

SKRIPSI

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

PADA CV. CS FIRE FIGHTER GRESIK



Diajukan oleh:

Abdurahim Suranto

NIM: 2022020006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

2026

SKRIPSI

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

PADA CV. CS FIRE FIGHTER GRESIK

Disusun guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Pada Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



Diajukan oleh:

Abdurahim Suranto

NIM: 2022020006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK**

2026

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abdurahim Suranto
NIM : 2022020006
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata I (S-I)
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada CV. CS Fire Fighter Gresik

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah inidan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik, 19 Juni 2026

Yang Menyatakan



Materai 10.000 (Abdurahim Suranto)
NIM. 2022020006

**LEMBAR PERSETUJUAN
IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA CV. CS FIRE FIGHTER GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan oleh

Abdurahim Suranto

NIM: 2022020006

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada Tanggal 30 Juni 2026

Oleh:

Pembimbing I



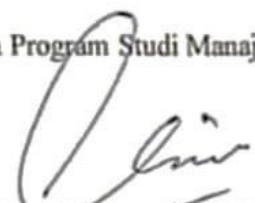
Umar Burhan, SE.,MM.
NUPTK.6850758659130132

Pembimbing II



Dr. Suharto, MM.
NUPTK.125473663710043

Ketua Program Studi Manajemen



Umar Burhan, SE.,MM.
NUPTK.6850758659130132

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan
Brand Awareness pada CV.CS Fire Fighter Gresik

Nama Mahasiswa : Abdurahim Suranto

NIM : 2022020006

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji

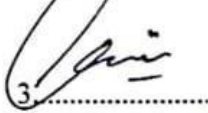
Pada Tanggal : 30 Juni 2026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK

TA 2025/2026

TIM PENGUJI :

1. Rachmad Ilham, S.Ant, M.PSDM, HC.
NUPTK. 2055770671130303
Ketua
2. Adiba Fuad Syamlan, SE., MM.
NUPTK. 5856765666230242
Anggota I
3. Umar Burhan, SE., MM
NUPTK. 6850758659130132
Anggota II

1. 
2. 
3. 

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Rachmad Ilham S.Ant, M. PSDM, HC.
NUPTK. 2055770671130303

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan BimbinganNya kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA CV.CS FIRE FIGHTER GRESIK**” dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP. selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant.M.PSDM,HC selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada Kami untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
4. Bapak Dr. Suharto, MM selaku dosen pembimbing kedua yang membantu selama proses pengerjaan proposal skripsi.
5. Ibu Adiba Fuad Syamlan, SE., MM. selaku dosen penguji yang sudah membantu memberikan kritik dan saran guna perbaikan dalam penelitian ini.

6. Bapak/Ibu dosen serta Staff TU Fakultas Ekonomi yang telah membantu saya dalam memberikan segala informasi perkuliahan dan administrasi di Fakultas Ekonomi dan seterusnya.
7. Istri saya tercinta Sindi Nurmantika Putri, S.Psi sebagai *support system* terbaik yang sudah memberikan banyak masukan selama saya mengerjakan penelitian ini dan kebersamaan saya dalam menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di Universitas Gresik dari awal perkuliahan hingga akhir.
8. Serta orang tua dan juga keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan Pendidikan tepat waktu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kami sadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi kami berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi Ekonomi.

Gresik, 02 Juni 2026

Penulis,

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA CV. CS FIRE FIGHTER GRESIK

Abdurahim Suranto
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pemasaran digital dalam meningkatkan *brand awareness* pada CV CS Fire Fighter Gresik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pemilik perusahaan, staf administrasi yang terlibat dalam pemasaran digital, serta tiga pelanggan perusahaan. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV CS Fire Fighter Gresik telah mengimplementasikan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Google, dan Google Maps. Implementasi tersebut didukung oleh penyusunan konten yang informatif, komunikasi yang interaktif dengan konsumen, keterlibatan pelanggan, serta evaluasi pemasaran digital yang dilakukan secara berkala. Strategi pemasaran digital yang diterapkan mampu membantu perusahaan memperluas penyebaran informasi produk dan layanan serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, implementasi strategi pemasaran digital terbukti berkontribusi terhadap peningkatan *brand awareness* konsumen yang ditunjukkan melalui kemampuan konsumen mengenali merek (*brand recognition*), mengingat merek (*brand recall*), dan menjadikan CV CS Fire Fighter sebagai salah satu pilihan utama dalam kategori produk dan layanan keselamatan kerja serta proteksi kebakaran (*top of mind*). Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa konten berupa dokumentasi proyek, aktivitas lapangan, dan bukti nyata pelaksanaan pekerjaan merupakan jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian konsumen dan membangun kepercayaan terhadap perusahaan.

Kata Kunci: strategi pemasaran digital, digital marketing, *brand awareness*

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGY TO INCREASE BRAND AWARENESS AT CV. CS FIRE FIGHTER GRESIK

Abdurahim Suranto

Management Study Program, Faculty of Economics, Gresik University

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of digital marketing strategies in improving brand awareness at CV CS Fire Fighter Gresik. The research employed a descriptive qualitative approach with data collected through interviews, observations, and documentation. The informants consisted of the company owner, an administrative staff member involved in digital marketing activities, and three company customers. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that CV CS Fire Fighter Gresik has implemented digital marketing strategies through various digital platforms, including Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Google, and Google Maps. The implementation is supported by informative content creation, interactive communication with customers, customer engagement, and periodic evaluation of digital marketing performance. These strategies have helped the company disseminate information about its products and services more effectively while strengthening relationships with customers. Furthermore, the implementation of digital marketing strategies contributes to increasing consumer brand awareness, as reflected in consumers' ability to recognize the brand (brand recognition), recall the brand (brand recall), and consider CV CS Fire Fighter as one of the primary choices for occupational safety and fire protection products and services (top of mind). The study also reveals that content featuring project documentation, field activities, and evidence of completed work is the most effective in attracting consumer attention and building trust in the company.

Keywords: *Digital Marketing Strategy, Digital Marketing, Brand Awareness*

DAFTAR ISI

Judul Proposal : Implementasi Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan
Brand Awareness pada CV.CS Fire Fighter Gresik
Nama mahasiswa : Abdurahim Suranto
NIM : 2022020006
Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji
Pada Tanggal : 30 Juni 2026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK

TA 2025/2026

TIM PENGUJI :

1. **Umar Burhan, SE.,MM** 1.....
NUPTK. 6850758659130132
Ketua
2. **Rachmad Ilham,S.Ant,M.PSDM,HC.** 2.....
NUPTK. 2055770671130303
Anggota I
3. **Adiba Fuad Syamlan,SE., MM.** 3.....
NUPTK. 5856765666230242
Anggota II

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Rachmad Ilham S.Ant,M. PSDM.HC.

NUPTK. 2055770671130303

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan BimbinganNya kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA CV.CS FIRE FIGHTER GRESIK**” dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP. selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant.M.PSDM,HC selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada Kami untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
4. Bapak Dr. Suharto, MM selaku dosen pembimbing kedua yang membantu selama proses pengerjaan proposal skripsi.

5. Ibu Adiba Fuad Syamlan, SE., MM. selaku dosen penguji yang sudah membantu memberikan kritik dan saran guna perbaikan dalam penelitian ini.
6. Bapak/Ibu dosen serta Staff TU Fakultas Ekonomi yang telah membantu saya dalam memberikan segala informasi perkuliahan dan administrasi di Fakultas Ekonomi dan seterusnya.
7. Istri saya tercinta Sindi Nurmantika Putri, S.Psi sebagai *support system* terbaik yang sudah memberikan banyak masukan selama saya mengerjakan penelitian ini dan membersamai saya dalam menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di Universitas Gresik dari awal perkuliahan hingga akhir.
8. Serta orang tua dan juga keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan Pendidikan tepat waktu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kami sadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi kami berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi Ekonomi.

Gresik, 02 Juni 2026

Penulis,

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA CV. CS FIRE FIGHTER GRESIK

Abdurahim Suranto

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pemasaran digital dalam meningkatkan *brand awareness* pada CV CS Fire Fighter Gresik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pemilik perusahaan, staf administrasi yang terlibat dalam pemasaran digital, serta tiga pelanggan perusahaan. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV CS Fire Fighter Gresik telah mengimplementasikan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Google, dan Google Maps. Implementasi tersebut didukung oleh penyusunan konten yang informatif, komunikasi yang interaktif dengan konsumen, keterlibatan pelanggan, serta evaluasi pemasaran digital yang dilakukan secara berkala. Strategi pemasaran digital yang diterapkan mampu membantu perusahaan memperluas penyebaran informasi produk dan layanan serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, implementasi strategi pemasaran digital terbukti berkontribusi terhadap peningkatan *brand awareness* konsumen yang ditunjukkan melalui kemampuan konsumen mengenali merek (*brand recognition*), mengingat merek (*brand recall*), dan menjadikan CV CS Fire Fighter sebagai salah satu pilihan utama dalam kategori produk dan layanan keselamatan kerja serta proteksi kebakaran (*top of mind*). Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa konten berupa dokumentasi proyek, aktivitas lapangan, dan bukti nyata pelaksanaan pekerjaan merupakan jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian konsumen dan membangun kepercayaan terhadap perusahaan.

Kata Kunci: strategi pemasaran digital, digital marketing, *brand awareness*

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGY TO INCREASE BRAND AWARENESS AT CV. CS FIRE FIGHTER GRESIK

Abdurahim Suranto

Management Study Program, Faculty of Economics, Gresik University

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of digital marketing strategies in improving brand awareness at CV CS Fire Fighter Gresik. The research employed a descriptive qualitative approach with data collected through interviews, observations, and documentation. The informants consisted of the company owner, an administrative staff member involved in digital marketing activities, and three company customers. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that CV CS Fire Fighter Gresik has implemented digital marketing strategies through various digital platforms, including Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Google, and Google Maps. The implementation is supported by informative content creation, interactive communication with customers, customer engagement, and periodic evaluation of digital marketing performance. These strategies have helped the company disseminate information about its products and services more effectively while strengthening relationships with customers. Furthermore, the implementation of digital marketing strategies contributes to increasing consumer brand awareness, as reflected in consumers' ability to recognize the brand (brand recognition), recall the brand (brand recall), and consider CV CS Fire Fighter as one of the primary choices for occupational safety and fire protection products and services (top of mind). The study also reveals that content featuring project documentation, field activities, and evidence of completed work is the most effective in attracting consumer attention and building trust in the company.

Keywords: *Digital Marketing Strategy, Digital Marketing, Brand Awareness*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Digital Marketing	17
2.1.3 Strategi Pemasaran Digital	18
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.5 Hubungan Digital Marketing dan <i>Brand Awareness</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
3.2 Fokus dan Dimensi Penelitian	31
3.3 Lokasi Penelitian	33
3.4 Waktu Penelitian	34

3.5 Jenis dan Sumber Data	34
3.6 Metode Pengumpulan Data	36
3.7 Metode Analisis Data	38
BAB IV PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
4.2 Waktu Penelitian	42
4.3 Hasil Penelitian	43
4.3.1 Implementasi Strategi Pemasaran Digital pada CV CS Fire Fighter Gresik ...	43
4.3.2 <i>Brand Awareness</i> pada CV CS Fire Fighter Gresik	53
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.4.1 Implementasi Strategi Pemasaran Digital pada CV. CS Fire Fighter Gresik ..	66
4.4.2 Kontribusi Implementasi Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan <i>Brand Awareness</i> pada CV. CS Fire Fighter Gresik	69
4.4.3 Evaluasi Penggunaan Media Digital dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada CV. CS Fire Fighter Gresik.....	74
4.4.4 Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Implementasi Strategi Pemasaran Digital pada CV. CS Fire Fighter Gresik.....	79
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
5.3 Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.2 Jadwal Penelitian	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir	26
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	90
Lampiran 2 Hasil Wawancara Penelitian	95
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi.....	113
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan	114
Lampiran 5 Surat Balasan Izin Penelitian	115
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	116
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi	117
Lampiran 8 Informed Consent Subjek.....	118

