

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung” ini ditulis oleh Elvina Nurul Badi’ah, NIM 126405201015, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Binis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kemampuan menguasai perangkat digital dan internet sebagai media pemasaran digital bagi pelaku bisnis. Perkembangan teknologi menuntut pelaku bisnis untuk mengikuti kemajuan agar tidak tertinggal dan tetap kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran digital untuk mendukung pertumbuhan usaha, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial. Hal itu juga yang dilakukan oleh UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung yang menerapkan strategi pemasaran melalui Facebook sehingga dapat mempertahankan keberlangsungan bisnisnya hingga saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan media sosial Facebook dijadikan pilihan utama sebagai media pemasaran digital oleh UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung, untuk mengetahui strategi pemasaran digital melalui media sosial Facebook yang dilakukan oleh UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung, dan untuk mengetahui hasil penjualan pasca penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Facebook pada UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung memilih menggunakan media sosial Facebook sebagai media pemasaran utama dikarenakan platform media sosial gratis, mudah digunakan, memiliki jangkauan pengguna yang luas, *multifitur* dan menyediakan fitur bisnis lengkap, Facebook mendukung penggunaan *multiple account* dalam satu perangkat, memiliki kebijakan yang tidak terlalu ketat terkait dengan *spamming*, dan bisa dioptimasi *search engine google* dengan fitur berbayar atau iklan. (2) Strategi pemasaran digital melalui media sosial facebook yang dilakukan oleh UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung yaitu menerapkan bauran pemasaran, membuat banyak akun Facebook dan halaman Facebook atau *fanspage*, menggunakan iklan Facebook, aktif berinteraksi dengan konsumen, membuat konten yang konsisten dan kreatif, memanfaatkan fitur bisnis Facebook, mengoptimalkan profil bisnis, serta pengoptimalan penggunaan *keyword*. (3) Penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Facebook terbukti mampu meningkatkan omzet penjualan UD. Bintang Antik sejahtera Tulungagung.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, Media Sosial Facebook, Omzet Penjualan

ABSTRACT

The thesis titled "Digital Marketing Strategy Through Facebook Social Media to Increase Sales Revenue at UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung" is written by Elvina Nurul Badi'ah, Student ID 126405201015, from the Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, under the supervision of Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by the importance of mastering digital tools and the internet as digital marketing media for business actors. Technological advancements require business players to keep up with progress to remain competitive. Therefore, a digital marketing strategy is needed to support business growth, one of which is through the use of social media. This is also done by UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung, which implements a marketing strategy through Facebook to sustain its business continuity to this day.

This study aims to determine the reasons why Facebook social media was chosen as the main digital marketing medium by UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung, to identify the digital marketing strategies through Facebook social media carried out by UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung, and to assess the sales results after implementing the digital marketing strategy through Facebook social media at UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung. This research uses a qualitative approach with a descriptive type of research. The data sources used are primary and secondary data. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation.

The results of this study are: (1) UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung chose to use Facebook social media as the main marketing medium because it is a free platform, easy to use, has a wide user reach, multi-featured, and provides complete business features. Facebook supports the use of multiple accounts on one device, has relatively lenient policies regarding spamming, and can be optimized with google search engine features through paid ads. (2) The digital marketing strategy through Facebook social media carried out by UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung includes implementing a marketing mix, creating multiple Facebook accounts and pages or fanspage, using Facebook Ads, actively interacting with consumers, creating consistent and creative content, utilizing Facebook business features, optimizing business profiles, and keyword optimization. (3) The implementation of the digital marketing strategy through Facebook social media has proven to increase the sales revenue of UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung.

Keywords: Digital Marketing Strategy, Facebook Social Media, Sales Revenue