

**STRATEGI DIGITAL MARKETING LAZATTO
DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN
ONLINE PERIODE TAHUN 2021**

SKRIPSI

Oleh :

Salsa Devia Nabila

201810415298



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA BEKASI
2022**

**STRATEGI DIGITAL MARKETING LAZATTO
DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN
ONLINE PERIODE TAHUN 2021**

SKRIPSI

Oleh :

Salsa Devia Nabila

201810415298



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA BEKASI
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Digital Marketing Lazatto dalam
Meningkatkan Omset Penjualan Online
Periode Tahun 2021

Nama Mahasiswa : Salsa Devia Nabila

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415298

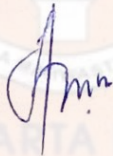
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Desember 2022

Jakarta, 23 Desember 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing



Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0321048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Digital Marketing Lazatto dalam
Meningkatkan Omset Penjualan Online
Periode Tahun 2021

Nama Mahasiswa : Salsa Devia Nabila

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415298

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Desember 2022

Jakarta, 23 Desember 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I. Kom., M.I.Kom
NIDN. 0302069106

Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0321048302

Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si
NIDN. 0312079501

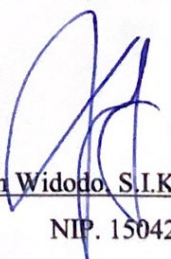
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Komunikasi Strategi Digital Marketing Lazatto dalam Meningkatkan Omset Penjualan Online Periode Tahun 2021 merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 23 Desember 2022



Salsa Devia Nabila

201810415298

ABSTRAK

Salsa Devia Nabila. Strategi Digital Marketing Lazatto dalam Meningkatkan Omset Penjualan Online Periode Tahun 2021

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang ditemukan penulis pada Lazatto Chicken and Burger yaitu peneliti tertarik untuk mengetahui strategi digital marketing yang dilakukan Lazatto Chicken and Burger dalam menaikkan omset penjualan online melalui platform pesan antar makanan dalam menghadapi persaingan dalam bisnis kuliner yang berkembang pesat setelah sempat sempat merosot turun akibat pandemi COVID-19. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode studi kasus kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Lazatto Chicken and Burger menerapkan strategi digital marketing melalui enam saluran pemasaran digital (Website, Blog, Media Sosial, Interaktif Video, Interaktif Audio dan Display Ads) yang memengaruhi secara signifikan adalah pemasaran melalui media sosial berdampak pada meningkatnya omset penjualan online. Media sosial Lazatto menyuguhkan berbagai kebutuhan informasi bagi pelanggannya, media sosial digunakan sebagai wadah promosi, informasi dan pelayanan keluhan bagi para pelanggannya.

Kata Kunci: Strategi Digital Marketing, Saluran Pemasaran Digital, Media Sosial, Bisnis Kuliner

ABSTRACT

Salsa Devia Nabila. *Lazatto's Digital Marketing Strategy to Increase Online Sales Turnover for the 2021*

This research is motivated by the problems found by the author in Lazatto Chicken and Burger, namely researchers are interested in knowing the digital marketing strategy carried out by Lazatto Chicken and Burger in increasing online sales turnover through the food delivery platform in the face of competition in the rapidly growing culinary business. Decreased due to the COVID-19 Pandemic. In this study the researcher use a qualitative case study method, the data collection techniques use were observation, interviews and documentation. In this study it can be concluded that Lazatto Chicken and Burger implements a digital marketing strategy through six digital marketing channels (Website, Blog, Social Media, Interactive Video, Interactive Audio and Display Ads) which significantly affect marketing through social media which has an impact on increasing online sales turnover. Lazatto's social media provides various information needs for its customers, social media is used as a forum for promotion, information and complaint services for its customers.

Keywords: *Digital Marketing Strategy, Digital Marketing Channels, Media sosial, Culinary Business*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia sehingga penulis mampu menyusun penelitian ini. Terima kasih tak terhingga untuk keluarga terutama kedua orang tua yang telah mendukung peneliti dalam menyusun penelitian ini. Sehingga penelitian dengan judul “Strategi Digital Marketing Lazatto dalam Meningkatkan Omset Penjualan Online Periode Tahun 2021”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

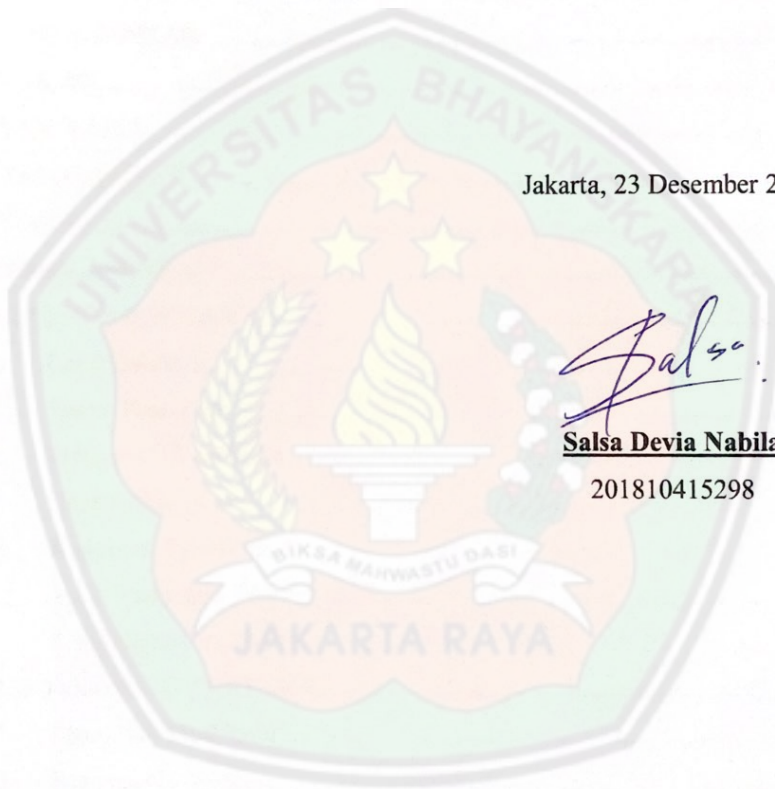
Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasehat dari berbagai pihak selama penelitian berlangsung. Maka penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan sepenuh hati kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan serta masukan untuk penulis dalam memperbaiki dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Pihak Lazatto PT. Setya Mitra Kuliner terutama kepada bapak Fajar P Suryonotonegoro selaku Head of Marketing Lazatto.
6. Dosen dan seluruh staff akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Kedua orang tua dan adik-adik saya yang selalu mendoakan dan memberikan perhatiannya.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan saya Anita, Andita, Sabila, Monica, Bedra, Atun, Uso, Keren, Iksan yang bersedia meluangkan waktu, bertukar pikiran, membantu, serta menghibur hari-hari saya.

9. Sahabat kecil tercinta Wina dan Dina yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mendengarkan cerita dan keluh kesah saya.

Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik secara tulisan maupun isi, karena itu penulis berharap segala kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak.

Jakarta, 23 Desember 2022



Salsa Devia Nabila

201810415298

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR BAGAN..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 7 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 8 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| 1.5.1 Kegunaan Teoritis | 8 |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| 2.2 Kerangka Konsep | 12 |
| 2.2.1 Strategi Pemasaran | 12 |
| 2.2.2 Digital Marketing | 13 |
| 2.2.3 Saluran Digital Marketing | 15 |
| 1.3 Kerangka pemikiran | 20 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 22 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 22 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 23 |
| 3.3 Informan Penelitian | 23 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 24 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 25 |
| 3.6 | Triangulasi Data | 27 |
| 3.7 | Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 28 |
| | 3.7.1 Waktu Penelitian | 28 |
| | 3.7.2 Tempat Penelitian..... | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 29 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 29 |
| | 4.1.1 Objek Penelitian | 29 |
| | 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan..... | 31 |
| | 4.1.3 Logo Perusahaan | 31 |
| | 4.1.4 Struktur Organisasi | 32 |
| | 4.1.5 Job Description | 32 |
| 4.2 | Gambaran Umum Subjek Penelitian | 33 |
| | 4.1.2 Profil Informan..... | 34 |
| 4.3 | Hasil Penelitian..... | 36 |
| 4.4 | Pembahasan | 47 |
| | 4.4.1 Strategi Pemasaran Lazatto | 47 |
| | 4.4.2 Keuntungan Digital Marketing | 49 |
| | 4.4.3 Saluran Digital Marketing yang Digunakan Lazatto | 52 |
| BAB V PENUTUP..... | | 69 |
| 5.1 | Kesimpulan | 69 |
| 5.2 | Saran..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian | 28 |
| Tabel 4.1 Profil informan | 34 |
| Tabel 4.2 Analisa Penerapan Konsep Digital Marketing pada Kegiatan Pemasaran Digital Lazatto Chicken and Burger | 43 |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan | 1 |
| Gambar 1.2 Laporan Survei Internet APJII | 3 |
| Gambar 1.3 Laporan penjualan melalui platform online tahun 2021 | 5 |
| Gambar 1.4 Gambar Tampilan Webstite Lazatto | 6 |
| Gambar 1.5 Gambar konten pada Instagram dan Facebook | 6 |
| Gambar 4.1 Gambar Logo Lazatto Chiken and Burger | 31 |
| Gambar 4.2 Masterplan/ Rancangan Strategi Lazatto 2021 | 48 |
| Gambar 4.3 Tampilan About Us pada Website Lazatto | 52 |
| Gambar 4.4 Tampilan Varian Menu pada Website Lazatto | 53 |
| Gambar 4.5 Tampilan Our Store pada Website Lazatto | 53 |
| Gambar 4.6 Tampilan Information pada Website Lazatto | 54 |
| Gambar 4.7 Tampilan Website Lazatto | 55 |
| Gambar 4.8 Tampilan Akun Instagram dan Facebook Lazatto | 56 |
| Gambar 4.9 Ringkasan Laporan Perkembangan Media Sosial Lazatto | 58 |
| Gambar 4.10 Konten Unggahan Lazatto | 59 |
| Gambar 4.11 Konten Product Knowledge | 59 |
| Gambar 4.12 Konten Promosi | 60 |
| Gambar 4.13 Konten Giveaway | 61 |
| Gambar 4.14 Konten Hiburan dan Informasi | 61 |
| Gambar 4.15 Konten Aktivitas Branding | 62 |
| Gambar 4.16 Aktivitas Komunikasi Dengan Pelanggan | 63 |
| Gambar 4.17 Tampilan Dasbor Meta Bisnis Lazatto | 64 |
| Gambar 4.18 Tampilan Dasbor Google Adwords Lazatto | 65 |
| Gambar 4.19 Tampilan Iklan Pada Aplikasi GoFood dan GrabFood | 66 |
| Gambar 4.20 Tampilan Akun Youtube Lazatto | 67 |
| Gambar 4.21 Laporan Penjualan tahun 2021 | 68 |

DAFTAR BAGAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 20 |
| Bagan 4.1 Struktur Organisasi Lazatto | 32 |



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Administrasi

LAMPIRAN 3 : Reduksi Data & Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4 : Dokumentasi

LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Skripsi

