

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Berbasis *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis *Coffe Shop* Di Lorie Café Kaliwungu Ngunut Tulungagung”. Ditulis oleh Zimi Arifin, NIM 12405193315, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung bersama Dr. Suminto, M.Pd.I. Di era modern, perkembangan teknologi semakin pesat, pemanfaatan teknologi dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk pemasaran digital. Dari tahun ke tahun pemanfaatan teknologi pada sektor kedai kopi terus meningkat. Sebagai para pebisnis kedai kopi, mereka berlomba-lomba menciptakan kreativitas.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya usaha *Coffe shop* di sekitar Pabrik Kunir Kaliwungu Ngunut Tulungagung yaitu *Lorie Cafe* dimana persaingan antar usaha yang ada sangat Banyak sehingga membuat Pelaku Bisnis berlomba-lomba bersaing untuk memberikan nilai positif dimata pelanggan.

Metode penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian dianalisis melalui tiga tahap yaitu reduksi data, pemaparan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Untuk menjalankan strategi periklanan berbasis digital marketing dalam meningkatkan penjualan bisnis pada loriee café menggunakan srategi periklanan jangka pendek dan jangka panjang, 2) Untuk menjalankan strategi promosi penjualan berbasis digital marketing dalam meningkatkan penjualan bisnis pada loriee cafe menggunakan strategi yang evesien dengan melakukan pendekatan kepada konsumen, 3) Untuk menjalankan strategi publisitas berbasis digital marketing dalam meningkatkan penjualan bisnis pada loriee café menggunakan media instagram dan tiktok.

Dari ketiga kesimpulan tersebut dalam menjalankan strategi ketiganya harus saling berkaitan dan saling mendukung. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan bahwa konsumen akan tertarik kepada sebuah usaha apabila mereka menyediakan tempat yang nyaman, menarik, dan disertai dengan hiburan.

Kata Kunci : Strategi Periklanan, Strategi Promosi Penjualan, Strategi Publisitas, Coffee Shop Loriee Café

ABSTRACT

Thesis with the title "Digital Marketing-Based Promotion Strategy in Increasing Coffe Shop Business Sales at Lorie Café Kaliwungu Ngunut Tulungagung". Written by Zimi Arifin, NIM 12405193315, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with Dr. Suminto, M.Pd.I. In the modern era, technological developments are increasingly rapid, the use of technology is used as business people for digital marketing. From year to year the use of technology in the coffee shop sector continues to increase. As coffee shop business people, they are competing in making creativity.

The background of this research is the large number of coffee shop businesses around the Kaliwungu Ngunut Tulungagung Kunir Factory, namely Lorie Café where there is so much competition between businesses that it makes business people compete to provide positive value in the eyes of customers.

This research method includes field research with a qualitative approach. The research data were obtained from interviews, observations, and documentation. Then analyzed through three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that: 1) To carry out digital marketing-based advertising strategies to increase business sales at Loriee Café using short and long-term advertising strategies, 2) To carry out digital marketing-based sales promotion strategies to increase business sales at Loriee Cafe using strategies which is effective by approaching consumers, 3) To carry out digital marketing-based publicity strategies in increasing business sales at Loriee Café using Instagram and TikTok media.

Of the three conclusions in carrying out the three strategies must be interrelated and mutually supportive. This is evidenced by the statement that consumers will be attracted to a business if they provide a place that is comfortable, attractive, and accompanied by entertainment.

Keywords: Advertising Strategy, Sales Promotion Strategy, Publicity Strategy, Coffee Shop Loriee Café