

ABSTRAK

Peran Jaringan Sosial dan Relasi Bisnis dalam Pengembangan Pemasaran UMKM PUTRA JAYA MANDIRI

(Devi Ari Styaningrum)
(deviarystyanningrum@gmail.com)
*Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kadiri*

Dosen Pembimbing : Duwi Riningsih, SE., M.Akt.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada UMKM Putra Jaya Mandiri untuk meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap UMKM. Dasar prinsip informan dalam penelitian ini ada tiga orang yaitu pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial dan relasi bisnis mendukung pengembangan pemasaran melalui penyebaran informasi produk, peningkatan penjualan, peningkatan kepercayaan pelanggan, membuka peluang pasar baru, serta meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran. Meski demikian, penelitian ini juga menemukan hambatan, seperti keterbatasan promosi. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan agar pelaku UMKM lebih memanfaatkan platform digital untuk memperluas pemasaran, sekaligus meningkatkan penjualan. Dengan strategi ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan dan memperkuat daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci : pemasaran, jaringan sosial, relasi bisnis, promosi

ABSTRACT

Peran Jaringan Sosial dan Relasi Bisnis dalam Pengembangan Pemasaran UMKM
PUTRA JAYA MANDIRI

(Devi Ari Styaningrum)
(deviarystyanningrum@gmail.com)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing : Duwi Riningsih, SE., M.Akt.

This study aims to examine the marketing strategies employed by the UMKM Putra Jaya Mandiri to boost sales. A qualitative approach was adopted, utilizing in-depth interviews and observations involving three key groups: the business owner, employees, and consumers. The findings indicate that social networks and business relationships facilitate marketing development by disseminating product information, increasing sales, building customer trust, opening new market opportunities, and expanding marketing networks. However, the study also identified obstacles, such as limited promotional activities. Based on these findings, it is recommended that the UMKM leverage digital platforms to expand its marketing reach and increase sales. Through this strategy, the UMKM is expected to enhance and strengthen its competitiveness in an increasingly competitive market.

Keyword : *marketing, social network, bussines relationship, promotion*