

ABSTRAK

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI PENJUALAN
SAYURAN SEGAR DI DAERAH ANTAPANI PADA MASA PANDEMI**

Cicilia Nathasa Ruvanda
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Pandemi *covid-19* berpengaruh terhadap beberapa sektor di kehidupan masyarakat, terutama ekonomi. Teknologi digital merupakan salah satu inovasi yang diharapkan dapat membantu usaha kecil untuk bertahan di masa pandemi *covid-19* dengan menggunakan media sosial dapat mengembangkan usaha terutama dalam hal jual-beli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah media sosial berkontribusi dalam perkembangan toko sayuran di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara secara langsung dan observasi langsung. Subjek penelitian ini adalah 5 Toko Sayuran yang berlokasi di Bandung yang menggunakan media sosial yaitu Toko Amira, Toko Serba Ada, Toko Sayurku, Toko Renata dan Toko Bumbu Dapur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial cenderung berkontribusi bagi peningkatan usaha. Dalam hal ini penggunaan media sosial menciptakan strategi dalam memasarkan produknya seperti kemampuan memberi informasi melalui promosi, mempermudah untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan sebagai alat transaksi layanan kepada konsumen. Media sosial seperti Whatsapp, Facebook dan Instagram menjadi alternatif yang digunakan untuk melakukan pemasaran digital. Hal ini berkaitan dengan fitur-fitur yang ada di dalamnya yang dapat memperluas jaringan pemasaran, media sosial menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin terus berkembang ditengah pandemi dengan keterbatasan yang ada.

Kata Kunci: Covid-19, Media Sosial, Pemasaran

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA USE ON SALES
OF FRESH VEGETABLES IN THE ANTAPANI AREA DURING THE PANDEMIC***

Cicilia Nathasa Ruvanda
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

The Covid-19 pandemic has affected several sectors in people's lives, especially the economy. Digital technology is one of the innovations that is expected to help small businesses survive the covid-19 pandemic by using social media to develop businesses, especially in terms of buying and selling. This research aims to analyze whether social media contributes to the development of vegetable shops during the pandemic. This research uses a descriptive qualitative approach by conducting direct interviews and direct observation. The subjects of this research are 5 vegetable shops located in Bandung that use social media, namely Toko Amira, Toko Serba Ada, Toko Sayurku, Toko Renata and Toko Bumbu Dapur. The results of this study indicate that social media tends to contribute to business improvement. In this case, the use of social media creates strategies in marketing their products such as the ability to provide information through promotions, make it easier to communicate with customers and as a service transaction tool to consumers. Social media such as Whatsapp, Facebook and Instagram are alternatives used to do digital marketing. This is related to the features in it that can expand the marketing network, social media is a solution for people who want to continue to develop amid a pandemic with existing limitations.

Keywords: Covid-19, Social Media, Marketing

