

ABSTRAK

Siti Rohmatul Hani'ah 180521100060. Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Strategi Pengembangan Bisnis Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Industri Mebel Melalui Jaringan Sosial dan Social Media Marketing (Studi Kasus di Desa Sinanggul Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha kecil menengah industri mebel dalam upaya pengembangan bisnis melalui jaringan sosial dan pemasaran media sosial (*social media marketing*).

Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha kecil menengah industri mebel dalam mengembangkan bisnis adalah: 1) membangun jaringan sosial ke luar, dalam arti menambah koneksi atau relasi dengan sesama pelaku usaha kecil menengah industri mebel untuk mengembangkan bisnisnya mengenai bagaimana strategi yang dilakukan untuk mempertahankan, mengembangkan, dan meningkatkan bisnis mereka. 2) melakukan pemasaran di media sosial (*social media marketing*)

Kata kunci: jaringan sosial, industri mebel, *social media marketing*

ABSTRACT

Siti Rohmatul Hani'ah 180521100060. *Sociology Study Program, Department of Social and Cultural Sciences, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University, Madura. Business Development Strategy for Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Furniture Industry Through Social Networks and Social Media Marketing (Case Study in Sinanggul Village, Mlonggo District, Jepara Regency).*

The purpose of this study was to find out how the strategies carried out by small and medium businesses in the furniture industry in an effort to develop business through social networks and social media marketing (social media marketing).

Research method using descriptive qualitative with a case study approach. The informant selection method used purposive sampling. Methods of data collection using observation, interviews, and documentation. The data analysis method uses data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The technique of checking the validity of the data is using source triangulation.

The results of the study indicate that the strategies adopted by small and medium businesses in the furniture industry in developing business are: 1) building external social networks, in the sense of adding connections or relationships with fellow small and medium-sized furniture industry players to develop their business regarding how the strategy is carried out. to maintain, develop and improve their business. 2) do marketing on social media (social media marketing)

Keywords: *social network, furniture industry, social media marketing*

