

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Percetakan Makaprint Tulungagung", yang dilakukan oleh Atmiraldo Agung Nugroho (NIM 12402193123) dari Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, di bawah bimbingan Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.

Penelitian ini di latar belakang fenomena digitalisasi dan pergeseran perilaku konsumen mendorong produsen untuk beradaptasi dengan platform digital, seperti media sosial, sebagai alat pemasaran. Ditambah dengan informasi dari APJII pengguna internet Indonesia sepanjang tahun semakin meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan penggunaan media sosial pada percetakan Makaprint untuk meningkatkan volume penjualan (2) mendeskripsikan hambatan dan pendukung pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan volume penjualan pada percetakan Makaprint (3) mendeskripsikan kontribusi media sosial dalam meningkatkan volume penjualan pada percetakan Makaprint.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan jenis penelitian studi kasus. Sumber penelitian ini yaitu observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan tiga teknik analisis data mulai dari Kondensasi data, penyajian data, hingga menarik kesimpulan. Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan uji triangulasi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram dan Tiktok, telah menjadi saluran utama bagi Percetakan Makaprint Tulungagung dalam memperluas jangkauan pemasaran. Faktor penghambat dalam menggunakan media sosial adalah mencari sumber daya manusia yang berkualitas, disebabkan lokasi yang jauh dari pusat kota, faktor pendukung fleksibilitas dalam mengikuti tren platform, peran media sosial dalam peningkatan volume penjualan Makaprint terbukti dengan sekitar 95% penjualan berasal dari *platform online*.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Volume Penjualan, Strategi Pemasaran, Makaprint, Tulungagung.

## **ABSTRACT**

*This research is entitled “The Role of Social Media in Increasing Sales Volume at Makaprint Printing Tulungagung”, conducted by Atmiraldo Agung Nugroho, NIM 12402193123, from the Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, under the guidance of Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.*

*This research is motivated by the phenomenon of digitalization and shifts in consumer behavior encouraging producers to adapt to digital platforms, such as social media, as a marketing tool. Coupled with information from APJII Indonesian internet users throughout the year are increasing.*

*This research aims to: (1) describe the use of social media in Makaprint printing to increase sales volume (2) describe the obstacles and supporters of social media utilization in increasing sales volume at Makaprint printing (3) describe the contribution of social media in increasing sales volume at Makaprint printing.*

*This research uses a descriptive qualitative approach using a case study research type. The sources of this research are observation, in-depth interviews, and documentation. This research uses three data analysis techniques starting from data condensation, data presentation, to drawing conclusions. The data validity test in this study uses the triangulation test.*

*The results of the analysis show that social media, especially Instagram and Tiktok, have become the main channels for Makaprint Tulungagung Printing in expanding marketing reach. The inhibiting factors in using social media are finding qualified human resources, due to the location far from the city center, supporting factors are flexibility in following platform trends, the role of social media in increasing Makaprint's sales volume is evident with around 95% of sales coming from online platforms.*

**Keywords:** *Social Media, Sales Volume, Marketing Strategy, Makaprint, Tulungagung.*