

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran *Online* untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Tanaman Eco Bibit Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk”** yang ditulis oleh Desi Krisdiana dengan NIM 12405183140. Jurusan Managemn Bisnis Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing: Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Pesatnya perkembangan teknologi di era ini telah menarik banyak minat para pelaku usaha untuk terjun ke pasar *online*. Akan tetapi, adanya perkembangan tersebut telah memicu ketatnya persaingan pasar. Hal itu yang mendorong Eco Bibit untuk melakukan pemasaran secara *online* dengan menciptakan strategi pemasaran yang baik dalam meningkatkan penjualannya.

Fokus penelitian yang terdapat dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan pada usaha tanaman Eco Bibit di Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk, 2) Apa faktor pendorong dan penghambat proses pelaksanaan strategi pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan pada usaha tanaman Eco Bibit Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk, 3) Bagaimana sistem informasi penjualan yang digunakan sebagai penunjang strategi pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan pada usaha tanaman Eco Bibit di Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

Penelitian ini telah dilakukan dengan menggunakan metode penelitian naturalistik fenomenologi, hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui fenomenologi secara langsung dan factual yang terdapat di lapangan. Dan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data diperoleh peneliti melalui wawancara secara langsung kepada pemilik usaha dan salah satu *reseller* Eco Bibit.

Hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Usaha tanaman Eco Bibit menggunakan konsep dasar strategi pemasaran yang terdiri dari segmentasi, *market entry strategy*, *marketing mix strategy*, dan *timing strategy*. Konsep dasar strategi pemasaran ini dijadikan sebagai acuan dalam menentukan strategi pemasaran *online* yang baik. Strategi pemasaran online tersebut adalah SEO (*Search Engine Optimization*), *SMM (Social Media Marketing)*, *PPC (Pay Per Click)*, *Content Marketing*, dan *WhatsAap Marketing*. 2) Terdapat faktor pendorong dan faktor penghambat dalam jalannya strategi pemasaran. Faktor pendorong tersebut terdiri dari kualitas produk, citra merk, teknologi, dan kepercayaan konsumen. Dan faktor penghambat terdiri dari beberapa permasalahan yang ada, yaitu keterbatasan modal dan persaingan pasar. 3) Eco Bibit memiliki sistem informasi penjualan sebagai penunjang strategi pemasaran. Sistem informasi penjualan yang digunakan terdiri dari prosedur penjualan dan laporan penjualan. Eco Bibit memiliki prosedur penjualan sebagai berikut: a) Konsumen mengunjungi situs toko *online*, b) Konsumen menentukan tanaman yang akan dibeli, c) Konsumen melakukan pembayaran melalui toko *online*, d)

Penjualan melalui *reseller*, e) *Reseller* cukup membayar 50% dari harga tanaman jika barang mengalami *return*. Eco Bibit membuat Laporan penjualan dengan periode waktu per bulan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Online, Eco Bibit, Sistem Informasi Penjualan

ABSTRAC

Thesis with the title "Online Marketing Strategy to Increase Sales at the Eco Bibit Business of Juwet Village, District Ngronggot, Nganjuk Regency" written by Desi Krisdiana with NIM 12405183140. Department of Sharia Business Management. Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Supervisor: Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

The rapid development of technology in this era has attracted a lot of interest from business people to enter the online market. However, these developments have triggered intense market competition. This is what drives Eco Seeds to do online marketing by creating good marketing strategies to increase sales.

The focus of the research contained in this thesis is 1) How to apply online marketing strategies to increase sales at the Eco Seedling business in Juwet Village, Ngonggot District, Nganjuk Regency, 2) What are the driving and inhibiting factors in the process of implementing online marketing strategies to increase sales in the Eco plant business. Seedlings in Juwet Village, Ngronggot District, Nganjuk Regency, 3) How is the sales information system used to support online marketing strategies to increase sales at the Eco Seedling business in Juwet Village, Ngronggot District, Nganjuk Regency.

This research has been carried out using naturalistic phenomenological research methods, this is because researchers want to know phenomenology directly and factually in the field. And the data used in this study are primary data and secondary data. The data were obtained by researchers through direct interviews with business owners and one of the Eco Seed resellers.

The results that have been obtained from this study are 1) Eco Seedling business using the basic concept of a marketing strategy consisting of segmentation, market entry strategy, marketing mix strategy, and timing strategy. The basic concept of this marketing strategy is used as a reference in determining a good online marketing strategy. The online marketing strategies are SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), PPC (Pay Per Click), Content Marketing, and WhatsAap Marketing. 2) There are driving factors and inhibiting factors in the course of the marketing strategy. The driving factors consist of product quality, brand image, technology, and consumer trust. And the inhibiting factors consist of several existing problems, namely limited capital and market competition. 3) Eco Seed has a sales information system to support the marketing strategy. Sales information system used consists of sales procedures and sales reports. Eco Bibit has the following sales procedures: a) Consumers visit online store sites, b) Consumers determine which plants to buy, c) Consumers make payments through online stores, d) Sales through resellers, e) Resellers only need to pay 50% of the plant price. if the goods have a return. Eco Seeds create a sales Report with a time period per month.

Keywords: Online Marketing Strategy, Eco Bibit, Sales Information System