

## ABSTRAK

**Dhurotun Nafisah, 1820310079, Analisis Implementasi Promosi *Online* dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Kopi Muria Wilhelmina), Manajemen Bisnis Syariah, 2022.**

Berdasarkan permasalahan yang dialami pelaku usaha kopi Muria Wilhelmina strategi promosi yang digunakan dapat dikatakan belum maksimal dalam pengelolaannya akibat pandemi covid 19 dan berdampak pada penurunan penjualan. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis promosi *online* kopi Muria Wilhelmina dalam meningkatkan penjualan produk. Menurut Wahyu Nita Kurrota A'yun, promosi *online* menggunakan beberapa metode iklan yakni, promosi dalam mendapatkan pelanggan baru, promosi dalam mengkomunikasikan produk, serta promosi dalam meningkatkan jumlah konsumen. Jenis penelitian ini ialah *field research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah dari wawancara dan observasi mengenai strategi promosi kopi Muria Wilhelmina.

Hasil penelitian ini adalah promosi yang digunakan kopi Muria Wilhelmina awalnya menggunakan strategi bauran promosi lalu diperkuat melalui promosi *online*. Dimana produk kopi Muria Wilhelmina dikenal oleh masyarakat luas dan mampu menarik konsumen. Berdasarkan data penelitian bahwa kopi Muria Wilhelmina dalam menggunakan promosi *online* melalui sosial media *instagram* dan juga *whatsaAp*. Selain itu, menggunakan *marketplace* tokopedia, shopee, dan bukalapak.

Hasil analisis data penelitian ini ialah kopi Muria Wilhelmina berusaha mempertahankan kondisi penjualan dengan menginovasi produk serta tetap mengkomunikasikan produk dengan baik kepada konsumen berupa memperkuat promosi *online*. Upaya dalam memperbaiki kondisi ekonomi yang lumpuh akibat pandemi menjadikan kopi Muria Wilhelmina cukup membantu ditengah banyak usaha yang sempat gulung tikar.

***Kata Kunci: Promosi Online, Strategi Promosi, Kopi Muria Wilhelmina***