

## ABSTRAK

### PENGEMBANGAN PEMASARAN *DIGITAL* PADA PEMASARAN PT. TUNAS DWIPA MATRA HONDA LAMPUNG

Oleh  
**I MADE SURYANTO**

Pemasaran digital adalah aktivitas pemasaran dengan menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh internet dengan tujuan meningkatkan hasil penjualan dan menjalin komunikasi yang lebih baik kepada pelanggan. Masalah dalam penelitian laporan akhir ini adalah bagaimanakah pelayanan *Digital marketing* dalam meningkatkan penjualan motor pada Digital PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung berjalan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan Pemasaran Digital dalam meningkatkan penjualan motor pada Digital PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung. Metode yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah desain penelitian deskriptif dengan kualitatif, menggunakan data primer dan sekunder. Dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan metode studi pustaka terhadap pihak yang terlibat selama PKL di PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung. Hasil penelitian dalam pelaksanaan pengembangan pemasaran digital dalam meningkatkan volume penjualan sepeda motor pada Digital PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung menggunakan promosi *Search Engine Optimization* (SEO), *Search Engine Marketing* (SEM), *Social Media Marketing* (SMM), *Content Marketing*, dan *Email Marketing*. teridentifikasi beberapa komponen promosi belum sepenuhnya berjalan dengan baik dan dapat dikatakan masih tidak efektif dalam pelaksanaannya. Contohnya seperti, *Social Media Marketing* (SMM) dan *Email Marketing*. Kedua promosi tersebut belum terlaksana sesuai dengan tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Sehingga perlu adanya peningkatan pada pelaksanaan promosi tersebut. .

**Kata Kunci** : Pengembangan, Pemasaran digital, *digital marketing*, PT. Tunas Dwipa Matra.