

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Berbasis *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Konveksi Tuku Kaos Blitar Di Desa Mronjo Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar” ini ditulis oleh Nurhana Nufita Sari, NIM.126405201048 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan dan kemajuan teknologi yang merubah hampir semua tatanan kehidupan salah satunya dibidang perekonomian. Pelaku usaha saat ini dimudahkan dengan adanya media *e-commerce* dalam melakukan pemasaran produk. Konveksi Tuku Kaos Blitar merupakan usaha dibidang pakaian jadi yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk. Fokus pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk pada Konveksi Tuku Kaos Blitar? 2) Bagaimana dampak penerapan strategi pemasaran *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk Konveksi Tuku Kaos Blitar?

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan dengan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Penerapan strategi pemasaran *e-commerce* yang dilakukan oleh konveksi Tuku Kaos Blitar dalam meningkatkan penjualan produk diantaranya dengan memilih media *e-commerce* yang memiliki banyak pengunjung di setiap harinya (Shopee), membuat dan memasarkan konten-konten yang menarik dimedia sosial Tiktok, memanfaatkan fitur *live streaming* yang disediakan, pemberian voucher diskon, pemberian gratis ongkir pengiriman, upload katalog foto yang menarik, serta melakukan evaluasi-evaluasi dengan data yang dimiliki untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. 2) Penerapan strategi pemasaran *e-commerce* memberikan dampak yang besar bagi pihak konveksi dalam meningkatkan penjualan produk, karena sebelumnya konsumen Konveksi Tuku Kaos Blitar hanya orang-orang sekitar saja, namun setelah menerapkan strategi pemasaran *e-commerce* pihak konveksi mampu menarik perhatian konsumen dari berbagai daerah seperti dari Malang, Surabaya, Solo, Bandung, Jakarta untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, *E-Commerce*, Peningkatan Penjualan Produk

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of E-Commerce-Based Marketing Strategy in Increasing Product Sales at Tuku Kaos Convection Blitar in Mronjo Village, Selopuro District, Blitar Regency" was written by Nurhana Nufita Sari, NIM.126405201048 Department of Islamic Business Management, Supervising Lecturer Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the development and advancement of technology which has changed almost all orders of life, one of which is in the economic sector. Business actors are currently facilitated by the existence of e-commerce media in marketing products. Tuku Kaos Convection Blitar is a business in the field of apparel that utilizes e-commerce as a marketing strategy to increase product sales. The focus of this research is 1) How is the implementation of e-commerce marketing strategies in increasing product sales at Konveksi Tuku Kaos Blitar? 2) What is the impact of the application of e-commerce marketing strategies in increasing product sales at Konveksi Tuku Kaos Blitar?

The approach used in this research is a qualitative approach with descriptive research. The data sources used are primary data and secondary data. The data collection techniques are observation, interview, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Checking the validity of findings with triangulation.

The results showed that: 1) The implementation of e-commerce marketing strategies carried out by Tuku Kaos Convection Blitar in increasing product sales includes choosing e-commerce media that has many visitors every day (Shopee), creating and marketing interesting content on Tiktok, utilizing the live streaming feature provided, providing discount vouchers, providing free shipping, uploading attractive photo catalogs, maintaining product quality, and conducting evaluations with the data owned to understand consumer wants and needs. 2) The implementation of e-commerce marketing strategy has a big impact on the convection in increasing product sales, because previously the consumers of Tuku Kaos Convection Blitar were only local people, but after implementing the e-commerce marketing strategy the convection was able to attract the attention of consumers from various regions such as from Malang, Surabaya, Solo, Bandung, Jakarta to make purchases..

Keywords: *Marketing Strategy, E-Commerce, Increase In Product Sales*