


# ANALISIS SOSIAL MEDIA *MARKETING* FACEBOOK PADA PENJUALAN HANDPHONE DI CV BHARATA AJI JAYA KLATEN

Shidqy Catur Nugroho

## Abstrak

CV Bharata Aji Jaya adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi *handphone*. Media sosial terutama Facebook kini berkembang juga menjadi platform berbisnis. Pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk membaca pasar serta mengembangkan usahanya. Demikian juga CV Bharata Aji Jaya memanfaatkan media sosial Facebook untuk kegiatan *marketing*. Dalam pemanfaatan sosial media *marketing* Facebook jumlah penjualan unit masih jauh jika dibandingkan penjualan langsung. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa jauh pemanfaatan sosial media *marketing* Facebook yang di terapkan oleh CV Bharata Aji Jaya. Dengan menggunakan indikator sosial media marketing Facebook yaitu *Online Comunity, Interaction, Sharing of content, Accessibility* dan *Credibility*. Dari kuesioner yang disebarakan kepada pengikut Facebook diambil sampel sejumlah 50 responden. Berdasarkan jawaban responden dilakukan analisis *mean aritmatik* maka didapat *mean* keseluruhan indikator adalah 2,89 atau di kategorikan cukup. Apabila dilihat dari setiap indikator, *Online Comunity* memiliki nilai *mean* terendah yaitu 2,19 atau bisa dikategorikan rendah. Untuk indikator *Credibility* memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu 3,48 atau di kategorikan baik.

**Kata Kunci** : *Facebook, Sosial Media Marketing*

 23/9'22

***SOCIAL ANALYSIS OF FACEBOOK MARKETING MEDIA ON  
HANDPHONE SALES IN CV BHARATA AJI JAYA KLATEN***

***Shidqy Catur Nugroho***

***Abstract***

*CV Bharata Aji Jaya is a company engaged in the distribution of mobile phones. Social media, especially Facebook, is now also developing into a business platform. Business actors use social media to read the market and develop their business. Likewise, CV Bharata Aji Jaya uses Facebook social media for marketing activities. In the use of social media marketing Facebook, the number of unit sales is still far from direct sales. This study aims to see how far the use of social media marketing Facebook is applied by CV Bharata Aji Jaya. By using Facebook's social media marketing indicators, namely Online Community, Interaction, Sharing of content, Accessibility and Credibility. From the questionnaire distributed to Facebook followers, a sample of 50 respondents was taken. Based on the respondent's answer, an arithmetic mean analysis was performed, so that the overall mean of the indicators was 2.89 or categorized as sufficient. When viewed from each indicator, Online Community has the lowest mean value of 2.19 or can be categorized as low. The Credibility indicator has the highest mean value of 3.48 or is categorized as good.*

***Keywords:*** Facebook, Social Media Marketing