

## ABSTRAK

### IMPLEMENTASI METODE AIDA PADA PRODUK-PRODUK BUMDES (STUDI KASUS DESA TRANS TANJUNGAN KATIBUNG)

Oleh :

Riris Eka Muly Senima

19311139

Desa Trans Tanjungan merupakan suatu desa yang berada di Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan, desa Trans Tanjungan memiliki BUMDES yang merupakan lembaga usaha milik desa yang dikelola oleh masyarakat dalam upaya memperkuat perekonomian desa, sistem penjualan di BUMDES ini hanya di ruko, penyebaran informasi melalui mulut ke mulut dari satu orang lain ke orang lainnya. Tujuan penelitian agar dapat memperluas pangsa pasar dan dapat bersaing dengan toko lainnya maka dibutuhkannya media sosial untuk pemasaran. Media sosial yang digunakan yaitu *Facebook* dan *Instagram* dan menggunakan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dalam pemasaran. Hasil penelitian ini adalah dapat terciptanya pemasaran secara online melalui media sosial yang diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam mengetahui informasi mengenai produk-produk BUMDES Trans Tanjungan. Pengujian yang dilakukan dengan melibatkan 100 responden, dengan menyebarkan kuisisioner dan menggunakan Skala Likert responden diminta memilih bobot dalam penilainnya yaitu 1 sampai 5 seperti yang telah dilampirkan pada halaman lampiran, dari hasil pengujian dapat diambil kesimpulan pemasaran menggunakan metode AIDA dengan media sosial *Facebook* dan *Instagram* tingkat efektivitasnya berada pada persentase 81-100%. Persentase ini masuk dalam kategori “Istimewa” dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa langkah-langkah pemasaran yang dilakukan oleh BUMDES Trans Tanjungan istimewa sehingga mampu menarik calon pelanggan.

Kata Kunci: AIDA, Media Sosial, Pemasaran.