

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Melalui Media Sosial (Studi Kasus *Facebook Marketing* pada Rumah Makan Warung Ndeso Desa Kacangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)” yang ditulis oleh Nurul Wakhidah, NIM. 12405183163, pembimbing Bapak Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena semakin banyaknya persaingan pada bisnis kuliner dan terjadinya penurunan penjualan. Dengan begitu untuk meningkatkan volume penjualan, peluang bisnis yang dilakukan pada Rumah Makan Warung Ndeso untuk mempromosikan bisnisnya menggunakan media sosial *Facebook*.

Rumusan penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan melalui media sosial *Facebook* pada Rumah Makan Warung Ndeso? (2) Apa saja kendala dalam promosi yang dilakukan guna meningkatkan volume penjualan melalui media sosial *Facebook* pada Rumah Makan Warung Ndeso? (3) Bagaimana solusi mengatasi kendala-kendala dalam promosi yang dilakukan guna meningkatkan volume penjualan melalui media sosial *Facebook* pada Rumah Makan Warung Ndeso?

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yaitu data yang didapat langsung dari perusahaan yang memberikan keterangan. Peneliti juga mengumpulkan informasi dengan observasi, wawancara yang mendalam dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, (1) Strategi pemasaran pada Rumah Makan “Warung Ndeso” dalam meningkatkan volume penjualan melalui media sosial *Facebook* dengan melakukan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, penentuan posisi pasar, bauran pemasaran, dan menggunakan testimoni dari pelanggan, (2) Kendala yang dialami dalam melakukan strategi pemasaran melalui media sosial *facebook* yaitu: kendala internal meliputi terbatasnya ketersediaan bahan produk dan kurangnya kemampuan dalam bidang desain editing, fotografi dalam penggunaan media sosial. Sedangkan pada kendala eksternal yaitu persaingan. (3) Solusi yang dilakukan pada kendala internal yaitu dengan menstok bahan makanan disaat bahan tersebut ketersediaannya banyak, menawarkan konsumen untuk memesan menu lain, menyarankan konsumen untuk memesan di hari lain, dan belajar secara otodidak di youtube, membeli handphone yang memiliki kamera jernih. Sedangkan pada kendala eksternal dengan mengidentifikasi kelebihan dari pesaing, memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dan selalu menjaga cita rasa pada setiap masakan.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Facebook Marketing, Volume Penjualan*

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy to Increase Sales Volume at Restaurants Through Social Media (Case Study of Facebook Marketing at Warung Ndeso Restaurant, Kacangan Village, Ngunut District, Tulungagung Regency)" written by Nurul Wakhidah, NIM. 12405183163, supervisor Mr. Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.

This research is motivated by the increasing number of competition in the culinary business and the decline in sales. That way, to increase sales volume, business opportunities are carried out at Warung Ndeso Restaurant to promote their business using Facebook social media.

The formulation of this research is (1) What is the promotional strategy to increase sales through Facebook social media at Warung Ndeso Restaurant? (2) What are the obstacles in the promotion carried out to increase sales volume through Facebook social media at Warung Ndeso Restaurant? (3) What is the solution to overcome the obstacles in the promotion carried out to increase sales volume through Facebook social media at Warung Ndeso Restaurant?

The research method focuses on describing promotional strategies in increasing sales volume at the "Warung Ndeso" Restaurant using qualitative research methods. The data used in this study are primary data and secondary data, namely data obtained directly from companies that provide information. Researchers also collected information by in-depth interviews and documentation.

From the results of this study it was found that the marketing strategy at the "Warung Ndeso" Restaurant in increasing sales volume through Facebook social media was to segment the market, set the target market, determine market positioning, marketing mix, and use testimonials from customers. The obstacles experienced by in carrying out marketing strategies through Facebook social media are: internal constraints including the limited availability of product materials and lack of ability in the field of editing design, photography in the use of social media. Meanwhile, the external constraint is competition. The solution for internal problems is to stock up on food ingredients when there are a lot of them, offer consumers to order other menus, advise consumers to order on another day, and self-taught on YouTube, buy cellphones that have clear cameras. Meanwhile, external constraints are identified by identifying the advantages of competitors, providing better service and always maintaining the taste of each dish.

Keywords: *Marketing Strategy, Facebook Marketing, Sales Volume*