

**IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA ARNA DECOR
MELALUI PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA
WIRAUSAHA (P2MW)**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana Bisnis
Digital (S.Bns.)

ADELIA RIZKI NUR AZIZAH	25210064
AISYAH	25210052
NURLIA FEBRIANTI	25210076

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Tidak ada pengetahuan yang terbuang, belajar adalah tugas selama kita semua hidup. Jadilah lebih baik setiap hari”

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah S.W.T, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah kami lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang kami rasakan ini akan kami persembahkan kepada orang-orang yang kami sayangi dan berarti dalam hidup kami:

- 1.) Orang tua kami yang tercinta dan tersayang, untuk ayah dan ibu kami yang tanpa lelah sudah mendukung semua keputusan dan pilihan dalam hidup kami serta tidak pernah putus dalam mendoakan kami dalam perjalanan menuju kesuksesan ini.

Semoga ayah dan ibu sehat dan bahagia selalu.

- 2.) Saudara kandung kami, Kakak dan adik kami tersayang yang selalu memberikan dorongan dan motivasi hingga bisa ketahap saat ini. Semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan.

- 3.) Teman-teman terbaik kami, terima kasih telah memberikan semangat, arahan, waktu dan ketulusan kalian dalam pertemanan ini. Kalian teman-teman terbaik kami, sukses untuk kita semua.

- 4.) Terima kasih untuk Bapak Johan Henri Prasetyo, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan tenaga, waktu, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan tugas akhir kami hingga dinyatakan lulus. Terima kasih juga kepada semua guru terbaik kami, yang telah memberikan pengetahuan sehingga kami menjadi manusia yang terpelajar.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Rizki Nur Azizah

NIM : 25210064

Program Studi : Bisnis Digital

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah kami buat dengan judul: **“Implementasi Digital Marketing pada Arna Decor melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)”**, adalah asli (orisinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata kami memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir yang telah kami buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, kami bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan kami dari **Universitas Nusa Mandiri** dicabut/dibatalkan.

Anggota

1. Aisyah: 

2. Nurlia Febrianti: 

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Juli 2025

Yang menyatakan,


Adelia Rizki Nur Azizah

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Rizki Nur Azizah
NIM : 25210064
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul **“Implementasi Digital Marketing pada Arna Decor melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Kami bersedia menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saat ini.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenarnya.

Anggota

1. Aisyah: 
2. Nurlia Febrianti: 

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 10 Juli 2025

Yang menyatakan


CA0ANX062644512
Adelia Rizki Nur Azizah

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Adelia Rizki Nur Azizah
NIM : 25210064
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Judul Tugas Akhir : Implementasi Digital Marketing pada Arna Decor melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

Telah dipertahankan pada periode 2025-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Bisnis (S.Bns) pada Program Sarjana Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 13 Agustus 2025

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Johan Hendri Prasetyo, S.E., M.M.

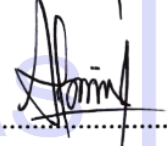


DEWAN PENGUJI

Penguji I : Lia Mazia, S.Kom., M.M.S.I.



Penguji II : Widi Astuti, M.Kom.



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

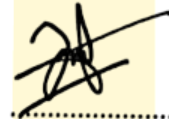
Nama : Aisyah
NIM : 25210052
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Judul Tugas Akhir : Implementasi Digital Marketing pada Arna Decor melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

Telah dipertahankan pada periode 2025-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Bisnis (S.Bns) pada Program Sarjana Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 13 Agustus 2025

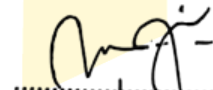
PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Johan Hendri Prasetyo, S.E., M.M.



DEWAN PENGUJI

Penguji I : Lia Mazia, S.Kom., M.M.S.I.



Penguji II : Widi Astuti, M.Kom.



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nurlia Febrianti
NIM : 25210076
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Judul Tugas Akhir : Implementasi Digital Marketing pada Arna Decor melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

Telah dipertahankan pada periode 2025-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Bisnis (S.Bns) pada Program Sarjana Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 13 Agustus 2025

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Johan Hendri Prasetyo, S.E., M.M.



DEWAN PENGUJI

Penguji I : Lia Mazia, S.Kom., M.M.S.I.



Penguji II : Widi Astuti, M.Kom.



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Tugas Akhir Sarjana yang berjudul “**Implementasi Digital Marketing pada Arna Decor melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)**” adalah hasil karya tulis asli dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku dilingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera dibawah ini :

Nama : Adelia Rizki Nur Azizah
Alamat : Puri Nirwana 2, Jalan Jambu Raya, Blok AX-6, Cibinong, Kabupaten Bogor
No. Telp : 0895332271988
Email : adeliar036@gmail.com

Nama : Aisyah
Alamat : Jl. Anggrek RT 04 RW 02, Susukan, Ciracas, Jakarta Timur
No. Telp : 081386774827
Email : aiisyaah17@gmail.com

Nama : Nurlia Febrianti
Alamat : Dusun Girisetera RT 04 RW 03, Kalipucang, Pangandaran
No. Telp : 081284508799
Email : nurlia.febrianti01@gmail.com

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Dimana tugas akhir ini kami sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul tugas akhir yang kami ambil adalah sebagai berikut “Implementasi Digital Marketing Pada Arna Decor Melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)”.

Tujuan penulisan Laporan ini dibuat untuk salah satu syarat kelulusan program sarjana Universitas Nusa Mandiri. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian (eksperimen), observasi, dan beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini. Kami menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, laporan tugas akhir ini tidak dapat berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan kesempatan, diantaranya:

1. Rektor Universitas Nusa Mandiri Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si., M.M., M.Kom., IPU, ASEAN Eng.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa mandiri Dr. Nita Merlina, M.Kom.
3. Ida Zuniarti, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
4. Lia Mazia, S.Kom., M.M.S.I., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Nusa Mandiri.

5. Johan Hendri Prasetyo, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan pengarahan dan penjelasan dalam penyusunan Tugas Akhir kepada kami, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan dengan baik.
6. Staff/karyawan/dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
7. Orang tua kami tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik secara materil maupun moril serta do'a yang sangat tulus.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Bisnis Digital kelas 25.8A.10 yang telah memberikan dukungan

Serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Kami menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh sekali dari kata sempurna, untuk itu kami mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat berguna khususnya bagi para penulis dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Jakarta, 10 Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Adelia Rizki Nur Azizah (25210064), Aisyah (25210052), Nurlia Febrianti (25210076), Implementasi Digital Marketing Pada Arna Decor Melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW).

Perkembangan era digital mendorong pentingnya kreativitas serta kemandirian generasi muda dalam bidang kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Arna Decor, salah satu usaha yang dijalankan oleh mahasiswa, yang bergerak di bidang hiasan dinding dekorasi rumah. Namun dalam menjalankan usahanya Arna Decor menghadapi sejumlah tantangan seperti rendahnya brand awareness, kurang optimalnya pemasaran digital, dan keterbatasan inovasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi digital marketing yang efektif guna meningkatkan brand awareness serta mengevaluasi dampak Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) terhadap peningkatan kapasitas usaha Arna Decor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi aktivitas media sosial dan marketplace, dokumentasi performa penjualan, serta studi literatur terkait konsep digital marketing dan brand awareness. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan data sebelum dan sesudah pelaksanaan program P2MW. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang diterapkan setelah program P2MW, seperti konten kreatif berbasis storytelling di Instagram dan TikTok, kampanye iklan berbayar di marketplace, serta kolaborasi dengan afiliasi, berhasil meningkatkan performa usaha. Kunjungan profil Instagram meningkat sebesar 155,6%, penonton TikTok naik 105,3%, dan omzet penjualan di Shopee melonjak dengan ROAS sebesar 4,77. Selain itu, interaksi dengan pelanggan menjadi lebih responsif dan profesional, yang berdampak pada peningkatan kepuasan dan ulasan positif dari konsumen.

Kata Kunci: Arna Decor, *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, P2MW, Mahasiswa Wirausaha.

ABSTRACT

Adelia Rizki Nur Azizah (25210064), Aisyah (25210052), Nurlia Febrianti (25210076), *The Implementation of Digital Marketing at Arna Decor Through the Student Entrepreneurial Development Program (P2MW).*

The development of the digital era encourages the importance of creativity and independence in the field of entrepreneurship among the young generation, especially students. Arna Decor, one of the businesses run by students, is engaged in home decoration wall hangings. However, in carrying out its business activities, Arna Decor faces a number of challenges such as low brand awareness, lack of optimization in digital marketing, and limited product innovation. This research aims to optimize effective digital marketing strategies to increase brand awareness and evaluate the impact of the Student Entrepreneurship Development Program (P2MW) on increasing Arna Decor's business capacity. This research uses a descriptive qualitative method with a case study. Data was collected through observation of social media and marketplace activities, documentation of sales performance, and literature study related to the concept of digital marketing and brand awareness. The analysis was carried out descriptively by comparing data before and after the implementation of the P2MW program. The research results show that the digital marketing strategies implemented after the P2MW program, such as creative storytelling-based content on Instagram and TikTok, paid advertising campaigns on marketplaces, and collaborations with affiliates, successfully improved business performance. Instagram profile visits increased by 155.6%, TikTok views rose by 105.3%, and sales revenue on Shopee surged with a ROAS of 4.77. Additionally, customer interactions became more responsive and professional, leading to increased customer satisfaction and positive reviews from consumers.

Keywords: *Arna Decor, Digital Marketing, Brand Awareness, Student Entrepreneurship.*

DAFTAR PUSTAKA

- Adiprasetya, F., Pulungan, P., & Saputra, R. (2024). *Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel*. 2(5).
- Aditya. (2020). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*, 111–112.
- Aji, B. P., Roosinda, F. W., & Ekantoro, J. (2022). Implementasi Konten Kreatif @Maharagung. Organizer Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 9(1), 24–31. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i1.66>
- BPS. (2022). Analisis Profil Penduduk Indonesia. In *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/>
- Dewi, N. L. P. S., Sujana, N. M. W. D., & Dewi, L. G. K. (2024). Analisis Efektivitas Program Pembinaan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 2(2), 141–150. <https://doi.org/10.36733/jia.v2i2.10144>
- Dharmayanti, D., & Elissa. (2020). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Value dan Customer Engagement Pada Repeat Buying Aplikasi Tiket.Com di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 268–279.
- Hamid, N., & Mokodompit, E. A. (2024). Peran Mediasi Loyalitas Merek Pada Social Media Marketing, Customer Engagement dan Keputusan pembelian di Shopee. *BUGIS: Journal of Business, Technology, and Social Science*. <https://doi.org/10.56858/bugis.v2i2.351>
- Handayani, T. M., Rizki, I. H., & Masri, D. (2024). Pendampingan UMKM Toko Bunga : Optimalisasi Branding dan Strategi Pemasaran Online. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(September), 112–116.
- Hidayat, R. (2016). *Pedang Bermata Dua Bernama Bonus Demografi*. Tirto.Id. https://tirto.id/pedang-bermata-dua-bernama-bonus-demografi-btVG#google_vignette
- Jabar, O. D. (2023). *Indonesia Menghadapi Bonus Demografi, Wujudkan Generasi Emas Tahun 2045*. Open Data Jabar. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/indonesia-menghadapi-bonus-demografi,-wujudkan-generasi-emas-tahun-2045>
- Kemendikbudristek. (2024). Panduan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha. *Direktorat Pembelajaran Dan Kemahasiswaan*, 1–76. <https://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2024/02/Panduan-P2MW-2024.pdf>

- Ketenagakerjaan Umum. (2024). *Kondisi Ketenagakerjaan di Indonesia Tahun 2021 - 2023*. 1 Data. <https://satudata.kemnaker.go.id/infografik/59>
- Laudon, & Traver. (2022). *FACEBOOK AND THE AGE OF PRIVACY*. Pearson: Harlow. <https://www.cliffsnotes.com/study-notes/18988431>
- Ma'rifah, I., W, B. R. I., Rizqi, E. I., & Kustiningsih, N. (2022). Pengaruh Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Pada Umkm D'Elixir. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 349–356. <https://doi.org/10.46306/rev.v2i2.78>
- Manurung, M., & Putri, J. (2025). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Akses Pemasaran Umkm Di Indonesia. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 2(02), 74–81. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v2i02.249>
- Meilawati, D., Triana, A., Mubarak, M. A., Hidayat, N., & Ramadanti, V. F. (2023). *LAPORAN AKHIR PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW)*.
- Muthi, S., Delfanti, E. S., Sa'diah, A. H., Alisah, S., & Pitriani, A. (2023). *LAPORAN AKHIR PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW)*.
- Nirmawala, Hamsah, & Resky Faradibah Suhab. (2022). Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Program P2Mw. *Jurnal E-Bussiness Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 2(1), 64–69. <https://doi.org/10.59903/ebussiness.v2i1.27>
- Pratiwi, S., & Rahmidani, R. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vaseline Hand & Body Lotion. *Jurnal Ecogen*, 6(1), 119. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v6i1.14476>
- Putra, Y. B., Toy, Y., Baon, P. U. H., & Izazi, F. (2023). *LAPORAN AKHIR PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW)*. <https://id.scribd.com/document/770896043/LAPORAN-TERMIN-AKHIR-BOTANIA-FISH-1>
- Setiawati, S. (2024). *RI Punya 50 Juta Wirausaha Muda, Beneran Niat Apa Kepepet?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20241125084637-128-590770/ri-punya-50-juta-wirausaha-muda-beneran-niat-apa-kepepet#:~:text=Berdasarkan data Badan Pusat Statistik,mapan sebesar 8%2C86%25>.
- Sijabat, R., Syamsuri, Pratiwi, R., Amruddin, Hasan, Chadhiq, U., Irhamni, M. R., Hartati, A., Wardhana, A., Sudirman, A., Faizal, M., & Haryono, A. T. (2022). *Bisnis Digital* (H. F. Ningrum (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- UNFPA. (2016). *Demographic dividend*. United Nations Population Fund. <https://www.unfpa.org/demographic-dividend?page=7#summery105891>
- Wisesa, A. M., Andani, E., & Soerianda, I. T. (2022). *LAPORAN AKHIR PROGRAM*

PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW).

Yasinta, M., Hastuti, K., Nurliani, Lima, L., & Hasan, L. A. (2022). *LAPORAN AKHIR PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW).*

Yulianti, S. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Glori Digital Sablon Banjarmasin.* 1–3. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/11467/>

