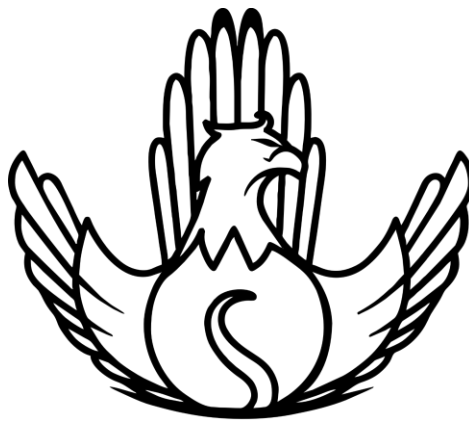


**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

(STUDI KASUS PADA KUE PIA BUNDA 2F)



**STIE
Surakarta**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

VISTA PUTRI TODUHO

NIM. 21110031

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA KUE PIA BUNDA 2F)

Oleh:

VISTA PUTRI TODUHO
NIM. 21110031

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Surakarta, 26 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Gilang Habib Azky Pratama H.P., S.Pd.

PENGESAHAN PENGUJI

TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA KUE PIA BUNDA 2F)

Oleh:
VISTA PUTRI TODUHO
NIM. 21110031

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Surakarta, 10 Maret 2026
Dewan Penguji

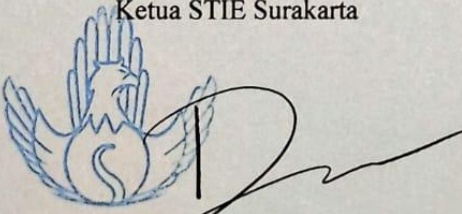
Juni Kristanto, S.M., M.M
Ketua

Gilang Habib Azky Pratama H.P, S.Pd
Anggota

:
:
:

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta


Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vista Putri Toduho

NIM : 21110031

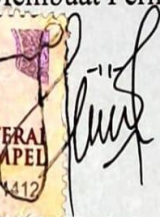
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA KUE PIA BUNDA 2F) adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Surakarta, 10 Maret 2026

Yang Membuat Pernyataan,

Ma
1000
SEPULUH RIBU RUPIAH
TEL. 70
METRAL
TEMPEL
0B9C8ANX27581412



Vista Putri Toduho

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Melangkah dengan semangat, karena doa Mama selalu ada bersamamu.”

Mama

“And it’s fine to fake it until you make it, until you do, until it’s true”

Tylor Swift

“Ketika kamu down tau apa yang kamu harus lakukan?

Tetap berjalan, tetap berjalan”

Dory – Finding Nemo

“Tetap bermimpi meski terhantam duka dan luka”

Mahalini

PERSEMBAHAN

Tiada lembaran skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembaran persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Cinta pertama dan pintu surga penulis, Bapak Hardi dan (almh) Ibu Ros Mastur. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Memberikan cinta, kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terimakasih sudah berjuang untuk penulis, membesarkan dan mendidik sampai mendapat gelar sarjana. Semoga skripsi ini bisa menjadi bukti pengorbanan kalian tidak pernah sia-sia.
3. Kepada orang tua kedua penulis, Bapak Ade Sangadji dan Ibu Salam Husen. Terima kasih atas kasih sayang, cinta dan ketulusan yang selalu diberikan sejak kecil. Segala doa dan perhatian yang diberikan menjadi kekuatan besar bagi penulis hingga mampu sampai pada tahap ini.
4. Kedua kakak dan adik tercinta, Oktavina Rahman, Farhan dan Roqayyah Ajariah. Terima kasih selalu memberikan semangat dan dukungan tiada henti.
5. Teruntuk sepupu sekaligus sahabat masa kecil penulis Aqhina Dzikra, Berkah Toduhu dan Putri Nurzazillah. Terima kasih untuk kebersamaan yang sudah terjalin sejak kecil, tumbuh bersama, hingga saling menguatkan dalam setiap proses hidup.
6. Teruntuk kedua sahabat penulis Ekaradiah hafid dan Vebri Dayanti. Terima kasih atas dukungan, tawa dan kebersamaan yang membuat perjuangan ini terasa lebih ringan.
7. Sahabat di perantauan Tri Utami, Nabhila Akmalia Balqis, Riana Yulianti, Kezia Lintang Sharira, Angelina Putri, dan Hidayah Ratna Dewi. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama menempuh pendidikan.
8. Penyemangat tiada tara Desina Aprilia, Nurul Puspitasari, Firdayanti Zahira dan Luth Syamsudin. Terima kasih telah menjadi pelangi yang hadir setelah hujan, memberi semangat, harapan dan kekuatan di setiap proses yang penulis jalani.
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih kepada diri saya Vista Putri Toduhu karena telah bertahan melewati semua rasa lelah dan putus asa, terima kasih untuk tetap berusaha, dan tidak berhenti melangkah hingga sampai pada tahap ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Kue Pia Bunda 2F)”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jejang 1 (S1) Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

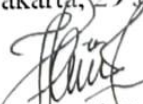
Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan S.M.B.,M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, yang selalu mendorong kami untuk mencapai yang terbaik.
2. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen, yang memberikan inspirasi dan arahan.
3. Bapak Gilang Habib Azky Pratama H.P, S.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukannya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis serta Bapak dan Ibu karyawan yang telah memberikan sarana dan prasarana selama penulis menempuh pendidikan.

Skrpsi ini masi jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki penulis, oleh karena itu kritim dan saran yang membangun sangat diharapkan. Penulis hanya bisa mendo'akan semoga kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dengan kebaikan yang lebih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Surakarta, 29 Januari 2026


Vista Putri Toduho

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TUJUAN PUSTAKA	4
A. Landasan Teori	4
1. Pemasaran Digital.....	4
2. Strategi Pemasaran Digital	5
3. Volume Penjualan	6
B. Penelitian Terdahulu.....	9
C. Kerangka Pikir	12
BAB III METODE PENELITIAN	13
A. Objek Penelitian	13
B. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	13
C. Sumber Data	13
D. Teknik Penentuan Informan /Narasumber.....	13
E. Teknik Pengumpulan Data	15
F. Uji Kredibilitas	15
G. Reduksi Data, Penyajian Data, Dan Kesimpulan	15
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	17

A. Gambaran Umum Kue Pia Bunda 2f.....	17
1. Sejarah Berdirinya Kue Pia Bunda 2F.....	17
2. Digital Marketing	18
B. Hasil Penelitian.....	19
a. Konten Marketing.....	19
b. Penggunaan Sosial Media	20
c. Iklan Digital.....	20
d. CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	21
e. Analitik dan Evaluasi	22
f. Harga	23
g. Promosi.....	23
h. Kualitas Produk	24
i. Distribusi	25
BAB V	26
PENUTUP	26
A. Kesimpulan.....	26
B. Saran	26
DAFTAR PUSTAKA.....	27
DAFTAR LAMPIRAN	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. Pemilihan Informan.....	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir	12
Gambar 2. Harga Kue Pia.....	18
Gambar 3. Postingan WhatsApp	18
Gambar 4. Postingan Facebook.....	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	28
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Narasumber 1	29
Lampiran 3. Transkrip Narasumber 2	31
Lampiran 4. Transkrip Narasumber 3	32
Lampiran 5. Interaksi Berujung Pembelian	33
Lampiran 6. Produk Kue Pia	34
Lampiran 7. Foto Bersama Ibu Oktavina Abd. Rahman Selaku Pemilik Usaha.....	35
Lampiran 8. Foto Bersama Ibu Maryam Selaku Konsumen	36
Lampiran 9. Foto Bersama Berkah Nurani Selaku Konsumen	37

ABSTRACT

The development of digital technology encourages businesses to use digital marketing as a way to market their products or services to increase sales. This study aims to examine how digital marketing strategies can increase sales volume for Kue Pia Bunda 2F. This study uses a qualitative approach, collecting data through interviews, observations, and documentation. Research informants were selected using a purposive sampling method, namely people who are considered to understand and are directly involved in the business's marketing activities. Research shows that using social media as a promotional tool, displaying interesting content, remaining consistent in promotions, and interacting responsively with customers can increase purchase interest and sales volume. Digital marketing carried out with a plan and continuously has been proven to expand the market and make businesses superior in competition.

Keywords: *digital marketing strategy, sales volume.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong para pelaku usaha menggunakan digital marketing sebagai cara untuk memasarkan produk atau jasa mereka agar penjualan bisa meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari cara strategi pemasaran digital dapat meningkatkan volume penjualan produk Kue Pia Bunda 2F. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan cara mengumpulkan data melalui wawancara, pengamatan, dan pendokumentasian. Informan penelitian dipilih dengan metode purposive sampling, yaitu orang-orang yang dianggap memahami dan terlibat secara langsung dalam kegiatan pemasaran usaha tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat promosi, menampilkan konten yang menarik, tetap konsisten dalam berpromosi, serta berinteraksi secara responsif dengan pelanggan, dapat meningkatkan ketertarikan beli dan jumlah penjualan. Pemasaran digital yang dilakukan dengan rencana dan terus-menerus terbukti bisa memperluas pasar dan membuat usaha lebih unggul dalam bersaing.

Kata kunci: strategi marketing digital, volume penjualan