

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA
(STUDI KASUS PADA UMKM ZOELLEN SAGELA
KOTA GORONTALO)**

SKRIPSI

OLEH

**FEBRIYANI TONE
NIM. 921417114**

TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI UNTUK DIUJI

Pembimbing I



**Hartati Tuli, SE, Ak., M.Si
NIP. 197212222005012003**

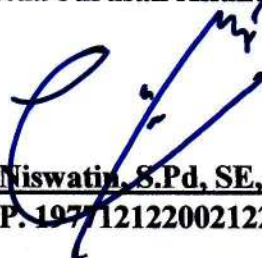
Pembimbing II



**Ronald S. Badu, SE., M.Si
NIP. 198310232008121002**

Mengetahui:

Ketua Jurusan Akuntansi



**Dr. Niswatin, S.Pd, SE, MSA
NIP. 19712122002122001**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA
(STUDI KASUS PADA UMKM ZOELLEN SAGELA
KOTA GORONTALO)**

SKRIPSI

OLEH

FEBRIYANI TONE

NIM. 921417114

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI

Hari/Tanggal : Senin / 10 Januari 2022

Waktu : 09:00 WITA

PENGUJI

1. **Mattoasi, S.Pd., M.Si., Ph.D**
NIP. 197311262005021001

2. **Siti Pratiwi Husain, SE, M.Si**
NIP. 198603092008012003

3. **Hartati Tuli, SE, Ak., M.Si**
NIP. 197212222005012003

4. **Ronald S. Badu, SE., M.Si**
NIP. 198310232008121002

1.....

2.....

3.....

4.....

Mengetahui:

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo**

Dr. Muhammad Amr Arham, M.E.

NIP. 197207252006041002

ABSTRAK

Febriyani Tone, 2022. “Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Zoellen Sagela Kota Gorontalo)”. Program Studi S-1 Akuntansi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo dengan Pembimbing I Hartati Tuli, SE.Ak, M.Si. dan Pembimbing II Ronald S. Badu, SE, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran online yang diterapkan UMKM Zoellen Sagela dapat meningkatkan pendapatan usaha. Data dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan metode kualitatif. Sumber data diperoleh dari tahap observasi dan dokumen serta wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Zoellen Sagela menggunakan tiga strategi pemasaran online yaitu *Social Media Marketing*, *Direct Marketing*, dan *Affiliate Marketing* yang berpengaruh terhadap meningkatnya pendapatan usaha dan mampu mempertahankan kondisi keuangannya dimasa pandemi seperti saat ini.

Kata Kunci : UMKM, Pendapatan, Strategi Pemasaran Online

ABSTRACT

Febriyani Tone, 2022. "Online Marketing Strategy Analysis in Increasing Business Revenue (Case Study in Micro, Small and Medium Enterprises *Zoellen Sagela* in Gorontalo City)." Bachelor's Degree Program in Accounting, Department of Accounting, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Principal Supervisor is Hartati Tuli, SE.Ak, M.Si, and the co-supervisor is Ronald S. Badu, SE, M.Si.

The research aimed to analyze how the online marketing strategy applied by MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) *Zoellen Sagela* could increase the business revenue. Besides, the research data were analyzed based on the qualitative method with the data obtained from the observation, documents, and interviews.

The finding unveiled that MSME *Zoellen Sagela* applied three online marketing strategies: Social Media Marketing, Direct Marketing, and Affiliate Marketing, which have made the MSME *Zoellen Sagela* increase its business revenue and are able to maintain its financial condition during the current pandemic.

Keywords: MSME, Revenue, Online Marketing Strategy

