

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK *SNEAKERS* PADA
PT MUTASIS GROUP INDONESIA**

SKRIPSI

OLEH:

HIDAYAH PUTRA MUSTAFA

202110325219



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Penerapan *Digital Marketing* Dalam
Meningkatkan Penjualan Produk *Sneakers*
Pada PT Mutasis Group Indonesia

Nama Mahasiswa : Hidayah Putra Mustafa

Nomor Pokok : 202110325219

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025



Dosen Pembimbing I

Ir. Djuni Thamrin, MSc., PhD
NIDN : 0307066401

Dosen Pembimbing II

Dr. Matdio Siahaan, S.E., M.M
NIDN : 0413047002

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penerapan *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Sneakers* Pada PT Mutasis Group Indonesia

Nama Mahasiswa : Hidayah Putra Mustafa

Nomor Pokok' Mahasiswa : 202110325219

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 05 Agustus 2025
MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Adler Haymans Manurung,
S.E., S.H., M.E., M.Comm., ChFC.,
RFC., CLU., ERMCP., CIMBA
NIDN. 0017126105

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Edward Efendi Silalahi, S.Mn, M.M
NIDN. 0401107703

Penguji : Ir. Djuni Thamrin, MSc., PhD
NIDN. 0307066401

MENGETAHUI

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M.,
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hidayah Putra Mustafa
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325219
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 30 Mei 2002
Alamat : Perumahan Bekasi Timur Regensi Blok J 3
No 28/29 jl Jalak Bali 8 RT 04 / RW 17 Kel.
Cimuning, Kec. Mustikajaya, Kota Bekasi

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Penerapan *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Sneakers* Pada PT Mutasis Group Indonesia” ini sepenuhnya adalah hasil karya saya sendiri serta tidak mengandung materi dari penulis lain kecuali untuk kutipan yang sudah dicantumkan dengan jelas sesuai pedoman penulisan karya ilmiah.

Jika di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan di dalam karya ini, saya siap 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, 05 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Hidayah Putra Mustafa
NPM 202110325219

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk sneakers pada PT Mutasis Group Indonesia. Perusahaan ini telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Shopee untuk memperluas jangkauan pasar. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik dan karyawan PT Mutasis Group Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang aktif dan konsisten memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan, khususnya pada toko yang menjalankan promosi digital secara optimal seperti SneakersMust. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya peralatan pendukung konten, serta perubahan algoritma media sosial. Meskipun demikian, digital marketing terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pertumbuhan penjualan hingga 50%. Penelitian ini merekomendasikan penguatan strategi digital marketing secara merata di seluruh toko dalam naungan perusahaan untuk mendukung peningkatan performa bisnis secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Penjualan, *Sneakers*, PT Mutasis Group Indonesia.



ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of digital marketing in increasing the sales of sneaker products at PT Mutasis Group Indonesia. The company utilizes various digital platforms such as Instagram, TikTok, Facebook, and Shopee to expand its market reach. This research employs a descriptive qualitative method with data collected through observation, interviews, and documentation involving the owner and employees of PT Mutasis Group Indonesia. The findings reveal that active and consistent digital marketing strategies significantly contribute to increased sales, especially in stores that apply these strategies optimally, such as SneakersMust. The company faces several challenges, including limited human resources, insufficient content creation equipment, and frequent changes in social media algorithms. Nevertheless, digital marketing has proven effective in enhancing customer loyalty and boosting sales by up to 50%. This study recommends strengthening the implementation of digital marketing across all stores under the company to support overall business performance.

Keywords: Digital Marketing, Sales, Sneakers, PT Mutasis Group Indonesia.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Melalui Skripsi ini penulis meneliti bagaimana Penerapan *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Sneakers* Pada PT Mutasis Group Indonesia. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti, objek peneliti, pembaca yang membaca penelitian ini dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan.

Penulis menyadari dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Inspektur Jenderal Polisi (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM., Ph., D.Crim (HC) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E.,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dian Sudiantini, S.PD., M.PD, selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas A04 Angkatan 2021.

5. Bapak Ir. Djuni Thamrin, MSc., PhD selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Matdio Siahaan, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen beserta staff dilingkungan FEB UBJ, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu saya selama menempuh pendidikan S-1 ini.
7. Teristimewa kepada orang tua saya yang saya banggakan yaitu Bapak alm. Muhammad Kasim dan Ibu Maryam Wihelmina Siska atas cinta dan kasih sayang, kesabaran dan dukungan yang selalu diberikan dan juga telah memberikan motivasi, finansial, serta doa selama penyusunan skripsi.
8. Dan tidak lupa saya juga ucapkan terimakasih untuk Siti Habibah telah membantu, doa, serta selalu mensupport saya dari pertama hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya ini.

Jakarta, 05 Agustus 2025

Penulis



Hidayah Putra Mustafa

NPM 202110325219

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11
TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Telaah Teoritis.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Strategi Pemasaran	13
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
2.2.2 Indikator Strategi Pemasaran	14
2.3 Digital Marketing	15
2.3.1 Pengertian Digital Marketing.....	15
2.3.2 Karakteristik Digital Marketing.....	16
2.3.3 Kelebihan dan kekurangan <i>Digital Marketing</i>	19
2.3.4 Dampak Digital Marketing	20
2.4 Penjualan	22

2.4.1	Pengertian Penjualan.....	22
2.4.2	Faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan	23
2.5	Telaah Empiris	25
2.6	Kerangka Konseptual	28
BAB III		29
METODE PENELITIAN		29
3.1	Desain Penelitian	29
3.1.1	Jenis Penelitian	29
3.1.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2.1	Tempat	30
3.2.2	Waktu.....	30
3.3	Situasi Sosial	30
3.3.1	Primer.....	31
3.3.2	Sekunder	31
3.4	Informan (<i>Key Informan</i>)	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	35
BAB IV		37
HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1	Profil PT Mutasis Group Indonesia	37
4.1.2	Visi dan Misi PT Mutasis Group Indonesia.....	38
4.2	Profil Narasumber	39
4.3	Pertanyaan Wawancara	39
4.4	Hasil Wawancara.....	40
4.5	Fokus Penelitian	44
4.6	Pengelompokan Informan	45
4.7	Gambar Triangulasi	47
4.8	Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	47
BAB V		56
PENUTUP		56
5.1	Kesimpulan.....	56

5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....		59
LAMPIRAN.....		62



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Sneakers Maret – Apr 2023	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	30
Tabel 3. 2 Data Informan Penelitian	31
Tabel 4. 1 Profil Narasumber.....	39
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara	40
Tabel 4. 3 Fokus Penelitian.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kondisi Digital Di Indonesia 2024	1
Gambar 2. 1 Model Konseptual	28
Gambar 4. 1 Metode Triangulasi	47
Gambar 4. 2 Instagram dan Tiktok	47
Gambar 4. 3 Live Tiktok dan Penjualan Shopee.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Perusahaan	63
Lampiran 2 Uji Plagiarisme	64
Lampiran 3 Uji Referensi.....	66
Lampiran 4 Kuesioner Wawancara Triangulasi.....	70
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	71
Lampiran 6 Dokumentasi.....	74
Lampiran 7 Biodata.....	75

