

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dalam Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada “Angkringan IKI” Desa Wates Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Richa Aprilia Pradina, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan Dosen Pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya perkembangan teknologi pada masa kini, yang mana manusia tidak bisa terlepas dari penggunaan sosial media. Saat ini sosial media tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi saja, namun juga digunakan sebagai sarana promosi karena penggunaannya yang mudah dan praktis. Oleh karena itu media sosial memiliki potensi besar untuk dapat memasarkan atau mempromosikan suatu produk agar bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi promosi melalui media sosial yang digunakan Angkringan IKI untuk mengembangkan usahanya? 2) Bagaimana jenis media sosial yang digunakan Angkringan IKI sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha? 3) Bagaimana dampak dari promosi melalui sosial media terhadap perkembangan usaha Angkringan IKI?

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Objek penelitian berada di Angkringan IKI Desa Wates Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung. Teknik pengumpulan data berasal dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh langsung dari pemilik, karyawan, dan konsumen Angkringan IKI. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan kondensasi data dan penyajian data sehingga bisa ditarik sebuah kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah 1) Strategi promosi yang dilakukan Angkringan IKI melalui sosial media dilakukan dengan melakukan inovasi pada menu, mengadakan *giveaway*, dan membuat konten-konten yang menarik yang menonjolkan seputar keunggulan Angkringan IKI, serta membuat tim khusus sosial media dan memberikan bonus kepada karyawannya sehingga kegiatan promosi dapat berjalan efektif. 2) Angkringan IKI menggunakan 3 jenis media sosial sebagai sarana promosinya, yakni Instagram, Facebook, dan TikTok. Penggunaan ketiga platform media sosial tersebut disesuaikan dengan target pasar pada masing-masing platform, sehingga dapat menjangkau *audience* yang lebih luas. 3) Promosi melalui media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan usaha Angkringan IKI. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumen, omset, laba, dan karyawan yang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Kata Kunci : Efektivitas, Promosi Media Sosial, Pengembangan Usaha

ABSTRACT

Thesis with the title "Effectiveness of Using Social Media as a Promotional Means in Business Development (Case Study at "Angkringan IKI" Wates Village, Campurdarat District, Tulungagung Regency)" was written by Richa Aprilia Pradina, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with Guidance Lecturer Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

This research is motivated by the increasingly rapid development of technology today, where humans can't be separated from the use of social media. Currently, social media is not only used as a means of communication, but is also used as a means of promotion because of its easy and practical use. Therefore, social media has great potential to be able to market or promote a product so that it can reach a wider market. The research focus in this study is 1) What promotional strategies through social media does Angkringan IKI use to develop its business? 2) What type of social media does Angkringan IKI use as a means of promotion and business development? 3) What is the impact of promotion through social media on the development of the IKI Angkringan business?

The research method used is a descriptive qualitative approach. The research object is at Angkringan IKI, Wates Village, Campurdarat District, Tulungagung Regency. Data collection techniques come from interviews, observations and documentation obtained directly from the owners, employees and consumers of Angkringan IKI. The collected data will be analyzed by data condensation and data presentation so that a conclusion can be drawn

The results of this research are 1) The promotional strategy carried out by Angkringan IKI through social media is carried out by innovating its menu, holding giveaways, and creating interesting content that highlights the advantages of Angkringan IKI, as well as creating a special social media team and giving bonuses to its employees. so that promotional activities can run effectively. 2) Angkringan IKI uses 3 types of social media as a means of promotion, namely Instagram, Facebook and TikTok. The use of the three social media platforms is adjusted to the target market on each platform, so that it can reach a wider audience. 3) Promotion via social media has a significant impact on the development of the IKI Angkringan business. This can be seen from the number of consumers, turnover, profits and employees which have increased every years.

Keywords : Effectivity, Social Media Promotion, Business Development