

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP PENJUALAN UMKM DI KABUPATEN PRINGSEWU PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Wayan Aldiyana

Perkembangan teknologi saat ini telah memungkinkan UMKM menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produknya, hal ini mendorong UMKM untuk membuat akun di platform seperti *Facebook*. Mereka aktif berinteraksi dengan konsumen di media sosial, dengan harapan bahwa hal ini akan meningkatkan penjualan produknya. UMKM memiliki prospek bagus namun sering gagal mempertahankan pengunjung. Kesuksesan di bidang ini ditentukan oleh pertumbuhan pelanggan dan adaptasi teknologi digital. Pelaku UMKM di Pringsewu mengubah orientasi pemasaran ke digital marketing akibat pandemi, meskipun kemampuan teknologi mereka rendah. Penelitian ini mengkaji pengaruh *Facebook* terhadap penjualan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *Facebook* terhadap penjualan UMKM di Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah UMKM yang berasal dari Pringsewu dan bergerak di bidang kuliner sebanyak 160 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan pengujian hipotesis dilakukan dengan SPSS 2.0 *for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media sosial *Facebook* terhadap penjualan secara signifikan. Hal ini karena apabila penggunaan media sosial dilakukan dengan efektif dan akurat maka penjualan juga akan mengalami peningkatan.

Kata kunci : Media Sosial *Facebook*, Penjualan, UMKM

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FACEBOOK SOCIAL MEDIA ON SALES OF MSMES IN PRINGSEWU DISTRICT, LAMPUNG PROVINCE

By

Wayan Aldiyana

Current technological developments have enabled MSMEs to use social media as a means of promoting and selling their products, this has encouraged MSMEs to create accounts on platforms such as Facebook. They actively interact with customers on social media, in the hope that this will increase product sales. MSMEs have good prospects but often struggle to retain visitors. Success in this field is determined by customer growth and digital technology adaptation. MSME players in Pringsewu shifted their marketing orientation to digital marketing due to the pandemic, despite their low technological capability. This study examines the impact of Facebook on MSME sales. This research aims to determine the influence of Facebook social media on MSMEs sales in Pringsewu Regency, Lampung Province. The research method used is quantitative. The sample in this study was 160 MSMEs originating from Pringsewu and engaged in the culinary sector. Sampling used purposive sampling technique and hypothesis testing was carried out using SPSS 2.0 for Windows. The research results show that there is a significant influence of Facebook Social Media on Sales. This is because if the use of Social Media is done effectively and accurately then sales will also increase.

Keywords: Facebook Social Media, Sales, MSMEs