

ABSTRAK

Hesty Indriani, 2024, *Peran Promosi Melalui Media Sosial Facebook Dan Instagram Terhadap Meningkatkan Penjualan Motor Bekas Di Showroom Fazri Motor Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pembimbing Bapak Prof. Dr. H. Faturrahman Azhari, M.H.I.

Kata Kunci: *Promosi, Media Sosial, Penjualan.*

Wabah Covid-19 membuat penjualan Showroom Fazri Motor Banjarmasin mengalami penurunan fantastis sehingga harus menambah dan mengutamakan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial, yaitu *Facebook* dan *Instagram*. Strategi ini mampu membuat penjualan motor bekas naik secara berkesinambungan. Namun belum diketahui seberapa besar peran promosi *Facebook* dan *Instagram* dalam meningkatkan penjualan Showroom Fazri Motor Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran promosi dan kendala Showroom Fazri Motor Banjarmasin. dalam menggunakan media sosial *Facebook* dan *Instagram*.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan berjumlah 5 informan, yaitu pemilik usaha, tenaga administrasi, dan konsumen sebanyak 3 orang.

Hasil penelitian ini adalah peran promosi media sosial berpengaruh dan dapat meningkatkan penjualan secara berkesinambungan. Kendala yang dihadapi adalah calon konsumen hanya bertanya, adanya saingan dari showroom dan dealer sepeda motor resmi yang juga melakukan promosi *online*, dan lambatnya penjualan dari hasil pemasaran media sosial.