

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Digital Marketing Guna Meningkatkan Volume Penjualan Produk di Aida Branded Matahari Store Kediri” ini ditulis oleh Rimdan Fatria Sasti, NIM. 12405183378, dengan dosen pembimbing Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dunia bisnis yang meningkat. Strategi untuk meningkatkan penjualan dengan menerapkan strategi pemasaran. Disertai kecanggihan teknologi yang maju, menjadi awal yang baik untuk menerapkan *digital marketing* sebagai upaya menambah jejaring pasar yang luas. Aida Branded Matahari merupakan usaha yang bergerak di bidang *fashion*. *Fashion* menjadi usaha yang banyak memunculkan pesaing saat ini. Oleh karena itu, perlu adanya analisis di Aida Branded Matahari terkait implementasi strategi *digital marketing* guna meningkatkan volume penjualan produk. Aida Branded Matahari didirikan oleh Ibu Aida Sulianis pada tahun 2018 dan terletak di Kabupaten Kediri. Produk yang dijual berupa pakaian wanita dan pria dari usia anak-anak hingga dewasa. Aida Branded Matahari memiliki 12 karyawan yang bertugas secara *offline dan online*. Rumusan masalah penelitian ini meliputi (1) bagaimana pemasaran *digital* yang diterapkan Aida Branded Matahari, (2) apa kelebihan dan kelemahan pemasaran *digital* yang diterapkan Aida Branded Matahari, dan (3) apa solusi untuk mengatasi kendala yang dialami dari pemasaran *digital* Aida Branded Matahari. Tujuan penelitian ini meliputi (1) menguraikan implementasi pemasaran *digital* Aida Branded Matahari, (2) analisis kelebihan dan kelemahan pemasaran *digital* yang dilakukan Aida Branded Matahari, dan (3) mengidentifikasi solusi dalam menyelesaikan kendala yang dialami Aida Branded Matahari guna meningkatkan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Sumber data primer berupa hasil wawancara terhadap pemilik usaha, karyawan dan admin hingga konsumen. Sumber data sekunder berupa literatur yang berhubungan dengan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pemasaran digital yang diterapkan Aida Branded Matahari memanfaatkan media social dan menarik konsumen dengan menawarkan diskon hingga *giveaway* pada *event* tertentu, (2) kelebihan menerapkan pemasaran digital meliputi media social sebagai alat promosi karena jaringan cepat tersebar, serta dana yang dikeluarkan minim. Sedangkan untuk kelemahan, mudahnya pesaing mengambil foto produk pada *marketplace* dan ketidaksesuaian stok yang dengan etalase *marketplace*, dan (3) solusi untuk permasalahan yang dialami adalah dengan menambahkan *watermark* (tanda air) pada foto terkait legalitas foto produk. Selain itu, juga berupaya menambah jumlah media social tempat melakukan penjualan untuk menambah jumlah pesanan pelanggan guna meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, pemasaran digital, Aida Branded Matahari Store

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Digital Marketing Strategy to Increase Product Sales Volume at Aida Branded Matahari Store Kediri" was written by Rimdan Fatria Sasti, NIM. 12405183378, with supervisor Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I.*

*This research is motivated by the increasing competition in the business world. Strategies to increase sales by implementing marketing strategies. Accompanied by the sophistication of advanced technology, it is a good start to implement digital marketing as an effort to add to a broad market network. Aida Branded Matahari is a business engaged in the fashion sector. Fashion is a business that raises many competitors today. Therefore, there is a need for analysis at Aida Branded Matahari regarding the implementation of digital marketing strategies to increase product sales volume. Aida Branded Matahari was founded by Mrs. Aida Sulianis in 2018 and is located in Kediri Regency. The products sold are women's and men's clothing from children to adults. Aida Branded Matahari has 12 employees who work offline and online. The formulation of the research problem includes (1) how digital marketing is applied by Aida Branded Matahari, (2) what are the advantages and disadvantages of digital marketing applied by Aida Branded Matahari, and (3) what are the solutions to overcome the obstacles experienced by Aida Branded Matahari digital marketing. The objectives of this study include (1) describing the implementation of Aida Branded Matahari digital marketing, (2) analyzing the advantages and disadvantages of digital marketing conducted by Aida Branded Matahari, and (3) identifying solutions in solving the problems experienced by Aida Branded Matahari in order to increase sales volume.*

*The research method used is descriptive research with qualitative research. Primary data sources are the results of interviews with business owners, employees and admins to consumers. Secondary data sources are literature related to marketing strategies to increase sales volume. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation.*

*The results of the study show that (1) Digital marketing applied by Aida Branded Matahari utilizes social media and attracts consumers by offering discounts to giveaways at certain events, (2) the advantages of implementing digital marketing include social media as a promotional tool because the network spreads quickly, and the funds are minimally issued. As for the weaknesses, it is easy for competitors to take product photos on the marketplace and the stock mismatch with the marketplace storefront, and (3) the solution to the problems experienced is to add a watermark (watermark) on photos related to the legality of product photos. In addition, it also seeks to increase the number of social media places to make sales to increase the number of customer orders to increase sales volume.*

*Keywords: Marketing strategy, digital marketing, Aida Branded Matahari Store*