

ABSTRAK

Guntur Surya Wardana. 71180712006. Peran Social Media Marketing Dalam Pemasaran Produk Olahan Teh di PT. Perkebunan Nusantara IV Bah Butong Sidamanik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis social media marketing apa saja yang digunakan dalam peningkatan penjualan produk olahan teh di PT. Perkebunan Nusantara IV Bah Butong Sidamanik. Untuk mengetahui peran social media marketing dalam pemasaran PT. Perkebunan Nusantara IV Bah Butong Sidamanik. Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. Perkebunan Nusantara IV Bah Butong Sidamanik Kabupaten Simalungun. Penelitian berlangsung selama bulan Desember 2024 sampai bulan februari 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Perkebunan Nusantara IV Bah Butong Sidamanik menggunakan platform-platform social media seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk olahan teh, mereka memanfaatkan fitur-fitur social media seperti mengunggah foto dan membuat instastory untuk mempromosikan produk mereka. Pemasaran melalui social media ini telah memberikan dampak yang positif, terbukti dengan adanya peningkatan penjualan sebesar 53% setelah PT. Perkebunan Nusantara IV Bah Butong Sidamanik menggunakan social media.

Kata kunci : Social Media, Pemasaran, Penjualan, Olahan Teh