

ABSTRAK

Laia, Aluiwa'uri 2025. Analisis strategi pemasaran *online*, dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli. Dibawah Pembimbingan Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M

Penelitian ini berjudul "*Analisis Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli*" yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran online, serta kendala yang dihadapi oleh Toko Transcom dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Transcom telah menerapkan berbagai strategi pemasaran online, seperti promosi melalui media sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok), penggunaan konten visual yang menarik, serta interaksi langsung dengan konsumen secara digital. Strategi ini terbukti cukup efektif dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan volume penjualan, khususnya dari kalangan generasi muda yang aktif di media sosial. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti keterbatasan sumber daya manusia yang memahami digital marketing secara profesional, kurangnya konsistensi dalam mengunggah konten promosi, serta kendala teknis dalam pengelolaan akun media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemasaran online, memiliki potensi besar dalam mendorong penjualan, namun perlu ditunjang oleh tim yang kompeten dan strategi yang terencana dengan baik.

Kata Kunci: strategi pemasaran *online*, volume penjualan.

Abstract

Laia, Aluiwa'uri 2025. *Analysis of Online Marketing Strategies in Increasing Sales Volume at Toko Transcom in Gunungsitoli City*. Under the supervision of Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

This research, entitled "Analysis of Online Marketing Strategies in Increasing Sales Volume at Toko Transcom in Gunungsitoli City," aims to examine the implementation of online, marketing strategies and identify the challenges faced by Toko Transcom in boosting its sales volume. This study employs a qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation. The findings reveal that Toko Transcom has implemented various online, marketing strategies such as promotions through social media platforms (Instagram, Facebook, and TikTok), the use of attractive visual content, and direct interaction with customers through digital channels. These strategies have proven to be quite effective in attracting consumer interest and increasing sales volume, particularly among the younger generation active on social media. However, the study also found several obstacles, such as the lack of human resources with professional digital marketing expertise, inconsistency in uploading promotional content, and technical difficulties in managing social media accounts. The research concludes that online, marketing holds significant potential in boosting sales, but it requires support from a competent team and well-planned strategi.

Keywords: *online, marketing strategy, sales volume.*