

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Nabilla Catering di Desa Kalangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Alfi Ristanora, NIM. 126405211024, dengan dosen pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I

Kata Kunci: Strategi Promosi, Promosi Media Sosial, Intensitas Promosi Desain Promosi, Volume penjualan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengamatan yang dilakukan peneliti dan kajian terhadap beberapa literature, diketahui bahwa penelitian mengenai strategi promosi melalui media sosial telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih membahas secara umum pengaruh media sosial terhadap pemasaran atau *brand awareness*. Belum banyak studi yang secara khusus mengkaji bagaimana dua aspek penting, yaitu intensitas promosi dan desain promosi visual, dapat berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan, khususnya pada usaha kecil berbasis jasa makanan seperti katering.

Tujuan penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangsih keilmuan tentang (1) Intensitas promosi yang dilakukan oleh Nabilla *Catering* melalui media sosial *Instagram* dan *Facebook* dalam meningkatkan volume penjualan. (2) desain promosi yang digunakan oleh Nabilla *Catering* di media sosial *Instagram* dan *Facebook* dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode Penelitian dengan menggunakan penelitian pendekatan kualitatif deskriptif yaitu menjelaskan kajiannya dengan menganalisis fakta secara sistematis dari objek pembahasan yang diteliti. Sumber data yang diteliti adalah dari data kepustakaan atau studi kepustakaan. Pendekatan yang dilakukan dalam mempelajari tulisan dari sudut pandang ilmiah.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa: (1) Nabilla Catering menerapkan promosi intensif melalui Instagram dan Facebook sebanyak tiga hingga empat kali dalam satu minggu, dengan waktu posting disesuaikan perilaku audiens. Konten berupa variasi produk, testimoni, dan promo menarik dibuat menggunakan smartphone dan aplikasi gratis. Strategi visual yang konsisten dan waktu unggah yang tepat mendorong keterlibatan konsumen serta berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan. (2) Desain promosi yang digunakan Nabilla Catering dibuat secara mandiri oleh pemilik menggunakan aplikasi Canva dan PicsArt. Elemen visual seperti logo, foto, produk, tipografi, dan warna disusun secara menarik dan konsisten. Desain ini mampu menarik minat konsumen dan berdampak pada peningkatan volume penjualan.

ABSTRACT

This thesis, entitled "Promotion Strategy Through Social Media to Increase Sales Volume at Nabilla Catering Business in Kalangan Village, Ngunut District, Tulungagung Regency," was written by Alfi Ristanora, NIM. 126405211024, under the supervision of Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Keywords: Promotion Strategy, Social Media Promotion, Promotion Intensity, Promotion Design, Sales Volume

This research is motivated by the researcher's observations and a review of several studies, which show that while promotional strategies through social media have been widely studied, most focus generally on the impact of social media on marketing or brand awareness. Few studies have specifically examined how two key aspects promotion intensity and visual promotional design can contribute to increasing sales volume, particularly in small businesses based on food service such as catering.

This study aims to contribute academically by examining: (1) the intensity of promotion carried out by Nabilla Catering through Instagram and Facebook in increasing sales volume, and (2) the promotional design used by Nabilla Catering on Instagram and Facebook to enhance sales volume.

The research method employed is a descriptive qualitative approach, which explains the study by systematically analyzing facts from the object of research. Data sources were obtained through literature studies. The approach used involves analyzing written materials from a scientific perspective.

The results of this study indicate that: (1) Nabilla Catering implements intensive promotion through Instagram and Facebook, posting three to four times a week, with posting times adjusted to audience behavior. The content includes product variations, testimonials, and attractive promotions, created using a smartphone and free applications. A consistent visual strategy and timely uploads encourage consumer engagement and have a direct impact on increasing sales volume. (2) The promotional designs used by Nabilla Catering are independently created by the owner using Canva and PicsArt applications. Visual elements such as logos, product photos, typography, and colors are arranged in an attractive and consistent manner. These designs successfully attract consumer interest and contribute to the increase in sales volume.