

ABSTRAK

Halawa,Tuti Desmawarni. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli (Studi Kasus Pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli). Skripsi Prodi Manajemen. Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi. Universitas Nias. Dibawah pembimbing Otanius Laia, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan volume penjualan pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan volume penjualan pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli, dimanfaatkan dengan: Membangun Konteks, Membangun Komunikasi, Membentuk Kolaborasi, Membangun Koneksi. Pemanfaatan media sosial ini juga memberikan manfaat positif dalam meningkatkan volume penjualan Ogaena Mart sebesar 70 persen.

Dalam meningkatkan volume penjualan pihak Ogaena Mart Kota Gunungsitoli telah melakukan berbagai upaya diantaranya adalah: memperluas variasi produk yang ditawarkan. Pemanfaatan media sosial secara optimal, Peningkatan frekuensi dalam melakukan promosi digital, Penerapan sistem pembayaran *Cash on Delivery* (COD). Disisi lain pemanfaatan media sosial dianggap masih belum optimal dikarenakan masih terdapat *platform* yang belum dimanfaatkan dengan baik, tidak sering melakukan kegiatan promosi di media sosial, dan konten yang dibuat masih belum dapat menarik perhatian pengguna media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial dan Volume Penjualan.

ABSTRACT

Halawa, Tuti Desmawarni. Analysis of Social Media Utilization in Increasing Sales Volume at Ogaena Mart, Gunungsitoli City (Case Study at Ogaena Mart, Gunungsitoli City). Thesis, Management Study Program, Marketing Management Concentration, Faculty of Economics, Nias University. Supervised by Otanius Laia, S.E., M.M.

This study aims to determine how social media is utilized to increase sales volume at Ogaena Mart, Gunungsitoli City. The research method used in this study is qualitative research. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation. The results indicate that the use of social media to increase sales volume at Ogaena Mart, Gunungsitoli City, is utilized by: Building Context, Building Communication, Forming Collaboration, and Building Connections. This use of social media also has positive benefits in increasing Ogaena Mart's sales volume by 70 percent.

To increase sales volume, Ogaena Mart, Gunungsitoli City, has undertaken various efforts, including expanding the variety of products offered. Optimal use of social media, increased frequency of digital promotions, and implementation of a cash-on-delivery (COD) payment system. On the other hand, social media utilization is considered suboptimal due to underutilization of platforms, infrequent social media promotions, and inadequate content creation.

Keywords: Social Media and Sales Volume.