

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN KERIPIK PISANG LUMER VILONI
BANANA CHIPS KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh:

Vikri Jaya Anugrah
NPM. 21042010001

**KEMENTIRAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVRSITAS PEMBAGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

**Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan
Keripik Pisang Lumer Villoni Banana Chips Kabupaten Jombang**

Disusun Oleh :

Vikri Java Anugrah
NPM. 21042010001

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Keripik Pisang Lumer Viloni Banana Chips Kabupaten Jombang

Disusun Oleh:

Vikri Jaya Anugrah
NPM. 21042010001

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 16 Juli 2025

Menyetujui:

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

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

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB.
NIP. 198910302020121007

2. Sekretaris

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA.
NPT. 21119771204337

3. Anggota

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

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vikri Jaya Anugrah
NPM : 21042010001
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 21 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Vikri Jaya Anugrah
NPM. 210412010001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Keripik Pisang Lumer Viloni *Banana Chips* Kabupaten Jombang ”** dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, MSi. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
3. Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing.
4. Dosen-dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Kedua Orang Tua saya Bapak Heri dan Ibu Mulianah yang selalu dan tak henti- hentinya memberikan kasih sayanag, cinta motivasi tentang begitu berartinya kerja keras tanpa kenal rasa keluh kesah serta doa yang tiada

hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik.

6. Kepada pasangan saya Ayuni yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada penulis agar semangat mengerjakan penelitian ini.
7. Seluruh Teman Teman yang senantiasa menemani, menghibur mendukung sehingga penulis bersemangat menjalani kuliah. Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan.

Penulis hanya dapat berdoa semoga kebaikan yang diberikan akan dibalas oleh Allah SWT dengan yang lebih baik. Dan semoga amalan yang kita lakukan bermanfaat bagi kita semua di dunia maupun di akhirat.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, Februari
2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi internet yang saat ini berkembang pesat di masyarakat, strategi digital marketing sebagai respons terhadap perkembangan pesat teknologi internet saat ini. Bagi para pelaku bisnis, digital marketing menjadi cara efektif dan cepat untuk menjangkau konsumen lebih luas serta meningkatkan volume penjualan produk melalui internet.

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis bagaimana Viloni Banana Chips menerapkan strategi digital marketing untuk mengembangkan bisnis dan mempromosikan produknya, yang pada akhirnya meningkatkan omzet penjualan. Evaluasi dilakukan menggunakan bauran pemasaran, analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), sosial media marketing dan juga meninjau apakah strategi digital marketing yang diterapkan sudah efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode bauran pemasaran yang mencakup 7P (Product, Price, Place, dan Promotion, Process, People, Physical Evidence), analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), Matriks IFAS, Matriks EFAS, dan Matriks SWOT. Data dikumpulkan dari data primer dan sekunder melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing Viloni Banana Chips berhasil diimplementasikan dengan baik melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook dan TikTok, sehingga omzet penjualan meningkat. Matriks IFAS menunjukkan bahwa Viloni Banana Chips kuat dalam mengidentifikasi faktor internal, sementara Matriks EFAS

menunjukkan kemampuan yang baik dalam merespons peluang dan menghindari ancaman dari pesaing.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Media Sosial Marketing, Penjualan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Teoritis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Landasan Teori	25
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	25
2.2.2 Analisis SWOT	40
2.2.3 Digital Marketing.....	44
2.2.4 Meningkatkan Penjualan.....	57
2.3 Kerangka Berpikir	60
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Jenis Penelitian	61
3.2 Fokus Penelitian	62
3.3 Pendekatan Penelitian.....	62
3.4 Batasan Konsep Penelitian	63

3.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	63
3.6 Subjek Dan Objek Penelitian.....	63
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.7.1 Jenis data.....	64
3.7.2 Uraian tentang cara dan prosedur pengumpulan data secara rinci	65
3.8 Teknik Analisis Data	67
3.9 Analisis SWOT.....	68
3.8 Matriks SWOT	71
3.10 Jadwal Penelitian.....	71
BAB IV	72
4.1 Pengumpula Data.....	72
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	72
4.2.1 Profil Perusahaan.....	72
4.2.2 Tujuan Perusahaan.....	73
4.3 Pelaksanaan strategi digital marketing pada Viloni Banana Chips	76
4.3.1 Bauran Pemasaran	77
4.3.2 Analisis SWOT Viloni Banana Chips	88
4.3.4 Matriks Alternatif strategi SWOT	100
4.3.5 Sosial Media Marketing Viloni Banana Chips.....	105
4.3.6 Analisis Peningkatkan Penjualan Viloni Banana Chips	112
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Viloni Banana Chips Dengan Penelitian Terdahulu	113
4.5 Formula Strategi.....	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 kesimpulan	120
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Akun Sosial Media Viloni	4
Tabel 2 Pendapatan Tahun 2022	12
Tabel 3 Pendapatan Viloni Banana Chips Pada Bulan Januari.....	12
Tabel 4 Pendapatan Viloni Tahun 2024.....	13
Tabel 5 Data Primer	64
Tabel 6 Jadwal Penelitian	71
Tabel 7 Struktur organisasi Viloni	74
Tabel 8 Daftar Produk Viloni.....	78
Tabel 9 hasil penelitian faktor internal.....	94
Tabel 10 Penelitian Faktor Eksternal	96
Tabel 11 Hasil Skor Ifas Dan Efas.....	97
Tabel 12 Matriks Alternatif SWOT	101
Tabel 13 perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Viloni Banana Chips	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Instagram Viloni.....	5
Gambar 2 Akun Tiktok Viloni	6
Gambar 3 Akun youtube Viloni.....	7
Gambar 4 Akun Facebook Viloni	8
Gambar 5 Akun Facebook Viloni	10
Gambar 6 Diagram SWOT	42
Gambar 7 Kerangka Berpikir.....	60
Gambar 8 Analisis Data Kualitatif.....	68
Gambar 9 Logo Viloni	72
Gambar 10 Diagram Matriks SWOT	98
Gambar 11 Matriks Internal Eksternal.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara.....	130
Lampiran 2 Dokumentasi.....	166