

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT UTAMA *FURNITURE***

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 :

Said Abdul Hakim Keleib

40011321650141

**MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG**

2025

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Al-Qur'an Surah Al Baqarah 2:286)

“Pada akhirnya takdir Allah SWT selalu baik, walaupun terkadang perlu air mata
untuk menerimanya”

(Umar Bin Khatab)

PERSEMBAHAN

“Tugas akhir ini kupersembahkan dengan tulus kepada Ayah, Ibu, saudara, dan seluruh keluarga besar tercinta yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan semangat. Terima kasih atas doa, kasih sayang, serta dukungan moril dan materil yang tiada henti, yang telah mengiringi setiap langkah hingga tercapainya kelulusan”

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Digital Marketing Dalam
Meningkatkan Penjualan dan Jasa Pada PT Utama
Furniture

Nama : Said Abdul Hakim Keleib

Nim : 40011321650141

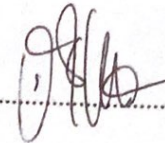
Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik

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

Dosen Pembimbing :

Suwandi, S.A.P., M.Si.

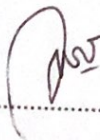
NIP. 199004122019031007


(.....)

Dosen Penguji 1:

Anafil Windriya S.E., M.M.

NIP. 199301242019032017


(.....)

Dosen Penguji 2:

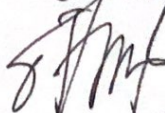
Dr. Edy Raharja, SE., M.Si.

NIP. 197004251997021001


(.....)

Semarang, 15 Agustus 2025

Ketua Program Studi


Dr. Titik Djumiarti S.Sos., M.Si.

NIP. 197009251994032001

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan untuk memanfaatkan strategi digital marketing sebagai sarana meningkatkan penjualan dan kualitas layanan. Namun, PT Utama Furniture menghadapi tantangan signifikan berupa inkonsistensi konten di media digital, pengelolaan database pelanggan yang belum optimal, serta pemanfaatan mesin pencari digital yang terbatas, sehingga strategi digital marketing yang dijalankan belum sepenuhnya efektif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital marketing perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan layanan jasa. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pihak internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, meskipun perusahaan telah memanfaatkan berbagai kanal digital seperti media sosial dan website, terdapat potensi signifikan untuk meningkatkan visibilitas merek, loyalitas pelanggan, dan efektivitas kampanye penjualan melalui penguatan database pelanggan, pelatihan SDM, serta evaluasi berkala terhadap efektivitas media digital yang digunakan.

Kata kunci: *digital marketing, furniture*, penjualan, strategi pemasaran.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology encourages companies to leverage digital marketing strategies to enhance sales and service quality. However, PT Utama Furniture faces significant challenges, including inconsistent digital content, suboptimal customer database management, and limited utilization of digital search engines, resulting in digital marketing strategies that are not yet fully effective and sustainable. This study aims to analyze the company's digital marketing strategies in improving sales and service performance. A qualitative descriptive approach was employed, using interviews, observations, and documentation of internal company data. The results indicate that, although the company utilizes various digital channels such as social media and its official website, there is substantial potential to improve brand visibility, customer loyalty, and campaign effectiveness through strengthening the customer database, providing employee training, and regularly evaluating the effectiveness of digital channels used.

Keywords: *digital marketing, furniture, marketing strategy, sales.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul: “Analisis Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Jasa Pada Pt Utama *Furniture*”, sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana.

Tugas akhir ini disusun untuk menjelaskan pemanfaatan strategi *digital marketing* secara optimal dalam meningkatkan penjualan. Dalam prosesnya, penulis mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof Dr. Suharnomo S.E., selaku Rektor Universitas Diponegoro atas dukungan dalam arahan dan menunjang Pendidikan mahasiswa.
2. Prof Dr.Ir. Budiyo, M.S.i. selaku Dekan Sekolah Vokasi Undip yang membantu dan memberikan kesempatan kepada mahasiswa nya untuk melakukan Kegiatan Magang.
3. Dr.Titik Djumiarti S.Sos., M.S.i. selaku Ketua Program Studi D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik.
4. Suwandi S.A.P., M.Si. selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan selama pembuatan Tugas Akhir
5. Anafil Windriya S.E., M.M. sebagai dosen penguji 1 dan Dr. Edy Raharja S.E., M.Si. selaku dosen penguji 2 yang telah menguji penelitian tugas akhir ini dengan tujuan untuk menyempurnakan penyusunannya.

6. Bapak Fahad Fares Said dan seluruh karyawan yang telah membimbing saya selama di PT Utama *Furniture*.
7. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya, memberikan dukungan moral, dan selalu mendoakan saya dimanapun dan kapanpun hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman angkatan Manajemen dan Administrasi Logistik angkatan 2021, saya tidak bisa sebutkan satu-persatu dan juga teman seperjuangan bimbingan saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan Tugas Akhir saya.

Berkat dukungan dari berbagai pihak yang telah disebutkan sebelumnya, penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya. Meski masih jauh dari sempurna, penulis telah berusaha semaksimal mungkin. Terima kasih atas segala dukungan yang diberikan, semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyajian dan susunan laporan ini karena keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan ke depan. Semoga Tugas Akhir ini memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
MOTTO	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1. Latar Belakang	15
1.2. Rumusan Masalah	22
1.3. Tujuan Penelitian	23
1.4. Manfaat Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1. Kajian Teori.....	25
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	42
2.3. Alur Kerangka Penelitian.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Pendekatan Penelitian	53
3.2 Fokus Dan Lokus Penelitian	54
3.3. Fenomena Penelitian.....	55
3.4 Sumber Data Penelitian.....	57
3.5 Penentuan Informan Penelitian	58
3.6 Instrumen Penelitian	60
3.7 Teknik Pengumpulan Data	61
3.8 Teknik Analisis Data	63
3.9 Triangulasi Data	65
BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN	66
4.1 Profil Perusahaan	66
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	70
4.3 Output Penelitian	96
BAB V KESIMPULAN dan SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108

LAMPIRAN 1	111
LAMPIRAN 2	117
LAMPIRAN 5	118
LAMPIRAN 3	119
LAMPIRAN 4	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Unit Terjual PT Utama Furniture	20
Gambar 2.1 Alur Kerangka Penelitian	52
Gambar 4.1 Logo PT Utama Furniture	66
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT Utama Furniture	68
Gambar 4.3 Search Engine Operation.....	71
Gambar 4.4 Penilaian Rating Google.....	78
Gambar 4.5 Laporan Google Ads	81
Gambar 4.6 <i>Website</i>	83
Gambar 4.7 <i>Costumer Relationship Management</i>	96

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Harga Produk PT Utama Furniture	Error! Bookmark not defined.
Table 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Fenomena Penelitian	56
Tabel 3.2 Informan Penelitian	59