

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul "Strategi Promosi Digital di Era Industri 4.0 dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus UD. Bintang Antik Sejahtera Desa Blumbang Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung)" yang ditulis oleh Nanda Rizky Aridha Semedi, NIM. 126405212130, dengan pembimbing Dr. Suminto, M.Pd.I.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Promosi Digital, Peningkatan Penjualan

Dalam era industri 4.0 perubahan strategi promosi untuk meningkatkan penjualan dalam dunia bisnis harus terbaru. Banyaknya pesaing yang mengandalkan teknologi dalam promosi produk mengharuskan pengusaha untuk terus mengikuti dan mendalami pentingnya promosi digital.

Tujuan dari penelitian ini yaitu : 1) Untuk mendeskripsikan strategi promosi *advertising* berbasis digital di era industri 4.0 dalam meningkatkan penjualan produk di UD. Bintang Antik Sejahtera, 2) Untuk mendeskripsikan strategi promosi *personal selling* berbasis digital di era industri 4.0 dalam meningkatkan penjualan produk di UD. Bintang Antik Sejahtera, 3) Untuk mendeskripsikan strategi promosi *sales promotion* berbasis digital di era industri 4.0 dalam meningkatkan penjualan produk di UD. Bintang Antik Sejahtera, 4) Untuk mendeskripsikan strategi promosi *public relations* berbasis digital di era industri 4.0 dalam meningkatkan penjualan produk di UD. Bintang Antik Sejahtera, 5) Untuk mendeskripsikan strategi promosi *direct marketing* berbasis digital di era industri 4.0 dalam meningkatkan penjualan produk di UD. Bintang Antik Sejahtera.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk memahami fenomena. Sumber data peneliti ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan data observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, verifikasi atau penyimpulan. Pengecekan keabsahan data meliputi uji kredibilitas dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah: 1) SEO sebagai fokus utama dengan pengelolaan lebih dari 25 *website* oleh tim untuk *branding* jangka panjang, serta PPC seperti Facebook Ads untuk promosi cepat. 2) Promosi penjualan dilakukan lewat *content marketing* dan *social media marketing* (SMM) dengan konten kreatif di Instagram, Facebook, dan TikTok, terutama saat momen spesial. 3) *Personal selling* digital memanfaatkan WhatsApp, Instagram, dan LinkedIn untuk komunikasi langsung yang membangun kepercayaan dan loyalitas. 4) *Direct marketing* menggunakan pesan personal melalui WhatsApp, Facebook, dan email untuk *follow-up* dan pelayanan cepat. 5) Strategi *public relations* dijalankan lewat *viral marketing* di media sosial guna meningkatkan interaksi, eksposur, dan *brand awareness*. 6) Implikasi kombinasi strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dengan bonus loyalitas, dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

ABSTRACT

The Thesis entitled "Digital Promotion Strategy in the Industry 4.0 Era in Increasing Product Sales (Case Study of UD. Bintang Antik Sejahtera Blumbang Village, Campurdarat District, Tulungagung Regency)" written by Nanda Rizky Aridha Semedi, NIM. 126405212130, with the supervisor Dr. Suminto, M.Pd.I.

Keywords: Promotion Strategy, Digital Promotion, Sales Increase

In the industrial era 4.0 changes in promotional strategies to increase sales in the business world must be up to date. The number of competitors who rely on technology in product promotion requires entrepreneurs to keep up with and explore the importance of digital promotion.

The objectives of this study are: 1) To describe digital-based advertising promotion strategies in the industrial era 4.0 in increasing product sales at UD. Bintang Antik Sejahtera, 2) To describe digital-based personal selling promotion strategies in the industrial era 4.0 in increasing product sales at UD. Bintang Antik Sejahtera, 3) To describe digital-based sales promotion strategies in the industrial era 4.0 in increasing product sales at UD. Bintang Antik Sejahtera, 4) To describe the digital-based public relations promotion strategy in the industrial era 4.0 in increasing product sales at UD. Bintang Antik Sejahtera, 5) To describe the digital-based direct marketing promotion strategy in the industrial era 4.0 in increasing product sales at UD. Bintang Antik Sejahtera.

This research uses a descriptive qualitative approach. Qualitative research is research that is intended to understand phenomena. The data sources of this research are primary data and secondary data. The data collection method uses participatory observation data, in-depth interviews, and documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, verification or conclusion. Data validity checks include credibility testing with extended observation, increased persistence, and triangulation of source.

The results of this study are: 1) SEO as the main focus with the management of more than 25 websites by team for long-term branding, as well as PPC such as Facebook Ads for quick promotion. 2) Sales promotion is done through content marketing and social media marketing (SMM) with creative content on Instagram, Facebook, and TikTok, especially during special moments. 3) Digital personal selling utilizing WhatsApp, Instagram, and LinkedIn for direct communication that builds trust and loyalty. 4) Direct marketing using personalized messages via WhatsApp, Facebook, and email for follow-up and quick service. 5) Public relations strategy was executed through viral marketing on social media to increase interaction, exposure and brand awareness. 6) The implications of these combination strategies proved effective in increasing sales with loyalty bonuses, and sustainable customer satisfaction.