JURNAL ILMIAH SEMARAK

P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686

Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)

@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Peran Admininistrasi Bisnis Dalam Memperluas Bisnis Jasa Sewa Rental Mobil Di Kota Cirebon

Cahya Yoga Pratama, Veta Lidya Delimah Pasaribu

cahyayoga.p@gmail.com,Vethalidya@gmail.com,Veta01889@unpam.ac.id

Mahasiswa Dan Dosen Universitas Terbuka

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Administrasi Bisnis dalam suatu perusahaan. Saat ini administrasi bisnis merupakan kegiatan yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam memperluas dan mengembangkan bisnisnya. administrasi merupakan bidang yang melakukan kegiatan untuk membantu, melayani, mengarahkan bahkan mengatur semua kegiatan bisnis termasuk dalam memperluas bidang bisnis yang dijalankan. Administrasi memiliki peranan besar dalam memperlancar kegiatan operasional dan pemasaran dalam usaha jasa sewa rental mobil. Dalam hal ini administrasi bisnis mencakup dalam komunikasi bisnis yang dijalankan oleh usaha jasa sewa rental mobil. Administrasi bisnis merancang strategi pemasaran yang dijalankan oleh pelaku usaha baik secara konvensional maupun secara digital, mengatur kebijakan dan strategi promosi serta menjalankan konsep komunikasi bisnis. menentukan media dan teknologi yang digunakan untuk pengembangan bisnis yang dijalankan. Saat ini kebutuhan trasnportasi antar kota sangat meningkat seiring kebutuhan Masyarakat. Banyak Masyarakat yang menggunakan jasa sewa rental mobil dalam kebutuhan mobilitasnya agar lebih cepat, mudah dan aman. Peran administrasi bisnis dalam jasa sewa rental mobil ini dapat memudahkan Masyarakat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualititatif deskriptif yang ditujukan pada permasalahan mengenai suatu kondisi yang diteliti dengan cara pengamatan/observasi, wawancara,dan mempelajari dokumen – dokumen. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa administrasi bisnis yang dijalankan dalam jasa sewa rental mobil di cirebon bisa memperluas jaringan bisnis perusahaan dengan merancang strategi pemasaran melalui media online seperti website, dan sosial media. Saran yang dapat diberikan dari penulis untuk perusahaan yang sejenis bisa memanfaatkan peran administrasi bisnis untuk merancang strategi bisnis dengan menggunakan website.

Kata Kunci : Administrasi Bisnis, Strategi Pemasaran, Jasa Sewa Rental Mobil

ABSTRAC

JURNAL ILMIAH SEMARAK

P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686

Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)

@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

This research aims to determine the role of Business Administration in a company. Currently, business administration is a very important activity for a company in expanding and developing its business. Administration is a field that carries out activities to assist, serve, direct and even regulate all business activities, including expanding the field of business carried out. Administration has a big role in streamlining operational and marketing activities in the car rental service business. In this case, business administration includes business communications carried out by the car rental service business. Business administration designs marketing strategies carried out by business actors both conventionally and digitally, regulates promotional policies and strategies and implements business communication concepts. determine the media and technology used to develop the business being carried out. Currently, the need for inter-city transportation is greatly increasing in line with the needs of the community. Many people use car rental services for their mobility needs to make it faster, easier and safer. The role of business administration in car rental services can make it easier for people to use the services offered by business actors. The method used in this research is a descriptive qualitative research method which is aimed at problems regarding a condition being studied by observation, interviews and studying documents. The results of the research show that business administration carried out in car rental services in Cirebon can expand the company's business network by designing marketing strategies through online media such as websites and social media. Suggestions that can be given from the author for similar companies can utilize the role of business administration to design business strategies using websites.

Keywords: Business Administration, Marketing Strategy, Car Rental Services

I. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Di Indonesia ini jasa sewa rental mobil sudah tersebar secara luas dikarenakan kebutuhan kendaraan meningkat. Masyarakat ingin segala sesuatu yang praktis dan mudah. Sehingga mereka memilih kendaraan untuk membawa anggota keluarga atau rekannya dalam satu kendaraan. Hal ini lah yang dimanfaatkan para pelaku bisnis jasa sewa rental mobil di kota Cirebon untuk mendirikan rental mobil, salah satu pelaku bisnis tersebut ialah 78 Trans Cirebon yang mempunyai potensial pasar yaitu mahasiswa, perusahaan dan Masyarakat sekitar. Tidak heran apabila para pemain bisnis ini melakukan persaingan satu sama lain untuk mendapatkan pelanggan dengan cara menata sistem administrasi bisnis, komunikasi bisnis dan strategi pemasarannya.

Pada dasarnya administrasi merupakan ilmu pengetahuan yang mulai berkembang pada awal abad ke-19. Semakin berkembangnya zaman, administrasi pun ikut berkembang yang akhirnya diaplikasikan untuk memudahkan pelaku usaha untuk dapat berdiri dan berkembang dengan membuat sumber daya dan pengelolaan yang baik. Administrasi menjadi bagian dari pengelolan usaha sehingga bisa menjalankan bisnis secara optimal. Dengan adanya administrasi dapat menciptakan sistem pengelolaan yang tepat dan lebih mudah. Salah satu tujuan dari administrasi bisnis ialah untuk mendapatkan keuntungan dalam menjalankan perilaku usaha.

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Seiring berjalan nya waktu, perkembangan teknologi juga berpengaruh dalam hal administrasi. Salah satu dampak yang diterima yaitu dengan membawa inovasi untuk melakukan strategi pemasaran menjadi lebih luas.

Salah satu strategi yang dapat dijalankan karena perkembangan teknologi yaitu tentang pemasaran digital. Konsep dari pemasaran digital telah membawa inovasi bagi konsep tradisional. Pemasaran digital berarti membawa kesan inovatif dan gagasan yang unik tentang ideologi pemasaran melalui saluran ditigal. Seiring berjalannya waktu banyak muncul ide – ide dengan konsep yang bervariatif untuk pemasaran dalam melakukan kegiatan usaha.

Melalui pemasaran digital ini diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran daripada pasar konvensional. Pangsa pasar dari jasa sewa rental mobil merupakan Masyarakat luas sehingga dengan adanya pemasaran digital menjadikan pilar utama dalam menjalankan administrasi dalam pemasarannya.

Karya ilmiah ini akan mengkaji tentang peran administrasi bisnis dalam strategi pemasaran jasa sewa rental mobil yang berada di kota Cirebon sehingga menjadi bahan bacaan bahwa administrasi bisnis itu mencakup tentang strategi bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha bisnis.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas, Adapun pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

a. Bagaimana peran administrasi bisnis dalam memperluas bisnis jasa sewa rental mobil di kota Cirebon?
b. Apakah strategi pemasaran termasuk dalam perencanaan administrasi bisnis dalam mengembangkan dan memperluas bisnis jasa sewa rental mobil di kota Cirebon?
c. Jenis pemasaran seperti apa yang saat ini dilakukan jasa sewa rental mobil di kota Cirebon untuk memperluas bisnisnya?

3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

a. Untuk mengetahui peran administrasi bisnis dalam memperluas bisnis jasa sewa rental mobil di kota Cirebon.
b. Untuk mengetahui perencanaan administrasi bisnis dalam memperluas bisnis jasa sewa rental mobil di kota Cirebon.
c. Untuk mengetahui hasil dari sebuah perencanaan administrasi yang bertujuan untuk memperluas jangkauan bisnis jasa sewa rental mobil di kota Cirebon.

II. Tinjauan Pustaka

Administrasi Bisnis

Pengertian Administrasi Bisnis

Administrasi didefinisikan sebagai suatu proses universal yang mengatur orang dan sumber daya secara efisien sehingga dapat memberikan arahan untuk melakukan kegiatan organisasi/usaha yang menuju tujuan dan sasaran secara bersama.

Ruang lingkup administrasi meliputi :

1. Menghimpun, adalah kegiatan mencari data – data atau keterangan yang belum ada untuk digunakan jika suatu saat dibutuhkan.

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

2. Mencatat, adalah kegiatan menulis data – data atau keterangan yang dibutuhkan sampai menjadi tulisan yang dapat dibaca, dikirim dan disimpan.
3. Mengelola, adalah kegiatan mengerjakan data – data atau keterangan yang sudah ada untuk ditampilkan dalam bentuk yang bermanfaat
4. Mengirim, adalah kegiatan memindahkan data – data atau keterangan menggunakan alat yang sudah tersedia untuk diberikan kepada pihak lainnya
5. Menyimpan, adalah kegiatan meletakkan data – data atau keterangan di suatu tempat yang aman.

Fungsi administrasi sendiri itu untuk menetapkan tujuan organisasi dan merealisasi kebijaksanaan umum. Dalam hal ini administrasi mempunyai tugas yang harus dikerjakan secara individu dan tugas itu biasanya di sebut dengan fungsi. Fungsi administrasi antara lain yaitu planning (perencanaan), organizing (pengorganisasian), leading (kepemimpinan) dan controlling (pengendalian).

Administrasi yang memiliki tujuan jangka panjang biasanya mempunyai ciri - ciri yang bersifat idealistik, bentuknya relatif abstrak dan kualifikasinya tidak ada batasan. Tujuan jangka panjang ini biasanya dibuat oleh pelopor atau pendiri organisasi.

Administrasi juga pada dasarnya berperan penting dalam perusahaan. Ini dikarenakan administrasi dapat membantu para pimpinan perusahaan untuk mengambil keputusan dengan data atau informasi yang sudah diperoleh manajemen perusahaan. Sehingga pemimpin perusahaan bisa mengambil keputusan untuk tugas berikutnya.

Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menjual barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan/laba. Tetapi tidak semua kegiatan bisnis mencari keuntungan seperti ini, seperti bisnis koperatif yang memiliki tujuan mensejahterkan seluruh anggotanya atau institusi pemerintahan yang memiliki tujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat

Pada umumnya tujuan bisnis tidak hanya untuk keuntungan semata, tetapi juga meliputi memproduksi barang dan jasa, kesejahteraan bagi pengusaha dan masyarakat, full employment, eksistensi perusahaan untuk jangka panjang, kemajuan dan pertumbuhan, prestise dan prestasi.

Bisnis juga memiliki manfaat tersendiri seperti memperoleh penghargaan/ pengakuan dari masyarakat secara positif, kesempatan menjadi pemimpin dalam perusahaan sendiri, memberikan gaji kepada diri sendiri dari sumber penghasilan yang dihasilkan perusahaan yang dijalankan, jam kerja yang fleksibel dan masa depan yang cerah.

Administrasi bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu proses pengumpulan, pencatatan data – data yang diperlukan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang mempunyai peranan penting bagi tercapainya kelancaran dalam kegiatan bisnis. Administrasi bisnis juga bisa dikatakan bagian paling penting dalam perusahaan karena administrasi bisnis bisa memperlihatkan fakta, data, dan keterangan yang diperlukan untuk membuat perencanaan secara detail, dan data yang disajikan meliputi catatan yang akurat, formulir, serta laporan yang merupakan tugas administrasi bisnis itu sendiri.

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Jasa Sewa Rental Mobil

Jasa sewa rental mobil adalah kegiatan bisnis dalam bidang jasa yang menyewakan mobil kepada orang – orang yang membutuhkan kendaraan untuk jangka waktu yang telah ditentukan, biasanya mulai dari harian, bulanan, atau tahunan dengan persyaratan yang sudah ditentukan oleh pemilik kendaraan.

Perusahaan ini beroperasi dengan cara membeli kendaraan secara lansung atau sewa beberapa kendaraan dari perusahaan rental lain dan disewakan kepada konsumen untuk memperoleh pendapatan.

Setiap perusahaan jasa sewa rental mobil memiliki persyaratan dan ketentuan untuk para penyewa seperti menunjukkan identitas resmi seperti KTP (Kartu Tanda Penduduk), SIM (Surat Izin Mengemudi), Menunjukkan ID Card Perusahaan/Kartu Tanda Mahasiswa, Bersedia di survey tempat tinggal dan tempat pekerjaan, dan bersedia melakukan pembayaran di awal sewa. Penyewa harus mengembalikan kendaraan seperti semula awal berangkat dan tepat waktu sesuai perjanjian awal, apabila penyewa mengembalikan kendaraan dalam keadaan cacat misalnya body mobil lecet maka penyewa harus membayar denda sesuai dengan kebijakan dari perusahaan, dan apabila penyewa terlambat mengembalikan kendaraan tidak sesuai dengan perjanjian awal berangkat maka penyewa wajib membayar denda juga sesuai dengan kebijakan dari perusahaan.

Strategi Pemasaran dalam Jasa Sewa Rental Mobil

Alasan utama kita harus mempelajari pemasaran adalah tanpa disadari berbagai macam aktivitas pemasaran sudah mempengaruhi kehidupan kita sehari – hari. Mulai dari barang dan jasa yang kita gunakan , iklan promosi dan lain sebagainya. Itu semua merupakan aktivitas dari pemasaran. Bidang pemasaran sendiri berkaitan dengan bagaimana cara manusia bisa mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan hidup sosialnya.

Tugas pemasaran yaitu untuk membuat rencana kegiatan pemasaran dan Menyusun program pemasaran yang tepat sehingga dapat menciptakan, mengkomunikasikan, dan menginformasikan nilai suatu produk kepada pelanggan. Dalam aktivitas bisnis, peran pemasaran sangat menentukan keberhasilan bagi pelaku usaha bisnis. Tetapi untuk membuat strategi pemasaran yang baik bukan suatu hal yang mudah.

Dengan adanya perkembangan teknologi masa kini juga merambah ke dalam bidang pemasaran yang dilakukan pelaku usaha. Berbagai transaksi dan promosi dapat dilakukan dengan menggunakan media informasi berbasis digital dengan mudah dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.

Pemasaran digital merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha jasa sewa rental mobil. Dengan adanya internet dapat memudahkan untuk mengakses website atau blog untuk mempermudah pencarian mengenai informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.

Website merupakan Kumpulan halaman yang memuat data informasi dalam bentuk teks, gambar , animasi , video, atau penggabungan dari keseluruhannya baik yang sifatnya statis ataupun dinamis yang membentuk satu rangkaian dan dihubungkan dengan jaringan halaman.

Rentcarcirebon.com merupakan website yang dimiliki oleh 78 Trans Cirebon. Website ini merupakan salah satu website teratas yang akan muncul

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

jika mencari pencarian tentang sewa mobil yang ada di kota Cirebon.

Dalam website yang ditampilkan dari 78 Trans Cirebon berisi tentang artikel unit kendaraan yang disediakan, tempat wisata unggulan dalam kota, kuliner khas kota Cirebon, layanan fasilitas yang disediakan dan juga keterangan kontak yang dapat konsumen hubungi.

Google merupakan mesin pencarian yang sering digunakan oleh masyarakat, karena traffic pencarian di Google sangat tunggi sebagai mesin pencari. Dalam implementasi penggunaan website sebagai pemasaran digital jasa sewa rental mobil, dengan menggunakan kata kunci pencarian di Google. Kata kunci pencarian atau yang biasa disebut keyword mudah digunakan oleh masyarakat dalam mencari informasi. Dalam hal ini jasa sewa rental mobil menggunakan kata kunci sesuai advertising appeal yang ada di Indonesia seperti pada table dibawah ini :

Keywords	Target
"Sewa Rental Mobil Murah Cirebon"	Calon konsumen yang ingin mencari jasa sewa rental mobil yang murah di kota Cirebon
"Jasa Sewa Rental Mobil Terpercaya Cirebon"	Calon konsumen yang ingin mencari jasa sewa rental mobil yang terpercaya di kota Cirebon
"Sewa Wedding Car Cirebon"	Calon konsumen yang ingin mencari jasa sewa rental mobil untuk acara pernikahan di kota Cirebon
"Sewa Mobil Plus Driver Cirebon"	Calon konsumen yang ingin mencari jasa sewa rental mobil dengan driver di kota Cirebon
"Sewa Mobil Lepas Kunci Cirebon"	Calon konsumen yang ingin mencari jasa sewa rental mobil tanpa driver di kota Cirebon

Dengan menerapkan keyword dengan benar maka akan memudahkan dan mendatangkan potensi yang besar.

III. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dimana metode penelitian ini merupakan metode penelitian yang terfokus menjelaskan tentang objek penelitian dan pembahasan apa adanya yang dilakukan dengan cara pengamatan/observasi, wawancara, dan mempelajari dokumen – dokumen. Sumber penelitian ini dilakukan dengan meneliti pada jasa sewa rental mobil di kota Cirebon dengan cara mewawancarai pelanggan yang datang ke tempat dan mewawancarai beberapa karyawan jasa sewa rental mobil yang berada di kota Cirebon yaitu 78 Trans Cirebon.

IV. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil yang sudah didapat, perkembangan teknologi dalam dunia administrasi bisnis memudahkan usaha jasa sewa rental mobil untuk memperluas bisnis dan pasarnya. Dalam hal ini peran strategi pemasaran dalam administrasi bisnis merupakan hal yang sangat penting bagi pelaku usaha jasa sewa rental mobil.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa karyawan bahwa melalui strategi marketing yang terfokus pada pemasaran digital dengan Menyusun media promosi harus dilakukan dengan cermat, karena menjadi sebuah penentu keberhasilan dalam

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

pemasaran yang dijalankan. Dengan perkembangan teknologi membuat pelaku usaha jasa sewa rental mobil mampu memaksimalkan target pemasarannya.

Pemasaran merupakan pilar utama dalam memperluas basis pelanggan. Ini mencakup strategi pemasran lewat pemasaran digital melalui website atau blog. Menggunakan data administrasi yang ada untuk membuat iklan promosi. Melalui pemasaran digital ini diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran dibandingkan dengan pasar konvensional. Ini bertujuan untuk memudahkan untuk menarik minat pasar dari masyarakat baik dalam maupun luar kota.

Dengan adanya administrasi mempermudah dalam Menyusun media untuk promosi. Penyusunan media promosi dengan cermat adalah awal sebuah keberhasilan dalam melalukan pemasaran.

Pengaruh pemasaran digital melalui website bagi pelaku usaha jasa sewa rental mobil mampu meningkatkan pemasaran secara digital. Dengan memudahkan masyarakat saat melakukan di Google hasil yang dibutuhkan sangat singkat dan dalam waktu yang cepat. Masyarakat juga dapat langsung menghubungi kontak yang sudah disediakan dalam website. Tersedia juga keterangan unit kendaraan yang ingin masyarakat atau calon konsumen gunakan. Terdapat juga beberapa referensi yang bisa konsumen pertimbangkan semisal unti kendaraan yang sudah terjadwal penuh saat itu. Dalam website juga sudah tertera harga sewa unit kendaraan. Jadi konsumen hanya perlu menghubungi kontak bisnis yang ada untuk menanyakan ketersediaan unit kendaraaan yang ingin digunakan.

Pemasaran digital sangat berguna bagi pelaku usaha jasa sewa rental mobil. Dengan kemudahan menggunakan platform yang tersedia, bisa memberikan dampak yang sangat besar untuk kemajuan usaha.

Berdasarkan wawancara peneliti denngan pelanggan yang datang ke tempat bahwa pemasaran digital seperti ini memudahkan untuk menarik minat calon konsumen dalam dan luar kota seperti mereka, sehingga berdampak pada meningkatnya kegiatan usaha yang dapat mempengaruhi profit usaha itu sendiri. Tidak hanya bagi masyarakat yang berkunjung untuk berwisata juga bisa menjadi pemanfaatan bagi yang melakukan perjalanan dinas. Bisa juga digunakan untuk transportasi antar jemput dalam dan luar kota bahkan antar provinsi.

Pemasaran digital merupakan aktivitas pemasaran seperti branding, membuat iklan dan aktivitas pemasaran lainnya yang menggunakan berbagai macam media digital seperti media sosial, atau website dan tentu pemasaran digital tidak hanya membicarakan tentang internet marketing tetapi lebih dari itu semua agar masyarakat bisa mengetahui keberadaan jasa sewa mobil di kota Cirebon secara mudah.

Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian ini, yaitu :

- Adanya keterbatasan waktu penelitian yang singkat.
- Penelitian ini kurang maksimal karena beberapa pihak yang tidak bisa diwawancara.
- Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap peran administrasi bisnis dalam memperluas bisnis jasa sewa rental mobil di kota Cirebon sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

meneliti faktor lain yang belum dikaji.

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Peran administrasi bisnis dalam jasa sewa rental mobil yang berkaitan dengan strategi pemasaran merupakan hal yang efektif untuk melakukan pemasaran bagi pengusaha jasa sewa rental mobil. Dengan adanya administrasi yang memudahkan dalam hal pemsaran sehingga membuat proses pemasaran menjadi terencana sehingga pencapaian profit menjadi sangat besar. Selain dari pasar konvensional, pemasaran digital sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan untuk kebutuhan hidupnya.

Saran

Saran dari penulis untuk pengusaha jasa sewa rental mobil, seiring dengan teknologi yang semakin modern saat ini maka perusahaan harus bisa menjalankan sistem administrasi bisnis dengan baik agar segala proses yang dijalankan dalam perusahaan tersebut terencana dan terealisasi dengan baik. Salah satunya bisa menjalankan strategi pemasaran secara digital melalui website.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategies in Marketing Evangeline Products to Increase Company Competitiveness at PT. Griff Prima Abadi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(4), 175-184.

Agatha, D. C., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK PERALATAN RUMAH TANGGA BERBAHAN PLASTIK PADA PT. BE BEST INTERNATIONAL DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, *1*(3), 37-45.

Amalia, A. F., & Pasaribu, V. L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *7*(9), 13703-13726.

Apriliani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of the Application of Customer Relationship Management to Support Skincare Repurchase Interest on the Tiktok WJ LOVE Platform. *International Journal of Asian Business and Development*, *1*(4), 231-244.

Ariqa, N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction of Ubasyada Cooperative in Ciputat Market, South Tangerang. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(3), 277-290.

Alfadillah, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Effective Promotion Strategies in Online Transportation Companies Impacting Their Use. *International Journal of Asian Business and Development*, *1*(4), 245-254.

Al Jabar, L., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Strategic Leadership Role of Foundation Leaders in Improving the Quality of Education at Various Levels Education: Case Study on Bi Ashokal Hajar Foundation. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, *7*(2), 63-85.

Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(2), 1106-1117.

Erpan, A. A., & Pasaribu, V. L. D. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan

Pembelian Produk Minyak Goreng 1 Liter pada Indomaret Babakan Pocis Fzc6 Parung Bogor. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, *3*(1), 90-103.

Fahrezi, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Prices and Service Quality on Consumer Satisfaction at PT. Paramita Ban Workshop Cipete, South Jakarta Period 2023. *Global Journal Indexing*.

Fatrecia, S. T., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategy Brand Awareness in Increasing Sales in the Fashion Industry Based on Online Data. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 81-96.

Fernando, J., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Pintu Kamar Mandi PVC terhadap Keputusan Pembelian pada PD. Amin Makmur Sejati di Pondok Kacang Timur. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(2), 696-706.

Frawesti, M., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions at Alfamart Lebak Picung Branch Rangkasbitung. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(9), 585-598.

Hakim, A. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Customer Satisfaction of Mortar Cement at PT. Alam Gemilang Ghaizi Rangkasbitung. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 67-80.

Hasan, M. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Jakmart di PD. Pasar Jaya Kendari. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(2), 1158-1174.

Hardiansyah, N. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Healthy Alert Personal Selling Strategy at PT Mitra Antar Putra in South Jakarta. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 101-118.

Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(1).

Hidayat, L., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PRODUK JASA VAKSIN DAN GROOMING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PETSHOP SAVANA DI REMPOA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *2*(5), 9041-9052.

Jalaludin, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). ANALISIS PEMASARAN SOSIAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMBENTUKAN TITIK UNIT BANK SAMPAH DIGITAL DI KOTA SERANG BANTEN. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, *1*(3), 190-204.

Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). Analysis of the Effect of Promotion, Product Quality and Packaging Design on Purchasing Decisions. *Lamongan Islamic University*.

Makarim, F., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Factors of Customer Purchasing Power for Fashion Products in the Digital Era. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(6), 345-356.

Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *4*(1), 147-154.

Muttaqin, A. K., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen S1

Reguler C Kamis Universitas Pamulang). *Economics and Digital Business Review*, *5*(2), 943-970.

Nabila, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Rika Motor Workshop in Johar Baru, Central Jakarta. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, *4*(2), 287-306.

Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *2*(3), 121-135.

Pahrudin, P., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Work Motivation and Work Discipline on Employee Performance at PT Tunas Mekar Farm, Bogor Regency. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 172-186.

Pangestu, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). QRIS Ease of Access Strategy and its Impact on Public Interest in Digital Payment in Sumbermulyo Village, Pesanggaran, Banyuwangi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(4), 197-208.

Pasaribu, V. L. D. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction (CV. Herina Catering). *International Journal of Integrative Sciences*, *2*(8), 1223-1238.

Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique. *TEM Journal*, *10*(2), 620-626.

Pasaribu, V. L. D., & Haryoko, U. B. (2023). Analysis of the Effect of Customer Satisfaction of Internet Service Providers Using Structural Equation Modeling. *International Journal of Integrative Sciences*, *2*(9), 1445-1458.

PASARIBU, V. L. D. (2015). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE. *Sumber*, *130771*(1,160,097 ,156), 1-22.

Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, *19*(2), 156-167.

Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, *1*(4), 77-92.

Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, *18*(1), 37-49.

Pasaribu, V. D., & Prayoga, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *2*(2), 77-83.

Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera

Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *4*(1), 155-163.

Pasaribu, V. L. D., & Husein, M. A. (2024). The Influence of Product Quality and Prices on Government Brand Products (Foodstation) on Purchasing Decisions at Jakmart Pasar Jaya Cikini. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, *3*(4), 199-210.

Puspitasari, D., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Promotion on Purchasing Decisions at Emado's Restaurant at PT. Emado's Kebab Indonesia, Ceger Raya Branch-Pondok Aren, South Tangerang. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, *4*(2), 273-286.

Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 97-110.

Septiani, F., Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., & Rahayu, S. (2023). The Marketing Strategy of Saving and Loan Cooperatives in South Tangerang: the Use of SWOT Analysis. *International Journal of Integrative Sciences*, *2*(9), 1479-1490.

Situmorang, D. H., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Dujourexcloset. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(2), 1360-1372.

Sunatajaya, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Electronic Word of Mouth and Product Quality on the Decision to Purchase Car Carpet Products at CJ Accessories Stores at BSD Autopart. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(8), 529-542.

Sutiawan, A., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Price and Promotion on Consumer Satisfaction at Avocado Kocok 88 Entrepreneurship, Poris Indah Branch. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(6), 329-344.

Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 97-110.

Tifani, R. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Customer Satisfaction Based on Product Quality at Segitiga Bermuda Coffee and Eatery Pamulang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, *3*(7), 2467-2478.

Yuda, A. P. (2024). The Influence of Brand Awareness and Word of Mouth on the Decision to Use the FLIP Application (Case Study of Young Mothers in the dBestMom Community). *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 89-100.

Yulianty, I. N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Promotion and Price on Buyer Satisfaction of Luwak White Coffee Products at Pondok Aren Distributors. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 161-172.

Wagiman, A. O., & Pasaribu, V. L. D. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penggunaan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Bengkel Las Jaya Mandiri Steel. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, *4*(2), 731-741.

JURNAL ILMIAH SEMARAK

P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686

Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (142-154)

@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Budiantini, A., Sutihat, A. & Risthi, A. (2023) Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Untuk Meningkatkan Profit UMKM

Avriyanti, Shinta.(2020)Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0

Daftar Pustaka

Purnomo, D., Rakhmadani, D.P., Lubis, M.R.H., & Purbaya, M.E (2022). Optimasi Kata Kunci SEO Untuk Peningkatan Pemasaran Digital

Febriyantoro, M.T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Gumilang, R.R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri.

Jasri,. Arfan, N., Hasanuddin., & Hasan, H.A.(2022) Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Abdurrahman,. Firdaus, D., & Nugroho, A.A. (2023) Variasi Model Pemasaran di Era Digital