

**IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* TERHADAP EFEKTIVITAS
PENJUALAN PADA UMKM GOLOK CIBATU SUKABUMI**

ANDI RIFQAH NABILA SHOFIAH

1710621065



Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi Bisnis
Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING ON SALES
EFFECTIVENESS IN MSMES MACHETE CIBATU SUKABUMI***

ANDI RIFQAH NABILA SHOFIAH

1710621065



*This thesis is prepared as one of the requirements for obtaining a degree
Bachelor of Digital Business at the Faculty of Business Economics
State University of Jakarta*

***DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

2025

ABSTRAK

Andi Rifqah Nabila, Implementasi Digital Marketing Terhadap Efektivitas Penjualan Pada UMKM Golok Cibatu Sukabumi, Skripsi Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. 2025

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis proses implementasi *digital marketing* pada UMKM Golok Cibatu Sukabumi, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha serta untuk melihat dampak *digital marketing* terhadap efektivitas penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan jenis *field research*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah *qualitative content analysis* dengan bantuan tools Nvivo15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses implementasi *digital marketing* dilakukan secara adaptif oleh pelaku usaha Golok Cibatu. Hal ini dibuktikan dengan beberapa peluang yang didapatkan seperti implementasi *digital marketing* dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan *brand awareness* dan membangun *personal branding*. Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh setiap pelaku usaha seperti kebijakan platform, persaingan antar pelaku usaha dan keterbatasan keterampilan digital. *Digital marketing* terbukti meningkatkan efektivitas penjualan dan meningkatkan pertumbuhan usaha dengan data sebelum dan sesudah menggunakan *digital marketing* oleh UMKM Golok Cibatu.

Kata Kunci: Digital Marketing, Efektivitas, Penjualan, Golok Cibatu

ABSTRACT

Andi Rifqah Nabila, Implementation of Digital Marketing on Sales Effectiveness in Black Smith MSMEs Cibatu Sukabumi, Thesis Jakarta: Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta. 2025

This research was conducted to analyze the process of implementing digital marketing in handicraft MSMEs in Chandicrafts of Chandicrafts Cibatu Sukabumi, identify opportunities and challenges faced by business actors and to see the impact of digital marketing on sales effectiveness. The research method used is qualitative with a field research type approach. Data collection was carried out by observation, interview and documentation methods. The data analysis technique used is qualitative content analysis with the help of Nvivo15 tools. The results of the study show that the digital marketing implementation process is carried out adaptively by Cibatu's handicraft business actors. This is evidenced by several opportunities such as the implementation of digital marketing can expand market reach, increase brand awareness and build personal branding. However, there are several challenges faced by every business actor such as platform policies, competition between business actors and limited digital skills. Digital marketing has been proven to increase sales effectiveness and increase business growth with data before and after using digital marketing by Cibatu's handicraft MSMEs.

Keywords: Digital Marketing, Effectiveness, Sales, Cibatu Machete



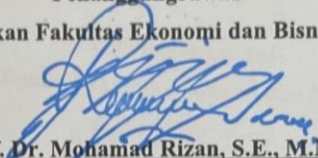
LEMBAR PENGESAHAN

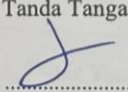
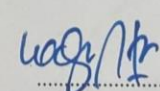
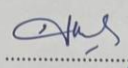
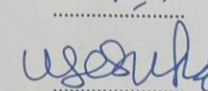
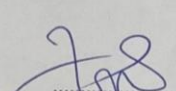
Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua)		29/07
2	Dr. Widya Parimita, SE., M.PA NIP. 197006052001122001 (Penguji Ahli)		29/07
3	Siti Fatimah Zahra, S.E.I., M.E NIP. 199108182019032019 (Penguji Ahli)		29/07
4	Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30/07
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP. 199409222022032012 (Pembimbing 2)		29/07
Nama : Andi Rifqah Nabila Shofiah No. Registrasi : 1710621065 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 25 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proposal ini merupakan Karya Asli dan belum pernah diajukan guna memperoleh gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Proposal ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Andi Rifqah Nabila Shofiah

NIM. 1710621065

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Andi Rifqah Nabila Shofiah
NIM : 1710621065
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Bisnis Digital
Alamat Email : rinbilaww@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain ()

yang berjudul:

Implementasi *Digital Marketing* terhadap Efektivitas Penjualan
pada UMKM Golok Cibatu Sukabumi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Penulis

(Andi Rifqah Nabila Shofiah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas karunia Allah SWT atas segala limpahan kasih sayang, serta nikmat sehat dengan segala ridho-Nya sehingga skripsi ini yang berjudul ***“Implementasi Digital Marketing terhadap Efektivitas Penjualan Pada UMKM Golok Cibatu Sukabumi”*** dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW beserta para keluarga dan sahabatnya.

Adapun skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam meraih gelar pendidikan sarjana Bisnis Digital di Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan doa sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan, khususnya kepada:

1. Sang Pemilik Seluruh Alam, yaitu Allah SWT atas segala kasih sayang dan karunia-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
4. Darma Rika Swamarinda, S.Pd., M.S.E, Ph.D, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
5. Dr. Ryna Parlyna, MBA, selaku Ketua Prodi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang sudah mengizinkan saya untuk mengambil penelitian ini.
6. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D, selaku dosen pembimbing saya yang telah mengajarkan banyak hal dalam proses penelitian ini.
7. Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing kedua saya yang membimbing dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Orang tua saya, yang senantiasa memberikan dukungan baik dari segi materi maupun nonmateri sehingga saya berani mengambil keputusan dan mengajarkan banyak hal dalam cara memandang kehidupan.
9. Bu Lilis dan Pak Kamal yang membantu saya dalam menemukan setiap informan dalam penelitian ini, semoga Allah berkahkan usahanya, Aamiin.

10. Setiap informan yang terlibat dalam penelitian ini, semoga diberi keberlimpahan selalu oleh Allah dimanapun dan kapanpun berada.
11. Teman seperjuanganku baik dari Bisnis Digital, *Bright Scholarship batch 7* Sepupu Maniez dan seluruh pihak yang senantiasa ada untuk berbagi ilmu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Diri Sejatiku, yang telah menuntunku menemukan judul dan penelitian bermakna sesuai makna dan tujuan hidupku.
13. Buku “*The Alchemist – Paulo Coelho*” dan lagu “*Mimpi yang Sempurna - Peterpan*” yang sudah menemani perjalanan penulis untuk selalu percaya pada setiap impian yang sudah tertanam di hati.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan yang ada. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti lain yang akan melanjutkan penelitian serupa.

Jakarta, 08 Agustus 2025

Andi Rifqah Nabila Shofiah

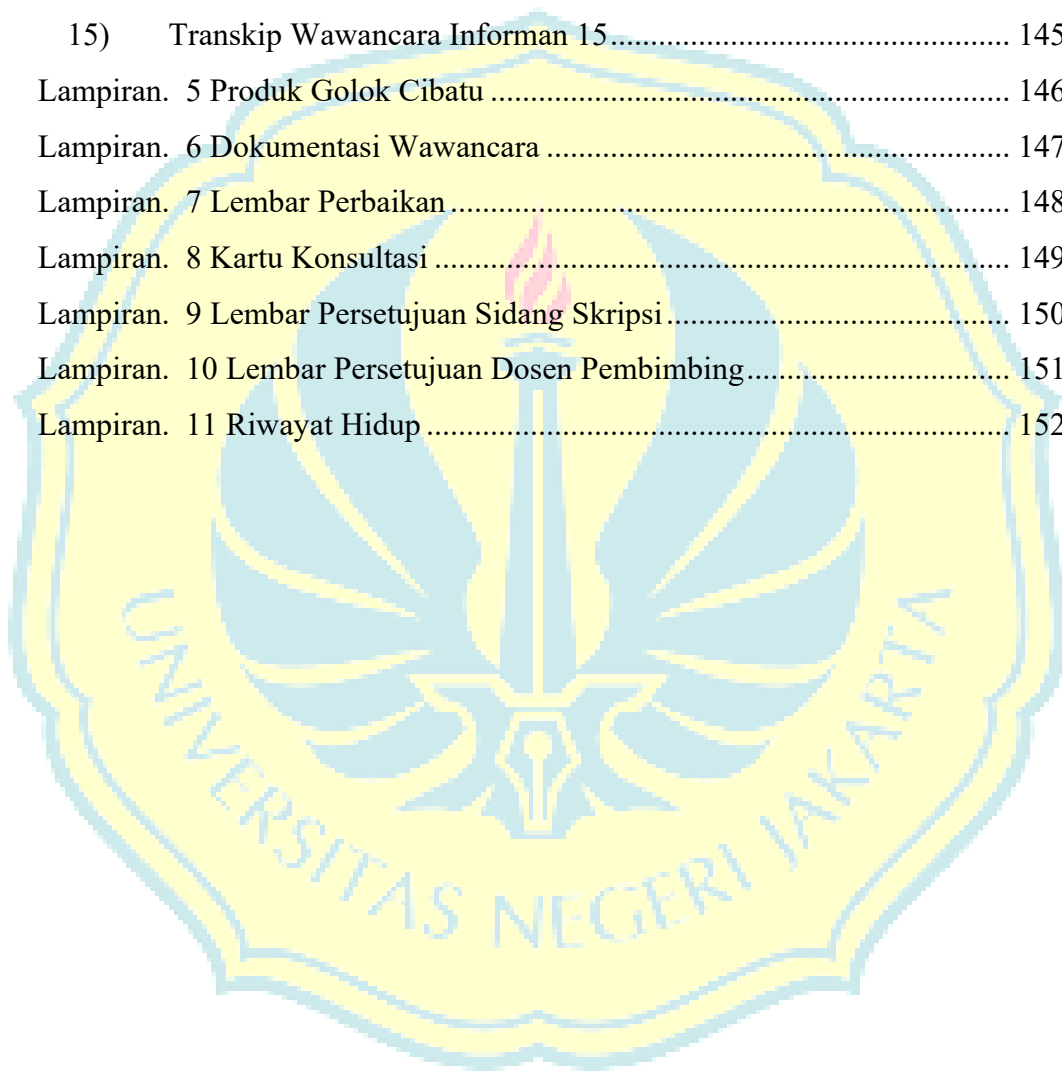
DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Pra Riset.....	4
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.1 Definisi <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.2 Dimensi <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.3 Indikator <i>Digital Marketing</i>	20
2.1.4 Implementasi <i>Digital Marketing</i> oleh UMKM.....	23
2.2 Efektivitas Penjualan	25
2.2.1 Definisi Efektivitas Penjualan	25
2.2.2 Dimensi Efektivitas Penjualan.....	28
2.2.3 Indikator Efektivitas Penjualan.....	30
2.2.4 Efektivitas <i>Digital Marketing</i>	31
2.4 Penelitian Terdahulu.....	33

BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2 Desain Penelitian	38
3.3 Sumber Data dan Sampel Penelitian	39
3.3.1 Data Primer	39
3.3.2 Data Sekunder	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Observasi	40
3.4.2 Wawancara.....	41
3.4.3 Dokumentasi	41
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	42
3.5.1 Triangulasi Sumber.....	42
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.7 Instrumen Penelitian.....	44
3.4.1 <i>Digital Marketing</i>	45
3.4.2 Efektivitas Penjualan	46
3.4.3 Pedoman Wawancara.....	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Data dan Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Sejarah Golok Cibatu.....	50
4.1.2 Profil Informan Penelitian	55
4.1.3 Analisis Data.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Proses Implementasi <i>Digital Marketing</i>	62
4.2.2 Peluang dan Tantangan <i>Digital Marketing</i>	68
4.2.3 Dampak <i>Digital Marketing</i> terhadap Efektivitas Penjualan	74
4.3 Pembahasan	79
4.3.1 Proses Implementasi <i>Digital Marketing</i>	79
4.3.2 Peluang dan Tantangan <i>Digital Marketing</i>	84
4.3.3 Dampak <i>Digital Marketing</i> terhadap Efektivitas Penjualan	87

BAB V.....	93
PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Implikasi.....	95
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	95
5.2.2 Implikasi Praktis.....	96
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya.....	97
5.5 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	105
Lampiran. 1 Transkrip Wawancara.....	105
1) Transkrip Wawancara Informan A1.....	105
2) Transkrip Wawancara Informan A2.....	106
3) Transkrip Wawancara Informan A3.....	107
4) Transkrip Wawancara Informan A4.....	108
5) Transkrip Wawancara Informan A5.....	109
6) Transkrip Wawancara Informan A6.....	110
Lampiran. 2 Hasil Reduksi Data.....	111
Lampiran. 3 Hasil Coding Nvivo.....	118
1) Node Tree.....	118
2) Matrix Code.....	118
Lampiran. 4 Transkrip Wawancara Pra-Riset.....	119
1) Transkrip Wawancara Informan 01.....	119
2) Transkrip Wawancara Informan 02.....	122
3) Transkrip Wawancara Informan 03.....	125
4) Transkrip Wawancara Informan 04.....	128
5) Transkrip Wawancara Informan 05.....	129
6) Transkrip Wawancara Informan 06.....	131
7) Transkrip Wawancara Informan 07.....	133
8) Transkrip Wawancara Informan 08.....	134

9)	Transkrip Wawancara Informan 09.....	135
10)	Transkrip Wawancara Informan 10.....	137
11)	Transkrip Wawancara Informan 11.....	139
12)	Transkrip Wawancara Informan 12.....	140
13)	Transkrip Wawancara Informan 13.....	142
14)	Transkrip Wawancara Informan 14.....	144
15)	Transkrip Wawancara Informan 15.....	145
Lampiran. 5	Produk Golok Cibatu	146
Lampiran. 6	Dokumentasi Wawancara	147
Lampiran. 7	Lembar Perbaikan	148
Lampiran. 8	Kartu Konsultasi	149
Lampiran. 9	Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	150
Lampiran. 10	Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing.....	151
Lampiran. 11	Riwayat Hidup	152

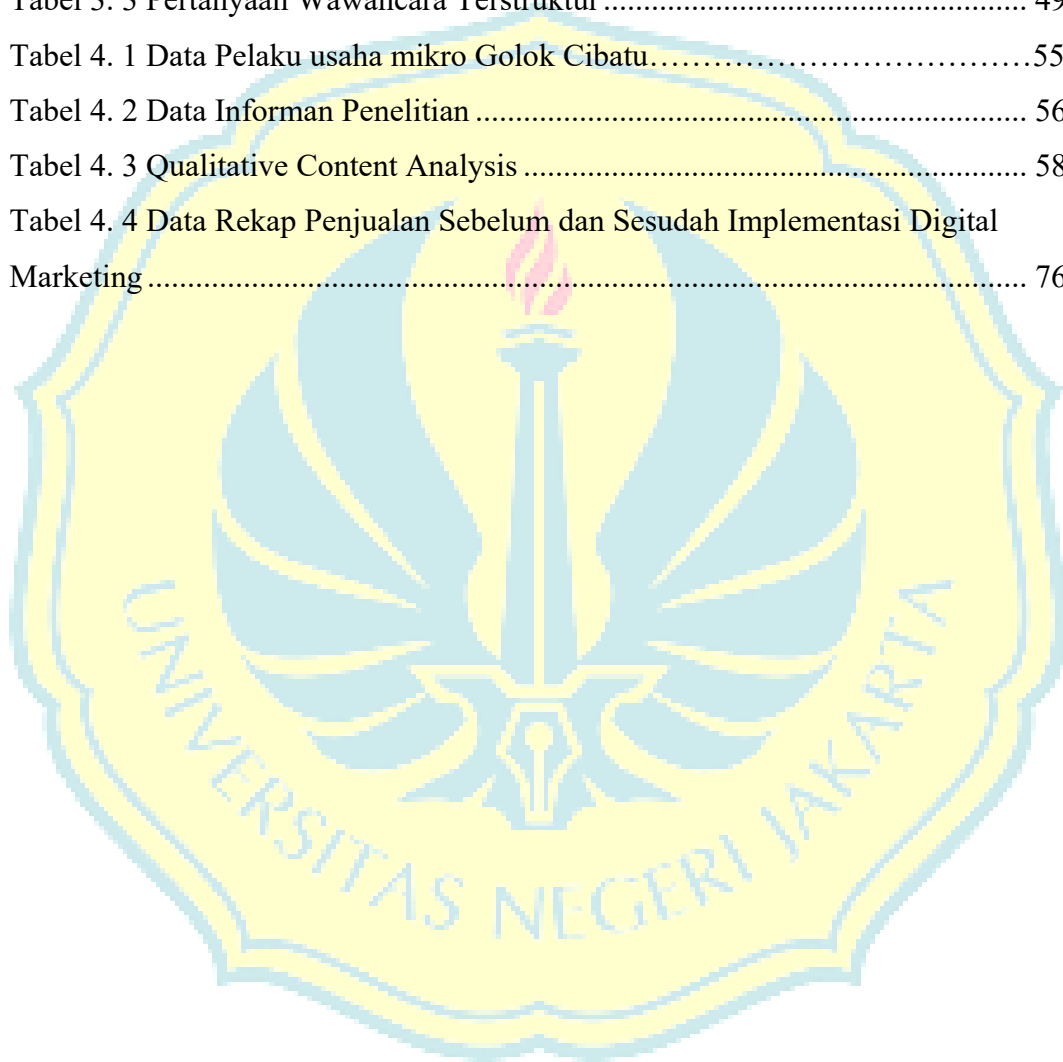


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Kab. Sukabumi, Kec. Cisaat, Kel. Cibatu	4
Gambar 1. 2 Produk Golok Cibatu.....	5
Gambar 1. 3 Marketplace dan Media Sosial Bilah Makmur.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	37
Gambar 4. 1 Kab. Sukabumi, Kec. Cisaat, Kel. Cibatu	50
Gambar 4. 2 Kawasan Bengkel Produksi Golok Cibatu.....	51
Gambar 4. 3 Produk Golok Cibatu.....	53
Gambar 4. 4 Word Cloud Penggunaan Platform Digital	58
Gambar 4. 5 Hasil Analisis Implementasi Digital Marketing.....	61
Gambar 4. 6 Temuan Proses Implementasi <i>Digital Marketing</i>	62
Gambar 4. 7 Toko Golok Cibatu.....	64
Gambar 4. 8 Proses Live Streaming TikTok.....	66
Gambar 4. 9 Konten Youtube Golok Cibatu.....	66
Gambar 4. 10 Marketplace Pengrajin Golok Cibatu.....	67
Gambar 4. 11 Temuan Peluang dan Tantangan Digital Marketing	68
Gambar 4. 12 Kreator Konten Pengrajin Golok Cibatu	70
Gambar 4. 13 Temuan Dampak Digital Marketing terhadap Efektivitas Penjualan	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pelaku UMKM Golok Cibatu.....	7
Tabel 1. 2 Data UMKM implementasi digital marketing	8
Tabel 3. 1 Pengembangan Instrumen Digital Marketing.....	46
Tabel 3. 2 Pengembangan Instrumen Efektivitas Penjualan.....	47
Tabel 3. 3 Pertanyaan Wawancara Terstruktur	49
Tabel 4. 1 Data Pelaku usaha mikro Golok Cibatu.....	55
Tabel 4. 2 Data Informan Penelitian	56
Tabel 4. 3 Qualitative Content Analysis	58
Tabel 4. 4 Data Rekap Penjualan Sebelum dan Sesudah Implementasi Digital Marketing	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Transkrip Wawancara.....	105
Lampiran. 2 Hasil Reduksi Data	111
Lampiran. 3 Hasil Coding Nvivo	118
Lampiran. 4 Transkrip Wawancara Pra-Riset.....	119
Lampiran. 5 Produk Golok Cibatu	146
Lampiran. 6 Dokumentasi Wawancara	147
Lampiran. 7 Lembar Perbaikan.....	148
Lampiran. 8 Kartu Konsultasi	149
Lampiran. 9 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	150
Lampiran. 10 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	151
Lampiran. 11 Riwayat Hidup.....	152

