

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Bagi Peningkatan Volume Penjualan Iphone di Toko Myvestore Tulungagung,” ditulis oleh Adi Ratna Dwi Anjuni, NIM. 12402173108, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, Pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Persaingan perdagangan bisnis di bidang teknologi komunikasi ini pun sangat ketat tentunya pada saat ini, sangat berdampak pada persaingan bisnis yang ingin menjadi pemimpin pasar (*market leader*) dalam bidang usaha ini. Pesatnya perkembangan media sosial di masyarakat membuat para pelaku bisnis menjadikannya sebagai alat dalam pemasaran produk. Dengan perkembangan media sosial yang ada, pihak Myvestore memanfaatkan keberadaan media sosial sebagai wahana untuk memasarkan produknya. Untuk menarik dan mempengaruhi konsumen membeli atau berbelanja produk Iphone. Dari penelitian ini dapat dilihat apakah peran media sosial sangat bermanfaat dalam pemasaran bagi peningkatan volume penjualan Iphone di toko Myvetore ini.

Adapun tujuan penelitian ini, adalah (1) Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bagi peningkatan volume penjualan Iphone di toko Myvestore Tulungagung. (2) Untuk mengetahui strategi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bagi peningkatan volume penjualan Iphone di toko Myvestore Tulungagung (3) Untuk mengetahui hambatan dan solusi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bagi peningkatan volume penjualan Iphone di toko Myvestore Tulungagung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk memahami fenomena. Sedangkan pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif untuk menggambarkan data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi hingga menjadi sebuah kajian ilmiah.

Dari hasil analisis penelitian ini adalah : (1) Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bagi peningkatan volume penjualan Iphone di Toko Myvestore Tulungagung yang berbasis digital dengan memanfaatkan media sosial seperti *instagram* untuk menarik minat secara langsung, pemetaan kebutuhan pasar, dan sebagai wahana pemasaran. (2) Strategi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bagi peningkatan volume penjualan Iphone di Toko Myvestore Tulungagung, dilakukan melalui strategi bauran pemasaran yang berbasis digital. Diantaranya: produk yang dijual sebagian belum ada di lokasi lain, dan promo atau pemberian diskon. (3) Hambatan dan solusi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan Iphone di Toko Myvestore Tulungagung. Hambatan yang terjadi pada penjualan melalui media sosial di Toko Myvestore yaitu waktu terbatas antara pengelolaan penjualan online dan offline, pembelian dibatalkan sepihak, penjualan yang lama/ stok masih banyak. Solusinya yang dilaksanakan oleh pihak pengelola yaitu konsistensi dalam penjualan, pemasatran, dan pelayanan.

**Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran, Volume Penjualan.**

## ABSTRACT

Thesis titled "The Role of Social Media in Marketing For Sales Volume Increased Iphone Store Myvestore Tulungagung," written by Adi Dwi Ratna Anjuni, NIM. 12402173108, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung, Advisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Business trade competition in the field of communication technology is also very tight, of course at this time, which greatly impacts business competition that wants to become a market leader in this business field. The rapid development of social media in society makes business people use it as a tool in product marketing. With the development of existing social media, Myvestore is using social media as a vehicle to market their products. To attract and influence consumers to buy or shop for Iphone products. From this research, it can be seen whether the role of social media is very useful in marketing for increasing the volume of sales of the Iphone at this Myvetore.

The objectives of this study are (1) To determine the use of social media in marketing to increase the sales volume of Iphone at Myvestore Tulungagung store. (2) To find out the strategy of using social media in marketing to increase the sales volume of Iphone at Myvestore Tulungagung store (3) To find out the obstacles and solutions to the use of social media in marketing for increasing Iphone sales volume at Myvestore Tulungagung store.

The type of research used is qualitative. Qualitative research is a study that is shown to understand phenomena. While the approach used is descriptive to describe the data obtained through interviews, documentation, and observation to become a scientific study.

The results of this research analysis are: (1) The use of social media in marketing to increase iPhone sales volume at the digital-based Myvestore Tulungagung Store by utilizing social media such as Instagram to attract direct interest, mapping market needs, and as a marketing vehicle. (2) The strategy of using social media in marketing to increase iPhone sales volume at the Tulungagung Myvestore Store, is carried out through a digital-based marketing mix strategy. These include: some of the products sold are not available in other locations, and promos or discounts. (3) Barriers and solutions for using social media in marketing to increase iPhone sales volume at the Myvestore Tulungagung Store. Barriers that occur in sales through social media at the Myvestore Store are limited time between online and offline sales management, purchases are canceled unilaterally, old sales / stock is still a lot. The solution implemented by the manager is consistency in sales, marketing, and service.

**Keywords: Social Media, Marketing, Sales Volume.**