

DAFTAR WAWANCARA PENELITIAN

Petunjuk:

1. Peneliti mengharapkan partisipasi dari Bapak/Ibu untuk memberi jawaban yang tepat dan relevan atas daftar pertanyaan penelitian yang telah tersedia.
2. Berikanlah jawaban yang menurut Bapak/Ibu benar atau mendekati jawaban dari pertanyaan sesuai dengan keadaan yang ada.
3. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan adalah bersifat rahasia, untuk itu peneliti mengharapkan jawaban yang sesungguhnya.
4. Data yang telah diperoleh dari Bapak/Ibu semata-mata hanya sebagai salah satu kelengkapan dalam menyusun Skripsi untuk menyelesaikan studi pada program strata satu.
5. Sebelum dan sesudah, peneliti mengucapkan terimakasih atas partisipasi dari Bapak/Ibu.

PERTANYAAN

Pertanyaan Wawancara untuk Transcom Gunungsitoli (informan Utama)

1. Bagaimana Anda mengelola pembuatan konten untuk pemasaran *online* di Toko Transcom?
2. Sejauh mana pembuatan konten yang Anda lakukan berperan dalam peningkatan volume penjualan?
3. Bagaimana strategi Anda dalam berbagi konten ke berbagai platform digital untuk Toko Transcom?
4. Apa dampak dari berbagi konten ini terhadap volume penjualan yang Anda amati?
5. Bagaimana Anda membangun koneksi dengan pelanggan melalui pemasaran *online* di Toko Transcom?
6. Apakah membangun koneksi dengan pelanggan berpengaruh terhadap laba dan pertumbuhan perusahaan?
7. Apa peran komunitas pelanggan dalam strategi pemasaran *online* Toko Transcom?

8. Bagaimana komunitas yang terbangun berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan dan keuntungan?

Pertanyaan Wawancara untuk Admin Transcom Gununtsitoli (informan Utama).

1. Apa jenis konten yang paling sering Anda buat untuk pemasaran *online* Toko Transcom?
2. Bagaimana Anda mengukur efektivitas konten yang dibuat dalam mendukung penjualan?
3. Melalui platform apa saja Anda membagikan konten pemasaran Toko Transcom?
4. Apakah Anda melihat hubungan langsung antara pembagian konten dengan peningkatan volume penjualan?
5. Apa pendekatan yang Anda lakukan untuk membangun hubungan dengan pelanggan di media sosial?
6. Seberapa efektif upaya koneksi ini dalam mendatangkan penjualan?
7. Bagaimana Anda mendukung pembentukan komunitas pelanggan di platform *online* Toko Transcom?
8. Apa kendala yang Anda hadapi dalam membangun komunitas pelanggan secara *online*?

Pertanyaan Wawancara untuk Karyawan Transcom Gunungsitoli (Informan Pendukung).

1. Apakah Anda terlibat dalam pembuatan konten untuk pemasaran *online* di Toko Transcom? Jika ya, jenis konten apa yang Anda buat?
2. Menurut Anda, apakah konten yang dipublikasikan cukup menarik perhatian pelanggan?
3. Apa peran Anda dalam berbagi konten ke platform digital?
4. Apakah berbagi konten secara rutin membantu menarik perhatian pelanggan baru?
5. Apakah Anda merasa ada hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan setelah penerapan pemasaran *online*?

6. Bagaimana pelanggan merespons upaya kami untuk membangun koneksi secara *online*?
7. Apa kontribusi Anda dalam membangun komunitas pelanggan melalui media sosial atau platform lainnya?
8. Apakah komunitas yang terbangun membantu meningkatkan loyalitas pelanggan?

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Wawancara I

Hari/Tgl : Senin, 12 Mei 2025

Waktu : 10.00 WIB

Lokasi : Toko Transcom Gunungsitoli

Informan : Bapak Nikodemus (Pemilik Toko Transcom Gunungsitoli)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana Anda mengelola pembuatan konten untuk pemasaran online di Toko Transcom?	“Saya secara aktif terlibat dalam merancang ide-ide konten yang menarik dan relevan untuk diposting di media sosial Toko Transcom. Saya mengarahkan tim agar konten yang dibuat sesuai dengan tren dan kebutuhan pelanggan, seperti promo, ulasan produk, dan konten interaktif, supaya bisa membangun ketertarikan dan kepercayaan konsumen terhadap toko kami.”
2	Sejauh mana pembuatan konten yang Anda lakukan berperan dalam peningkatan volume penjualan?	“Konten yang konsisten dan menarik sangat membantu meningkatkan penjualan. Setiap kali kami unggah promosi atau testimoni, pasti ada peningkatan interaksi dan pemesanan. Konten membantu membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk kami.”
3	Bagaimana strategi Anda dalam berbagi konten ke berbagai platform digital untuk Toko Transcom?	“Kami menggunakan beberapa platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Konten disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media. Misalnya, konten video pendek untuk TikTok, sedangkan Facebook untuk promosi yang lebih informatif dan interaktif.”
4	Apa dampak dari berbagi konten ini terhadap volume penjualan yang Anda amati?	“Dampaknya cukup positif, terutama saat ada promo atau produk baru. Konten yang viral atau mendapat banyak respon biasanya diikuti dengan lonjakan pembeli. Ini membuktikan bahwa konten digital sangat berpengaruh.”

5	Bagaimana Anda membangun koneksi dengan pelanggan melalui pemasaran online di Toko Transcom?	“Kami aktif membalas komentar dan pesan dari pelanggan. Selain itu, kami juga rutin membuat polling dan giveaway agar mereka merasa dilibatkan. Hal ini membangun kedekatan dan loyalitas pelanggan.”
6	Apakah membangun koneksi dengan pelanggan berpengaruh terhadap laba dan pertumbuhan perusahaan?	“Sangat berpengaruh. Pelanggan yang merasa dekat dan dihargai biasanya akan kembali berbelanja. Mereka juga sering merekomendasikan toko ke teman, sehingga membantu pertumbuhan tanpa biaya promosi tambahan.”
7	Apa peran komunitas pelanggan dalam strategi pemasaran online Toko Transcom?	“Komunitas pelanggan sangat membantu dalam memperluas jangkauan promosi. Mereka sering memberi ulasan positif dan membagikan pengalaman belanja ke media sosial. Ini menjadi promosi gratis yang sangat efektif.”
8	Bagaimana komunitas yang terbangun berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan dan keuntungan?	“Komunitas yang terbangun membantu menyebarkan informasi secara organik. Mereka sering membeli secara kolektif atau menjadi pelanggan tetap. Ini tentu mendukung kenaikan penjualan dan keuntungan secara berkelanjutan.”

Wawancara II

Hari/Tgl : Senin, 12 Mei 2025

Waktu : 13.00 WIB

Lokasi : Toko Transcom Gunungsitoli

Informan : Ibu Dewi Darnita (Admin Toko Transcom Kota Gunungsitoli)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana Anda mengelola pembuatan konten untuk pemasaran online di Toko Transcom?	“Saya mengikuti arahan dari pemilik toko terkait pembuatan konten, namun terkadang waktu dan sumber daya yang tersedia cukup terbatas. Saya berusaha membuat konten secara konsisten, tapi kadang masih terkendala dalam menentukan tema yang benar-benar menarik perhatian pelanggan.”
2	Sejauh mana pembuatan konten yang Anda lakukan berperan dalam peningkatan volume penjualan?	“Kami melihat beberapa peningkatan penjualan, tapi tidak selalu signifikan. Kadang konten sudah dibuat dan dibagikan, tapi tidak langsung berdampak pada penjualan. Mungkin karena belum ada strategi yang benar-benar fokus dan terarah.”
3	Bagaimana strategi Anda dalam berbagi konten ke berbagai platform digital untuk Toko Transcom?	“Biasanya saya unggah konten di Instagram dan Facebook karena sudah umum digunakan. Namun belum semua platform kami optimalkan. Terkadang hanya repost dari satu platform ke platform lain tanpa penyesuaian.”
4	Apa dampak dari berbagi konten ini terhadap volume penjualan yang Anda amati?	“Dampaknya kadang terlihat, tapi kadang juga tidak terlalu terasa. Mungkin karena waktu posting yang kurang tepat atau konten yang kurang menarik perhatian. Jadi belum selalu konsisten meningkatkan penjualan.”
5	Bagaimana Anda membangun koneksi dengan pelanggan melalui pemasaran online di Toko Transcom?	“Kami mencoba untuk membalas pesan pelanggan, namun kadang ada yang terlewat karena banyaknya pesan atau kesibukan lain. Upaya membangun koneksi sudah ada, tapi masih terbatas dalam pelaksanaannya.”

6	Apakah membangun koneksi dengan pelanggan berpengaruh terhadap laba dan pertumbuhan perusahaan?	“Saya melihat beberapa pelanggan memang kembali berbelanja setelah interaksi yang baik, tapi tidak semua. Jadi dampaknya memang ada, tetapi belum terlalu besar karena belum semua pelanggan terjangkau secara personal.”
7	Apa peran komunitas pelanggan dalam strategi pemasaran online Toko Transcom?	“pelanggan memang loyal, tapi belum terorganisir dalam komunitas yang bisa dimanfaatkan untuk pemasaran. Masih perlu waktu dan strategi untuk membangunnya.”
8	Bagaimana komunitas yang terbangun berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan dan keuntungan?	“Karena komunitas belum terbentuk secara jelas, kontribusinya terhadap penjualan masih kecil. Harapan ada, tapi implementasinya belum optimal. Masih dalam tahap awal.”

Wawancara III

Hari/Tgl : Kamis, 15 Mei 2025

Waktu : 10.00 WIB

Lokasi : Toko Transcom Gunungsitoli

Informan : Bapak Riski Eudia (Karyawan Toko Transcom Gunungsitoli)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa jenis konten yang paling sering Anda buat untuk pemasaran online Toko Transcom?	“Kami paling sering membuat konten promosi produk berupa foto dan video pendek yang menampilkan keunggulan barang yang kami jual, 52 seperti gadget terbaru atau aksesoris. Selain itu, kami juga membuat konten edukatif seputar teknologi untuk menambah nilai informasi kepada konsumen.”
2	Apa jenis konten yang paling sering Anda buat untuk pemasaran online Toko Transcom?	“Kami paling sering membuat konten promosi produk berupa foto dan video pendek yang menampilkan keunggulan barang yang kami jual, 52 seperti gadget terbaru atau aksesoris. Selain itu, kami juga membuat konten edukatif seputar teknologi untuk menambah nilai informasi kepada konsumen.”
3	Bagaimana Anda mengukur efektivitas konten yang dibuat dalam mendukung penjualan?	" Kami mengukur efektivitas konten melalui insight media sosial, seperti jumlah like, komentar, reach, dan klik ke nomor WhatsApp. Kami juga melihat peningkatan penjualan setelah konten tertentu diposting."
4	Melalui platform apa saja Anda membagikan konten pemasaran Toko Transcom?	" Kami menggunakan beberapa platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Ketiga platform ini sangat membantu menjangkau berbagai segmen pasar, terutama anak muda."
5	Apakah Anda melihat hubungan langsung antara pembagian konten dengan peningkatan volume penjualan?	" Ya, kami melihat dampak yang cukup jelas. Ketika kami aktif membagikan konten, terutama saat promosi diskon atau produk baru, biasanya jumlah pesanan meningkat."
6	Apa pendekatan yang Anda lakukan untuk membangun hubungan dengan pelanggan di media sosial?	“Kami selalu membalas komentar dan pesan pelanggan dengan cepat dan ramah. Kami juga sering membuat polling atau giveaway untuk meningkatkan interaksi dan rasa kedekatan.”

7	Seberapa efektif upaya koneksi ini dalam mendatangkan penjualan?	“Sangat efektif, karena pelanggan merasa lebih dekat dan percaya. Banyak dari mereka akhirnya menjadi pelanggan tetap setelah sering berinteraksi di media sosial.”
8	Bagaimana Anda mendukung pembentukan komunitas pelanggan di platform online Toko Transcom?	“Kami mendorong pembentukan komunitas dengan membuat grup pelanggan dan rutin membagikan info eksklusif, serta mengajak pelanggan berbagi pengalaman menggunakan produk.”

Wawancara IV

Hari/Tgl : Kamis, 15 Mei 2025

Waktu : 13.00 WIB

Lokasi : Toko Transcom Gunungsitoli

Informan : Bapak Sepriaman Telaumbanua (Karyawan Toko Transcom Kota Gunungsitoli)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa jenis konten yang paling sering Anda buat untuk pemasaran online Toko Transcom?	“Biasanya kami hanya sempat membuat konten berupa foto produk dan sesekali membuat story promosi. Karena keterbatasan waktu dan tim, kami belum konsisten membuat konten yang lebih beragam seperti video atau edukasi produk secara rutin.
2	Apa jenis konten yang paling sering Anda buat untuk pemasaran online Toko Transcom?	“Biasanya kami hanya sempat membuat konten berupa foto produk dan sesekali membuat story promosi. Karena keterbatasan waktu dan tim, kami belum konsisten membuat konten yang lebih beragam seperti video atau edukasi produk secara rutin.
3	Bagaimana Anda mengukur efektivitas konten yang dibuat dalam mendukung penjualan?	" Selama ini kami belum memiliki metode khusus untuk mengukur efektivitas konten. Kami hanya mengamati secara umum apakah ada peningkatan pesanan setelah memposting promosi, tapi belum dicatat secara rinci."
4	Melalui platform apa saja Anda membagikan konten pemasaran Toko Transcom?	" Saat ini kami lebih fokus di Facebook saja karena sudah punya banyak pengikut di sana. Untuk Instagram dan TikTok masih belum rutin kami gunakan karena keterbatasan tenaga."

5	Apakah Anda melihat hubungan langsung antara pembagian konten dengan peningkatan volume penjualan?	" Kadang-kadang memang ada peningkatan setelah konten dibagikan, tapi tidak selalu konsisten. Mungkin karena konten kami belum sepenuhnya menarik atau promosi tidak rutin."
6	Apa pendekatan yang Anda lakukan untuk membangun hubungan dengan pelanggan di media sosial?	"Kami membalas pesan pelanggan, tapi kadang agak lambat karena banyak yang harus dikerjakan. Upaya seperti interaksi aktif belum kami lakukan secara rutin karena keterbatasan waktu."
7	Seberapa efektif upaya koneksi ini dalam mendatangkan penjualan?	"Menurut kami, koneksi ini cukup membantu, tapi belum terlalu terasa dampaknya terhadap penjualan karena belum semua pelanggan aktif di media sosial."
8	Bagaimana Anda mendukung pembentukan komunitas pelanggan di platform online Toko Transcom?	"Kami belum secara khusus membentuk komunitas pelanggan, karena masih fokus pada promosi harian. Namun kami terbuka untuk mencoba jika ada dukungan dari tim."

Wawancara V

Hari/Tgl : Senin, 19 Mei 2025

Waktu : 10.00 WIB

Lokasi : Toko Transcom Gunungsitoli

Informan : Ibu Intan Hia (Pelanggan Toko Transcom Gunungsitoli)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Seberapa sering Anda membeli produk dari Toko Transcom Gunungsitoli secara online?	"Saya cukup sering melakukan pembelian secara online di Toko Transcom, bisa dua sampai tiga kali dalam sebulan. Alasan utama saya membeli lewat platform online mereka adalah karena praktis, pelayanan cepat, dan produknya sesuai dengan yang ditawarkan di media sosial. Adminnya juga responsif dan ramah, jadi saya merasa nyaman untuk terus belanja di sana."

2	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Toko Transcom Gunungsitoli?	“Saya pertama kali mengetahui tentang Toko Transcom Gunungsitoli melalui media sosial, khususnya Instagram dan Facebook. Mereka cukup aktif membagikan informasi produk terbaru, promo, dan testimoni pelanggan, sehingga saya langsung tertarik untuk mengecek lebih lanjut. Kontennya cukup menarik dan tampak profesional, membuat saya yakin bahwa toko ini terpercaya.”
3	Menurut Anda, bagaimana kualitas informasi yang diberikan oleh Toko Transcom Gunungsitoli di media online mereka?	“Menurut saya, kualitas informasi yang diberikan oleh Toko Transcom di media sosial dan marketplace sudah cukup baik. Mereka memberikan gambar produk yang jelas, deskripsi singkat, dan sering meng-update stok terbaru. Selain itu, caption yang digunakan juga cukup komunikatif dan memudahkan saya sebagai pembeli untuk memahami fitur produk tersebut.”
4	Apakah Anda pernah mengalami kendala saat melakukan pembelian secara online di Toko Transcom?	“Sejauh ini saya belum pernah mengalami kendala berarti saat belanja online di Toko Transcom. Prosesnya lancar, dari pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman semuanya sesuai dengan yang dijanjikan. Admin juga memberikan update secara berkala tentang status pesanan saya.”
5	Apakah Anda pernah melakukan pembelian secara online di Toko Transcom?	“Ya, saya sudah beberapa kali membeli produk secara online dari Toko Transcom. Saya merasa sangat terbantu karena tidak perlu repot datang langsung ke toko. Pelayanannya cukup cepat dan terpercaya, serta produk yang dikirim selalu dalam kondisi baik dan sesuai pesanan.”
6	Pernahkah Anda mengalami kendala saat berbelanja online di Toko Transcom?	“Tidak, saya belum pernah mengalami kendala saat berbelanja online di Toko Transcom. Proses transaksi selalu berjalan dengan lancar dan customer service-nya pun sangat membantu. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sejauh ini.”

Wawancara VI

Hari/Tgl : Senin, 19 Mei 2025

Waktu : 13.00 WIB

Lokasi : Toko Transcom Gunungsitoli

Informan : Bapak Putra Zagoto (Pelanggan Toko Transcom Kota Gunungsitoli)

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Seberapa sering Anda membeli produk dari Toko Transcom Gunungsitoli secara online?	“Saya jarang membeli produk secara online dari Toko Transcom, mungkin hanya satu atau dua kali. Alasannya karena saya merasa lebih nyaman melihat langsung barangnya di toko fisik, apalagi pernah ada pengalaman admin lama membalas pesan saat saya ingin tanya-tanya. Jadi, saya lebih memilih datang langsung jika memungkinkan.”
2	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Toko Transcom Gunungsitoli?	“Saya mengetahui tentang Toko Transcom Gunungsitoli dari cerita teman yang pernah belanja di sana. Namun, saya merasa informasi awal yang saya lihat di media sosialnya kurang lengkap, terutama terkait spesifikasi produk dan harga yang kadang tidak dicantumkan secara jelas. Saya harus mengirim pesan terlebih dahulu untuk menanyakan detailnya.”
3	Menurut Anda, bagaimana kualitas informasi yang diberikan oleh Toko Transcom Gunungsitoli di media online mereka?	“Secara umum informasinya sudah lumayan, tapi saya rasa masih bisa lebih ditingkatkan lagi. Kadang ada produk yang hanya dicantumkan gambar tanpa keterangan detail, sehingga saya harus bertanya dulu. Akan lebih baik kalau deskripsinya ditambah agar tidak perlu bolak-balik chat untuk menanyakan hal-hal dasar.”
4	Apakah Anda pernah mengalami kendala saat melakukan pembelian secara online di Toko Transcom?	“Saya pernah mengalami sedikit kendala ketika melakukan pembayaran karena sistem konfirmasi manual yang agak lambat. Selain itu, waktu pengiriman juga sempat molor satu hari tanpa pemberitahuan. Meskipun akhirnya tetap sampai, saya berharap ke depannya ada informasi yang lebih jelas jika terjadi keterlambatan.”
5	Apakah Anda pernah melakukan pembelian secara online di Toko Transcom?	“Saya pernah sekali mencoba membeli secara online, tapi setelah itu lebih memilih datang langsung ke toko. Saat itu pelayanannya agak lambat, saya perlu menunggu cukup lama untuk

		mendapatkan konfirmasi pembelian. Karena saya tidak terlalu sering belanja, saya merasa lebih nyaman membeli langsung agar lebih cepat.”
6	Pernahkah Anda mengalami kendala saat berbelanja online di Toko Transcom?	“Pernah sekali saya mengalami kendala saat pembayaran, karena sistemnya tidak langsung terkonfirmasi otomatis. Saya harus mengirim bukti transfer ulang beberapa kali. Meski akhirnya selesai, saya berharap ke depannya ada sistem yang lebih efisien agar proses transaksi jadi lebih mudah.”

DOKUMENTASI







YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage : [https // mnj. unias.ac.id](https://mnj.unias.ac.id) email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 06 November 2024

Hal Pengajuan Judul Rancangan Penelitian

Kepada Yth. Bapak/ibu Dosen

Pembimbing Akademik

Bpk. Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

Dengan hormat,

1. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Aluiwa'auri Laia**

NIM : **2321025**

Jumlah SKS : **131 SKS**

Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian dan memohon kepada Bapak/ibu kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini:

No	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI	12/11-2024	/

2. Demikian Permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak/ibu dapat mempertimbangkannya.

Hormat Saya

Pemohon,

Aluiwa'auri Laia

NIM. 2321025



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage : <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

OUTLINE TOPIK PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Aluiwa'auri Laia
NIM : 2321025
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi
Tema : Strategi Pemasaran

Judul	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI.
Fenomena	Fenomena masalah yang sering terjadi di Toko Transcom Kota gunungsitoli adalah kurangnya konsistensi dalam menjalankan promosi secara <i>online</i> . Meskipun toko telah memanfaatkan media sosial dan <i>platform e-commerce</i> , pemanfaatannya masih belum optimal, sehingga jangkauan terhadap calon pelanggan potensial menjadi terbatas. Selain itu, konten yang dibuat kurang menarik dan jarang diperbarui, sehingga pelanggan kurang tertarik untuk mengikuti perkembangan produk di toko ini. Tantangan lainnya adalah terbatasnya interaksi dengan pelanggan melalui <i>platform online</i> , yang menyebabkan rendahnya kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Fenomena ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran <i>online</i> di Toko Transcom perlu ditingkatkan dan disesuaikan dengan tren digital terkini untuk meningkatkan peningkatan volume penjualan yang signifikan.
Lokus	Transcom Kota Gunungsitoli
Alamat	Jl. Diponegoro No. 114a, Ps. Gn. Sitoli, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara 22811
Latar Belakang	Pemasaran online telah menjadi strategi utama dalam dunia bisnis modern, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perubahan ini telah mengubah cara perusahaan berinteraksi

dengan konsumen, di mana dunia digital memberikan peluang besar untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam konteks ini, strategi pemasaran *online* memegang peran penting dalam menciptakan hubungan yang lebih efisien dan efektif antara perusahaan dan konsumen. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, bisnis kini dapat memanfaatkan *platform digital* untuk menjangkau lebih banyak konsumen tanpa batasan geografis.

Seiring dengan semakin berkembangnya *e-commerce*, strategi pemasaran *online* mulai dilihat sebagai alat yang sangat efektif dalam mengakses pasar yang lebih luas. Menurut Kotler et al. (2020), pemasaran *online* memungkinkan perusahaan untuk melakukan segmentasi pasar secara lebih terperinci dan lebih terarah, serta memanfaatkan berbagai saluran digital seperti media sosial, *email marketing*, dan iklan digital. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, mempercepat pengenalan merek, dan yang lebih penting, meningkatkan volume penjualan.

Teknologi telah membuka banyak peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan data konsumen untuk meningkatkan pemasaran mereka. Menurut Chaffey (2021), penggunaan big data dalam pemasaran *online* dapat meningkatkan pengambilan keputusan yang lebih baik terkait preferensi konsumen dan tren pasar. Dengan mengidentifikasi pola konsumsi melalui analisis data, perusahaan dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar secara lebih akurat, yang akhirnya berdampak positif pada volume penjualan.

Tidak hanya itu, pemasaran *online* juga menawarkan berbagai alat yang memungkinkan perusahaan untuk mengukur efektivitas kampanye mereka secara langsung. Sebagai contoh, *platform* iklan digital seperti *Google Ads* dan *Facebook Ads* memungkinkan pengiklan untuk melacak metrik yang sangat spesifik, seperti klik dan konversi, yang memberikan wawasan langsung tentang bagaimana pemasaran mereka berdampak pada penjualan. Menurut Ryan (2022), kemampuan untuk mengukur kinerja iklan secara *real-time* ini memungkinkan pengusaha untuk

melakukan penyesuaian strategi pemasaran mereka dengan cepat dan lebih efisien.

Peran media sosial dalam pemasaran *online* juga tidak dapat diabaikan. Media sosial, seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*, telah menjadi salah satu saluran utama dalam menarik perhatian konsumen. Berdasarkan penelitian oleh Kumar et al. (2023), 90% dari konsumen modern mengakses media sosial untuk mencari informasi produk sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin meningkatkan volume penjualan harus mampu memanfaatkan media sosial dengan baik, tidak hanya untuk mempromosikan produk, tetapi juga untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

Lebih lanjut, pemasaran *online* juga memberikan fleksibilitas dalam hal biaya. Pemasaran melalui saluran digital cenderung lebih terjangkau dibandingkan dengan pemasaran tradisional seperti iklan televisi atau media cetak. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Armstrong dan Kotler (2020), biaya yang lebih rendah ini memungkinkan bisnis, terutama usaha kecil dan menengah (UKM), untuk bersaing dengan pemain besar di pasar yang lebih luas. Hal ini menciptakan peluang yang setara untuk meningkatkan volume penjualan meskipun dengan sumber daya yang terbatas.

Namun, meskipun memiliki banyak manfaat, pemasaran *online* juga memiliki tantangan tersendiri. Salah satu tantangan terbesar adalah persaingan yang sangat ketat di dunia maya. Dengan banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba menarik perhatian konsumen, perusahaan harus memiliki strategi yang unik dan inovatif agar dapat menonjol. Menurut Smith (2021), strategi pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada pemanfaatan teknologi, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen serta tren pasar yang sedang berkembang.

Selain itu, konsumen saat ini lebih cerdas dalam memilih produk yang mereka beli. Mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas produk, ulasan dari pengguna lain, dan reputasi merek.

Dalam hal ini, pemasaran *online* memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk membangun kredibilitas melalui testimoni pelanggan, rating produk, serta komunikasi dua arah yang lebih personal. Menurut Jain (2023), penguatan kepercayaan melalui ulasan *online* dapat berperan besar dalam keputusan pembelian konsumen dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan volume penjualan.

Di samping itu, tren pemasaran digital yang semakin berkembang menuntut perusahaan untuk lebih adaptif terhadap perubahan yang terjadi. Misalnya, penggunaan teknologi baru seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR) dalam pemasaran *online* mulai banyak digunakan untuk meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen. Seperti yang disampaikan oleh Kapoor dan Arora (2023), teknologi ini memungkinkan konsumen untuk mencoba produk secara virtual, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka beli, serta mempercepat proses pembelian.

Pemasaran *online* dalam meningkatkan volume penjualan tidak hanya berlaku untuk produk fisik, tetapi juga untuk produk jasa. Dengan semakin berkembangnya *platform* digital, banyak perusahaan jasa yang memanfaatkan internet untuk memasarkan layanan mereka kepada audiens yang lebih luas. Seperti yang dikemukakan oleh Solis (2022), bagi perusahaan jasa, strategi pemasaran online memungkinkan mereka untuk memberikan informasi yang lebih jelas dan transparan mengenai layanan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat konsumen dan akhirnya mendorong volume penjualan jasa. pemasaran *online* merupakan strategi yang sangat penting dalam meningkatkan volume penjualan di era digital saat ini. Dengan memanfaatkan berbagai alat digital dan *platform* yang ada, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas, memahami kebutuhan konsumen dengan lebih baik, serta merancang strategi yang lebih efisien dan efektif. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler et al. (2020), perusahaan yang berhasil memanfaatkan pemasaran online secara maksimal akan memiliki peluang besar untuk meraih kesuksesan jangka panjang dalam meningkatkan

	penjualan mereka. Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan beberapa Fenomena masalah yang sering terjadi di Toko Transcom Kota gunungsitoli adalah kurangnya konsistensi dalam menjalankan promosi secara <i>online</i>. Meskipun toko telah memanfaatkan media sosial dan <i>platform e-commerce</i>, pemanfaatannya masih belum optimal, sehingga jangkauan terhadap calon pelanggan potensial menjadi terbatas. Selain itu, konten yang dibuat kurang menarik dan jarang diperbarui, sehingga pelanggan kurang tertarik untuk mengikuti perkembangan produk di toko ini. Tantangan lainnya adalah terbatasnya interaksi dengan pelanggan melalui <i>platform online</i>, yang menyebabkan rendahnya kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Fenomena ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran <i>online</i> di Toko Transcom perlu ditingkatkan dan disesuaikan dengan tren digital terkini untuk meningkatkan peningkatan volume penjualan yang signifikan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik mengangkat judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI.”
Rumusan Masalah	Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran online yang dilakukan oleh Toko Transcom Kota Gunungsitoli? 2. Sejauh mana strategi pemasaran online yang diterapkan mampu meningkatkan volume penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli? 3. Apa saja kendala yang dihadapi Toko Transcom dalam menjalankan strategi pemasaran online untuk meningkatkan Volume Penjualan?
Tujuan Penelitian	1. Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi pemasaran online yang dilakukan oleh Toko Transcom Kota Gunungsitoli. 2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran online yang diterapkan mampu meningkatkan volume penjualan di Toko

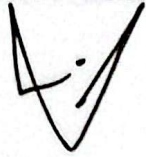
	Transcom Kota Gunungsitoli
	3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Toko Transcom dalam menjalankan strategi pemasaran online untuk meningkatkan Volume penjualan

Metode Penelitian	Menurut Sugiyono (2019:45), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data sesuai dengan telaah penelitian dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam pendekatan penelitian ini dapat dibagi dalam 3 (tiga) jenis kegiatan, yaitu: • Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mempunyai sifat deskriptif, penelitian ini lebih cenderung menggunakan analisis. Dalam penelitian ini proses dan makna lebih banyak ditonjolkan dengan menggunakan landasan teori sebagai panduan untuk fokus pada penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan. • Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang bisa diukur menggunakan ilmu statistik, matematika dan komputasi. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk mengembangkan teori hipotesis yang memiliki kaitan dengan fenomena-fenomena alam. • Penelitian campuran adalah penelitian yang menggabungkan penelitian bentuk kuantitatif dan kualitatif. Penelitian campuran ini lebih kompleks dibandingkan penelitian-penelitian yang disebutkan di atas, karena pada penelitian ini tidak hanya mengumpulkan dan menganalisis data namun juga melibatkan fungsi-fungsi dari penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penggunaan dari kedua metode penelitian itu diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai masalah penelitian yang diangkat.
-------------------	---

	Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif.
Daftar Pustaka	Sugiyono. (2019). <i>Metodologi Penelitian</i>. Jakarta: RajaGrafindo Persada. Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2020). <i>Prinsip-prinsip Pemasaran</i> (ed. ke-17). Pearson Education. Chaffey, D. (2021). <i>Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi, dan Praktik</i> (ed. ke-8). Pearson. Ryan, D. (2022). <i>Memahami Pemasaran Digital: Strategi Pemasaran untuk Menarik Generasi Digital</i> (ed. ke-5). Kogan Page. Kumar, V., Rahman, Z., & Shah, S. (2023). <i>Pemasaran Digital: Tantangan dan Peluang</i>. Jurnal Penelitian Pemasaran, 60(3), 421-435. Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). <i>Pemasaran: Sebuah Pengantar</i> (ed. ke-14). Pearson Education. Smith, P. R. (2021). <i>Keunggulan Pemasaran Digital: Perencanaan, Optimalisasi, dan Integrasi Pemasaran Online</i> (ed. ke-6). Routledge. Jain, S. (2023). <i>Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran di Era Digital</i>. Jurnal Studi Konsumen, 39(2), 99-110. Kapoor, H., & Arora, A. (2023). <i>Tren Pemasaran Digital yang Muncul: Peran AR dan VR</i>. Jurnal Teknologi Pemasaran, 25(4), 218-229. Solis, B. (2022). <i>Transformasi Digital: Membangun Bisnis Anda untuk Era Digital</i>. Wiley.

Gunungsitoli, 06 November 2024

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 01120781203

Disahkan Oleh
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,



Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 0128129102

Tembusan

1. Kepala LPPM Universitas Nias
2. Dekan Fakultas Ekonomi

Status pembimbingan berhasil diubah

NIM :

2321025

NAMA MAHASISWA :

ALUIWA'AURI LAIA

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

LOKUS :

Transcom Kota Gunungsitoli

Dosen Pembimbing :

Yupiter Mendrofa, SE.,MM

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

STRATEGI PEMASARAN

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Proposal

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Bab I 15 Jan 2025 09:49:00	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI File Skripsi	Perbaiki Bab I (Sempurnakan permasalahan penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian). Terimakasih. 17 Jan 2025 08:39:12
2	Bab I 03 Feb 2025 20:28:53	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI File Skripsi	ACC Bab 1. Lanjutkan ke Bab 2. Terimakasih. 05 Feb 2025 14:35:24

N
O

TOPIK

MATERI

CATATAN DOSEN

3 Bab II

12 Feb 2025 09:40:21

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
ONLINE DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DI TOKO
TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

File Skripsi

Perbaiki Bab II Tinjauan Pustaka, Sempurnakan teori, Perbaiki Sumber buku, perbaiki kerangka berpikir, sempurnakan penulisan. Terimakasih.

12 Feb 2025 11:30:58

4 Bab II

27 Feb 2025 21:04:31

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
ONLINE DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DI TOKO
TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

File Skripsi

ACC Bab II. Lanjutkan ke Bab III. Terimakasih.

28 Feb 2025 08:48:15

5 BAB III

04 Mar 2025 20:20:26

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
ONLINE DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DI TOKO
TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

File Skripsi

Perbaiki Bab III. Perbaiki Informan penelitian dan tata penulisan. Terimakasih.

05 Mar 2025 11:32:28

6 BAB III

06 Mar 2025 08:20:10

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
ONLINE DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DI TOKO
TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

File Skripsi

ACC Bab III

06 Mar 2025 10:05:50

7 bab I, II dan III

06 Mar 2025 08:20:28

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
ONLINE DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DI TOKO
TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

File Skripsi

ACC Proposal Penelitian. Silahkan mendaftar Seminar Proposal. Terimakasih.

06 Mar 2025 10:06:29

Selesai

Proses pembimbingan proposal ini telah selesai dan telah dilanjutkan pada tahapan selanjutnya.

LEMBAR PERSETUJUAN RANCANGAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh:

Nama : Aluiwa'auri Laia
NIM : 2321025
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : Analisis Strategi Pemasaran *Online* dalam Meningkatkan
Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli

Telah disetujui dan selanjutnya diseminarkan

Gunungsitoli, 30 Februari 2025

Plt. Ketua Program Studi



Idarni Harefa, S.E., M.E

NIDN. 0128129102

Dosen Pembimbing,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

NIDN. 0112078103



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

6 Maret 2025

Nomor : 169/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Seminar Rancangan
Penelitian atas nama **ALUIWA'AURI LAIA**

Kepada Yth.

1. Idarni Harefa, SE.,ME.. (Penelaah)
2. Yupiter Mendrofa, SE.,MM (Pembimbing)

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan Seminar Rancangan Penelitian mahasiswa:

Nama : **ALUIWA'AURI LAIA**
NIM : **2321025**
Program : **Sarjana**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi**
Judul Rancangan Penelitian : **Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli**

diharapkan kehadiran Bapak/Ibu pada acara seminar dimaksud yang diselenggarakan pada:

Hari/tanggal : Sabtu, 08 Maret 2025
Pukul : 08.00 wib-selesai
Tempat : Ruang Lab

Bersama ini kami sampaikan lembar perbaikan dan lembar penilaian rancangan penelitian serta naskah rancangan penelitian yang akan diseminarkan. Atas perhatian Bapak/Ibu, kami mengucapkan terima kasih.

Plt. Kaprodi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102

Tembusan disampaikan kepada:

1. Yth. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
3. Arsip



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Sabtu tanggal Delapan bulan Maret tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **ALUIWA'AURI LAIA**
NIM : 2321025
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli

W a k t u Pelaksanaan : 08.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM
(Pembimbing)
2. Idarni Harefa, SE.,ME
(Penelaah)

- 1.
- 2.

Tanda Tangan



Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM (Pembimbing)	85
2. Idarni Harefa, SE.,ME (Penelaah)	85
Total Nilai	

Rata-rata nilai adalah: _____

Gunungsitoli, 8 Maret 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0138129102



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias
menerangkan bahwa :

Nama	: ALUIWA'AURI LAIA
NIM	: 2321025
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli

Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :

hari / tanggal	: Sabtu, 8 Maret 2025
Pukul	: 08.00 wib-selesai
tempat	: Ruang Lab

Dengan hasil penilaian :

☐

Rancangan penelitian telah cukup baik dan lengkap sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(90-100)

☒

Rancangan penelitian telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(70-89)

☐

Rancangan rancangan penelitian masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap cukup baik untuk dijadikan topik permasalahan skripsi. Dianjurkan seminar perbaikan.
(55-69)

☐

Rancangan penelitian tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi.
(0-5)

Gunungsitoli, 8 Maret 2025

Plt. Ketua Program Studi Manajemen,



Idarni Hurefa S.E., M.E
NIDN. 0128139102

Catatan:

Beri tanda centang (✓)
Pada salah satu kotak.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : ALUIWA'AURI LAIA

NIM : 2321025

Judul Penelitian : Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli

2. Materi Perbaikan

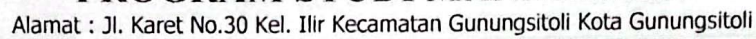
NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
	Hal 5	Sempurnakan penyelasan tabel
	Hal 7	manpaat 'peneutic
	Hal 9	Tinjauan pustaka " Strategi pemasaran "
	—	Systematika penulisan Karyu ilmiah.
	—	Daftar pustaka

Gunungsitoli, 8 Maret 2025

Dosen Penelaah,

Idarni Harefa, SE.,ME..

NIDN. 0128129102



LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nama : Aluiwa'auri Laia
NIM : 2320025
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli.

Telah diseminarkan dan disetujui untuk melaksanakan penelitian.

Gunungsitoli, 29 April 2025

Dosen Penelaah,



Idarni Harefa, S.E., M.E

NIDN. 0128129102

Dosen Pembimbing,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

NIDN. 0112078103

Plt. Ketua Prodi Studi Manajemen


Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

03 Mei 2025

Nomor : 608/UN11/PN.01.02/2025

Lampiran : 1 (set)

Perihal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan Toko Transcom Kota Gunungsitoli
di
Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :

Nama	: Aluiwa'auri Laia
NIM	: 2321025
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Jenjang Pendidikan	: Sarjana (S-1)
Judul Skripsi	: Analisis strategi pemasaran online dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli
Lokasi Penelitian	: Toko Transcom Kota Gunungsitoli
Jadwal Penelitian	: 3 Mei 2025 sampai selesai

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberi izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut di atas untuk melaksanakan Penelitian di lokasi penelitian tersebut di atas (Rancangan Skripsi Terlampir).

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Dekan,

Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M
NIDN. 0111038208

Tembusan :

- Yth.
1. Rektor Universitas Nias (sebagai laporan)
 2. Warek Lingkup Universitas Nias
 3. Kepala LPPM Universitas Nias
 4. Ketua Program Studi Manajemen
 5. Peneliti yang bersangkutan (Aluiwa'auri Laia)
 6. Arsip



TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

Alamat : Jl. Diponegoro No.114a, ps. Gn. Sitoli, Kec Gunungsitoli,
Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara 22811.

Gunungsitoli, 06 Mei 2025

Nomor : 139/TRSM/2025
Hal/Perihal : Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
di

Tempat

Sehubungan dengan surat dari Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias, Nomor:
608/UN11/PN.01.02/2025, Tanggal 03 Mei 2025 Perihal Permohonan Izin Pelaksanaan
Penelitian Oleh :

Nama : Aluiwa'auri Laia
NIM : 2321025
Fakultas : Ekonomi Universitas Nias
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)
Judul Sikripsi : "Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan
Volume Penjualan Di Toko Transcom Kota Gunungsitoli"

Yang namanya tersebut di atas diberikan izin untuk melaksanakan Penelitian di
Toko Transcom Kota Gunungsitoli. Demikian kami sampaikan dan terimakasih.

Pemilik,
Transcom Gunungsitoli

TRANSCOM MEGATRONIK
JL. DIPONEGORO NO. 115
GUNUNGSITOLI NIAS
NIKO DEMUS



TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

Alamat : Jl. Diponegoro No.114a, ps. Gn. Sitoli, Kec Gunungsitoli,
Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara 22811.

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 28/TRSM/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Niko Demus
Jabatan : Pemilik
Alamat : Jl. Diponegoro No.114a, ps. Gn. Sitoli, Kec Gunungsitoli,
Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara 22811.

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Aluiwa'auri Laia
NIM : 2321025
Fakultas : Ekonomi Universitas Nias
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)

Telah menyelesaikan penelitian di Transcom Kota Gunungsitoli, selama 1 (satu) bulan, terhitung dari tanggal 06 Mei 2025, sampai 06 Juni 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Toko Transcom Kota Gunungsitoli"

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Pemilik,
Transcom Gunungsitoli

TRANSCOM MEGATRONIK
JL. DIPONEGORO NO. 114A
GUNUNGSITOLI, SUMATERA UTARA 22811
NIKO DEMUS

Status pembimbingan berhasil di simpan

NIM :

2321025

NAMA MAHASISWA :

ALURWA AURI LAIA

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

LOKUS :

Transcom Kota Gunungsitoli

Dosen Pembimbing :

Yupiter Mendrofa, SE,MM

Konsentrasi :

Pemasaran

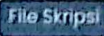
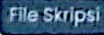
Tema :

STRATEGI PEMASARAN

Kembali ke awal

Riwayat Bimbingan Skripsi

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
I	BAB IV, V 09 Jul 2025 10:09:49	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI File Skripsi	Perbaiki Bab IV : Sempurnakan penyusunan hasil wawancara, perbaiki dan sempurnakan analisis pembahasan (pastikan sudah terjawab rumusan masalah), rapikan penulisan. Terimakasih. Perbaiki Bab V : Sempurnakan Kesimpulan dan Saran, rapikan penulisan. Buat semua lampiran. Terimakasih. 09 Jul 2025 10:59:38

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
2	analisis strategi pemasaran online dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli 11 Jul 2025 08:40:45	BAB I-V 	Perbaiki kembali Bab IV dan V sesuai revisi. Terimakasih. 11 Jul 2025 09:14:52
3	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI 21 Jul 2025 12:25:19	BAB I,II,III,IV,V 	ACC Bab IV dan Bab V. PDF kan semua SKRIPSI. Terimakasih. 21 Jul 2025 15:15:43
4	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI 21 Jul 2025 15:51:34	BAB I-5 PDF 	ACC Skripsi. Silahkan mendaftar Ujian Skripsi. Terimakasih. 21 Jul 2025 16:13:16

Selesai

Proses pembimbingan skripsi ini telah selesai



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat: Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "**Analisis Strategi Pemasaran *Online* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di Toko Transcom Kota Gunungsitoli**" oleh Aluiwa'auri Laia dengan NIM 2321025 Program Studi Manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh pembimbing, sehingga dapat dilanjutkan untuk Sidang Skripsi.

Gunungsitoli, 21 Juli 2025
Dosen Pembimbing,

Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias ✉ 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 285/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.**
NIDK : 8934030021
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Plt. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

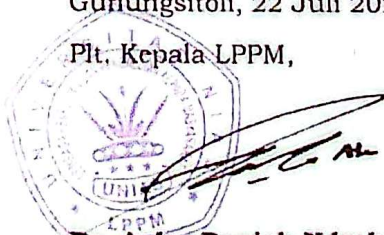
dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Aluiwa'Auri Laia**
NIM : 2321025
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO TRANSCOM KOTA GUNUNGSITOLI

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 16% dan tingkat *Artificial Intelligence* (AI) 0%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 22 Juli 2025

Plt. Kepala LPPM,



Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.
NIDK. 8934030021

Tembusan:

1. Ketua Program Studi Manajemen
2. Mahasiswa an. **Aluiwa'Auri Laia**.



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

No : 769/UN.11.02/PP.05.01/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Program Studi S1 Manajemen, Universitas Nias, menerangkan bahwa :

Nama : **Aluiwa'auri Laia**
Nim : **2321025**
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Toko Trancom Kota Gunungsitoli.**

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua mata kuliah di Program Studi S-1 Manajemen. Untuk itu dimohon kiranya untuk ditertibkan transkrip nilai kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik di ucapkan terimakasih.

Gunungsitoli, ~~22~~ **22** Juli 2025
Ketua Program Studi Manajemen,

Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. ~~2839774675230262~~



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 22 Juli 2025

Hal : **Permohonan Ujian Skripsi**

Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ALUIWA'AURI LAIA**

NIM : 2321025

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi (FE)

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian Skripsi.

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Surat Permohonan Ujian Skripsi
2. Surat Kesiediaan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti Skripsi Telah Melewati Cek *Plagiat* Dari LPPM
4. Surat keterangan bebas mata kuliah
5. Surat pengesahan skripsi yang ditandatangani oleh pembimbing
6. Surat keterangan telah berakhir meneliti dari tempat penelitian
7. Surat pernyataan keaslian skripsi yang ditandatangani oleh mahasiswa
8. Menggandakan *Hardcopy* Skripsi Yang Telah di Jilid Sebanyak 3 (Tiga) Rangkap
9. Riwayat Bimbingan SKRIPSI di SIMAT Dari Dosen Pembimbing
10. Menunjukkan KRS/KHS Asli Semester 1 Sampai Terakhir
11. Fotokopi KHS Terakhir
12. Transkrip Nilai Sementara Dari SIMAT
13. Slip Pembayaran Uang Kuliah Terakhir
14. Map Merah 3 Buah

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,

ALUIWA'AURI LAIA
NIM. 2321025

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat: Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Hal : Kesedian Menghadiri Sidang Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Nama : **ALUIWA'AURI LAIA**
Nim : 2321025
Program : Sarjana
Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi (FE)

Manyatakan bahwa saya bersedia untuk menghadiri ujian Skripsi sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya Pemohon,

ALUIWA'AURI LAIA
NIM. 2321025

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

23 Juli 2025

Nomor : 780/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **ALUIWA'AURI LAIA**

Kepada Yth.

- | | |
|--|------------|
| 1. Idarni Harefa, S.E., ME | Penguji I |
| 2. Sophia Molinda Kakisina, S.E., M.Sc | Penguji II |
| 3. Yupiter Mendrofa, S.E., MM | Pembimbing |

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama : **ALUIWA'AURI LAIA**
NIM : 2321025
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli

diharapkan kehadiran Bapak pada acara dimaksud yang diselenggarakan:

hari/tanggal : Jumat, 25 Juli 2025
pukul : 14.30 Wib s/d selesai
tempat : Ruang Rapat

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Kaprodi Manajemen


Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK. 2839774675230262

Tembusan disampaikan kepada

1. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen diwajibkan memakai kemeja non batik pakai dasi.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jumat tanggal Dua Puluh Lima Juli tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

N a m a : **ALUIWA'AURI LAIA**
NIM : **2321025**
Program : **Sarjana**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi**
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Transcom Kota Gunungsitoli**

W a k t u Pelaksanaan : **14.30 WIB s.d.selesai**

Susunan Dewan Penguji :

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM
2. Idarni Harefa, SE.,ME.
3. Sophia Molinda Kakisina, S.E., M.Sc

TandaTangan

1.  1. 
2.  2. 

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM	90
2. Idarni Harefa, SE.,ME.	85
3. Sophia Molinda Kakisina, S.E., M.Sc	87
Total Nilai	<u>262</u>

Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah.....87,3

(.....87,3.....)

Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/~~Tidak Lulus~~ dengan Predikat Kelulusan.....A-.....

Keterangan:
Nilai Yudisium:

90.00-100 = A
85.00-89.99 = A-
80.00-84.99 = B+
75.00-79.99 = B
70.00-74.99 = B-
65.00-69.99 = C+
60.00-64.99 = C
55.00-59.99 = C-
50.00-54.99 = D
< 40.99 = E

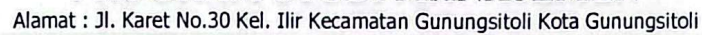
Gunungsitoli, 25 Juli 2025

Ketua Program Studi,




Heniwati Gulo, S.E., M.E.

NUPTK. 2839774675230262



BIODATA PENULIS



Aluiwa'auri Laia, yang sehari-harinya dipanggil “Alim” lahir di Tetegawa'ai pada tanggal 25 Oktober 2001. Pada tahun 2007 memulai pendidikan Sekolah dasar di SD Negeri 071221 Mazo dan menyelesaikannya pada tahun 2013. Setelah menamatkan pendidikan dasar, kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Mazo dari tahun 2013 hingga 2016. Usai menyelesaikan jenjang SMP, kemudian meneruskan pendidikan di tingkat kejuruan dengan bersekolah di SMK Negeri 1 Mazo, dan berhasil menuntaskan studinya pada tahun 2019.

Setelah 2 tahun tamat dari bangku Pendidikan SMK, kemudian pada tahun 2021 atas doa keluarga dan ijin dari Tuhan bisa melanjutkan kembali pendidikan disalah satu perguruan tinggi yang ada di Kepulauan Nias, yakni di STIE PEMBNAS NIAS atau yang sekarang telah berdiri menjadi sebuah Universitas yakni UNIVERSITAS NIAS. Adapun program studi yang diambil adalah Pendidikan Strata 1 (S-1) dibidang Manajemen Fakultas Ekonomi.

Pada tahun 2025, untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana di Universitas Nias, kemudian melakukan penelitian untuk syarat penyusunan tugas akhir. Walaupun dengan begitu banyak rintangan yang dihadapi namun atas kehendak Tuhan, pada tanggal 25 Juli dinyatakan LULUS dan berhak mendapatkan gelar sarjana, setelah mengikuti serangkaian proses pengujian baik dari Ujian Seminar Proposal dan Ujian Meja Hijau.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Nias, banyak pengalaman dan ilmu yang diperoleh baik dari sisi akademis maupun non akademis. Semoga kedepan dapat melanjutkan pendidikan kejenjang berikutnya.