

**PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN DIGITAL ARNA
DECOR MELALUI PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA
WIRAUSAHA (P2MW)**



TUGAS AKHIR

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

FILDZAH NURDIMA

25210025

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMIDAN 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 : Fildzah Nurdima
NIM : 25210025
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: **“Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital 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.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 7 Januari 2026

Yang menyatakan,



Fildzah Nurdima

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fildzah Nurdima
NIM : 25210025
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan memberikan ijin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri, **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul **“Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital Arna Decor Melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)”** beserta perangkat yang diperlukan (jika ada).

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

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 7 Januari 2026

Yang Menyatakan,

Fildzah Nurdima

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fildzah Nurdima
NIM : 25210025
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Judul Tugas Akhir : Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital Arna Decor Melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

Telah dipertahankan pada periode 2025-2 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, 04 Februari 2026

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.

NUSA MANDIRI

LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Tugas Akhir Sarjana yang berjudul **“Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital 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 : Fildzah Nurdima
Alamat : Jl. Pos, RT05/RW019, No.85, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat, 16436
No. Telp : 085218559707
Email : fildzahnurdima@gmail.com

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

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 “Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital 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 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 dimohon 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.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Jakarta, 7 Januari 2026

Penulis



Fildzah Nurdima

ABSTRAK

Fildzah Nurdima (25210025), Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital Arna Decor Melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Arna Decor merupakan usaha kreatif yang dirintis oleh mahasiswa dan bergerak di bidang dekorasi rumah berbahan kayu MDF. Meskipun memiliki produk yang estetik dan kompetitif, Arna Decor masih menghadapi permasalahan berupa rendahnya *brand awareness* serta belum optimalnya pemanfaatan strategi pemasaran digital. Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) hadir sebagai program pemerintah yang bertujuan untuk mendorong pengembangan kewirausahaan mahasiswa melalui pendanaan, pembinaan, dan pendampingan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Program P2MW dalam meningkatkan kinerja pemasaran digital Arna Decor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, serta analisis data kinerja pemasaran dan penjualan sebelum dan sesudah pelaksanaan Program P2MW. Strategi yang diimplementasikan meliputi optimalisasi media sosial, penguatan identitas dan visual branding, pemanfaatan marketplace, penggunaan iklan berbayar, serta penerapan content marketing berbasis storytelling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi dari Program P2MW memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kinerja pemasaran digital Arna Decor. Dampak tersebut dapat dilihat dari meningkatnya visibilitas merek, interaksi dengan konsumen, kepercayaan pelanggan, serta peningkatan penjualan di berbagai platform digital. Dengan demikian, Program P2MW berperan efektif dalam mendukung pengembangan usaha mahasiswa yang inovatif, berkelanjutan, dan berdaya saing.

Kata Kunci: UMKM, Arna Decor, *Brand Awareness*, Pemasaran Digital, Program P2MW

ABSTRACT

Fildzah Nurdima (25210025), *Improving Arna Decor's Digital Marketing Performance Through the Student Entrepreneurship Development Program (P2MW).*

The development of digital technology has brought significant changes in marketing patterns and consumer behavior, especially in the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector. Arna Decor is a creative business initiated by students and engaged in home decoration using MDF wood. Despite having aesthetic and competitive products, Arna Decor still faces problems in the form of low brand awareness and suboptimal utilization of digital marketing strategies. The Student Entrepreneurship Development Program (P2MW) is a government program that aims to encourage student entrepreneurship through funding, coaching, and business mentoring. This study aims to analyze the role of the P2MW Program in improving Arna Decor's digital marketing performance. The research method used is a qualitative descriptive method with a case study approach. Data collection was carried out through observation, documentation, and analysis of marketing and sales performance data before and after the implementation of the P2MW Program. The strategies implemented include social media optimization, strengthening identity and visual branding, utilizing marketplaces, using paid advertising, and implementing storytelling-based content marketing. The results of the study show that the implementation of the P2MW Program had a positive impact on improving Arna Decor's digital marketing performance. This impact can be seen from the increased brand visibility and interaction.

Keywords: *Arna Decor, MSME, Brand Awareness, Digital Marketing, P2MW*

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya , E. P., & Pertiwi, W. N. (2025). SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN:ANALISIS MEDIASI BRAND AWARENESS DAN MODERASI CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jimea: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol.8, No.2.
- Aini, A. (2023, Desember 12). Diambil kembali dari Glints: <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-tiktok-affiliate/>
- Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*.
- Atik, N. (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN MARKETING MIX (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*.
- Azzahra, G. M. (2023, November 1). Systematic Literature Review: Kebijakan Digital Marketing dalam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1, 26.
- Basid , I. A., Islamiyah, N., Zuleika, R. A., Inka, A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024, 04 08). Peran Teknologi Informasi dalam Perencanaan dan Pengembangan Bisnis di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 03.
- Brammantio, Ekasari, N., & Jamal, S. (2023). ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA. *Mankeu: Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol.12, No.2.
- Cakrawala, U. (2024, September 14). Diambil kembali dari Cakrawala University: <https://www.cakrawala.ac.id/berita/apa-itu-tiktok-shop>
- Dewi Ni Luh Putu Sandrya, S. N. (2024). Analisis Efektivitas Program Pembinaan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha. *Jurnal Inovasi Akuntansi*, 141-150.
- Dicky Supriatna, Julisar, Deasy Ariyanti Rahayuningsih. (2022, Mei). PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI TEKNIK COPYWRITING. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 83-94.
- Fadillah Syifa Nurul, R. S. (2021, Januari). ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI CONTENT MARKETING DALAM MENCIPTAKAN CUSTOMER ENGAGEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, Vol 15, No.2.
- Gunarso, W. S. (2023). Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat. *Journal Esensi Komunikasi Daruna*, Vol 2(2).

- Huda , F., & Sukadiono, S. (2021). Peningkatan Penjualan Melalui Pendampingan Online Selling Pada Platform Digital. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 557 - 566.
- Ika Yuni Aulia Restanti, S. P. (2025). Pengaruh Keikutsertaan Program P2MW dan Manajemen Keuangan terhadap Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa di Universitas PGRI Wiranegara. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 71-84.
- Insani , S. N., Aulia , F. D., & Safir, N. A. (2024). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Inovasi Dan Menciptakan Lapangan Pekerjaan. *JUPENSAL: Jurnal Pendidikan dan Universal*, Vol.1, No.2, 332 - 338.
- JagoMarketing.ID. (2025, 07 25). Diambil kembali dari TikTok Live Streaming: Interaksi Real-Time di Era Digital: <https://jagomarketing.id/jasa-digital-marketing/tiktok-live-streaming/>
- Januar Ibrahim, O. D. (2025). Analisis Pengaruh Branding Visual terhadap Minat Beli Konsumen. *MES Management Journal*, Vol 4, No.1, 652-661.
- Jayaun. (2024, December). Peran Kampus Dalam Pengembangan Karir Dan Kewirausahaan. *JURNAL ILMIAH EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS*, 3 (1).
- Kemendikbud. (2025). Dipetik July 7, 2025, dari Portal P2MW Kemdiktisaintek: <https://p2mw.kemdiktisaintek.go.id/>
- Khairunnisa, C. M. (2022, Agustus). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5.
- Khairunnisa, et.al. (2025). Workshop Pengenalan Bisnis Digital. *Community Service Project*, 4 (1), 11-17.
- Maya Manurung, J. P. (2024). PERAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN AKSES PEMASARAN UMKMDI INDONESIA. *AB-JOICE : AL-BAHJAH JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS*, 74-81.
- Meylani Sonya, S. N. (2024). Analisis Pengaruh P2MW Terhadap Pertumbuhan Kelompok Usaha Mahasiswa. *JURNAL DIMMENSEI*, Vol 4.
- Muhammad Yusuf, et.al. (2022). PROSPEK PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PROFITABILITAS DAN. *JURNAL DARMA AGUNG*, 30.
- Nusantara, B. (2019, Juni 5). Retrieved from SEJARAH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI: <https://sis.binus.ac.id/2019/06/05/sejarah-perkembangan-teknologi/>
- Phillip Kotler, K. L. (2016). *MARKETING MANAGEMENT*. New York.
- Pradikto, I. Y. (2025). Pengaruh Keikutsertaan Program P2MW dan Manajemen Keuangan terhadap Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa di Universitas PGRI Wiranegara. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, Vol 3, No.1, 71 - 84.

- Putra Chairy, M. E. (2025). Penggunaan Media Sosial Dalam Strategi. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan, Vol 8, No.1*.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Furqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Salsabila, . . . Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 828-839.
- Radja Erland Hamzah, M. S. (2025). Optimalisasi Penggunaan SMO pada Ekonomi Digital Kalangan Entrepreneur. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 46 - 58.
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6 (2), 78-83.
- Rania, D. (2024, Mei 21). Diambil kembali dari Jubelio Blog: <https://jubelio.com/tiktok-ads-pengertian-jenis-dan-cara-memasang-iklan/>
- Seefluencer. (2025, 7). *Bagaimana Cara Memilih Tema Konten Yang Sesuai Niche?* Diambil kembali dari <https://blog.seefluencer.com/cara-memilih-tema-konten-yang-sesuai-niche/>
- Siregar, T. (2020, May 10). *RRI (Radio Republik Indonesia)*. Retrieved from Jumlah Wirausaha di Indonesia Tembus 8 Juta Jiwa: <https://rri.co.id/ekonomi/651422/jumlah-wirausaha-di-indonesia-tembus-8-juta-jiwa>
- Travel, K. L. (2014). *E-commerce 2014, Global Edition, 10/e* (10 ed.). Pearson Education Limited, 2014.
- Wahid, Awaluddin, & Ririn Mardhani Syakur. (2025). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Visibilitas Merchant di Marketplace. *JURNAL EKUIVALENSI; Jurnal Ekonomi Bisnis*.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI