

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Penjualan Pada FNA Collection.” yang ditulis oleh Elis Dinda Febian NIM. 12405183430, pembimbing Dianita Meirini, S.A., M.Si

Latar belakang penelitian ini yaitu kegiatan pemasaran di media sosial saat ini mengalami persaingan yang ketat, sehingga dibutuhkan strategi pemasaran khusus agar produk yang dijual dapat meningkat serta diminati oleh konsumen. Tujuan penelitian ini: 1) Untuk mendiskripsikan penerapan strategi pemasaran FNA Collection melalui Media Sosial Facebook. 2) Untuk mendiskripsikan dampak penerapan strategi pemasaran FNA Collection melalui Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Penjualan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. selanjutnya untuk pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan; perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dalam penelitian serta triangulasi.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh FNA Collection Tulungagung melalui media sosial Facebook dengan langkah-langkah yaitu membuat akun Facebook terlebih dahulu, selanjutnya melakukan penambahan teman, serta bergabung di grub jual beli fashion. FNA Collection Tulungagung memperbanyak pertemanan, di dalam proses promosi FNA Collection Tulungagung menyertakan detail produk yang akan diposting, untuk menarik calon pembeli, FNA Collection Tulungagung membuat promo-promo di hari tertentu dan menerapkan strategi pemasaran produk, harga, promosi dan lokasi. 2) Sesudah menggunakan media sosial facebook FNA Collection Tulungagung mengalami peningkatan penjualan, pada tahun 2019 dengan pendapatan Rp. 37.073.000, pada tahun 2020 dengan pendapatan Rp. 70.377.000, pada tahun 2021 dengan pendapatan menurun hingga Rp. 36.499.000, disebabkan oleh pandemi covid 19, akan tetapi penjualan dan pendapatan pada tahun 2022 sebesar Rp. 66.218.000 artinya penjualan dan pendapatan mulai meningkat kembali.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Media Sosial, Facebook, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan.*

ABSTRACT

Thesis with the title "Product Marketing Strategy Through Facebook Social Media in Increasing Sales at the FNA Collection." written by Elis Dinda Febian NIM. 12405183430, supervisor Dianita Meirini, S.E, M.Sc

The background of this research is that marketing activities on social media are currently experiencing intense competition, so a special marketing strategy is needed so that the products sold can increase and be in demand by consumers. The purpose of this study: 1) To describe the implementation of the FNA Collection marketing strategy through Facebook Social Media. 2) To describe the impact of implementing the FNA Collection marketing strategy through Facebook Social Media in Increasing Sales.

This study uses a qualitative approach with a type of descriptive analysis research. The data collection technique used is through observation, interview, and documentation. While for data analysis techniques using data reduction, data processing and conclusion drawing. next to check the validity of the research data used; the extension of observation, increased research and triangulation.

The results of this study are: 1) Implementation of the marketing strategy carried out by FNA Collection Tulungagung through Facebook social media with the steps of first creating a Facebook account, then adding friends, and joining the fashion buying and selling group. FNA Collection Tulungagung makes more friends, in the promotion process FNA Collection Tulungagung includes product details that will be posted, to attract potential buyers, FNA Collection Tulungagung makes promos on certain days and implements product, price, promotion and location marketing strategies. 2) After using social media Facebook, the FNA Collection Tulungagung experienced an increase in sales, in 2019 with an income of Rp. 37,073,000, in 2020 with an income of Rp. 70,377,000, in 2021 with revenues decreasing to Rp. 36,499,000, caused by the covid 19 pandemic, but sales and revenue in 2022 amounted to Rp. 66,218,000 means sales and revenues are starting to increase again.

Keywords: *Marketing Strategy, Social Media, Facebook, Marketing Mix, Sales Volume.*