

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus pada Resto Lojonggo Desa Jabang Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)” ini ditulis oleh Mitha Wulansari NIM 12405193170 Pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi yang semakin pesat dan persaingan usaha yang semakin ketat akibat bertambahnya pelaku usaha, yang menuntut perusahaan untuk memperbarui strategi promosi menggunakan media sosial. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh Resto Lojonggo yang terletak di Desa Jabang yang mengalami peningkatan omzet setelah melakukan promosi melalui facebook, dalam hal ini peneliti menghubungkan antara strategi promosi melalui sosial media dengan peningkatan omzet penjualan di Resto Lojonggo.

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh Resto Lojonggo dalam meningkatkan omzet penjualan melalui media sosial facebook. Menganalisis kendala apa saja yang selama ini dialami oleh RestoLojonggo dalam melakukan strategi promosi melalui media sosial facebook. Menganalisis solusi yang dilakukan oleh Resto Lojonggo untuk mengatasi kendala dalam strategi promosi melalui media sosial facebook.

Untuk mencapai tujuan tersebut Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan membaca, meneliti dan mengumpulkan pendapat dari buku-buku tentang strategi pemasaran, pengamatan langsung, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi Sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan perpanjangan keikutsertaan, Triangulasi dan menggunakan bahan referensi.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa: Strategi promosi Resto Lojonggo Desa Jabang dalam meningkatkan omzet penjualan melalui media sosial facebook dengan menggunakan bauran pemasaran dan mengadakan promo setiap hari dengan pembelian online minimal jarak 3km mendapatkan gratis ongkos kirim, mengadakan promo yang dibatasi dengan waktu yang telah ditentukan, dan mengunggah *testimony* dari para konsumen. Kendala yang dialami oleh Resto Lojonggo Desa Jabang dalam melakukan strategi promosi melalui media sosial facebook yaitu: kendala internal: barang telat atau habis. Kendala eksternal: pesaing, penipuan calon konsumen. Solusi yang dilakukan oleh Resto Lojonggo Desa Jabang untuk mengatasi kendala tersebut adalah sebagai berikut: kendala internal: melakukan sistem pemesanan secara online melalui Whatsapp. Kendala eksternal: memberikan harga yang terjangkau dengan berbagai pilihan menu, menjaga kualitas produk dan membuat inovatif untuk menciptakan produk baru, melakukan pembayaran dp terlebih dahulu.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Media Sosial, Meningkatkan Omzet**

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "Promotional Strategy Through Facebook Social Media in Increasing Sales Turnover (Case Study at Lojonggo Resto, Jabang Village, Kras District, Kediri Regency)" written by Mitha Wulansari NIM 12405193170 Supervisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I*

*This research is motivated by increasingly rapid technological advances and increasingly fierce business competition due to the increasing number of business actors, which requires companies to update promotional strategies using social media. One of them is what was done by Resto Lojonggo which is located in Jabang Village which experienced an increase in turnover after promoting via Facebook, in this case researchers linked promotion strategies through social media with increased sales turnover at Resto Lojonggo.*

*The aim of this research is. To analyze the promotion strategy carried out by Resto Lojonggo in increasing sales turnover through Facebook social media. Analyze what obstacles have been experienced by Resto Lojonggo in carrying out promotional strategies through Facebook social media. Analyzing the solutions made by Resto Lojonggo to overcome obstacles in the promotion strategy through Facebook social media.*

*To achieve these objectives the research method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques using reading, researching and collecting opinions from books on marketing strategy, direct observation, interviews and documentation. Data analysis techniques used observation, interviews and documentation. While checking the validity of the data using extended participation, triangulation and using reference materials.*

*The results of this study reveal that: Promotional strategies for Lojonggo Resto in Jabang Village in increasing sales turnover through Facebook social media by using a marketing mix and holding promos every day with online purchases at a minimum distance of 3km get free shipping, holding promos that are limited to a predetermined time, and upload testimonials from consumers. Constraints experienced by Resto Lojonggo Desa Jabang in carrying out promotional strategies through Facebook social media, namely: internal constraints: goods are late or out of stock. External constraints: competitors, potential customer fraud. The solutions made by Resto Lojonggo Desa Jabang to overcome these obstacles are as follows: internal constraints: make an online ordering system via Whatsapp. External constraints: providing affordable prices with a variety of menu choices, maintaining product quality and being innovative in creating new products, making advance payments.*

**Keywords: Promotion Strategy, Social Media, Increasing Turnover**