

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Media sosial Instagram dan WhatsApp pada Toko Syifa Muslim Kedungwaru Tulungagung**” ini ditulis oleh Ardhea Nia Riswari, NIM 1740216308, Pembimbing: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, membuat toko Syifa Muslim memasarkan dan menjual produknya melalui media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Pemilihan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai sarana komunikasi pemasaran karena dengan tujuan memperkenalkan produk Syifa Muslim ke masyarakat luas tidak hanya lingkup di Tulungagung saja. Dalam memasarkan produknya melalui media sosial dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar volume penjualan menjadi meningkat.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui kondisi volume penjualan sebelum menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* pada Toko Syifa Muslim Kedungwaru Tulungagung. 2) Untuk mengetahui strategi yang telah diterapkan oleh Toko Syifa Muslim Kedungwaru Tulungagung. 3) Untuk mengetahui volume penjualan setelah menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* pada Toko Syifa Muslim Kedungwaru Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*). Pengumpulan data melalui data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kondisi volume penjualan sebelum menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* pada Toko Syifa Muslim memakai strategi tradisional, yaitu media cetak berupa sepanduk dan banner. Kondisi volume penjualan sebelum menggunakan media sosial berjumlah 3.427 unit produk yang terjual dengan pendapatan Rp. 47.350.000,00 pada tahun 2017. 2) Strategi pemasaran menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* pada Toko Syifa Muslim Tulungagung: a) Menawarkan Produk sesuai harga dan kualitas, b) Melakukan perencanaan pemasaran dengan melakukan konsultasi dan koordinasi antara karyawan dan pemilik toko, c) Pelaksanaan strategi pemasaran penjualan melalui *insta story* di *Instagram*, *WhatsApp* grup, dan status pada story *WhatsApp*. d) Syifa Muslim melakukan evaluasi secara berkala 2 minggu sekali. 3) Sesudah menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* kondisi volume penjualan meningkat tetapi tidak signifikan setiap tahunnya.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*, volume penjualan

## ABSTRACT

Thesis with title “**Marketing Strategy in Increasing Sales Volume Through Social Media *Instagram* and *WhatsApp* at the Syifa Muslim Kedungwaru Tulungagung Store**” Written by Ardhea Nia Riswari, NIM 1740216308. Advisor: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

With the development of science and technology that is very fast and modern, making the Syifa Muslim shop and sell its products through social media *Instagram* and *WhatsApp*. The choice of *Instagram* and *WhatsApp* as a means of marketing communication is because the purpose of introducing Syifa Muslim products to the wider community is not only in Tulungagung. In marketing its products through social media, the right marketing strategy is needed so that the sales volume increases.

The purpose of this research are 1) To know the condition of the sales volume before using social media *Instagram* and *WhatsApp* at the Syifa Muslim Store Kedungwaru Tulungagung. 2) To know the strategies that have been implemented by Toko Syifa Muslim Kedungwaru Tulungagung. 3) To know the sales volume after using social media *Instagram* and *WhatsApp* at the Syifa Muslim Store Kedungwaru Tulungagung.

This research is a descriptive qualitative research, the type of research that is included in *field research*. The data analysis techniques using interviews, observations, and documentations. The data analysis techniques use data reduction, data exposure, and drawing conclusions.

The results showed that 1) The condition of the sales volume before using social media *Instagram* and *WhatsApp* at the Syifa Muslim Store used a traditional strategy, namely printed media in the form of banners and banners. The condition of the sales volume before using social media was 3,427 units of products sold with an income of Rp. 47,350,000.00 in 2017. 2) Marketing strategies using social media *Instagram* and *WhatsApp* at the Syifa Muslim Tulungagung Store: a) Offering products according to price and quality, b) Conducting marketing planning by consulting and coordinating between employees and owners stores, c) Implementation of sales marketing strategies through insta stories and status on *Instagram*, *WhatsApp* groups, and status on *WhatsApp* stories. d) Syifa Muslim conducts periodic evaluations every 2 weeks. 3) After using social media, *Instagram* and *WhatsApp*, the condition of the sales volume increased but not significantly every year.

**Keywords:** Marketing Strategy, Social Media *Instagram* and *WhatsApp*, sales volume