

ABSTRAK

Viasari, Yuni. 2016. *“Analisis Pemasaran Online Melalui Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada Butik Viesna)”*. Skripsi Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syariah. Pembimbing Dr. Nur Aris, S.Ag., M.Ag.

Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan proses pemasaran yang dilakukan Butik Viesna sebelum menggunakan media sosial, untuk menjelaskan proses pemasaran yang dilakukan Butik Viesna menggunakan media sosial, serta untuk menjelaskan tentang tingkat penjualan Butik Viesna sebelum dan sesudah menggunakan media sosial. Lokasi penelitian di Butik Viesna Jepang Pakis. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Tehnik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang digunakan oleh Butik Viesna sangat efektif untuk meningkatkan omzet penjualan di Butik Viesna. Sebelum menggunakan media sosial Butik Viesna tidak sengan melakukan pemasaran secara *mouth to mouth* kepada para tetangga sekitar dan para teman-teman. Media yang digunakan Butik Viesna pun media yang sangat di minati oleh para penggunanya, sehingga proses penjualan Butik Viesna pun sangat mendukung. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan pada Butik Viesna, hal ini didasarkan prosentase tingkat pertumbuhan penjualan yaitu dari tingkat prosentase pertumbuhan penjualan tahun 2011 memiliki prosentase pertumbuhan penjualan sebesar 33,5%, tahun 2012 pada tingkat prosentasi pertumbuhan penjualan sebesar 25,5%, melihat penurunan tingkat omzet penjualan pada tahun sebelumnya, Butik Viesna sejak tahun 2013 melakukan pemasaran melalui media sosial, pada tahun 2013 memiliki prosentase pertumbuhan penjualan sebesar 34,1%, tahun 2014 memiliki prosentase pertumbuhan penjualan yang menurun sebesar 32%, karena adanya persaingan yang tinggi antara para pembisnis yang sekarang menggunakan media sosial sebagai media pemasarannya, dan tahun 2015 memiliki prosentase pertumbuhan penjualan sebesar 211,1%.

Kata Kunci : *pemasaran online, Media Sosial, Penjualan*