

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Peran Pemasaran Media Sosial dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Queenbacok.id Blitar” ini ditulis oleh Laili Iswandari, NIM. 126405213195, dengan Pembimbing Rafika Meilia Sari, S.E., M.M.

Kata Kunci: Pemasaran Media Sosial, Inovasi Produk, Volume Penjualan

Penelitian ini di latarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan industri kuliner, khususnya UMKM makanan ringan, serta meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif. Persaingan yang ketat menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi agar dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui peran pemasaran media sosial melalui strategi yang diterapkannya yang telah mampu meningkatkan volume penjualan Queenbacok.id Blitar, 2) Untuk mengetahui Peran Inovasi Produk dalam meningkatkan volume penjualan Queenbacok.id Blitar, 3) Untuk mengetahui peran pemasaran media sosial dan inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan Queenbacok.id di Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif agar peneliti dapat meneliti pada kondisi objek ilmiah, dengan peneliti berperan sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan data. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Sumber data yang diteliti berasal dari data primer (dari para informan melalui observasi, wawancara, dokumentasi) dan data sekunder (berupa literatur atau karya tulis). Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Peran dari Strategi Pemasaran Media Sosial yang di manfaatkan oleh Queenbacok.id khususnya Instagram, Tiktok dan Whatsapp, mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mempercepat penyebaran informasi produk 2) Peran strategi Inovasi Produk yang dilakukan Queenbacok.id Blitar dengan menggunakan tiga indikator, yaitu kualitas produk, varian produk, dan desain produk, berperan penting dalam menarik minat beli konsumen dan membedakan Queenbacok.id dari pesaing. 3) Sinergi antara strategi pemasaran media sosial dan inovasi produk terbukti berperan efektif dalam mendorong peningkatan volume penjualan secara signifikan dalam waktu relatif singkat.

ABSTRACT

Thesis with the title “The Role of Social Media Marketing and Product Innovation in Increasing Sales Volume at Queenbacok.id Blitar” was written by Laili iswandari, NIM. 126405213195, Supervisor by Rafika Meilia Sari, S.E., M.M.

Keyword: Social Media Marketing, Product Innovation, Sales Volume

This research is motivated by the rapid growth of the culinary industry, particularly in the small and medium-sized enterprises (SMEs) of snack foods, as well as the increasing use of social media as an effective marketing tool. Intense competition requires business actors to continuously innovate in order to attract consumers and boost sales.

The objectives of this study are: 1) To determine the role of social media marketing through the strategies implemented that have successfully increased the sales volume of Queenbacok.id Blitar; 2) To understand the role of product innovation in increasing the sales volume of Queenbacok.id Blitar; 3) To examine the role of social media marketing and product innovation in enhancing the sales volume of Queenbacok.id in Blitar.

This research employs a qualitative approach to allow the researcher to study the conditions of the scientific object, with the researcher acting as a key instrument in data collection. The type of research used is a case study. The data sources examined consist of primary data (from informants through observation, interviews, and documentation) and secondary data (in the form of literature or written works). Data collection techniques include observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that: 1) The role of the social media marketing strategy utilized by Queenbacok.id, particularly on Instagram, TikTok, and WhatsApp, is capable of expanding market reach, increasing interaction with consumers, and accelerating the dissemination of product information; 2) The role of the product innovation strategy implemented by Queenbacok.id Blitar, using three indicators—product quality, product variants, and product design—plays a crucial role in attracting consumer purchasing interest and differentiating Queenbacok.id from its competitors; 3) The synergy between social media marketing strategies and product innovation has proven to be effective in significantly driving an increase in sales volume in a relatively short period of time.