

ABSTRAK

Husnah, Dalilatul. 2025. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan : Studi Kasus Yowes Mie. Skripsi Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Dosen Pembimbing Fahrudin, M.M.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, Media Sosial

Digitalisasi berkembang begitu pesat terutama dalam strategi pemasaran melalui aplikasi media sosial sehingga dapat meningkatkan penjualan. Usaha Yowes Mie memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran media sosial yang efektif dalam meningkatkan penjualan usaha Yowes Mie. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang strategi pemasaran yang lebih tepat terhadap perkembangan teknologi digital. Pemanfaatan media sosial secara tepat dapat menjadi solusi efisien untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, serta observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Dokumentasi berupa konten promosi, komentar pelanggan, serta laporan penjualan juga dianalisis untuk mendukung validitas data. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam praktik pemasaran yang dilakukan dan dampaknya terhadap bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial efektif dalam meningkatkan penjualan pada usaha Yowes Mie. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Yowes Mie melalui media sosial meliputi pemanfaatan konten visual yang menarik, seperti mengunggah foto estetik yang mengkombinasikan tampilan produk dengan latar yang menarik, cerah, dan menggugah selera. Selain itu, Yowes Mie juga memanfaatkan fitur interaktif seperti Instagram Reels dan TikTok video yang berisi cuplikan proses pembuatan mie, testimoni konsumen, serta konten kreatif dengan musik dan tren yang sedang populer untuk menarik perhatian pengguna. Penyusunan jadwal unggahan dilakukan secara konsisten, termasuk konten rutin setiap hari Kamis yang dinamakan “Kamies Manies”, yaitu challenge giveaway, di mana followers diminta menjawab pertanyaan dengan cepat dan tepat untuk mendapatkan hadiah. Strategi ini diperkuat dengan pemilihan platform yang sesuai dengan target pasar, yaitu Instagram dan TikTok. Hasil dari penerapan strategi tersebut menunjukkan adanya peningkatan penjualan secara bertahap.