

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Melalui *E-Commerce* dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Online Shop Shopee Bynda\_id Trenggalek)” diteliti oleh M. Syifaul Umam, NIM 12402193325 Program Studi Ekonomi Syariah, Pembimbing Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya media *e-commerce* yang dapat digunakan sebagai media pemasaran dan semakin banyaknya usaha di bidang jual beli yang bermunculan. Mengakibatkan persaingan yang ketat, sehingga setiap usaha akan menggunakan strateginya masing-masing untuk menarik minat calon konsumen. Agar membeli produk yang ditawarkan dan juga untuk mempertahankan konsumen agar tetap membeli produknya. Salah satu strategi yang digunakan yakni strategi bauran pemasaran berupa 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) agar dapat meningkatkan volume penjualan.

Fokus penelitian ini adalah, Bagaimana strategi produk Bynda\_id melalui *E-commerce* dalam meningkatkan volume penjualan?, Bagaimana strategi promosi Bynda\_id melalui *E-commerce* dalam meningkatkan volume penjualan?, Bagaimana strategi harga Bynda\_id melalui *E-commerce* dalam meningkatkan volume penjualan?, Bagaimana strategi tempat Bynda\_id melalui *E-commerce* dalam meningkatkan volume penjualan?.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tehnik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. Strategi pemasaran produk melalui *e-commerce* Bynda\_id Trenggalek dengan memperkuat merek, mempertahankan kualitas produk, inovasi produk, pengemasan produk dan garansi produk. Strategi pemasaran harga melalui *e-commerce* Bynda\_id Trenggalek dengan menetapkan pertimbangan biaya bahan baku, biaya produksi, biaya pelengkap dan memberikan potongan harga. Strategi pemasaran promosi melalui *e-commerce* Bynda\_id Trenggalek dengan menggunakan iklan media sosial Facebook, Instagram, WhatsApp dan toko online. Strategi pemasaran tempat melalui *e-commerce* Bynda\_id Trenggalek dengan berfokus menggunakan media online.

**Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, *E-Commerce*, Volume Penjualan**

## **ABSTRACT**

*This thesis entitled "Marketing Strategy Through E-Commerce in Increasing Sales Volume (Study on Online Shop Shopee Bynda\_id Trenggalek)" was researched by M. Syifaul Umam, NIM 12402193325 Islamic Economics Study Program, adviser Dr. Qomarul Huda, M.Ag.*

*This research is motivated by the existence of e-commerce media that can be used as a marketing medium and the increasing number of businesses in the field of buying and selling are popping up. Resulting in intense competition so that every business will use its own strategy to attract potential customers. In order to buy the products offered and also to retain consumers to keep buying the product. One of the strategies used is the marketing mix strategy in the form of 4P (Product, Price, Place, Promotion) in order to increase sales volume.*

*The focus of this research is. How is Bynda\_id's product strategy through E-commerce in increasing sales volume?. How is Bynda\_id's promotion strategy through E-commerce in increasing sales volume?. How is Bynda\_id's pricing strategy through E-commerce in increasing sales volume?. What is Bynda\_id's strategy through E-commerce in increasing sales volume?*

*The approach used in this research is a qualitative approach with a descriptive research type. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data exposure and conclusion.*

*The results of this study indicate that. Product marketing strategy through Bynda\_id Trenggalek e-commerce by strengthening the brand, maintaining product quality, product innovation, product packaging and product warranty. Price marketing strategy through e-commerce Bynda\_id Trenggalek by considering raw material costs, production costs, complementary costs and providing price discounts. Promotional marketing strategies through e-commerce Bynda\_id Trenggalek by using social media ads on Facebook, Instagram, WhatsApp and online stores. Place marketing strategy through Bynda\_id Trenggalek e-commerce with a focus on using online media.*

**Keywords : Strategy, Marketing, E-Commerce, Sales Volume**