

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul "Pola Strategi Pemasaran Produk Nyoklat Klasik melalui Media Online (Studi pada CV. Denov Putra Brilian Tulungagung)" disusun oleh Siti Khoirul Nikmah, NIM. 17402153025, pembimbing Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan yang cepat bisnis waralaba yang dikembangkan oleh perusahaan dengan menerapkan strategi pemasaran melalui media online seperti facebook. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menarik minat konsumen, menghemat waktu dan memperkenalkan produk nyoklat klasik dengan lebih profesional.

Fokus masalah penelitian adalah (1) Bagaimana pola strategi pemasaran produk nyoklat klasik melalui media online yang dilakukan oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung, (2) Kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung dalam memasarkan produk nyoklat klasik melalui media online, (3) Solusi apa saja yang dilakukan oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung dalam memasarkan produk nyoklat klasik melalui media online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa, (1) Strategi pemasaran yang digunakan CV. Denov Putra Brilian Tulungagung dalam memasarkan produk nyoklat klasik melalui media online adalah dengan STP (Segmentation, Targeting and Positioning), (2) Kendala yang dihadapi oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung dalam memasarkan produk nyoklat klasik melalui media online, ada 2 yaitu : (a) kendala internal, terdiri dari : website resmi kurang akurat dan ketersediaan bahan baku, (b) kendala eksternal, terdiri dari : kompetitor produk sejenis dan rawan penipuan. (3) Solusi yang dilakukan oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung dalam memasarkan produk nyoklat klasik melalui media online, antara lain : (a) kendala internal, solusinya yaitu memperbaiki website resmi melalui setting DNS (*domain name system*) dan melakukan monitoring bahan baku dengan metode *order cycling*, (b) kendala eksternal, solusinya yaitu melakukan evaluasi dan meeting serta mengharuskan calon pembeli mentransfer sejumlah uang sesuai dengan kesepakatan dengan perusahaan.

**Kata kunci :** *Strategi pemasaran, Media Online*

## ABSTRACT

Thesis entitled “The Pattern of Nyoklat Klasik Product Marketing Strategy through Online Media (Study on CV. Denov Putra Brilian Tulungagung)” written by Siti Khoirul Nikmah, registered number 17402153025, with advisor Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag.

This research is motivated by the rapid development of the franchise business developed by the company by implementing marketing strategies through online media such as Facebook. The aim of this strategy is to attract consumer interest, save time and introduce more professionally Nyoklat Klasik product.

The focus of the research problem is (1) How is the pattern of the Nyoklat Klasik product marketing strategy through online media conducted by CV. Denov Putra Brilian Tulungagung, (2) What obstacles are faced by CV. Denov Putra Brilian Tulungagung in marketing Nyoklat Klasik product through online media, (3) What solutions are made by CV. Denov Putra Brilian Tulungagung in marketing Nyoklat Klasik product through online media. The method used in this study is descriptive qualitative.

The results of the research found that, (1) the marketing strategy used by CV. Denov Putra Brilian Tulungagung in marketing Nyoklat Klasik product through online media is with STP (Segmentation, Targeting and Positioning), (2) Constraints faced by CV. Denov Putra Brilian Tulungagung in marketing Nyoklat Klasik product through online media, there are 2, namely: (a) internal constraints, consisting of: official website is less accurate and the availability of raw materials, (b) external constraints, consisting of: competitors of similar products and prone to fraud. (3) Solutions made by CV. Denov Putra Brilian Tulungagung in marketing Nyoklat Klasik product through online media, that is: (a) internal constraints, the solution is fixing official websites through DNS (*domain name system*) settings and monitoring raw materials with the *cycling order* method, (b) external constraints, the solution is evaluating and meetings and require prospective buyers to transfer some money in accordance with the agreement with the company.

**Keywords :** *Marketing strategy, Online Media*