Gambar 4. 24 Tombol Ajakan	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Bimbingan Skripsi	77
Lampiran 2 Surat Permohonan Riset/Penelitian	78
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara	79
Lampiran 4 Dokumentasi Bersama Tim Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan	81
Lampiran 5 Dokumentasi Observasi Kantor, Iklan, dan Lead WhatsApp	82
Lampiran 6 Data Internal Jumlah Closing Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan 2025	83
Lampiran 7 Data Internal Perolehan Aqiqah Nurul Hayat Tangerang Selatan 2025	84
Lampiran 8 Laporan Penggunaan Dana Iklan Meta Ads Instagram 2025.....	85



