

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Digital dan Konvensional dalam Meningkatkan Penjualan pada Jesse Factory Tulungagung” ini ditulis oleh Elina Ayu Pangesti, NIM 126405202143, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh keingintauan peneliti tentang strategi pemasaran digital dan konvensional yang dimanfaatkan oleh toko *fashion* dan kosmetik Jesse Factory Tulungagung. Peneliti merasa bahwa strategi pemasaran digital perlu diteliti karena fenomena digitalisasi usaha yang marak terjadi sejak pandemi Covid-19 ditahun 2020 hingga 2022 kemarin. Sedangkan pemasaran konvensional diteliti untuk menemukan jawaban terkait apa saja elemen *marketing mix 9P* yang dimanfaatkan oleh objek penelitian sehingga objek penelitian dapat bertahan melalui ketatnya persaingan yang ada.

Fokus penelitian ini ada 3 poin dimana masing-masing poin memiliki keteraitan. Ketiga poin tersebut adalah: 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran *digital (digital marketing)* pada Jesse Factory Tulungagung?, 2) Bagaimana penerapan strategi pemasaran konvensional berdasarkan bauran pemasaran 9p pada Jesse Factory Tulungagung?, 3) Apakah faktor penghambat penerapan strategi pemasaran *digital* dan konvensional pada Jesse Factory Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi lapangan (*field research*) yang dilakukan secara objektif dengan fakta-fakta yang ada di lapangan. Sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer berupa lokasi penelitian yakni Jesse Factory 4 Tulungagung yang berada di Jl. Kyai Haji Wahid Hasyim No. 54, Hutannya, Kauman, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung. Sedangkan data sekunder berupa 3 tipe narasumber yakni pemilik toko, karyawan tetap, dan konsumen sebagai subjek penelitian. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik triangulasi sumber juga dimanfaatkan sebagai pengecekan keabsahan tulisan.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi pemasaran yang digunakan Jesse Factory Tulungagung dalam usahanya terbagi menjadi strategi digital dan konvensional. Strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan metode *Social Media Marketing (SMM)* serta *Content Marketing*. Strategi pemasaran konvensional dengan *marketing mix 9P* telah dilakukan dengan meliputi sembilan elemen yakni Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Proses (*Process*), Manusia/Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Pembayaran (*Payment*), dan Pengemasan (*Packaging*). Hambatan yang ditemui dalam aplikasi strategi pemasaran meliputi hambatan internal dan eksternal yang bermacam-macam.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Pemasaran Konvensional, Marketing Mix 9P.*

ABSTRACT

Thesis with the title "Digital and Conventional Marketing Strategies in Increasing Sales at Jesse Factory Tulungagung" was written by Elina Ayu Pangesti, NIM 126405202143, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Business and Management, Sharia Business Management Study Program, supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

The research in this thesis was motivated by the researcher's curiosity about digital and conventional marketing strategies that used in the fashion and accessories shop Jesse Factory Tulungagung. The importance of research on digital marketing strategies because of the phenomenon of business digitalization which has been widespread since the Covid-19 pandemic in 2020 to 2022. Conventional marketing is researched to answers questions about the 9P marketing mix that has been applied on the research object so that the research object can survive till now.

The focus of this research is: 1) How is digital marketing strategy that was implemented at Jesse Factory Tulungagung?, 2) How is conventional marketing strategy based on the 9p marketing mix that was implemented at Jesse Factory Tulungagung?, 3) What are the inhibiting factors for implementing digital and conventional marketing strategies at Jesse Factory Tulungagung?

This research uses qualitative research methods with the type of research is field research. Data sources were obtained from primary and secondary data. Primary data is based on research location, Jesse Factory 4 Tulungagung which is on Jl. Kyai Haji Wahid Hasyim No. 54, Hutan, Kauman, Tulungagung. Secondary data consists of 3 types of interviewed subject, shop owners, permanent employees and consumers. Data collection techniques is using observation, interviews and documentation. Source triangulation techniques are also used as a validity checking of the writing.

The results of this study is the marketing strategies that has been used on Jesse Factory Tulungagung divided into digital and conventional strategies. Digital marketing strategies applied with Social Media Marketing (SMM) and Content Marketing methods. Commercial marketing strategies based 9P marketing mix have been applied by nine elements, Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence, Payment, and Packaging. The obstacles in the marketing strategy process is internal and external.

Keyword: Digital Marketing, Conventional Marketing, 9P Marketing Mix.