

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pasca Pandemi Covid-19 di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung” ditulis oleh Anggita Sufarawati Zuniasita, NIM. 12405183234, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Bapak Jusuf Bachtiar S.S.,M.Pd.

Latar belakang penelitian ini adalah strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram yang digunakan oleh Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung ini dikatakan berhasil saat pasca pandemi covid-19, karena strategi yang digunakan melalui media sosial instagram dapat dijangkau oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan produk di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung meskipun tidak selalu mendapatkan keuntungan yang banyak.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung melalui pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan penjualan produk pasca pandemi covid-19. 2) Apa kendala dan solusi dalam mempromosikan produk pada Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung dalam pemanfaatan media sosial sebagai media penjualan produk pasca pandemi covid-19. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung melalui pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan penjualan produk pasca pandemi covid-19. 2) Untuk mengetahui kendala dan solusi dalam mempromosikan produk pada Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung dalam pemanfaatan media sosial sebagai media penjualan produk pasca pandemi covid-19.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan wawancara, dikumentasi, dan observasi. Penelitian ini dilakukan di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan produk di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung dapat membantu meningkatkan penjualan produk pasca pandemi covid-19 dengan menggunakan media sosial instagram. 2) Kendala dan solusi dalam mempromosikan produk di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi penjualan produk pasca pandemi covid-19.

Kata Kunci: Promosi, Strategi, Penjualan, Media Sosial.

ABSTRACT

Thesis with title “Promotional Strategy Through the Use of Social Media to Increase Product Sales Post Covid-19 Pandemic at the Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung” was written by Anggita Sufarawati Zuniasita, NIM. 12405183234, Department of Sharia Business Management, mentor Mr. Jusuf Bachtiar S.S.,M.Pd.

The background of this research is the promotion strategy throught the use of instagram social media used by Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung is said to be successful after the covid-19 pandemic, because the strategy used through instagram social media can be reached by the public so that it can increase product sales at Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung, it doesn't always get much profit.

The focus of this research is: 1) How is the promotional strategy carries out by the Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung through the use of soivial media in increasing product sales after the covid-19 pandemic. 2) What are the obstacles and solutions in promoting product at Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung in the use of social media as a medium for selling product after the covid-19 pandemic. The aims of this research are: 1) To find out the promotional strategies carried out by the Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung through the use of social media in increasing product sales after the covid-19 pandemic. 2) To find out the obstacles and solutions in promoting product at teh Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung in the use of social media as a medium for selling product after the covid-19 pandemic.

This research uses a qualitative research approach and a descriptive type of research. Sata collection tchniques were obtained by interview, documentation, adn observation. This research was conducted at the Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung.

The results of this study indicate that: 1) Promotional strategies in increasing product sales at Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung can help increase product sales after the covid-19 pandemic by using instagram social media. 2) Constraints and Solutions in promoting product at the Coffe Shop Refresho Kepatihan Tulungagung in the use of social media as a media for product sales promotion after the covid-19 pandemic.

Keywords: Promotion, Strategy, Sale, Social Media.