

SKRIPSI

PEMBUATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI CV. JUPAGA (Studi Pada CV JUPAGA)



Oleh :

DEWI ISTIQOMAH

NIM : 19083000241

**PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG
2023**

**PEMBUATAN DIGITAL MARKETING UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN DI CV. JUPAGA
(Studi Pada CV JUPAGA)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Penelitian Skripsi
Pada Program S1 Sistem Informasi
Universitas Merdeka Malang

Oleh :

DEWI ISTIQOMAH

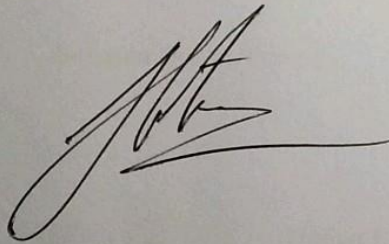
NIM : 19083000241

**PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : Pembuatan Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan di CV JUPAGA (Studi Pada CV JUPAGA)
Nama : Dewi Istiqomah
NIM : 19083000241
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Universitas : Merdeka Malang
Disetujui Pada Tanggal : 12 Oktober 2022

Dosen Pembimbing



Hudan Eka Rosyadi, S.Kom.,M.Kom

Mengetahui

Dekan Fakultas Tehnologi Informatika



Dr. Widiyana Sanderwati, S.E, M,SI

LEMBAR PENGESAHAN

Dipersiapkan dan disusun oleh

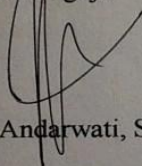
Nama : Dewi Istiqomah
NIM : 19083000241
Judul : Pembuatan Digital Marketing Dalam Peningkatan
Penjualan di CV JUPAGA (Studi Pada CV JUPAGA)

Telah dipertahankan didepan Dosen Penguji Pada,

Hari : Kamis
Tanggal : 12 Januari 2023
Tempat : Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Merdeka Malang

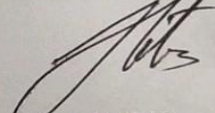
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



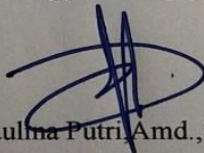
Dr. Mardiana Andarwati, S.E, M,SI

Sekretaris Penguji



Hudan Eka Rosyadi, S.Kom.,M.Kom

Anggota Penguji



Devita Maulina Putri, Amd., S.St., M.Pd

Skripsi ini telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana/Ahli Madya Komputer

Malang, 12 Januari 2023

Dekan Fakultas Teknologi Informatika
Universitas Merdeka Malang



Dr. Mardiana Andarwati, S.E, M,SI

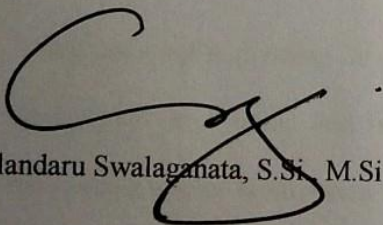
SURAT PERNYATAAN

Nama : Dewi Istiqomah
NIM : 19083000241
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Bidang Kajian : Teknologi Informasi
Judul : Pembuatan Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan di CV JUPAGA (Studi Pada CV JUPAGA)


Malang, 12 Januari 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA


Ketua Program Studi S1 Sistem
Informasi


Galandaru Swalaganata, S.Si, M.Si

Dosen Pembimbing


Hudan Eka Rosyadi, S.Kom., M.Kom

Dekan
Fakultas Teknologi Informasi


Dr. Marsiana Andarwati, S.E, M,SI

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Dewi Istiqomah

Nomor Pokok : 19083000241

Menyatakan bahwa dalam penulisan karya ilmiah hukum yang berupa skripsi ini adalah original (asli) karya penulis, tidak ada karya atau data orang lain yang telah dipublikasikan, juga bukan karya orang lain dalam mendapatkan gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang dipublikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, saya sanggup dicabut gelar kesarjanaan saya.

Malang, 13 Februari 2023
Yang Menyatakan



Dewi Istiqomah

MOTTO

**Tidak Ada Kata Terlambat
Untuk Mulai Menciptakan Kehidupan
Sesuai Yang Diinginkan
Hiduplah Menjadi Dirimu Sendiri...**

**Belajar Dari Hari Kemarin
Jadikan Hari Ini Lebih Baik
Dari Hari Kemarin
Bahagialah Dengan Caramu Sendiri...**

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang tecinta, akhirnya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasasyukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunianyaulah maka skripsi ini dapat di buat dan selesai pada waktunya.
2. Suami aku Ahmat Jamburi, S.H., terimakasih atas segala dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Anak-anak aku Crisdian Pratama Ahde dan Calista Natyaka Prasesti Ahde, terimakasih sayang atas kerjasamanya jadi anak-anak yang baik sehingga Bunda dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Adik-adik aku Diana Nurqomalia dan Denik Nurqoliva terimakasih atas doa-doanya sehingga skripsi ini cepat selesai.
5. Untuk Bapak Hanis dan Ibu Siti Djuwariyah (Alm), alhamdulillah aku yakin njenengan berdua bahagia disana atas perjuangan aku ini.
6. Untuk bapak Hudan Eka Rosyadi, S.Kom.,M.Kom selaku pembimbing aku, terimakasih bapak atas segala bantuan dan bimbingannya.
7. Untuk Ibu Dr. Ardiana Andarwati, S.E, M,SI, selaku Dekan di Fakultas Teknologi Informasi Unmer Malang.
8. Untuk temen-temen seperjuangan aku Desi, Bagas, Wahyu si gembul, Adit, Anim terimakasih guys atas kerjasamanya selama ini. Semoga kedepannya kalian dilancarkan segala urusannya.

Akhir kata atas segala kelemahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya dan dengan segala kerendahan hati dan tangan terbuka Penulis senantiasa akan menerima segala saran dan kritik yang membangun demi kebaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi kami kekuatan dan petunjuk untuk menyelesaikan tugas skripsi ini. Tanpa pertolongan-Nya saya tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. skripsi ini disusun berdasarkan tugas dari proses pembelajaran yang telah diberikan kepada saya. skripsi ini disusun dengan menghadapi berbagai rintangan, namun dengan penuh kesabaran kami mencoba untuk menyelesaikan skripsi ini.

skripsi ini membahas tentang “Pembuatan Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan di CV JUPAGA (Studi Pada CV JUPAGA) ” tema yang akan dibahas di skripsi ini sengaja dipilih oleh dosen pembimbing untuk kami pelajari lebih dalam butuh waktu yang cukup panjang untuk mendalami materi ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga skripsi yang saya buat ini dapat dinilai dengan baik dan dihargai oleh pembaca. skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat lulus mata kuliah Pengelolaan Instalasi Komputer. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu.

Malang, 12 Januari 2023

DEWI ISTIQOMAH

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI	vi
MOTTO	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Bagi Perusahaan.....	4
1.4.2 Manfaat Bagi Akademis.....	4

1.4.3 Manfaat Bagi Penulis	4
1.5 Batasan Masalah.....	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>)	6
2.1.2 Strategi Pemasaran	8
2.1.3 Marketing Mix.....	11
2.1.3.1 Produk (Product)	12
2.1.3.2 Price (Harga)	18
2.1.3.3 Penempatan Produk (Place).....	18
2.1.3.4 Promosi (Promotion)	21
2.1.4 Digital Marketing	23
2.1.5 Marketing Melalui Media Sosial	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Populasi Dan Sempel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sempel	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Observasi	34

3.4.2 Wawancara	35
3.4.3 Studi Literatur.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	42
4.2 Efektivitas strategi digital marketing CV JUPAGA untuk meningkatkan penjualan barangnya.....	46
4.3 Media sosial yang digunakan oleh CV JUPAGA didalam proses digital marketing, apakah sudah memberikan hasil yang maksimal bagi usaha tersebut	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....

LAMPIRAN HASIL CEK PLAGIASI

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.3 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.4 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.5 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.6 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.7 Tabel Daftar Koresponden	35
Tabel 4.1 Tabel Susunan Kepengurusan Manajemen CV JUPAGA	43
Tabel 4.2.1 Tabel Daftar Produk CV JUPAGA	50
Tabel 4.2.2 Tabel Edukasi Untuk Pelanggan	51
Tabel 4.2.3 Tabel Daftar Jumlah Barang Yang Telah Dijual CV JUPAGA.....	54

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Brosur CV. JUPAGA	2
1.2 Gambar Baner CV. JUPAGA	2
2.1 Gambar Logo CV. JUPAGA.....	13
2.2 Gambar Logo Toko JUPAGA.....	14
2.3 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	14
2.4 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	15
2.5 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	15
2.6 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	15
2.7 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	16
2.8 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	16
2.9 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	16
2.10 Gambar Company Profile CV. JUPAGA.....	17
2.11 Gambar Maps Lokasi Kantor, Toko dan Gudang CV. JUPAGA	20
4.2.1 Gambar Promosi CV. JUPAGA melalui Google Bisnis.....	47
4.2.2 Gambar Promosi CV. JUPAGA melalui Shopee	49
4.2.3 Tabel Daftar Jumlah Barang Yang Telah Dijual CV JUPAGA.....	59
4.3.1 Gambar Media Sosial WhatsApp CV. JUPAGA	60
4.3.2 Gambar Media Sosial Facebook CV. JUPAGA	61
4.3.3 Gambar Media Sosial Instagram CV. JUPAGA	62
4.3.4 Gambar Media Sosial TikTok CV. JUPAGA	62



CV. JUPAGA

GENERAL KONTRAKTOR DAN SUPLIER

Malang, 24 Januari 2023

SURAT KETERANGAN NO :043/I/TGN/JPG/23

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Ahmat Jamburi S.H.,
Jabatan : Direktur
Nama Perusahaan : Cv Jupaga
Alamat : Kantor: Pondok Mutiara Asri, Blok C1, No10.
Workshop Dan Toko : Pondok Mutiara Asri Blok F11, No15.
Gudang: Pondok Mutiara Asri Blok C3, No16.
Kelurahan Pandan Landung, Kecamatan Wagir
Kabupaten Malang.

Dengan Ini Menerangkan Bahwa Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Fakultas
Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.

Nama : Dewi Istiqomah
Nim : 19083000241
Prodi/Jenjang : Teknologi Informasi
Semester/Ta : Ganjil/2023

Telah Menyelesaikan Praktek Pengalaman Lapangan Mulai Tanggal 16 Oktober 2022 S/D
05 Desember 2022

Demikian Surat Keterangan Ini Dibuat Untuk Digunakan Sebagaimana Mestinya.

Malang, 24 Januari 2023
Direktur
CV JUPAGA

Ahmat Jamburi S.H.,

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi pemasaran saat ini tidak hanya dilakukan secara konvensional saja. Pemasar kini juga memanfaatkan media baru seperti Internet sebagai alternatif untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen. Pemasaran Digital adalah suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Media sosial dengan segala kelebihannya dapat membantu dalam proses komunikasi pemasaran. Dalam menjalankan komunikasi pemasaran, perusahaan harus memiliki strategi supaya segala rencana yang ditentukan sebelumnya dapat tercapai. Strategi yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan sebagai terwujudnya tujuan dari perusahaan tersebut. Penelitian ini membahas tentang Pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan penjualan CV JUPAGA. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara mendalam dengan nara sumber, studi literatur dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diketahui bahwa perencanaan pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan penjualan CV JUPAGA yaitu dengan menganalisis masalah, menganalisis khalayak, menentukan tujuan, pemilihan media dan saluran komunikasi, dan mengembangkan rencana atau kegiatan untuk pencapaian tujuan. Pelaksanaan pemanfaatan digital marketing sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh CV JUPAGA adalah dengan memanfaatkan fitur foto dan video, comment, caption, location, hashtag, tagging di google bisnis, Instagram maupun Marketplace.

Kunci: Komunikasi Pemasaran, Digital Marketing, Strategi, Media Sosial

ABSTRACT

The development of marketing communication today is not only done conventionally. Marketers are now also taking advantage of new media such as the Internet as an alternative to approach potential customers. Digital Marketing is a marketing activity that uses the internet and information technology to expand and enhance traditional marketing functions. Social media with all its advantages can help in the marketing communication process. In carrying out marketing communications, companies must have a strategy so that all predetermined plans can be achieved. A good strategy will provide benefits for the company as the realization of the company's goals. This study discusses the use of digital marketing to increase sales of CV JUPAGA. The method used in this study is a qualitative descriptive method. In addition, this study also uses in-depth interview techniques with resource persons, literature studies and documentation. Based on research and discussion, it is known that planning for the use of digital marketing to increase sales of CV JUPAGA is by analyzing problems, analyzing audiences, determining goals, selecting media and communication channels, and developing plans or activities for goals. The implementation of the use of digital marketing as a digital marketing communication medium carried out by CV JUPAGA is by utilizing the photo and video features, comments, captions, location, hashtags, tagging on Google Business, Instagram and Marketplace.

Key: Marketing Communication, Digital Marketing, Strategy, Social Media