

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Strategi Pemasaran *Online* Dan *Offline* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri” ditulis oleh Elvi Faizatul Jannah, NIM 126402202095, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan dosen pembimbing Dr.Moh Rois Abin, M.Pd.I.

Perkembangan teknologi yang pesat menjadikan para pelaku usaha berusaha beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan usahanya. Dan saat ini dalam dunia pemasaran pun banyak yang menggunakan teknologi internet dalam meningkatkan penjualannya yang dulunya hanya *offline* berubah menjadi *online*. Adanya pemasaran *online* ini mampu membawa pasar dalam jangkauan lebih luas, serta meningkatkan penjualan dengan lebih pesat. Dan banyak pengusaha yang sukses dalam menerapkan keduanya untuk meningkatkan penjualannya.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi pemasaran *offline* dalam meningkatkan penjualan serta bagaimana strategi pemasaran *online* dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Tenun Ikat Medali Mas untuk meningkatkan penjualannya menggunakan strategi pemasaran *online* dan *offline*. 1) Strategi pemasaran *offline* menggunakan 4P yaitu produk dengan menjaga kualitas dan memperbanyak produk tenun desain kemasan yang baik. Harga dilakukan didasarkan atas biaya produksi dan harga pesaing. Tempat yaitu memilih lokasi yang strategis dan memudahkan dalam pendistribusian. Promosi dilakukan dengan papan nama dan publicity disertai membagikan brosur dan kartu nama. 2) Strategi pemasaran *online* yang diterapkan menggunakan 5P yaitu melalui produk dengan memanfaatkan layanan *online* dan juga pemanfaatan SEO pada internet dengan cara menggunakan logo merek di semua akun penjualan. Strategi harga dengan cara melihat harga pesaing dan pemberian diskon. Strategi tempat yang dilakukan adalah dengan menggunakan media sosial dan shopee. Strategi promosi dilakukan dengan menggunakan media sosial dengan memanfaatkan fitur media sosial untuk meningkatkan penjualan. Strategi orang dilakukan dengan melakukan pelayanan ramah dan informatif. Kendala pemasaran ada pada promosi *online* yang dilakukan masih terbatas dan kenaikan bahan baku.

**Kata Kunci:** Pemasaran, *Online*, *Offline*, Peningkatan Penjualan

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title “ Online and Offline Marketing Strategies in Increasing Sales at UMKM Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri” written by Elvi Faizatul Jannah, NIM 126402202095, Sharia Economics Study Program, Department of Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, with supervisor Dr.Moh Rois Abin, M.Pd.I.*

*The rapid development of technology makes business people try to adapt by utilizing technology in improving their business. And nowadays in the world of marketing there are many who use internet technology in increasing their sales which used to be only offline turning into online. The existence of online marketing is able to bring the market in a wider range, and increase sales more rapidly. And many entrepreneurs are successful in implementing both to increase their sales.*

*This research focuses on how offline marketing strategies increase sales and how online marketing strategies increase sales at MSMEs Tenun Ikat Medali Mas. This research uses a qualitative approach with a descriptive type. The data source in this research is primary data source. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation.*

*The results of this study indicate that Tenun Ikat Medali Mas to increase its sales uses online and offline marketing strategies.1) Offline marketing strategy using 4P, namely products by maintaining quality and increasing the number of woven products with good packaging design.Price is based on production costs and competitor prices.Place, namely choosing a strategic location and making it easy to distribute.Promotion is carried out with signage and publicity accompanied by distributing brochures and business cards. 2) The online marketing strategy implemented using the 5Ps is through products by utilizing online services and also utilizing SEO on the internet by using the brand logo on all sales accounts. The price strategy by looking at competitors' prices and providing discounts. The place strategy carried out is to use social media and shopee. Promotion strategies are carried out using social media by utilizing social media features to increase sales. People strategies are carried out by providing friendly and informative services. Marketing constraints exist in online promotions that are still limited and the increase in raw materials.*

**Keywords:** *Marketing, Online, Offline, Sales Increase*