

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN JASA TRANSPORTASI
PADA CV NATTA TRANSPORTASI
KABUPATEN SEMARANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen Dan Administrasi Logistik
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro**



Disusun oleh:

Nama : Faza Munadi Iman

NIM : 40011320650078

**PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK**

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Semua bisa dihadapi ketika kita mengetahui peluangnya, peluang bisa ditemukan ketika kita melaksanakannya”

(Faza)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada orang tua saya, Bapak Trensa Adiana dan Ibu Eri Sri Sulistianti yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan dukungan penuh dan membiayai perkuliahan saya sedari awal hingga akhir, kemudian kepada saya, kakak saya Salsa dan, ketiga adik saya Riski, Nail, dan Mirza yang juga tidak luput selalu memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini dengan penuh suka cita.

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan
Jasa Transportasi Pada CV Natta Transportasi Kabupaten
Semarang

Nama : Faza Munadi iman

NIM : 40011320650078

Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik

Disetujui untuk dapat melakukan siding tugas akhir pada tanggal 17 Februari 2025
oleh

Dosen pembimbing:

Dr. Nurul Imani Kurniawati S.E., M.M.

NIP.H.7.198510312018072001



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan
Jasa Transportasi Pada CV Natta Transportasi Kabupaten
Semarang

Nama : Faza Munadi iman

NIM : 40011320650078

Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan D-IV
(Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro

Dosen pembimbing:

Dr. Nurul Imani Kurniawati S.E., M.M.

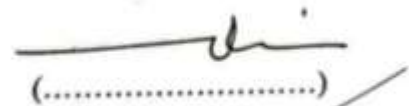
NIP.H.7.198510312018072001



Dosen Penguji 1:

Dr. Drs. Mashudi S.E., M.M

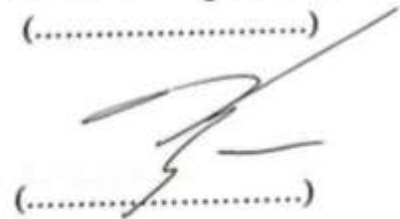
NIP. 196010011990031004



Dosen Penguji 2:

Kholidin S.Kom., M.Kom

NIP. 197403122007011001



Semarang, 17 Februari 2025

Ketua Program Studi



Titik Djumiarti S.Sos., M.Si

NIP. 197009251994032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : Faza Munadi Iman
2. Nomor Induk Mahasiswa : 40011320650078
3. Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 18 April 2001
4. Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik
5. Alamat : Perumahan Puri Delta Asri B3 No 5,
Kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten
Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah tugas akhir yang saya tulis dengan judul “**Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Transportasi Pada CV Natta Transportasi Kabupaten Semarang**” adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisane saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis ini terbukti bukan hasil karya saya sendiri melainkan hasil menjiplak karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan karya ilmiah dengan seluruh implikasi sebagai akibat dari kecurangan yang telah saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang 19 Januari 2025

Pembuat Pernyataan

Abstrak

Perusahaan CV Natta Transportasi belum memiliki strategi yang optimal dalam meningkatkan penjualan yang sesuai dengan target yang telah ditentukan. Berdasarkan teori Chaffey (2020) penelitian ini didapatkan permasalahan yang terjadi yaitu belum adanya konten yang menarik dan keterbatasan penggunaan *platform* utama seperti website dan SEO. Maka dari itu tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran dengan *Digital Marketing* pada CV Natta Transportasi Kabupaten Semarang, kemudian mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi *Digital Marketing*. Pada penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data. Teknik penelitian yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara serta dokumentasi. Pada hasil penelitian penjualan tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan sekalipun penggunaan media sosial sudah implementasikan. Maka dari itu begitu diperlukan perbaikan konten dan pemanfaatan *platform* secara menyeluruh yang dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Penjualan, *Platform*, Strategi

Abstract

CV Natta Transportasi has not yet implemented an optimal strategy to increase sales in accordance with its predetermined targets. Based on Chaffey's theory (2020), the identified issues include the lack of engaging content and the limited utilization of primary platforms such as websites and SEO. Therefore, this study aims to identify digital marketing strategies for CV Natta Transportasi in Kabupaten Semarang and determine the supporting and inhibiting factors of digital marketing strategies. This research employs a qualitative method using primary and secondary data as data sources. The research techniques used include observation, interviews, and documentation. The findings indicate that sales have not significantly increased despite the implementation of social media. Therefore, it is crucial to improve content quality and optimize platform utilization to enhance the company's sales performance.

Keywords: *Digital Marketing, Sales, Platform, Strategy*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Strategi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Transportasi Pada CV Natta Transportasi Kabupaten Semarang” ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Penyusunan Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan serta memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis menyadari bahwa ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu penulis mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
2. Dr. Edy Raharja, S.E., M. Si. selaku Ketua Departemen Bisnis dan Keuangan Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
3. Titik Djumiarti S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik
4. Seluruh Dosen Manajemen dan Administrasi Logistik UNDIP, khususnya kepada Dr. Nurul Imani Kurniawati S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing

Akademik yang telah memberikan berbagai arahan dan evaluasi dalam penyusunan Tugas Akhir.

5. Bapak Tresna Adiana selaku direksi CV Natta Transportasi Kabupaten Semarang
6. Para karyawan dan jajaran staff CV Natta Transportasi terkhusus Mas Rudi, Mas Alen dan, Mas Yoga selaku divisi terkait dibidang pemasaran yang telah memberikan ilmu dan wawasan dalam industri mikro transportasi.
7. Kepada Ibu Eri Sri Sulistianti dan saudara yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat selama saya masih berkuliah dari awal hingga akhir.
8. Kepada rekan-rekan Compunirforte Mal angkatan 20 yang telah menjadi teman terbaik seperjuangan di masa kuliah dengan keterbatasan waktu namun dapat memberikan pembelajaran yang berharga.
9. Kepada teman terdekat saya yakni Bryan Akbar Flestino, Muhammad Naufal Shidqi, dan Victor Rahadi Prasetya yang telah menghibur, menyemangati, dan mendukung saya selama menyusun Tugas Akhir ini.
10. Kepada Ayu Indah Berlian yang telah membantu mengarahkan dan seantiasa menemani dalam proses pentusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penyusunan Tugas Akhir ini terdapat banyak kesalahan. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan banyak manfaat khususnya bagi penulis dan pada umumnya bagi para pembaca.

Semarang, 19 Januari 2025

DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ivv
Abstrak.....	vi
<i>Abstract</i>.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4.1 Bagi Peneliti.....	14
1.4.2 Bagi Program Studi D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik.....	14
1.4.3 Bagi Perusahaan CV Natta Transportasi.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16

2.1	Kajian Teori.....	16
2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2	Pemasaran	16
2.1.3	Pemasaran Jasa.....	18
2.1.4	<i>Digital Marketing</i>	19
2.1.5	Teori Pendukung	20
2.1.6	Implementasi strategi <i>Digital Marketing</i> pada industri jasa	21
2.1.7	Strategi <i>Digital Marketing</i>	21
2.1.8	Model dan Kerangka Strategi <i>Digital Marketing</i>	22
2.1.9	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Penjualan.....	23
2.1.10	Penjualan.....	23
2.2	Kajian Peneliti Terdahulu.....	25
2.3	Alur Kerangka Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Pendekatan Penelitian.....	42
3.2	Fokus dan Lokasi Penelitian.....	43
3.3	Fenomena Penelitian	43
3.4	Sumber Data	44
3.4.1	Sumber Data Primer	44
3.4.2	Sumber Data Skunder	45
3.5	Penentuan Informan Penelitian	45
3.6	Instrumen Penelitian	46
3.7	Teknik Pengumpulan Data	47
3.7.1	<i>Interview</i> (Wawancara).....	47

3.7.2	Observasi	48
3.7.3	Dokumentasi	48
3.8	Teknik Analisis Data	49
3.8.1	Reduksi Data	49
3.8.2	Penyajian Data	49
3.8.3	Penarikan Kesimpulan	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.2	Visi dan Misi CV. Natta Transportasi	54
4.1.3	Visi dan Misi CV. Natta Transportasi Budaya Perusahaan	55
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	56
4.1.5	Lokasi Perusahaan.....	67
4.2.	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	68
4.2.1	Strategi Digital Marketing CV Natta Transportasi	68
4.2.2	Implementasi Teori <i>Digital Marketing</i> CV Natta Transportasi	72
4.2.3	Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi <i>Digital Marketing</i>	78
4.3.	Output Penelitian.....	83
BAB V PENUTUP		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN.....		96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jenis Harga Sewa Mobil	7
Tabel 1.2 Data Penjualan Sewa dan Pendapatan pada tahun 2018-2024.....	11
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Penentuan Informan Penelitian	45
Tabel 4.1 Fungsi Konten <i>Platform</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Internet Users Over Time</i>	2
Gambar 1.2 Media Iklan Digital	9
Gambar 21 Alur Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Logo CV. Natta Transportasi	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi CV Natta Transportasi	57
Gambar 4.3 Lokasi Perusahaan.....	67
Gambar 4.4 Jumlah Unit Tersewa dan Pendapatan Bersih	71
Gambar 4.5 Website Resmi CV Natta Transportasi	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	96
Lampiran 2 Biodata Peneliti.....	101
Lampiran 3 Surat Keterangan Izin Penelitian	102
Lampiran 4 Dokumentasi.....	103