

## ABSTRAK

Hasan, Moch Robiul. 2022. Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Perusahaan *NU Body Shop* di Paiton Probolinggo. Skripsi, Program Studi Ekonomi, Stara Satu, Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid. Pembimbing (I)MohIdilGhufron, M.Ei, Pembimbing (II) Fahrudin, M.M

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, Meningkatkan Penjualan Produk, *NU Body Shop* di Paiton Probolinggo

Perkembangan teknologi informasi khususnya internet telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi. Kehadiran internet dalam kehidupan manusia memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Internet sangatlah bermanfaat dalam berbagai bidang salah satunya di bidang pemasaran. Hal ini di sebabkan karena internet menjadi sumber informasi utama yang memiliki tingkat interaksi dan kustomisasi tinggi sehingga dapat memberikan pengalaman sesuai dengan kebutuhan penggunanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa strategi *digital marketing* yang digunakan oleh perusahaan *NU Body Shop* di Paiton dalam meningkatkan penjualan produk, menganalisa pengembangan tingkat penjualan produk setelah menggunakan *digital marketing* pada perusahaan *NU Body Shop* di Paiton Probolinggo, menganalisa peranan penggunaan *digital marketing* dalam meningkatkan *omset* penjualan pada perusahaan *NU Body Shop* di Paiton, Proboligo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan memberikan gambaran suatu gejala tertentu. Teknik pengambilan data primer melalui observasi, wawancara. Pengambilan data sekunder melalui dokumentasi. Agar hasil penelitian berjalan dengan baik, maka proses analisa data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: pertama reduksi data, kedua penyajian data, ketiga penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah *strategi digital marketing* pada perusahaan *NU Body Shop* yang digunakan telah mampu meningkatkan penjualan produk dengan 40% tingkat penjualan. Sebelum menggunakan *digital marketing* tingkat penjualan produk hanya 50% saja. Namun setelah menggunakan *digital marketing* meningkat menjadi 90%. Akan tetapi terdapat kekurangan dalam *digital marketing* yang telah digunakan oleh *NU Body Shop* di Paiton Probolinggo seperti fasilitas kantor yang kurang lengkap, penggunaan sinyal wifi yang kurang mendukung dan peningkatan sumber daya manusia