

ABSTRAK

Pupu Halimatul Puadah. 3402220126. Peran Penggunaan Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayam Dikalangan Peternak Milenial (Studi Pada Perusahaan Kawali Poultry Shop). Di bawah bimbingan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Dalam dunia usaha, tingkat penjualan merupakan indikator utama yang mencerminkan keberhasilan suatu bisnis. Penjualan yang optimal menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan mampu diterima oleh pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen. Namun demikian berdasarkan hasil osbervasi awal yang penulis lakukan pada Perusahaan Kawali Poultry Shop diketahui bahwa masih terdapat permasalahan-permasalahan mengenai belum optimalnya penjualan produk ayam dikalangan peternak milenial. Hal tersebut dapat dilihat dari rendahnya tingkat penyerapan produk ayam oleh peternak milenial, yang ditunjukkan oleh volume pembelian yang belum stabil dan cenderung fluktuatif setiap periode sehingga penjualan belum sepenuhnya mencapai target. Permasalahan tersebut diduga diakibatkan oleh belum optimalnya penggunaan sosial media. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana penggunaan sosial media pada Perusahaan Kawali Poultry Shop?; Bagaimana penjualan produk ayam dikalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop?; Bagaimana peran penggunaan sosial media dalam meningkatkan penjualan produk ayam dikalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: Penggunaan sosial media pada Perusahaan Kawali Poultry Shop; Penjualan produk ayam dikalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop; Peran penggunaan sosial media dalam meningkatkan penjualan produk ayam dikalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Narasumber dalam penelitian ini meliputi pemilik perusahaan, bagian pemasaran dan konsumen. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: Penggunaan sosial media pada perusahaan Kawali Poultry Shop selama ini sudah cukup baik karena telah sesuai dengan indikator-indikator yang telah ditetapkan yang menunjukkan sudah cukup baik; Peningkatan penjualan produk ayam di kalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop telah berjalan dengan cukup baik karena telah sesuai dengan indikator-indikator yang telah ditetapkan yang menunjukkan sudah cukup baik. Penggunaan sosial media berperan dalam meningkatkan penjualan produk ayam di kalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop. Secara teori hubungan kedua variabel yaitu penggunaan sosial media dalam meningkatkan penjualan produk di terima. Artinya apabila penggunaan sosial media sudah baik maka penjualan produk akan semakin meningkat.

Kata Kunci: Penggunaan Sosial Media, Penjualan Produk dan Peternak Milenial