

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA BRAND UMKM KERIPIK BROWNIES BRONCHIPS**

SKRIPSI



Oleh :

ROBBY ADITYA

NPM 20042010133

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA BRAND UMKM KERIPIK BROWNIES BRONCHIPS
(Studi pada Brand UMKM Keripik Brownies Bronchips)**

SKRIPSI



Oleh :

ROBBY ADITYA

NPM 20042010133

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA BRAND UMKM KERIPIK BROWNIES BRONCHIPS
(Studi pada Brand UMKM Keripik Brownies Bronchips)**

Disusun Oleh :

Robby Aditya

NPM. 20042010133

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



R. Yuniardi Rusdianto.S.SOS.,M.Si

NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Catur Surotnoaji. M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA BRAND UMKM KERIPIK BROWNIES BRONCHIPS
(Studi pada Brand UMKM Keripik Brownies Bronchips)**

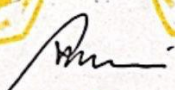
Disusun Oleh :

ROBBY ADITYA
NPM. 20042010133

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Sidang Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 18 September 2024

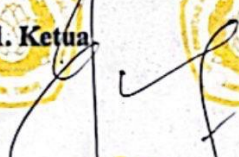
Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


R. Yuniardi Rusdianto.S.SOS.,M.Si
NIP. 197206132021211003

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris



Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

3. Anggota


R. Yuniardi Rusdianto.S.SOS.,M.Si
NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suotnoaji, M.Si
NPT. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robby Aditya
NIM : 20042010133
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Administrasi Bisnis
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada Brand UMKM Keripik Brownies Bronchips (Studi pada UMKM Keripik Brownies Bronchips)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 19 September 2024

Yang Menyatakan

(Robby Aditya)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya-Nya penulis dapat menuntaskan skripsi ini dengan judul **“Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada Brand UMKM Keripik Brownies Bronchips”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak pihak yang turut serta membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini sehingga penyusunan dapat berjalan dengan lancar dan tepat pada waktu yang diharapkan penulis. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak R. Yuniardi Rusdianto S.Sos., M.SI. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan nasehat, bimbingan, motivasi serta saran bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Mega selaku owner dari Keripik Brownies Bronchips yang telah memberikan izin serta kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian di Keripik Brownies Bronchips.
5. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak M. Muchson dan Ibu Aschuliyah yang telah memberikan banyak dukungan emosional serta dana operasional tambahan sebagai bentuk upaya menyemangati penulis.
6. Kakak dan saudara serta seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
7. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun penyusunannya, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa menambah pengetahuan para pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang.

Surabaya, 8 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB II LATAR BELAKANG | 6 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 6 |
| 2.2 Landasan Teori | 9 |
| 2.2.2 Pemasaran | 10 |
| 2.2.2.2 Strategi Pemasaran | 11 |
| 2.2.2.3 Bauran Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.3 Digital Marketing..... | 15 |
| 2.2.3.1 Definisi Digital Marketing | 15 |
| 2.2.3.2 Tahapan Digital Marketing..... | 15 |
| 2.2.3.3 Dimensi Digital Marketing | 17 |
| 2.2.4 Penjualan..... | 20 |
| 2.2.4.1 Definisi Penjualan | 20 |
| 2.2.4.2 Tujuan Penjualan..... | 21 |
| 2.2.4.3 Meningkatkan Penjualan..... | 22 |
| 2.2.5 Analisis Swot | 22 |
| 2.2.5.1 Definisi Analisis SWOT..... | 22 |
| 2.2.5.2 Tujuan Analisis SWOT | 25 |
| 2.2.5.3 Matriks Analisis SWOT | 26 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 31 |
| 3.2 Fokus Penelitian | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3 Lokasi Penelitian | 32 |
| 3.4 Informan Penelitian | 32 |
| 3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 33 |
| 3.5.1 Definisi Operasional | 33 |
| 3.5.2 Variabel Bebas | 33 |
| 3.5.3 Variabel Terikat..... | 33 |
| 3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel..... | 33 |
| 3.6.1 Populasi..... | 34 |
| 3.6.2 Sampel dan Penarikan Sampel..... | 34 |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 3.7.1 In-depth Interview..... | 35 |
| 3.7.2 Observasi | 35 |
| 3.8 Jenis Data dan Sumber Data..... | 35 |
| 3.8.1 Jenis Data..... | 35 |
| 3.8.2 Sumber Data | 35 |
| 3.9 Teknik Analisis Data..... | 36 |
| 3.9.1 Analisis SWOT | 36 |
| 3.9.1.1 Matriks IFAS | 36 |
| 3.9.1.2 Matriks EFAS..... | 38 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 44 |
| 4.1 Pengumpulan Data | 44 |
| 4.2 Gambaran Umum | 44 |
| 4.2.1 Profil Perusahaan | 44 |
| 4.2.2 Logo Perusahaan..... | 45 |
| 4.2.3 Struktur Perusahaan | 46 |
| 4.3 Penyajian Data..... | 46 |
| 4.3.1 Analisis SWOT | 57 |
| 4.3.2 Analisis Faktor Matriks IFAS dan EFAS | 58 |
| 4.3.3 Diagram SWOT | 63 |
| 4.3.4 Matriks Internal Eksternal | 64 |
| 4.3.5 Matriks Alternatif Strategi SWOT | 66 |
| 4.4 Pembahasan | 69 |

| | |
|---|----|
| 4.4.1 Kendala yang Dihadapi..... | 73 |
| 4.4.2 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu | 73 |
| BAB V KESIMPULAN | 77 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 77 |
| 5.2 Saran | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | 80 |
| LAMPIRAN..... | 83 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Matriks SWOT | 28 |
| Tabel 3. 1 IFAS | 38 |
| Tabel 3. 2 EFAS | 39 |
| Tabel 3. 3 Matriks SWOT | 42 |
| Tabel 4.1 Hasil Rata-rata Kuisisioner Responden IFAS | 59 |
| Tabel 4.2 Hasil IFAS | 59 |
| Tabel 4.3 Hasil Rata-rata Kuisisioner Responden EFAS | 62 |
| Tabel 4.4 Hasil EFAS | 62 |
| Tabel 4.5 Total Skor Faktor Strategi | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT | 24 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir | 30 |
| Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT | 39 |
| Gambar 4. 1 Diagram SWOT Keripik Brownies Bronchips | 65 |

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini mempunyai tujuan utama yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi pada dimensi digital marketing yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Bronchips Brownie Chips. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Bronchips Brownie Chips. Subyek penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan beberapa konsumen. **Desain & Metode Penelitian:** Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dengan menggunakan tabel IFAS dan EFAS. **Temuan:** Hasil analisis penelitian menggunakan IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa Keripik Bronchips Brownie mempunyai faktor kekuatan memperoleh skor total sebesar 3,01 sedangkan faktor kelemahan memperoleh skor total sebesar 0,34. Ancaman memperoleh skor total 0,51 sedangkan Peluang memperoleh skor total 2,77. Secara keseluruhan nilai total faktor strategi internal sebesar 3,35, sedangkan nilai total faktor strategi eksternal sebesar 3,28. Dilihat dari konsekuensi garis SWOT Bronchips Brownie Chips berada pada kuadran I dengan nilai (X;Y) (2.67; 2.26) yaitu dengan menggunakan perencanaan agresif. Membuat rencana yang membutuhkan kekuatan untuk menjadi peluang merupakan strategi agresif. **Kontribusi & Nilai Tambah:** Kontribusi utama di balik penelitian ini adalah agar para pengusaha dan UMKM yang belum go digital mengetahui potensi dan dampak penerapan digital marketing.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, UMKM, Analisis SWOT

ABSTRACT

Objective: This research has the main objective, namely to find out and analyze strategies in the digital marketing dimension that are applied in increasing sales at Bronchips Brownie Chips MSMEs. The research carried out was descriptive qualitative research. This research was conducted on Bronchips Brownie Chips MSMEs. The subjects of this research are owners, employees and several consumers. **Research Design & Methods:** The data analysis method used in this research is SWOT analysis using the IFAS and EFAS tables. **Findings:** The results of research analysis using IFAS and EFAS show that Bronchips Brownie Chips have a strength factor that gets a total score of 3.01 while the weakness factor gets a total score of 0.34. Threats received a total score of 0.51 while Opportunities received a total score of 2.77. Overall, the total value of internal strategy factors is 3.35, while the total value of external strategy factors is 3.28. Judging from the consequences of the SWOT line, Bronchips Brownie Chips is in quadrant I with a value of (X;Y) (2.67; 2.26), namely by using aggressive planning. Making plans that require strengths to become opportunities is an aggressive strategy. **Contribution & Value Added:** The main contribution behind this research is for entrepreneurs and MSMEs who have not yet gone digital to know the potential and impact of implementing digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, MSME, SWOT Analysis