

ABSTRAK

Lase, Kasiani Lase 2025, Analisis Strategi Promosi Dengan Mamanfaatkan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk batik Di CV. Wery Group Kota Gunungsitoli

Promosi di dalam perusahaan memegang peranan penting terutama dalam usaha untuk mencapai tingkat penjualan produk yang diharapkan. Berkaitan dengan hal diatas, promosi penjualan merupakan salah satu sarana yang penting untuk meningkatkan penjualan. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan harapan akan memperoleh laba. Dalam segi promosi yang dilakukan CV. Wery Group masih kurang maksimal dan tidak memiliki konten yang menarik dan relevan untuk memperoleh perhatian pengguna media sosial sehingga belum dikenal masyarakat luas. Oleh karena itu, strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial sangat penting untuk meningkatkan penjualan batik. Rumusan masalah dalam penelitian Bagaimana strategi promosi yang diterapkan di CV. Wery Group Kota Gunungsitoli jenis penelitian adalah kualitatif dengan menggunakan instrumen penelitian dengan berpedoman pada jenis penelitian yang digunakan adalah bentuk istrumen wawancara dan observasi jumlah informan pada penelitian ini terdiri dari tiga (3) responden. Untuk dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, maka penelitian menganalisis data secara deskriptif kualitatif. Proses mencari dan menyusun secara sistematus data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan tambahan lainnya sehingga dapat dengan mdah memahami dan tentunya dapat informasikan kepada orang lain.

Kata Kunci : Promosi, Penjualan, CV. Wery Group Gunungsitoli

ABSTRACT

Lase, Kasiani Lase 2025, Analysis of Promotion Strategy by Utilizing Social Media in Increasing Sales of Batik Products at CV. Wery Group, Gunungsitoli City

Promotion in the company plays an important role, especially in efforts to achieve the expected level of product sales. In relation to the above, sales promotion is one of the important means to increase sales. Sales are activities carried out by sellers in selling goods and services in the hope of making a profit. In terms of promotion carried out by CV. Wery Group is still not optimal and does not have interesting and relevant content to get the attention of social media users so that it is not widely known to the public. Therefore, a promotional strategy by utilizing social media is very important to increase batik sales. Formulation of the problem in the study How is the promotional strategy implemented at CV. Wery Group Gunungsitoli City, the type of research is qualitative using research instruments guided by the type of research used is the form of interview instruments and observations, the number of informants in this study consisted of three (3) respondents. In order to answer the formulation of the problem in this study, the study analyzed the data descriptively qualitatively. The process of systematically searching and compiling data obtained from interviews, field notes and other additions so that it can be easily understood and of course can be informed to others.

Keywords: Promotion, Sales, CV. Wery Group Gunungsitoli