

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek” ini ditulis oleh Puji Dwi Nursanti, NIM. 1742143220, pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis yang begitu cepat membuat persaingan didunia bisnis begitu pesat. Sehingga mendorong pelaku bisnis untuk pintar dalam menarik konsumen dalam meningkatkan penjualannya. Dan salah satu caranya adalah dengan menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial facebook. Hal ini dilakukan UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek untuk menarik minat konsumen sehingga penjualan dapat meningkat.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan selama ini oleh UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam meningkatkan omzet penjualan melalui media sosial facebook, (2) Apa kendala-kendala yang selama ini dialami oleh UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam melakukan strategi pemasaran melalui media sosial facebook, (3) Bagaimana solusi yang dilakukan oleh UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek untuk mengatasi kendala-kendala dalam strategi pemasaran melalui media sosial facebook. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer maupun sekunder, data ini diperoleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, (1) Strategi pemasaran yang dilakukan UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam meningkatkan omzet penjualan melalui media sosial facebook adalah dengan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, penentuan posisi pasar (*positioning*), bauran pemasaran, dan menggunakan testimoni pelanggan, (2) Kendala yang dialami UD. Mebel Kayana Karunia dalam melakukan strategi pemasaran melalui media sosial facebook yaitu: a). kendala internal meliputi: terbatasnya ketersediaan produk; kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam bidang desain tampilan, editing dan fotografi dalam penggunaan media sosial, b) kendala eksternal meliputi: persaingan; pengambilan gambar produk (plagiat) pihak lain; penipuan yang dilakukan calon konsumen, (3) Solusi yang dilakukan UD. Mebel Kayana Karunia dalam mengatasi a) kendala internal yaitu: melakukan sistem pesanan; belajar secara otodidak melalui media youtube, b) kendala eksternal yaitu: memberikan harga yang terjangkau dengan bahan yang berkualitas; memberikan tanda tulisan kayana karunia disetiap gambar yang diposting; meminta terlebih dahulu sebagian harga yang ditawarkan.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Media Sosial Facebook, Omzet Penjualan*

ABSTRACT

Thesis with the title "Social Media Marketing Strategy Through Facebook to Increase Sales Turnover in the UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek" was written by Puji Dwi Nursanti, Register Number Student. 1742143220. Advisor: Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

The background of this research by the rapid business development makes the competition business world so rapidly. There by encouraging businesses to smart in attracting consumers to increase sales. And one way is to implement a marketing strategy through social media facebook. This is done UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek to attract customers so that sales can be increased.

The focus of the problem in this study were (1)How the marketing strategies employed so far by UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek in increasing sales turnover through social media facebook, (2) What are the constraints that have been experienced by UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek in conducting marketing strategy through social media facebook, (3) How the solution by UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek to overcome obstacles in the marketing strategy through social media facebook. This study uses descriptive qualitative method. The data used in this study are primary and secondary data, the data obtained by researchers through interview and documentation.

This study result in: (1) UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek marketing strategy in increasing sales turnover through facebook social media is the market segmentation, define the target market, market positioning (positioning), marketing mix, and using customer testimonials, (2) The problem faced UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek doing marketing strategy through social media facebook that is: a). Internal barriers include: limited availability of product; lack of knowledge and skills in the field of display design, editing and photography in the use of social media, b) external constraints include: competition; image capture products (plagiarism) of others; fraud conducted prospective consumers, (3) Solutions conducted UD. Furniture Kayana Karunia Trenggalek over coming a) internal constraints are: do the booking system; Largely self-taught through the medium of youtube, b) external constraints, namely: providing an affordable price with quality materials; give the karunia kayana writing marks in every picture posted; ask first partial price offered.

Keywords: *Marketing Strategy, Social Media Facebook, Turnover Sales*