

**ANALISIS PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN EKSPOR DI TROPICAL COCO INDONESIA**

SKRIPSI



disusun oleh

Elang Putra Gumilang

19.92.0121

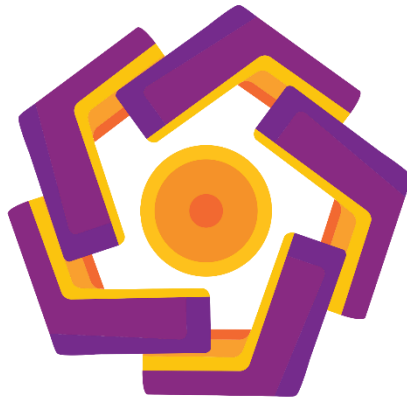
**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

**ANALISIS PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN EKSPOR DI TROPICAL COCO INDONESIA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Elang Putra Gumilang

19.92.0121

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN EKSPOR DI TROPICAL COCO INDONESIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Elang Putra Gumilang

19.92.0121

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 26 Juni 2023

Dosen Pembimbing



Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI

NIK. 190302303

PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN EKSPOR DI TROPICAL COCO INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Elang Putra Gumilang

19.92.0121

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada 26 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI

NIK. 190302303

Suyatmi, S.E., M.M

NIK. 190302019

Yusuf Amri Amrullah, SE,MM

NIK. 190302308

Tanti Prita Hapsari
Suyatmi
Yusuf Amri Amrullah

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis

26 Juni 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Juni 2023



Elang Putra Gumilang
NIM. 19920121

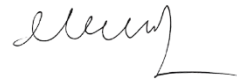
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah Yang Maha Kuasa, yang dengan limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, Tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan sukses dan tepat waktu. Keberhasilan penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

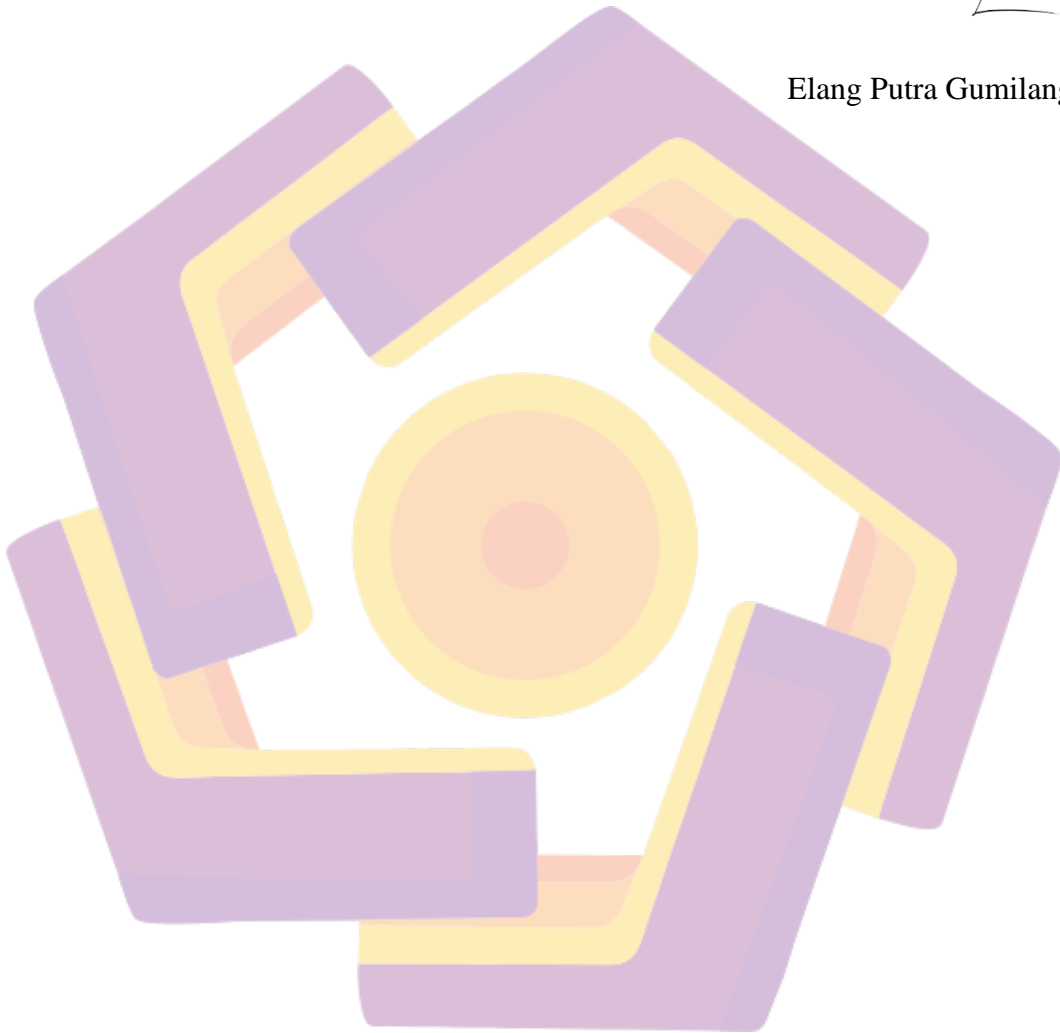
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Suyatmi, S.E.,M.M selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta
4. Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis dengan sabar dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi
5. Tropical Coco Indonesia selaku perusahaan yang telah membantu dan berkenan untuk dijadikan sebagai objek penelitian, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.
6. Orang tua dan mertua penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan tak terhingga.
7. Khusnun Amalia Muthia selaku istri penulis yang selalu dengan sabar mendorong, mendukung, dan mendoakan penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.
8. Teman-teman seperjuangan penulis di Program Studi Kewirausahaan Angkatan 2019, yang saling mendukung dan memberikan motivasi.

Meskipun tugas akhir skripsi ini belum sempurna dan masih memiliki kekurangan, namun penulis berharap tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi banyak pihak, terutama dalam pengembangan bisnis Tropical Coco Indonesia.

Yogyakarta, 27 Juni 2023



Elang Putra Gumilang

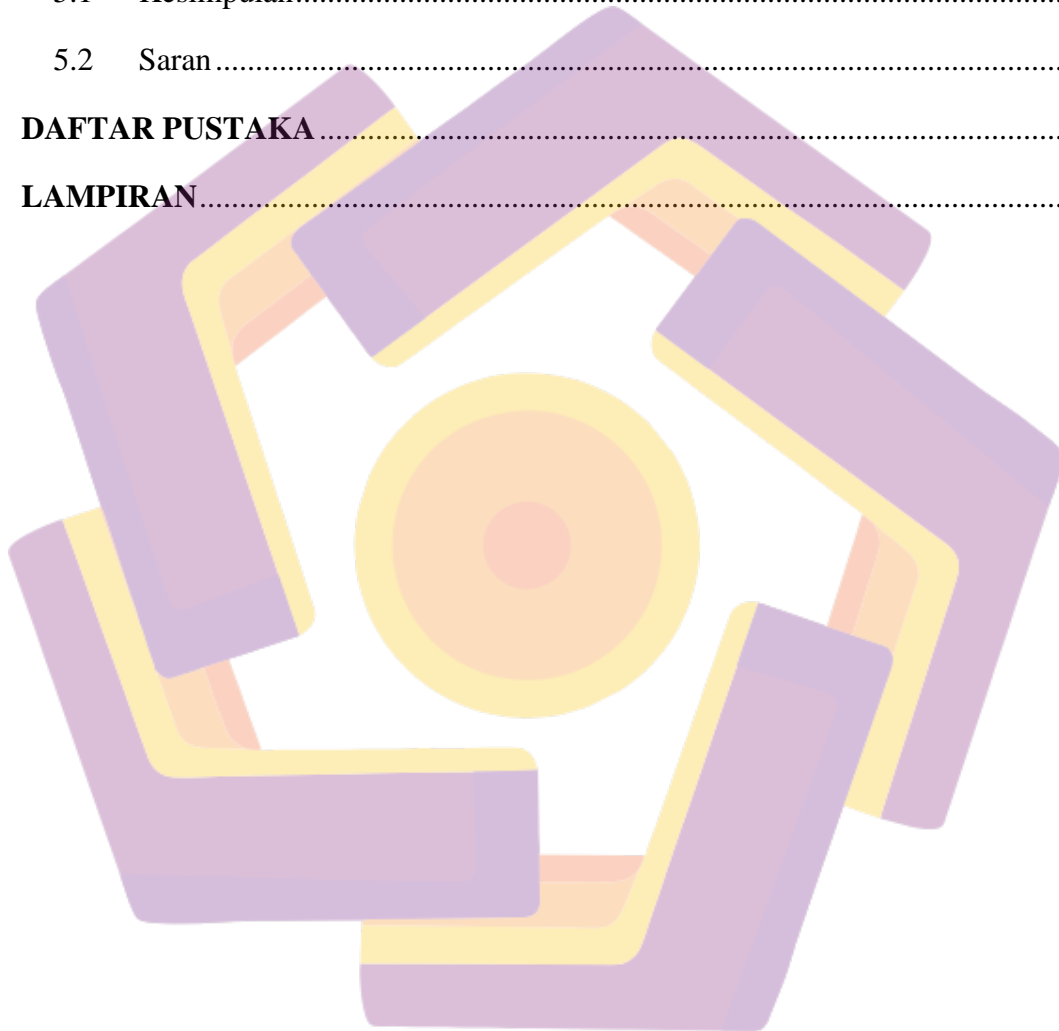


DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERSETUJUAN | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| INTISARI | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1 Bagi Peneliti Perkembangan Ilmu Pengetahuan | 9 |
| 1.4.2 Bagi Objek Penelitian | 9 |
| 1.4.3 Bagi Universitas | 9 |
| 1.4.4 Bagi Pembaca..... | 9 |

| | |
|---|----|
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.1.1 Perdagangan Internasional | 10 |
| 2.1.2 Ekspor | 11 |
| 2.1.3 Pemasaran | 15 |
| 2.1.4 Strategi Pemasaran..... | 17 |
| 2.1.5 Digital Marketing..... | 21 |
| 2.1.6 Email | 24 |
| 2.1.7 <i>Search Engine Optimization (SEO)</i> | 28 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 32 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data | 32 |
| 3.2.1 Wawancara..... | 33 |
| 3.2.2 Observasi..... | 34 |
| 3.2.3 Dokumentasi | 35 |
| 3.3 Keabsahan Data..... | 36 |
| 3.4 Analisis Data | 37 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 40 |
| 4.1.1 Gambaran Tentang Tropical Coco Indonesia | 40 |
| 4.1.2 Hasil Wawancara | 43 |
| 4.1.3 Deskripsi Data..... | 50 |
| 4.2 Pembahasan | 67 |
| 4.2.1 Implementasi Digital Marketing | 67 |

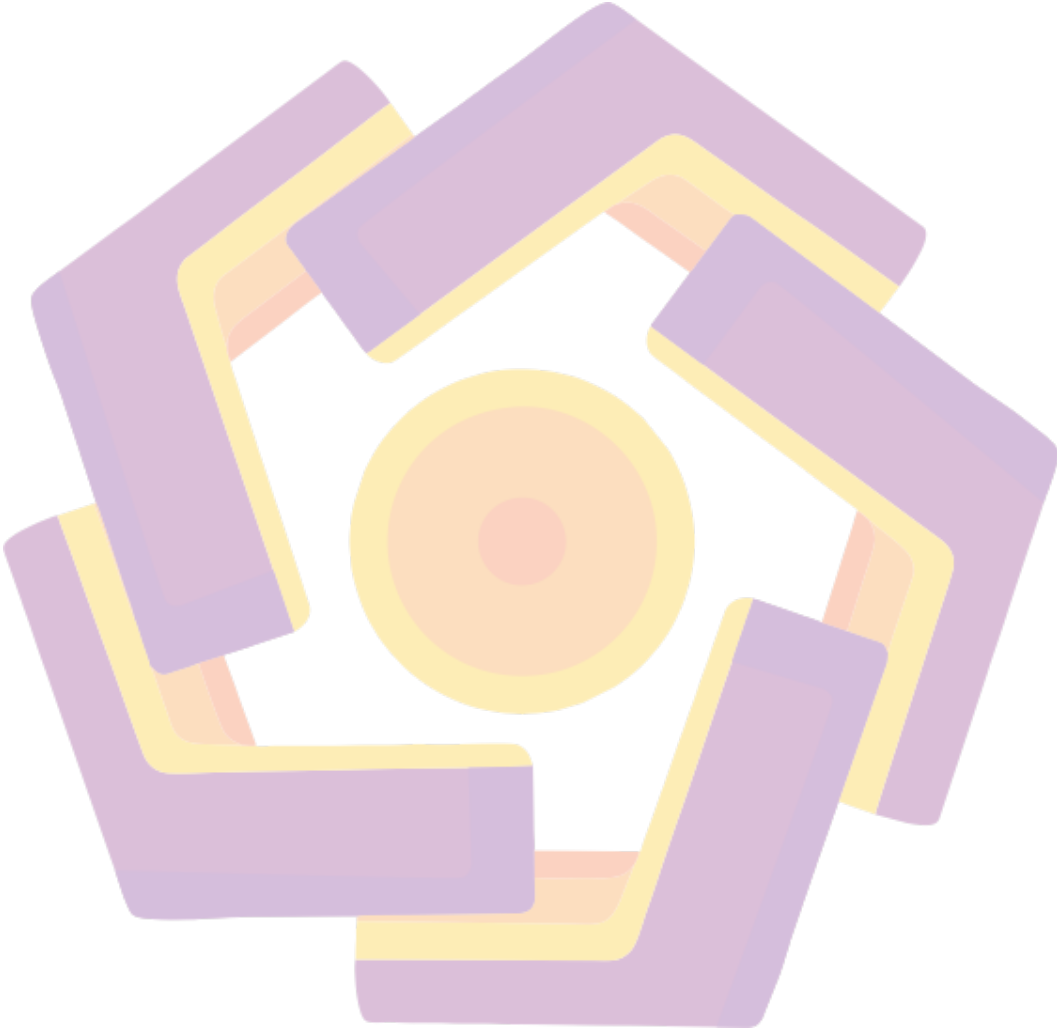
| | |
|--|----|
| 4.2.2 Hasil Penerapan Digital Marketing..... | 71 |
| 4.2.3 Masalah dan Solusi | 72 |
| BAB V PENUTUP | 74 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 74 |
| 5.2 Saran..... | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |
| LAMPIRAN | 94 |



DAFTAR GAMBAR

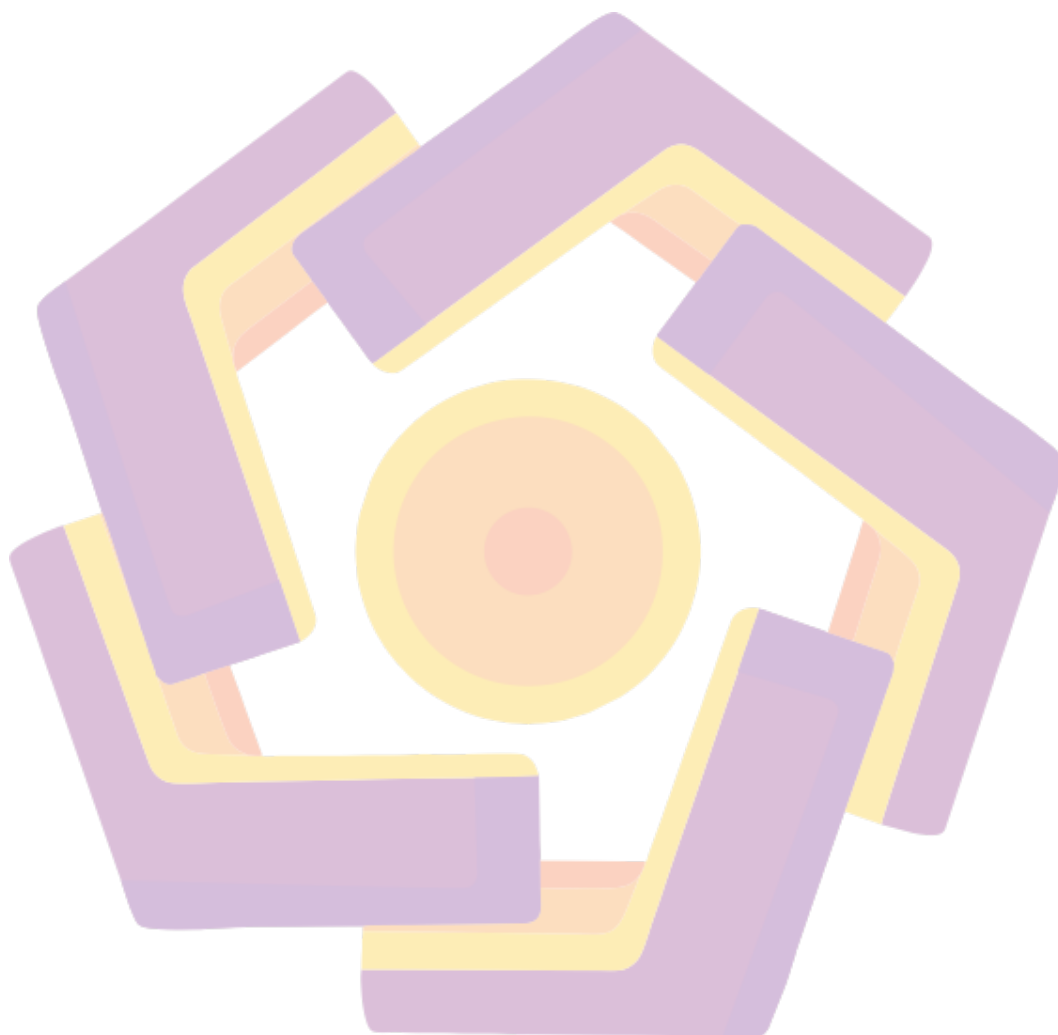
| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia (2012 – 2022)..... | 5 |
| Gambar 4. 1. Alur pembelian produk di Tropical Coco Indonesia..... | 42 |
| Gambar 4. 2 Informan Kunci Bapak Natan | 44 |
| Gambar 4. 3 Informan Pendukung Bapak Efendi | 45 |
| Gambar 4. 4 Email Perusahaan Telah Berhasil Dibuat..... | 51 |
| Gambar 4. 5 Email Admin Tropical Coco Indonesia..... | 51 |
| Gambar 4. 6 Email Bagian Pemasaran Tropical Coco Indonesia | 52 |
| Gambar 4. 7 Website Tropical Coco Indonesia | 52 |
| Gambar 4. 8 Pembiayaan SEM di Tropical Coco Indonesia | 53 |
| Gambar 4. 9 Riset Pengunjung Website Tropical Coco Indonesia..... | 53 |
| Gambar 4. 10 Riset Harga Jual | 54 |
| Gambar 4. 11 Riset Kompetitor | 54 |
| Gambar 4. 12 SEO Keyword di Tropical Coco Indonesia..... | 54 |
| Gambar 4. 13 Website Tropical Coco Indonesia di Mesin Pencarian Google..... | 55 |
| Gambar 4. 14 Email Marketing Tropical Coco Indonesia | 56 |
| Gambar 4. 15 Email Perusahaan China..... | 56 |
| Gambar 4. 16 <i>Email Marketing</i> Tropical Coco Indonesia | 57 |
| Gambar 4. 17 Hasil Optimasi <i>SEO</i> Tropical Coco Indonesia..... | 57 |
| Gambar 4. 18 <i>Leads</i> Masuk Dari <i>SEO</i> ke Email Tropical Coco Indonesia | 58 |
| Gambar 4. 19 Email Balasan Dari Calon Pembeli Tropical Coco Indonesia | 58 |
| Gambar 4. 20 Calon Pembeli Meminta <i>Sample</i> Produk | 59 |
| Gambar 4. 21 Paket <i>Sample</i> Produk..... | 59 |
| Gambar 4. 22 Database Pengunjung Website Berdasarkan Negara | 60 |
| Gambar 4. 23 <i>Link Form</i> di Website Tropical Coco Indonesia | 60 |
| Gambar 4. 24 <i>Platform Online</i> Inaexport.id | 61 |
| Gambar 4. 25 Kata Kunci Yang Digunakan Tropical Coco Indonesia..... | 61 |
| Gambar 4. 26 Total Email Masuk (3 Januari 2022 – 29 Desember 2022)..... | 62 |
| Gambar 4. 27 Total Database Email Calon Pembeli Tropical Coco Indonesia | 63 |
| Gambar 4. 28 Pembelian Buyer Berawal Dari <i>Email Marketing</i> | 63 |

Gambar 4. 29 Adanya Pembelian Yang Berawal Dari Email Marketing 64
Gambar 4. 30 Jumlah Pengunjung Website Per- 23 Desember 2022 64
Gambar 4. 31 Klasifikasi Calon Pembeli Berdasarkan Jenis Pembeli..... 66



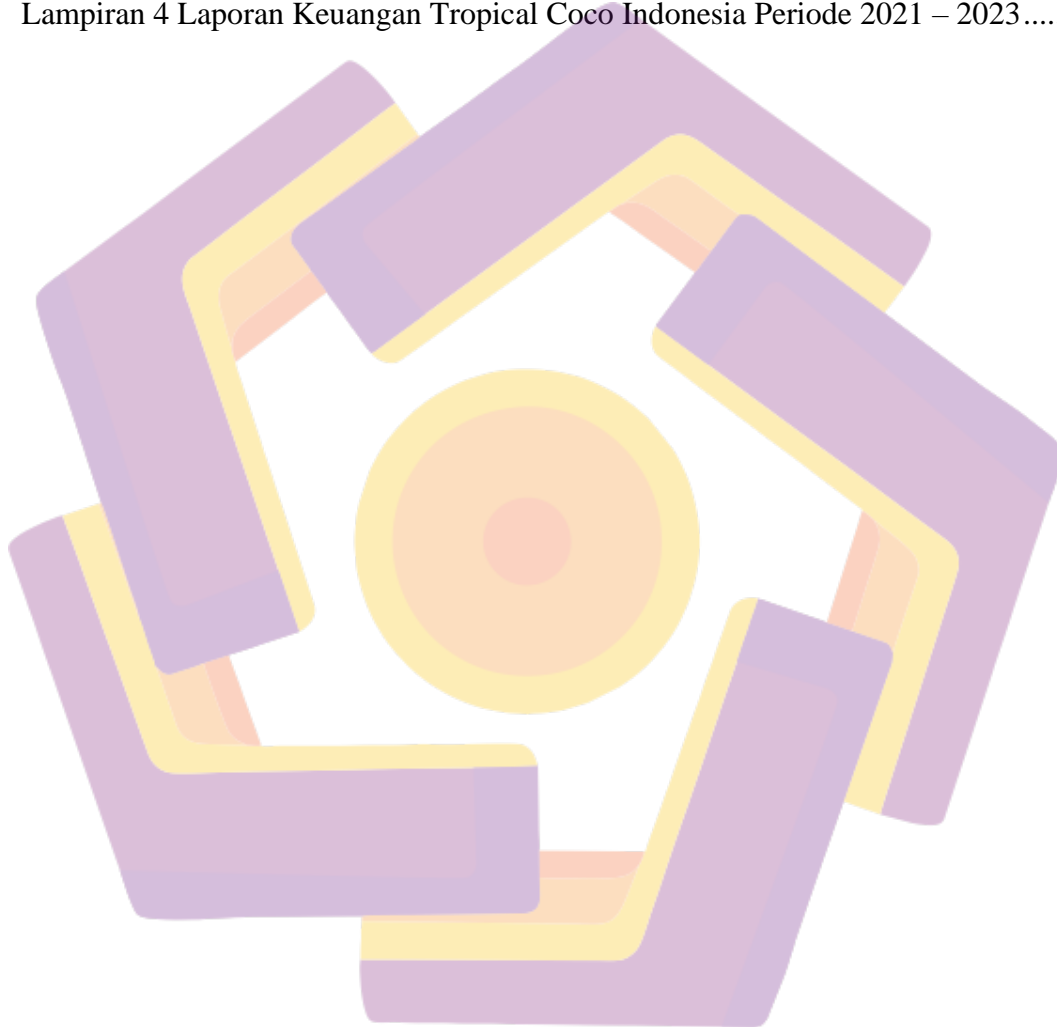
DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 1 Tabel Hasil Wawancara | 45 |
|--|----|



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Hasil Wawancara Informan Kunci | 94 |
| Lampiran 2 Hasil Wawancara Informan Pendukung | 114 |
| Lampiran 3 Kantor Tropical Coco Indonesia..... | 132 |
| Lampiran 4 Laporan Keuangan Tropical Coco Indonesia Periode 2021 – 2023 | 132 |



INTISARI

Skripsi ini meneliti tentang penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran ekspor di Tropical Coco Indonesia. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran ekspor di Tropical Coco Indonesia. Latar belakang dari penelitian ini dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran dalam bisnis, salah satunya bisnis ekspor. Salah satu strategi pemasaran dalam bisnis ekspor yang paling sering ditemui adalah dengan pemasaran konvensional melalui pameran baik yang diadakan pemerintah maupun asosiasi bisnis internasional yang diadakan di luar dan di dalam negeri. Hal ini menjadi suatu kendala yang dihadapi oleh para eksportir dalam segi biaya, akses, serta efisiensi waktu dan tenaga.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari Founder Tropical Coco Indonesia. Data sekunder yang digunakan bersumber dari buku, artikel, dan jurnal yang telah ada. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Berdasarkan seluruh tahapan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran digital (digital marketing) menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif pada bisnis ekspor karena pemasaran digital membantu bisnis ekspor untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan waktu dan biaya yang lebih efektif jika dibanding dengan pemasaran konvensional.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran digital, Bisnis Ekspor.

ABSTRACT

This research examines the application of digital marketing as an export marketing strategy in Tropical Coco Indonesia. This research aims to determine the application of digital marketing as an export marketing strategy in Tropical Coco Indonesia. The background of this research is influenced by the rapid development of technology and digitalization, which affect the marketing strategy in business, one of which is the export business. One of the most frequently encountered marketing strategies in the export business is conventional marketing through exhibitions held by the government and international business associations held outside and within the country. This is an obstacle faced by exporters in terms of cost, access, time, and labour efficiency.

This research is a type of field research with a qualitative approach. The data used are primary data obtained from the Founder of Tropical Coco Indonesia. The secondary data used comes from existing books, articles and journals. Data collection methods used are through interviews, documentation, and observation.

Based on all stages of the research, digital marketing is an effective marketing strategy for the export business because digital marketing helps export businesses reach a wider market with a more effective time and cost than conventional marketing.

Keyword : Marketing Strategy, Digital Marketing, Export Business.