

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook dalam meningkatkan penjualan pada usaha kuliner Mie Padeh Kak Isna. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap owner, admin, dan beberapa followers yang merupakan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facebook dimanfaatkan sebagai media promosi yang cukup efektif dalam menjangkau konsumen secara luas. Konten promosi yang digunakan berupa gambar produk, testimoni, serta informasi jadwal delivery yang diposting secara rutin di halaman Facebook. Berdasarkan teori Digital Marketing oleh Dave Chaffey, strategi yang digunakan berkaitan dengan tiga elemen utama yaitu content marketing, social media marketing, dan analytics & optimization. Kendala yang dihadapi di antaranya adalah keterbatasan jaringan internet serta konsistensi dalam membuat konten. Meskipun demikian, promosi melalui Facebook terbukti dapat meningkatkan minat beli dan kepercayaan pelanggan serta mendorong loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Media Sosial, Facebook, Promosi, Penjualan, Digital Marketing

ABSTRACT

This study aims to examine how Facebook as a social media platform is utilized to increase sales in the culinary business Mie Padeh Kak Isna. The research employed a qualitative descriptive method, with data collected through interviews with the business owner, admin, and several followers who are customers. The results show that Facebook is effectively used as a promotional tool to reach a wide audience. The promotional content includes product images, customer testimonials, and delivery schedule information, which are regularly posted on the Facebook page. According to Digital Marketing theory by Dave Chaffey, the strategies applied relate to three main elements: content marketing, social media marketing, and analytics & optimization. Challenges faced include limited internet network and consistency in content creation. Nevertheless, Facebook promotion has proven effective in increasing customer interest, trust, and loyalty.

Keywords: *Social Media, Facebook, Promotion, Sales, Digital Marketing*