

**IMPLEMENTASI PENGGUNAAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI
STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM LOGAM
PADA TOKO PHOCI EMAS ADIWERNA KABUPATEN TEGAL**



TUGAS AKHIR

Oleh:

ANNISA FATMAWATI

NIM: 21031043

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

IMPLEMENTASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM LOGAM PADA TOKO POCIEMAS ADIWERNA KABUPATEN TEGAL

Oleh mahasiswa :

Nama : Annisa Fatmawati

NIM : 21001043

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Oleh karena itu pembimbing menyetujui mahasiswa tersebut menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, 18 Juli 2024

Pembimbing I,



Ida Farida, S.E., M.Si, Ak
NIPY. 10.010.077

Pembimbing II,



Fitri Amaliyah, S.E., M.Ak., Ak
NIPY. 11.011.092

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

IMPLEMENTASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM LOGAM PADA TOKO POCIEMAS ADIWERNA KABUPATEN TEGAL

Oleh :

Nama : Annisa Fatmawati

NIM : 21031043

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

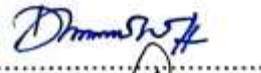
Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal

Tegal, 30 Juli 2024

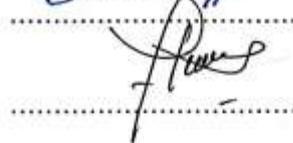
1. Asrofi Langgeng, N, S.Pd., M.Si., Ak
Ketua Penguji



2. Dewi Kartika, SE, M.Ak, Ak
Anggota Penguji I



3. Fitri Amaliyah, SE, M.Ak, Ak
Anggota Penguji II



Mengetahui

Ketua Program Studi,



Dr. Yeni Priatna Sari, S.E., M.Si., Ak., CA
NIPY. 03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul "IMPLEMENTASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM LOGAM PADA TOKO POCIEMAS ADIWERNA KABUPATEN TEGAL", beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 30 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



ANNISA FATMAWATI
NIM 21031043

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,
yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : ANNISA FATMAWATI

NIM : 21031043

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul IMPLEMENTASI PENGGUNAAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM LOGAM PADA TOKO POCIEMAS ADIWERNA KABUPATEN TEGAL.

Dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif ini Program DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta ijin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 30 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



ANNISA FATMAWATI
NIM 21031043

HALAMAN MOTTO

“Cukuplah Allah bagiku, tidak ada Tuhan Selaian Dia. Hanya Kepada Nya aku bertawakal.”

(QS At-Taubah: 129)

“Percaya diri adalah kunci jawaban dari segala permasalahan, dengan bermodalkan kepercayaan diri semangat hidup mu akan menjadi penawaran segala rasa insecure mu, percayadirilah maka kamu akan sukses.”

(Annisa Fatmawati)

“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad.”

(Abu Hamid Al Ghazali)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tugas Akhir ini Ku persembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tuaku tersayang, Alm Bapak Dulkhalim dan Ibu Purwanti. Terima kasih atas pengorbanannya yang luar biasa dan senantiasa tiada henti memberi doa restu serta cinta yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai Diploma III.
3. Kepada Mas Mustaqim yang telah membiayai dan menyemangati saya untuk berkuliah dari awal masuk hingga selesainya perkuliahan saya.
4. Serta Mas Alfian dan Ma'ruf yang membantu juga dalam hal materi dan dukungan selama pengerjaan Tugas Akhir.
5. Kepada Ibu Ida Farida, SE., M.Si., Ak. dan Ibu Fitri Amaliyah, SE., M.Ak., Ak. yang telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing saya dengan baik dan sabar selama pembuatan Tugas Akhir.
6. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Harapan bersama Tegal, terimakasih atas ilmu yang diberikan.
7. Teman-temanku DIII Akuntansi kelas D yang telah menemani dan berjuang bersama selama 3 tahun ini, terutama Yana Dan Ais yang selalu bersama saat pengerjaan Tugas Akhir, serta teman teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Almamater Tercinta yang menemani penulis selama bimbingan.
9. Terimakasih untuk teman teman virtual saya, saya sangat beruntung memiliki seseorang yang selalu mendukung dan percaya pada saya terimakasih telah menjadi teman terbaikku, kekasihku, dan tempatku berkeluhkesah.
10. Terimakasih kepada diriku terimakasih karna telah berani menghadapi tantangan dan tidak pernah menyerah, terimakasih selalu menghargai diri sendiri dan semua yang telah kau capai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Implementasi Penggunaan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Logam Pada Toko Pociemas Adiwerna Kabupaten Tegal.”

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Penulis menyadari atas keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Agung Herdanto, SE., MA. selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama Tegal.
2. Ibu Dr. Yeni Priatna Sari, SE., M.Si., Ak., CA. selaku Ka. Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.
3. Ibu Ida Farida, SE., M.Si., Ak. sebagai Dosem Pembimbing I yang senantiasa telah memberikan arahan dan membimbing saya hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
4. Ibu Fitri Amaliyah, SE., M.Ak., Ak. selaku Dosem Pembimbing II yang sudah sangat sabar membimbing serta memberikan bantuan, bimbingan dan semangat hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu yang telah memberikan izin dalam melakukan penelitian ini pada usahanya dan juga doa serta dukungannya.
6. Kedua Orang Tua, keluarga dan teman-teman baik di kampus dan teman rumah saya, yang telah memberikan dorongan semangat serta dukungan dalam bentuk doa maupun materi dan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca.

Tegal, 30 Juli 2024



ANNISA FATMAWATI
NIM. 21031043

ABSTRAK

Annisa Fatmawati. 2024. *Implementasi Penggunaan Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Kabupaten Tegal*. Program Studi Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Ida Farida; Pembimbing II: Fitri Amaliyah.

Digital Marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk atau jasa kepada konsumen secara lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan strategi *Digital Marketing* melalui media sosial pada beberapa UMKM di Kabupaten Tegal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan pelaku usaha, serta dokumentasi. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari lapangan. Salah satu temuan penting adalah bahwa UMKM logam, seperti toko Phoci emas di Adiwerna, Kabupaten Tegal, belum memanfaatkan *Digital Marketing* dalam strategi penjualannya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang teknologi digital dan cara menggunakannya secara efektif. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi *Digital Marketing* melalui platform seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok dapat meningkatkan efektivitas pemasaran secara signifikan. Dengan memanfaatkan media sosial, UMKM dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan memfasilitasi interaksi yang lebih baik dengan konsumen. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *Digital Marketing* terbukti efektif dalam membantu UMKM di Kabupaten Tegal meningkatkan penjualan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, yang menjadi semakin penting dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat saat ini. Penelitian ini juga merekomendasikan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman teknologi di kalangan pelaku UMKM.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, *Digital Marketing*, Media Sosial

ABSTRACT

Fatmawati, Annisa. 2024. *Implementation of the Use of Digital Marketing as a Strategy in Increasing Umkm Sales in Tegal Regency. Digunakan Associate Degree Study Program. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Ida Farida; Co-Advisor: Fitri Amaliyah.*

Digital Marketing is a marketing strategy that utilizes digital technology to market products or services to consumers more effectively. This research aims to implement Digital Marketing strategies through social media in several UMKM in Tegal Regency. This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through observation, interviews with business actors, and documentation. The data used is primary data obtained directly from the field. One important finding is that metal UMKM, such as the Phoci emas shop in Adiwerna, Tegal Regency, have not utilized Digital Marketing in their sales strategy. This is caused by a lack of understanding of digital technology and how to use it effectively. However, this research shows that implementing Digital Marketing strategies through platforms such as Instagram, Facebook, WhatsApp, and TikTok can significantly increase marketing effectiveness. By utilizing social media, UMKM can reach a wider market share, increase product visibility, and facilitate better interactions with consumers. The results of this research conclude that Digital Marketing strategies have proven to be very effective in helping UMKM in Tegal Regency increase sales and adapt to increasingly rapid technological developments, which are becoming increasingly important in facing today's intense business competition. This research also recommends training to increase technological understanding among UMKM players.

Keywords: Marketing strategy, Digital Marketing, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Kerangka Berpikir	7
1.7 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penjualan	13
2.2 Promosi.....	22
2.3 <i>Digital Marketing</i>	24
2.4 UMKM	34

2.5 Penelitian Terdahulu.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.2 Waktu Penelitian.....	43
3.3 Jenis Data.....	43
3.4 Sumber Data.....	43
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.6 Metode Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum UMKM di Kabupaten Tegal.....	49
4.2 Hasil Analisis Data.....	50
4.3 Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4. 1 sebelum dan sesudah penerapan	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	9
Gambar 4. 1 Profil Instagram.....	58
Gambar 4. 2 Katalog Whatsapp	60
Gambar 4. 3 Profil Facebook	61
Gambar 4. 4 Profil Tiktok	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	75
Lampiran 2 Tempat Objek Penelitian (Usaha Logam)	78
Lampiran 3 Dokumentasi Bersama Pemilik Usaha	78
Lampiran 4 Penerapan Strategi Digital Marketing	79
Lampiran 5 Buku Bimbingan Tugas Akhir.....	80