

ABSTRAK

Halawa, Wiwi Jaya Setia. 2024. Analisis Strategi Pemasaran melalui *E-Commerce* dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Garifi Kamumu Lisna di Desa Lolomoyo Kecamatan Gunungsitoli Barat. Skripsi. Dosen Pembimbing. Eduar Baene, S.E., M.Si.

Kurangnya keterampilan secara profesional dalam pemanfaatan *e-commerce* yang optimal menjadi tantangan bagi usaha kecil mikro menengah (UMKM) Garifi Kamumu Lisna dalam meningkatkan volume penjualan produk secara luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis kualitatif, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dan dianalisis dengan pendekatan model analisis data Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Garifi Kamumu Lisna telah memanfaatkan sebagian *platform* media sosial seperti Facebook dan WhatsApp untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi ini didukung oleh penyajian foto produk yang cukup diniali menarik, deskripsi yang informatif, dan interaksi yang cukup aktif dengan pelanggan melalui pesan langsung serta balasan komentar. Namun demikian, penerapan strategi ini menghadapi kendala berupa keterbatasan keterampilan dalam pemasaran digital oleh karyawan, akses teknologi yang kurang memadai, serta jaringan internet yang tidak stabil. Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM ini fokus pada pengembangan kemampuan digital karyawan dan penyesuaian dengan kondisi teknologi lokal. Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang diterapkan mencakup elemen penting seperti pemanfaatan media sosial, penguatan citra merek, penggunaan konten visual berkualitas, serta pemberian diskon dan live streaming untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan praktik pemasaran digital di kalangan UMKM, terutama dalam memaksimalkan potensi *e-commerce* meskipun terdapat keterbatasan sumber daya.

Kata Kunci: Pemasaran, *E-Commerce*, Volume Penjualan

ABSTRACT

Halawa, Wiwi Jaya Setia. 2024. *Analysis of Marketing Strategy through E-Commerce in Increasing Sales Volume of Garifi Kamumu Lisna Products in Lolomoyo Village, West Gunungsitoli District*. Thesis. Supervisor. Eduar Baene, S.E, M.Si.

Lack of professional skills in optimal use of e-commerce is a challenge for small and medium enterprises Garifi Kamumu Lisna in increasing product sales volume widely. This study uses a qualitative descriptive approach with qualitative types, data obtained through interviews, observations, and documentation and analyzed using the Miles and Huberman data analysis model approach. The results of the study indicate that Garifi Kamumu Lisna has utilized some social media platforms such as Facebook and WhatsApp to reach a wider market. This strategy is supported by the presentation of product photos that are considered quite attractive, informative descriptions, and quite active interactions with customers through direct messages and comment replies. However, the implementation of this strategy faces obstacles in the form of limited skills in digital marketing by employees, inadequate access to technology, and unstable internet networks. To overcome these challenges, Garifi Kamumu Lisna focuses on developing employee digital skills and adapting to local technological conditions. Overall, the marketing strategy implemented includes important elements such as utilizing social media, strengthening brand image, using quality visual content, and providing discounts and live streaming to increase consumer loyalty. This research contributes to the development of digital marketing practices among small and medium enterprises, especially in maximizing the potential of e-commerce despite resource limitations.

Keywords: *E-Commerce, Marketing, Sales Volume*