

HALAMAN JUDUL

ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING*

**CV. Satria Martial Arts Indonesia dalam Meningkatkan
Penjualan Produk Satria Martial Arts**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING*

**CV. SATRIA MARTIAL ARTS INDONESIA DALAM PENJUALAN
PRODUK SATRIA MARTIAL ARTS**



Pembimbing I

Pembimbing II

M. EDY SUSILO, M.Si.
NIP 1970 0930 2005 011 001

Dr. CHRISTINA ROCHAYANTI, M.Si
NIP 1959 0723 1994 032 001

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diujikan dan dinyatakan lulus didepan tim penguji skripsi pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 30 Juli 2019

Judul Skripsi : Analisis Strategi Digital Marketing CV Satria Martial Arts Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Satria Martial Arts

Pen

NIM

Fak

NA

1. N

NII

Per

2. I

NIF

Pen

3. P

NIK 2 8501 14 0436 1

Penguji I

4. Senja Yustitia, S.Sos, M.Si

NIK 2 8302 15 0448 1

Penguji II



eteran”

GAN

.....

.....

.....

.....

MOTTO

- ❖ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka, apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap. (Q.S. Al-Insyirah: 6-8).
- ❖ Jangan sia siakan kesempatan yang telah ada sebelum menyesal dikemudian hari.
- ❖ Sebarkan cinta dan kebaikan InsyaALLAH masalah didunia akan sedikit teratasi.
- ❖ Seseorang terpelajar harus juga berlaku adil sudah sejak dalam pikiran, apalagi dalam perbuatan. (Pramoedya Ananta Toer).
- ❖ Pray for solace, Pray for resolve, Pray for savior, Pray for deliverance, some kind of purpose. A glimpse of a light in this void of existence.

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Digital Marketing CV. Satria Martial Arts Indonesia Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Satria Martial Arts” merupakan karya tulis ilmiah yang saya susun sendiri dan tidak ada dalam karya tulis sebelumnya kecuali kutipan – kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Yogyakarta, 24 Juli 2019

Yoggi Asmara

Halaman Persembahan

Sebuah karya tulis ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Ayahanda Sadiman dan Ibunda Yuli Yanti yang selalu memberikan perhatian, bimbingan, doa, semangat, kasih sayang yang tiada hentinya.
- ❖ Untuk Kakak Yudhi Adhi Sanjaya dan Adikku Tercinta Yenni Anggraini, terimakasih telah memberikan semangat yang luar biasa kepadaku.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Digital Marketing CV. Satria Martial Arts dalam meningkatkan Penjualan Produk Satria Martial Arts” ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan penelitian hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak, MUHAMMAD EDY SUSILO, MSi Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Yogyakarta, dan selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. CHRISTINA ROCHAYANTI, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan saran hingga skripsi ini selesai dibuat.
2. Bapak Panji Dwi A, M.I.Kom selaku dosen Penguji I dan Senja Yustitia, M.Si selaku dosen Penguji II atas semua saran dan masukannya untuk skripsi saya agar lebih baik lagi.
3. Ayahanda dan Ibunda, terimakasih atas doa dan nasehat serta kasih sayang yang telah diberikan pada anakmu ini, dan semoga anakmu ini dapat berguna bagi Keluarga, Agama, Bangsa, dan Negara.
4. Terimakasih untuk Kakakku Yudhi Adhi Sanjaya dan adikku tersayang Yenni Anggraini dan sepupuku Cahya Dwi Agustya yang selalu menyemangatiku dalam mengerjakan skripsi.

5. Terimakasih bapak Agus Herdadi, SP, MMA telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Satria Martial Arts, terimakasih atas data yang diberikan selama penelitian.
6. Pangeran Anggitya Parahita yang sudah banyak membantu dalam memberikan informasi
7. Terimakasih juga untuk mbak Tiwi Anissa yang sudah mau di wawancarai
8. Terimakasih semua teman teman angkatan 12 setelah 7 tahun ini akhirnya kita menyelesaikannya juga

Yogyakarta, Juli 2019

Penulis

Abstrak

Satria Martial Arts adalah supplier dan produsen peralatan olahraga dan perlengkapan beladiri untuk berbagai macam komunitas seni bela diri. Awalnya hanya khusus menyediakan peralatan Taekwondo, Karate dan Silat namun kini berkembang menjadi seni bela diri lain dan olahraga umum untuk penyediaan peralatan dan perlengkapan latihan, untuk memenuhi kebutuhan perlengkapan beladiri di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi digital marketing yang dilakukan oleh Satria Martial Arts. Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta melakukan observasi pada website resmi www.satria-martialarts.com, *Instagram*, *Marketplace*, *Email* dan media lainnya yang mendukung penulisan Tugas Akhir ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Berdasarkan hasil penelitian, Satria Martial Arts melibatkan peran digital marketing mulai dari penentuan marketing mix perusahaan, dalam hampir seluruh kegiatan pemasaran dan penjualan produk Satria Martial Arts. Satria Martial Arts memasarkan produknya melalui offline store dan juga secara online dengan melakukan optimalisasi *digital marketing tools* secara terintegrasi. Penggunaan digital marketing membantu Satria Martial Arts dalam menjalankan fungsi pemasaran secara efektif dan efisien serta dalam membantu meningkatkan loyalitas dan penjualan produk Satria Martial Arts.

Kata kunci : *Digital Marketing, Marketing Mix, AISAS*

Abstract

Satria Martial Arts is a supplier and manufacturer of sports equipment and self-defense equipment for various types of martial arts communities. Initially only specialized in providing Taekwondo, Karate and Silat equipment, but now developed into other martial arts and general sports for the provision of equipment and training equipment, to meet the needs of martial arts equipment in Yogyakarta. This study aims to find out how digital marketing strategies are carried out by Satria Martial Arts. In this study the authors used a qualitative descriptive paradigm with methods of collecting data through interviews, observation and documentation. The speakers in the data collection were Mr. Agus Herdadi, S.P., MMA as the founder and CEO of Satria Martial Arts and Anggitya Parahita Putra, Amd. as Head of Online Marketing for Martial Arts and permanent consumers of Satria Martial Arts, namely Tiwi Anissa. As well as making observations on the official website www.satria-martialarts.com, Instagram, Marketplace and other media that support writing this Final Project. In this study the authors used the AISAS analysis (Attention, Interest, Search, Action, Share). Based on the results of the study, Satria Martial Arts involved the role of digital marketing starting from the company's marketing mix, in almost all marketing and selling activities of Satria Martial Arts products. Satria Martial Arts markets its products through offline stores and online by optimizing digital marketing tools in an integrated manner. The use of digital marketing helps Satria Martial Arts in carrying out marketing functions effectively and efficiently and in helping to increase loyalty and sales of Satria Martial Arts products.

Keywords: Digital Marketing, Marketing Mix, AISAS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	22
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	22
2.1.2 <i>Mobile Marketing</i>	22
2.1.3 Toko Online	23

2.1.4	<i>Email Marketing</i>	24
2.1.5	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	24
2.16	Media Sosial	34
2.17	Penelitian Terdahulu	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.3	Sumber Data	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Teknik Analisis Data	41
3.6	Teknik Keabsahan Data	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
	4.1.1 Profil Perusahaan	46
	4.1.2.1 Makna Logo Satria	47
	4.1.2.2 Sejarah Satria Martial Arts	47
	4.1.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	49
4.2	Hasil Penelitian	
	4.2.1 Strategi Product	51
	4.2.2 Strategi Price (Harga)	56
	4.2.3 Strategi Place (Distribusi)	57
	4.2.4 Promotion	59
	4.2.5 Strategi Digital Marketing	64
	4.2.5.1 Internet Marketing	64

4.2.5.2 Mobile Marketing	67
4.3 Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Satria	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	49
Gambar 4.3 Dobok Taekwondo Satria Patriot II Kerah Hitam	51
Gambar 4.4 Dobok Taekwondo Satria Fighter	52
Gambar 4.5 Karate Karategi KATA Satria	53

Gambar 4.6 Pelindung Tulang Kering Kaki dan Tangan Satria Fighter.....	
53	
Gambar 4.7 Handgloves Taekwondo Satria Fighter Taekwondo	
54	
Gambar 4.8 Groin Guard Taekwondo Fighter Male dan Female	
54	
Gambar 4.9 Target Single dan Target Double Satria	
55	
Gambar 4.10 Samsak Gantung Satria	55
Gambar 4.11 Ring Tinju Satria	
55	
Gambar 4.12 Website Satria Martial Arts	
58	
Gambar 4.13 <i>Marketplace</i> Tokopedia Satria Martial Arts	58
Gambar 4.13 : <i>Marketplace</i> Bukalapak Satria Martial Arts	58
Gambar 4.14 : <i>Instagram</i> Satria Martial Arts	
60	
Gambar 4.15: <i>Facebook</i> Satria Martial Arts	
60	
Gambar 4.16 : <i>Instant Messenger</i> Satria Martial Arts	
61	

Gambar 4.17: <i>Marketplace</i> Tokopedia Satria Martial Arts	62
Gambar 4.18: <i>Marketplace</i> Bukalapak Satria Martial Arts	62
Gambar 4.19: <i>Sales Promotion Offer</i>	63
Gambar 4.20 Bagan Strategi Digital Marketing	63
Gambar 4.21 Postingan Produk Instagram Satria Martial Arts	66
Gambar 4.22 : Ulasan Pelanggan <i>Marketplace</i> Tokopedia	68
Gambar 4.23 : Peforma Penjualan <i>Marketplace</i> Bukalapak.....	68
Gambar 4.24 : WhatsApp Satria Martial Arts	69
Gambar 4.25 : <i>Website</i> Satria Martial Arts	70
Gambar 4.26 : <i>Email Marketing</i> Satria Martial Arts	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Informan	45
Tabel 4.2 Daftar Harga Produk Satria	57

