

ABSTRAK

Idris Mawardi, 1950110088, “Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Bisnis *Thrift Shop* (Studi Kasus Pada *Smpl Store*)”

Strategi pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari rangkaian kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang serta jasa guna memenuhi kebutuhan pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh *SMPL Store* yaitu, memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana promosi melalui platform instagram dan whatsapp. Fokus penelitian ini mencakup dua aspek utama yaitu implementasi strategi pemasaran berbasis media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing, dan kendala yang dihadapi dalam upaya meningkatkan penjualan serta keunggulan bersaing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki implementasi strategi pemasaran melalui media sosial dan mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam menarik konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa *SMPL Store* meningkatkan keunggulan bersaing dalam penjualan produknya dengan memanfaatkan media sosial instagram dan whatsapp sehingga penjualan dapat meningkat. Namun menghadapi kendala seperti, kurangnya optimalitas branding toko dan minimnya pengetahuan serta opsi dalam memilih *thrift shop*.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Media Sosial, Thrift Shop.*