

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM CATERING
AMANAH AQIQAH KOTA TEGAL**



TUGAS AKHIR

OLEH:

HANI KHOIRUNNISA

NIM 21030082

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI

POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UMKM CATERING AMANAH AQIQAH
KOTA TEGAL

Oleh mahasiswa:

Nama : Hani Khoirunnisa

NIM : 21030082

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

Tegal, 24 Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Hesti Widianti, SE., M.Si

NIPY.09.008.043



Dewi Kartika, SE., M.Ak, Ak.

NIPY.03.013.158

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UMKM CATERING AMANAH AQIQAH
KOTA TEGAL

Oleh:

Nama : Hani Khoirunnisa

NIM : 21030082

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal

Tegal, 29 Juli 2024

1. Dr. Yeni Priatna Sari, SE., M.Si., Ak., CA

Ketua Penguji

2. Imam Hasan, S.Pd., M.Pd

Anggota Penguji I

3. Dewi Kartika, SE, M.Ak., Ak.

Anggota Penguji II



Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Yeni Priatna Sari, SE., M.Si., Ak., CA

NIPY.03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul "ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM CATERING AMANAH AQIQAH KOTA 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 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, 29 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Hani Khoirunnisa

NIM 21030082

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

Sebagai Mahasiswa Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hani Khoirunnisa

NIM : 21030082

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM CATERING AMANAH AQIQAH KOTA TEGAL”

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

Saya bersedia 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 pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tegal, 29 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Hani Khoirunnisa

NIM 21030082

HALAMAN MOTTO

“You never know what the future holds, so just do your best”

(Byun Baekhyun)

“Dream big, work hard, stay focused, and surround yourself with good people”

(Park Chanyeol)

“Don’t give up on your dream and keep working towards it”

(Lay Zhang)

“In order to archive what you desire, you have to constantly be pursuing and striving towards them, at the same time keeping yourself in good shape”

(Park Chanyeol)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah menentukan segala apa yang akan terjadi pada hamba-Nya. Alhamdulillah atas nikmat dan rahmat-Nya, tugas akhir ini bisa terselesaikan.
2. Teruntuk diriku sendiri terimakasih telah berjuang dan tidak menyerah dalam melewati ini.
3. Kedua orang tua, kakak, dan keluarga besar saya yang senantiasa memberikan doa dan selalu memberikan dukungan sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini. Serta tak lupa kucing-kucing kesayangan, Ciki, Coki, Omoi, dan Osy yang setia menghibur dan menemani dikala sedih.
4. Dosen pembimbing, Ibu Dr.Hesti Widianti, SE., M.Si dan Ibu Dewi Kartika, SE., M.Ak, Ak. yang telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing saya dengan baik dan sabar selama pembuatan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Harapan Bersama, Terimakasih atas ilmu yang diberikan.
6. Teman-teman DIII Akuntansi kelas C yang telah berjuang bersama dan memberikan semangat, saran, dan bantuannya selama 3 tahun.
7. Member EXO, yang karyanya selalu menemani saya dalam menjalankan hidup dan mengerjakan tugas akhir, Terimakasih telah memberikan inspirasi dan motivasi untuk peneliti.
8. Almamaterku Politeknik Harapan Bersama.
9. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan penulis mengucapkan banyak terimakasih.

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Catering Amanah Aqiqah Kota 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 akan 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 saya ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Agung Hendarto, SE., MA. selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal.
2. Ibu Dr.Yeni Priatna Sari, SE., M.Si., Ak., CA. selaku Ka. Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.
3. Ibu Dr.Hesti Widianti, SE., M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang senantiasa telah membantu dan membimbing saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dewi Kartika, SE., M.Ak, Ak. Dosen Pembimbing II saya yang sudah sangat sabar membimbing serta memberikan arahan dengan baik dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Ibu Ruspini selaku pemilik usaha Catering Amanah Aqiqah yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Catering Amanah Aqiqah.
6. Karyawan Catering Amanah Aqiqah yang telah memberikan bantuan selama melaksanakan penelitian.
7. Teman-teman baik di kampus maupun di luar kampus, yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.

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

Tegal, 29 Juli 2024



Hani Khoirunnisa
NIM 21030082

ABSTRAK

Hani Khoirunnisa. 2024. *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Catering Amanah Aqiqah Kota Tegal*. Program Studi Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Hesti Widianti; Pembimbing II: Dewi Kartika.

Perkembangan internet telah menjadi pendorong utama dalam era Revolusi Industri 4.0, mengubah cara pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital. UMKM, termasuk Catering Amanah Aqiqah, perlu mengadopsi strategi digital marketing untuk tetap kompetitif dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh Catering Amanah Aqiqah serta mengetahui perencanaan strategi pemasaran menggunakan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Penelitian ini menggunakan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) untuk menganalisis strategi yang diterapkan. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka dengan analisis data deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Catering Amanah Aqiqah belum secara optimal menerapkan analisis STP dalam strategi digital marketing mereka. Meskipun mereka telah memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk promosi, penggunaan platform tersebut belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan volume penjualan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya segmentasi pasar yang tepat, serta penargetan dan posisi yang belum terstruktur dengan baik. Catering Amanah Aqiqah perlu memperbaiki strategi pemasaran digitalnya dengan lebih fokus pada analisis pasar yang mendalam dan penyesuaian konten yang sesuai dengan target audiens yang lebih spesifik. Penelitian ini menekankan pentingnya pengoptimalan strategi digital marketing berbasis STP untuk membantu UMKM seperti Catering Amanah Aqiqah dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Volume Penjualan, STP (Segmenting, Targeting, Positioning)*

ABSTRACT

Khoirunnisa, Hani. 2024. *Analysis of Digital Marketing Strategies in Increasing Sales Volume at UMKM Catering Amanah Aqiqah Tegal City. Accounting Associate Degree Study Program. Politeknik Harapan Bersama. Advisor : Hesti Widianti; Co- Advisor: Dewi Kartika.*

The development of the internet has been a key driver in the Industrial Revolution 4.0 era, changing the conventional way of marketing to digital marketing. MSMEs, including Catering Amanah Aqiqah, must adopt digital marketing strategies to remain competitive and increase sales. This research aims to analyze the digital marketing strategy implemented by Catering Amanah Aqiqah and determine the marketing strategy planning using the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) approach. This research uses the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) approach to analyze the strategies implemented. Data collection methods include observation, interviews, and literature studies with qualitative descriptive data analysis. The results showed that Amanah Aqiqah Catering has not optimally applied STP analysis in its digital marketing strategy. Although they have utilized social media such as Facebook, Instagram, and WhatsApp for promotion, these platforms have not been fully effective in increasing sales volume. This is due to the lack of proper market segmentation and poorly structured targeting and positioning. Amanah Aqiqah Catering needs to improve its digital marketing strategy by focusing more on in-depth market analysis and content customization to suit a more specific target audience. This research emphasizes the importance of optimizing STP-based digital marketing strategies to help MSMEs such as Catering Amanah Aqiqah compete in an increasingly competitive market and achieve higher sales targets.

Keywords: *Digital Marketing, Sales Volume, STP (Segmentation, Targeting, Positioning).*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Kerangka Berpikir	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Strategi Pemasaran.....	13
2.2 Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	14
2.3 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	20
2.4 Saluran Media Digital Marketing	22
2.5 Pemasaran Media Sosial (<i>Social Media Marketing</i>)	25

2.6	Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	26
2.7	Pengertian Volume Penjualan	27
2.8	Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Lokasi Penelitian	35
3.2	Waktu Penelitian.....	35
3.3	Jenis Data	35
3.4	Sumber Data.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Metode Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum	42
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Strategi <i>Digital Marketing</i> pada Catering Amanah Aqiqah.....	43
4.2.2	Perencanaan STP pada Catering Amanah Aqiqah	48
4.3	Pembahasan.....	51
4.3.1	Strategi <i>Digital Marketing</i> pada Catering Amanah Aqiqah.....	52
4.3.2	Perencanaan STP pada Catering Amanah Aqiqah	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir	8
Gambar 4. 1 Facebook Kantor Pemasaran Amanah	45
Gambar 4. 2 Facebook Amanah Aqiqah Tegal	45
Gambar 4. 3 Instagram Catering Amanah Aqiqah	47
Gambar 4. 4 WhatsApp Catering Amanah Aqiqah	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara	63
Lampiran 2 Foto bersama pemilik UMKM Catering Amanah Aqiqah	66
Lampiran 3 Buku Bimbingan	67