

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Melalui *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM *Brownies* Susu Desa Minggirsari Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar)” ini ditulis oleh Nadiya Hidayatul Khusna, NIM 12209183068, Pembimbing Dr. Luluk Indarti, M.Pd.I NIDN.2008057804

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *E-Commerce*, Peningkatan Penjualan, UMKM

Penelitian ini di latar belakang oleh peningkatan penjualan yang dikarenakan penggunaan *e-commerce* sebagai media pemasaran. Strategi pemasaran merupakan suatu wujud dari perencanaan yang terarah pada suatu tujuan untuk memperoleh hasil yang optimal. Strategi dalam suatu perusahaan sangatlah penting, karena sebaik apapun pasar yang dituju dan segmentasinya semuanya tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan perencanaan strategi yang matang. Pemanfaatan *E-commerce* untuk melakukan pemasaran memanglah suatu langkah yang benar mengingat zaman sekarang hampir seluruh masyarakat mengenal internet. Usaha mikro memiliki peran yang sangat besar dalam berkembangnya perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja sebanyak- banyaknya. Pemilik UMKM tentu saja tak luput dari pengetahuan teknologi dengan memanfaatkan *E-commerce* sebagai media pemasaran.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah Strategi apa yang digunakan UMKM *Brownies* Susu Minggirsari untuk meningkatkan penjualan? Kelebihan dan kekurangan pemanfaatan *e-commerce*, efektivitas pemanfaatan *e-commerce* sebagai media pemasaran. Adapun tujuan penelitian ini yaitu menganalisis strategi pemasaran melalui *e-commerce*, kelebihan dan kekurangan serta efektivitas *E-commerce* untuk pemasaran produk yang dijual oleh UMKM *brownies* susu Desa Minggirsari.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara mendalam, observasi partisipatif dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kualitatif model Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasannya strategi pemasaran melalui *E-commerce* yang dilakukan oleh UMKM *brownies* susu Minggirsari adalah memasarkan melalui media sosial facebook, instagram dan whatsapp, melalui marketplace shopee dan grabfood serta memasarkan melalui website. Namun tidak selamanya berbisnis mudah, UMKM ini juga mendapati beberapa kelebihan dan kekurangan dalam pemanfaatannya. Terkait eektivitas pemanfaatan *e-commerce* sebagai media penjualan terbukti mampu meningkatkan penjualan hal ini terbukti karena dari bulan ke bulan omset yang didapatkan terus meningkat.

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategies Through E-Commerce to Increase Sales at UMKM (Case Study on UMKM Milk Brownies in Minggirsari Village, Kanigoro District, Blitar Regency)" was written by Nadiya Hidayatul Khusna, NIM 12209183068, Supervisor Dr. Luluk Indarti, M.Pd.I NIDN.200805

Keywords : Marketing Strategy, E-Commerce, Sales Increase, UMKM

This research is motivated by an increase in sales due to the use of e-commerce as a marketing medium. Marketing strategy is a form of planning that is directed at a goal to obtain optimal results. Strategy in a company is very important, because no matter how good the target market and its segmentation are, everything will not work if it is not followed by careful strategic planning. Utilizing E-commerce to do marketing is indeed a correct step considering that nowadays almost all people are familiar with the internet. Micro-enterprises have a very large role in the development of the national economy because they are able to absorb as many workers as possible. UMKM owners, of course, do not escape technological knowledge by utilizing E-commerce as a marketing medium.

The formulation of the problem in writing this thesis is what strategy is used by UMKM Brownies Susu Minggirsari to increase sales? The advantages and disadvantages of using e-commerce, the effectiveness of using e-commerce as a marketing medium. The purpose of this study is to analyze marketing strategies through e-commerce, the advantages and disadvantages as well as the effectiveness of E-commerce for marketing products sold by UMKM milk brownies in Minggirsari Village.

This research is a qualitative research with a descriptive approach. The methods used in data collection are in-depth interviews, participatory observation and documentation. The data analysis method used is the Miles and Huberman model qualitative analysis method

The results of this study indicate that the marketing strategy through E-commerce carried out by UMKM Minggirsari milk brownies is to market through social media facebook, instagram and whatsapp, through the shopee and grabfood marketplaces and market through the website. However, doing business is not always easy, these UMKM also find some advantages and disadvantages in their use. Regarding the effectiveness of using e-commerce as a sales medium, it is proven to be able to increase the sales, this is proven because from month to month the turnover income continues to increase so that it will benefit.

