

**ANALISIS EFEKTIVITAS TEKNOLOGI DIGITAL DALAM  
MENINGKATKAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN  
PT. LAUTAN MULIA SENTOSA**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh :

Dewi Lailatul Zahro

201105030021

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
TAHUN 2024**

**ANALISIS EFEKTIVITAS TEKNOLOGI DIGITAL DALAM  
MENINGKATKAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN  
PT. LAUTAN MULIA SENTOSA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Akuntansi Syariah



Oleh :

Dewi Lailatul Zahro

201105030021

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
TAHUN 2024**

**ANALISIS EFEKTIVITAS TEKNOLOGI DIGITAL DALAM  
MENINGKATKAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN  
PT. LAUTAN MULIA SENTOSA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Akuntansi Syariah

**Oleh:**

**Dewi Lailatul Zahro**  
**201105030021**

**Dosen Pembimbing:**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

**Nur Alifah Fajariyah, S.E., M.S.A**  
**NIP. 198012222623212009**

**ANALISIS EFEKTIVITAS TEKNOLOGI DIGITAL DALAM  
MENINGKATKAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN  
PT. LAUTAN MULIA SENTOSA**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari: Selasa

Tanggal: 10 Desember 2024

Tim Penguji

Ketua

**Nadia Azalia Putri, M.M.**  
NIP. 199403042019032019

Sekretaris

**Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M**  
NIP. 199202062020122009

Anggota:

1. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.S.I (  )  
2. Nur Alifah Fajariyah, S.E., M.S.A. (  )

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

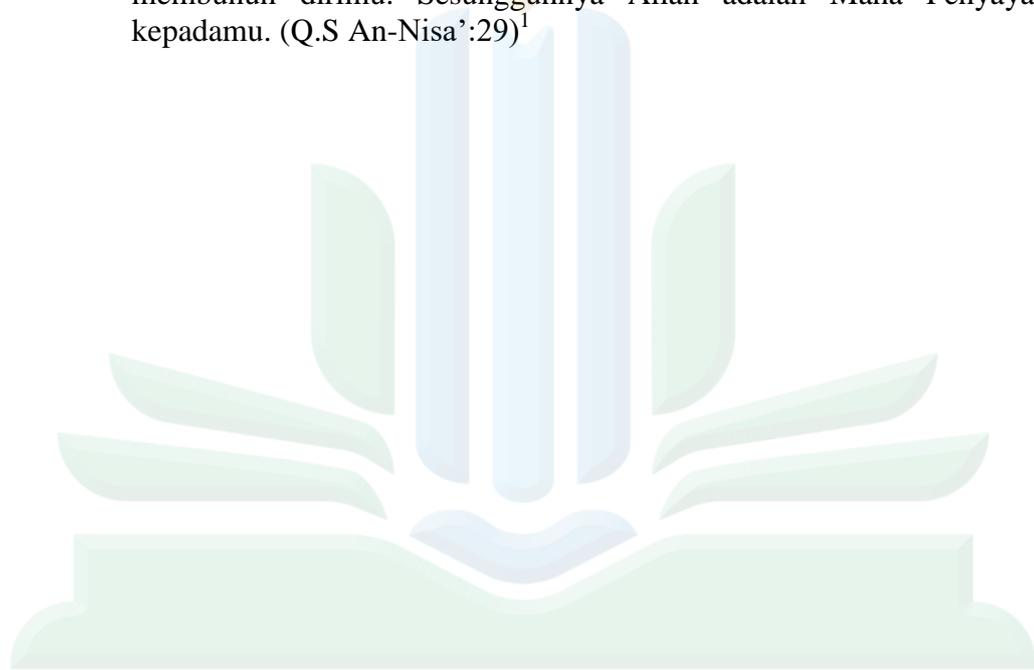


**Dr. H. Ubaidillah, M.Ag**  
NIP. 196812261996031001

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa':29)<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Nu Online Al-Qur'an dan Tafsir Bahasa Indonesia

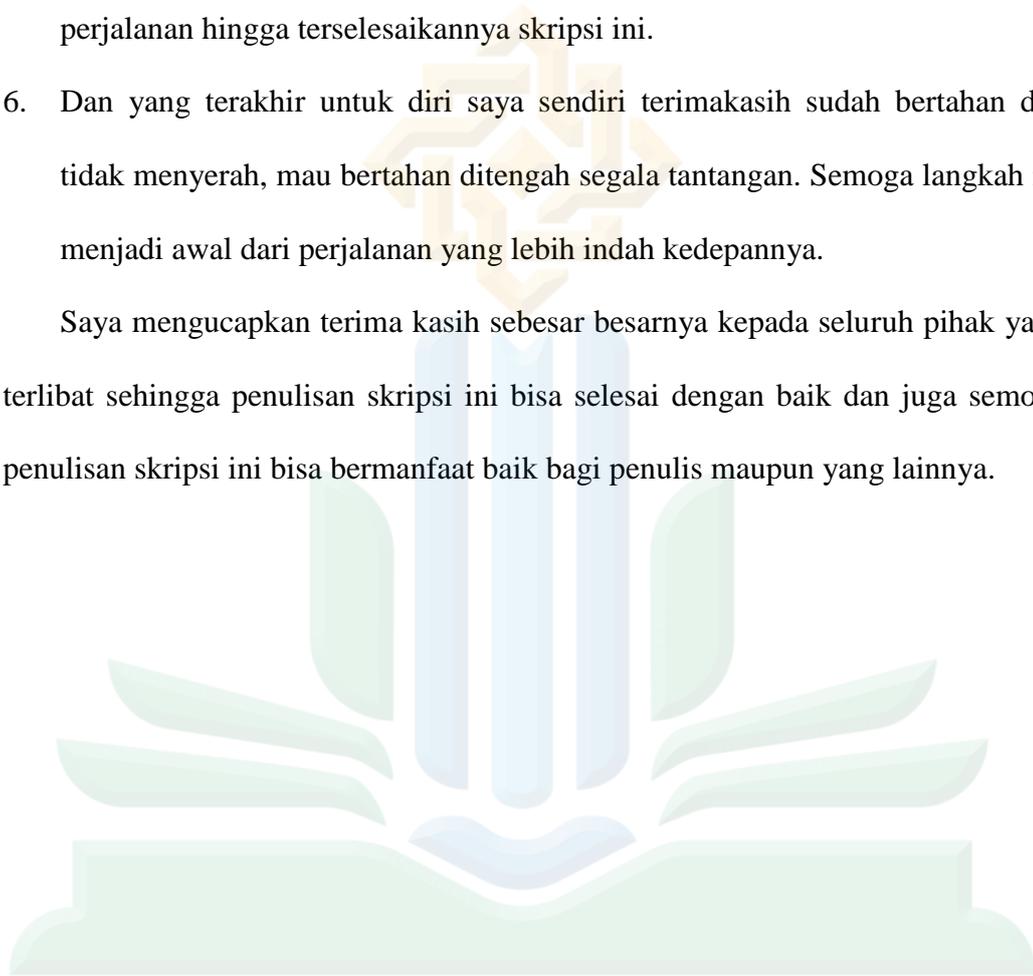
## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada merupakan sebagai wujud hormat dan kasih sayang serta bentuk rasa syukur atas keberhasilan yang telah saya lalui, diantaranya:

1. Kepada kedua orang tua saya Bapak Murtadho dan Ibu Sittatun yang telah memberi doa, cinta dan segala dukungannya yang tiada henti . Terima kasih tak berujung saya sampaikan setiap langkah, usaha, dan perjuangan ini tak akan mungkin tercapai tanpa kehadiran dan doa tulus dari kalian. Berkat doa dan ridho kalian skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Untuk kedua kakak saya Mariyatul Mufida dan Muhammad Fatkhul Mu'is yang selalu memberi nasehat dan selalu memberikan semangat dalam hal apapun, terutama dalam perjalanan pembuatan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi teman, saudara, dan inspirasi sepanjang proses ini.
3. Kepada Yuan Lara atma, Nabila Yulianingrum, Zahrotul Isnaini, Bias Zaura Raddinda, Lailatul Qodriyah terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalananku, menjadi sumber semangat, tawa. Tanpa Kalian perjalanan ini mungkin tak akan seindah dan seseru ini. Semoga kita bisa terus mendampingi satu sama lain dalam mencapai mimpi-mimpi kita.
4. Rahmadani Sandika Maha Dewi dan Linda Putri Ariska kedua adik saya yang telah berkenan mendengarkan keluh kesah selama saya proses penulisan skripsi ini, dan selalu berkenan saya repotkan.

5. Almamater UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang memberikan kesempatan untuk saya menuntut ilmu dan mendukung setiap langkah perjalanan hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri terimakasih sudah bertahan dan tidak menyerah, mau bertahan ditengah segala tantangan. Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih indah kedepannya.

Saya mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai dengan baik dan juga semoga penulisan skripsi ini bisa bermanfaat baik bagi penulis maupun yang lainnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR



Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah memberi Rahmat dan hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat menyelesaikan program sarjana S1 Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Pada kesempatan ini penulis berterima kasih kepada seluruh pihak terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, yaitu:

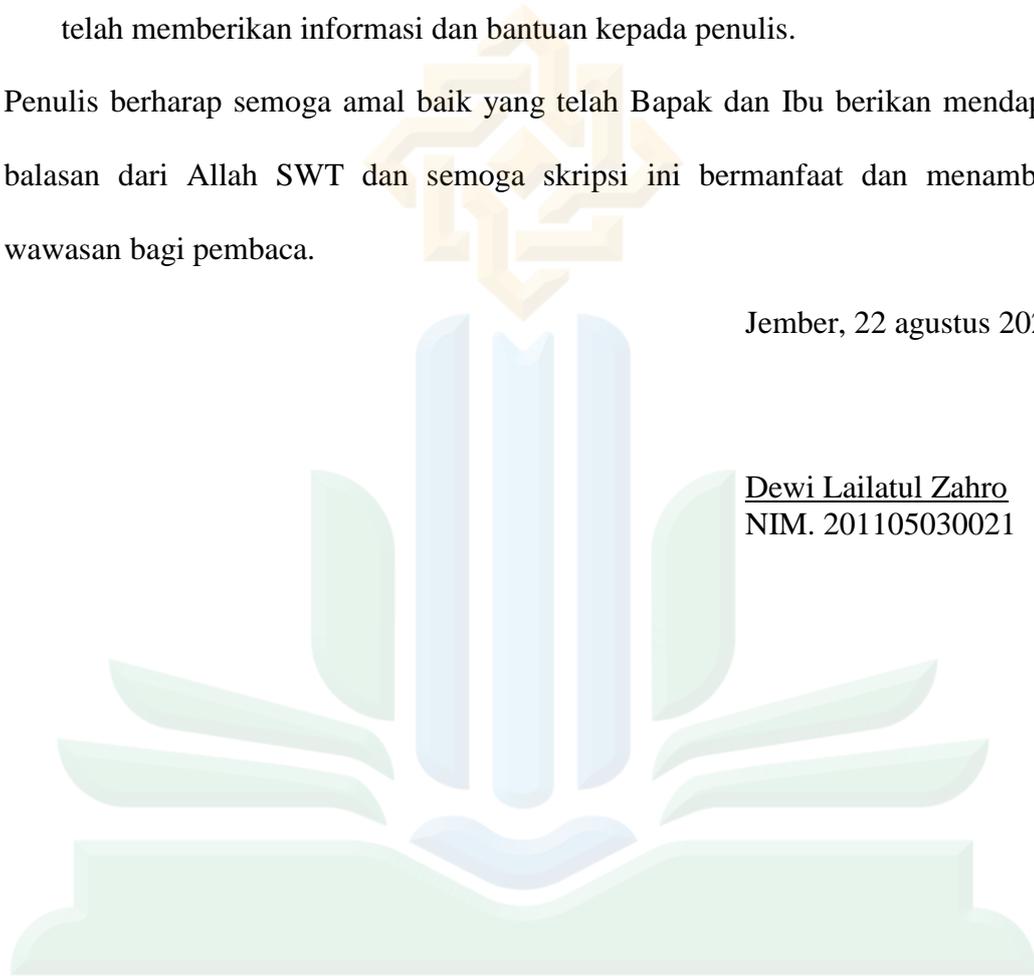
1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag, M.M., CPEM. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak selaku Kordinator Program Studi Akuntansi Syariah.
5. Ibu Nur Alifah Fajariyah, SE., MSA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan dan pengarahan dalam skripsi ini dengan sangat baik.
6. Seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah sabar dan ikhlas mendidik dan memberi ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang belum penulis ketahui sebelumnya.

7. Bapak Herman Santosa selaku pemilik perusahaan telah memberi izin saya melakukan penelitian dan semua karyawan PT Lautan Mulia Sentosa yang telah memberikan informasi dan bantuan kepada penulis.

Penulis berharap semoga amal baik yang telah Bapak dan Ibu berikan mendapat balasan dari Allah SWT dan semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Jember, 22 Agustus 2024

Dewi Lailatul Zahro  
NIM. 201105030021



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Dewi Lailatul Zahro, Nur alifah Fajariyah, 2024:** Analisis Efektifitas Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa.

**Kata Kunci:** Teknologi Digital, Profitabilitas

Teknologi telah memberi pengaruh besar pada dunia bisnis. Dalam beberapa tahun ini di Indonesia teknologi digital telah menjadi sangat penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan modal yang digunakan dan dinyatakan dalam prosentase.

Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana Efektifitas kinerja platform media sosial dan teknik pemasaran digital yang digunakan oleh PT Lautan Mulia Sentosa? 2) Bagaimana peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan?

Tujuan Penelitian yaitu: 1) Untuk mengetahui efektifitas kinerja platform media sosial dan teknik pemasaran teknologi digital yang digunakan PT Lautan Mulia Sentosa. 2) Untuk mengetahui bagaimana peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang termasuk ke dalam penelitian lapangan. Data yang digunakan tidak dinyatakan dalam bentuk angka yaitu berupa penjelasan-penjelasan dan tidak dapat diukur dengan satuan hitung seperti informasi teknologi digital, dan profitabilitas kinerja keuangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif kualitatif.

Hasil Penelitian ini yaitu: 1) PT Lautan Mulia Sentosa dalam pemasarannya belum sepenuhnya menerapkan strategi-strategi yang benar atau belum optimal dalam meningkatkan kesadaran merek melalui jejaring sosial, terdapat salah satu penghambat pencapaian perusahaan ini ialah keterbatasan produk yang tidak selalu memiliki permintaan tinggi dipasar, dan PT Lautan Mulia Sentosa menghadapi kendala dalam persaingan ketat di media sosial serta perubahan algoritma yang membuat jangkauan konten sulit untuk dipertahankan secara konsisten. Kendala-kendala ini mempengaruhi efektifitas pemasaran media sosial perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. 2) PT Lautan Mulia Sentosa belum mencapai efisiensi operasional yang optimal dan masih membutuhkan perbaikan dalam manajemen waktu, tenaga kerja, dan pengurangan biaya. PT Lautan Mulia Sentosa memiliki peluang besar untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing melalui efisiensi operasional, peningkatan hubungan pelanggan, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital untuk mengakses pasar baru.

## DAFTAR ISI

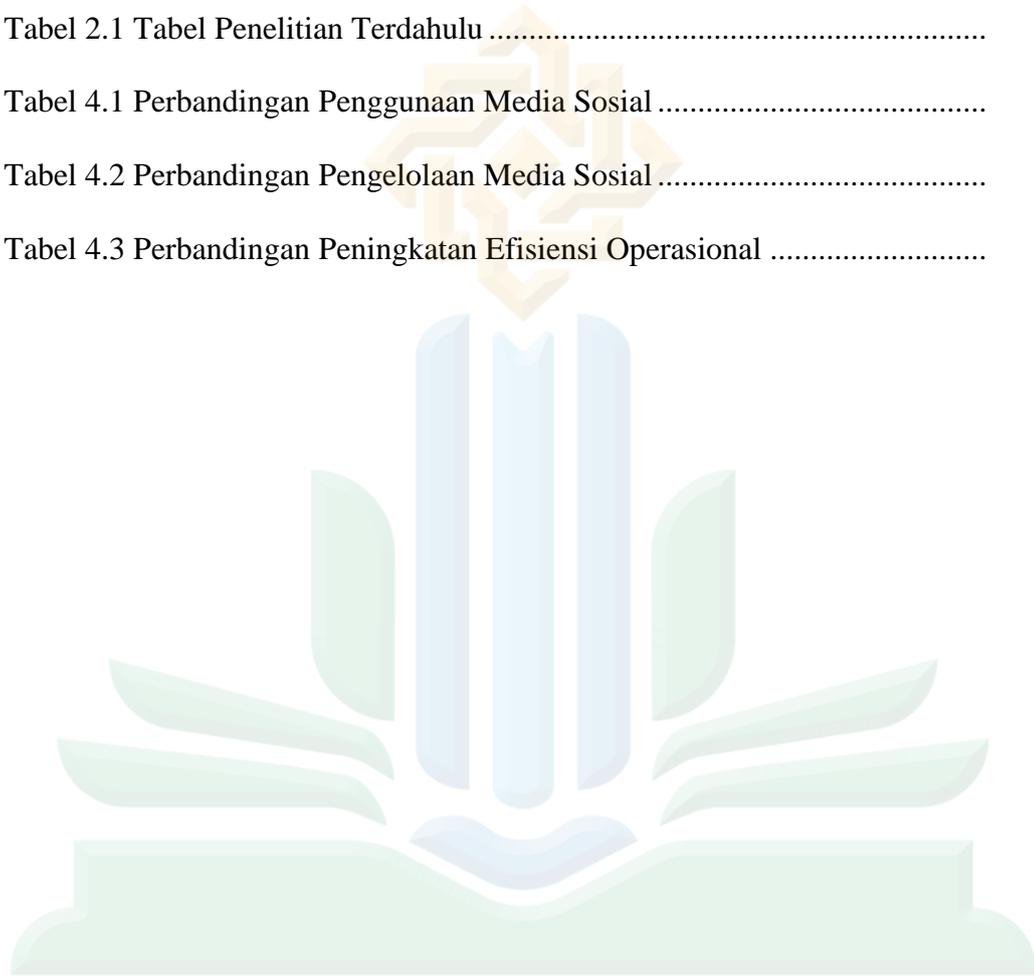
	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PESETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah .....	7
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian .....	39
C. Subjek Penelitian.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Analisis Data .....	41
F. Keabsahan Data.....	43
G. Tahap´tahap Penelitian.....	44
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	45
B. Penyajian Data dan Analisis Data.....	48
C. Pembahasan Temuan.....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

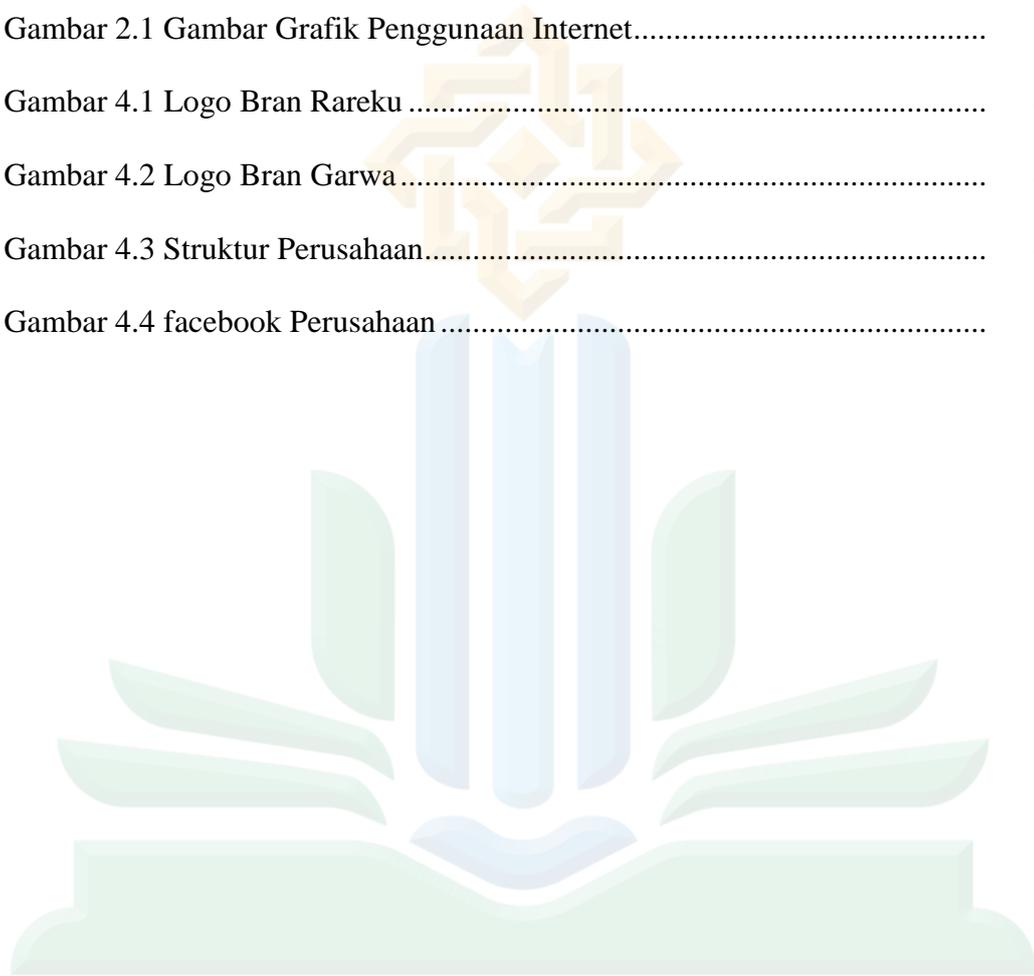
No.	Uraian	Halaman
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 4.1	Perbandingan Penggunaan Media Sosial .....	61
Tabel 4.2	Perbandingan Pengelolaan Media Sosial .....	62
Tabel 4.3	Perbandingan Peningkatan Efisiensi Operasional .....	65



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Halaman
Gambar 2.1	Gambar Grafik Penggunaan Internet.....	27
Gambar 4.1	Logo Bran Rareku .....	47
Gambar 4.2	Logo Bran Garwa.....	47
Gambar 4.3	Struktur Perusahaan.....	48
Gambar 4.4	facebook Perusahaan.....	50



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Dalam dunia bisnis penjualan dan pemasaran merupakan bagian yang sangat penting sehingga banyak cara yang ditempuh oleh perusahaan untuk memperbaiki sistem penjualan yang mereka miliki mulai dari cara tradisional sampai cara yang modern. Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, banyak sekali perusahaan yang memanfaatkan teknologi untuk memperbaiki sistem penjualannya. Penerapan teknologi khususnya internet dalam dunia perdagangan menjadi perhatian bersama.<sup>2</sup>

Kepemimpinan perusahaan memiliki peran yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dan kesuksesan terhadap pencapaian visi, misi, dan tujuan perusahaan. Kondisi perkembangan digital yang berkembang pesat saat ini juga harus dapat direspon oleh pemimpin perusahaan, khususnya yang terkait dengan perkembangan teknologi digital. Bisnis yang terjadi dilapangan saat ini tidak ada lagi yang tidak menyentuh perkembangan teknologi digital. Teknologi telah memberi pengaruh besar pada dunia bisnis. Perubahan ini tidak hanya mencakup cara bisnis beroperasi, komunikasi, dan interaksi dengan pelanggan, tetapi juga menaikkan standar pelayanan pelanggan. Dengan adopsi chatbot, respon email otomatis, dan sistem dukungan pelanggan online, bisnis dapat memberikan bantuan sepanjang waktu kepada pelanggan

---

<sup>2</sup> Yanto Susilo, Erna Wijayanti, dan Sugeng Santoso, "Penerapan Transformasi Digital Pada Pemasaran Ekonomi Kreatif Kuliner Minuman Boba," Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi 2, no. 4 (t.t.).

mereka. Teknologi juga memfasilitasi pengumpulan dan analisis data, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik dan pengembangan strategi bisnis yang lebih baik.

Dengan menggunakan analisis teknologi digital, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang bisnis yang lebih baik.<sup>3</sup> Seperti digital marketing segala bentuk usaha yang dilakukan dalam pemasaran atau marketing dengan pemanfaatan perangkat yang telah terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital yang pada tujuannya dapat mengkomunikasikan produk perusahaan kepada calon konsumen melalui saluran komunikasi online.<sup>4</sup> Perusahaan bisa memasarkan produknya untuk mencapai ke jangkauan pasar internasional dan menghadapi persaingan dari seluruh dunia. Hal ini membantu dalam perluasan bisnis dan menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih besar.<sup>5</sup> Dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia, teknologi digital telah menjadi sangat penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan modal yang digunakan dan dinyatakan dalam prosentase. Profitabilitas berfungsi sebagai alat untuk mengukur efektivitas manajemen seperti ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Jadi tidak mesti suatu perusahaan yang keuntungannya lebih tinggi secara otomatis dapat

---

<sup>3</sup> “Analisis Teknologi Dital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan,” Perplexity AI, diakses 15 Mei 2024, <https://www.perplexity.ai/search>.

<sup>4</sup> M.F. Hidayatullah dkk., “Strategi Digital Marketing Dengan Instagram dan Tiktok pada Butik Dot.id,” 2023 10 (t.t.).

<sup>5</sup> “Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis | Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy,” diakses 16 Mei 2024, <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/1011>.

menyebabkan profitabilitas yang tinggi juga, sebab dapat saja terjadi sebaliknya.

Pada bulan Maret 2024, nilai ekspor barang Provinsi Bali ke luar negeri mengalami kenaikan sebesar 11,85% secara *month to month*, dengan pendapatan sebesar US\$ 49.464.773 pada bulan Februari 2024 menjadi US\$ 55.325.701 pada bulan Maret 2024. Bila dibandingkan dengan bulan Maret 2023 nilai ekspor di Provinsi Bali tercatat mengalami kenaikan sebesar 6,63%. Salah satu negara yang menjadi tujuan ekspor industri di Bali ialah negara Belanda, nilai ekspor ke Belanda tercatat mengalami kenaikan sebesar 67,64%. Salah satu yang menjadi penyebab kenaikan profitabilitas tersebut ialah penggunaan teknologi digital sehingga dapat menambah luas pasar menyebabkan naiknya ekspor salah satu produk yang meningkatkan ekspor antaranya produk pakaian atau garment juga berbagai macam aksesoris.<sup>6</sup> Salah satu industri garment yang berada di Kota Denpasar Provinsi ialah PT. Lautan Mulia Sentosa. Sejak 2015 perusahaan ini telah menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produknya melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok.

Selain berfokus pada penggunaan pemasaran teknologi digital, para pelaku usaha juga tetap harus memperhatikan peningkatan kinerja keuangan salah satu yang paling diperhatikan ialah profitabilitas. Peningkatan kinerja keuangan juga menggambarkan kesehatan keuangan perusahaan baik. Kinerja keuangan merupakan hasil atau prestasi yang dicapai oleh entitas

---

<sup>6</sup> “Badan Pusat Statistik Provinsi Bali,” diakses 14 Juli 2024, <https://bali.bps.go.id/pressrelease/2024/05/02/717881/perkembangan-ekspor--dan-impor-provinsi-bali--maret-2024.html>.

untuk melakukan penilaian terhadap laporan keuangan yang disusun sesuai dengan standar akuntansi keuangan.<sup>7</sup> Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari – hari. Pemahaman literasi keuangan juga sangat membantu dalam pengambilan keputusan keuangan karena jika individu memiliki pemahaman yang kurang tentang keuangan maka akan merugikan dirinya sendiri. Dengan kurangnya pemahaman tentang keuangan, masyarakat tidak memiliki cukup pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan keuangan.<sup>8</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Diana Valentina Pebriyanti dan kawan – kawan menunjukkan bahwa teknologi digital dan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikansi terhadap kinerja keuangan.<sup>9</sup>

Penelitian ini juga berusaha untuk menganalisis efektifitas pemasaran melalui teknologi digital media sosial. Untuk menganalisis penelitian ini sangat diperlukan teori-teori dari para ahli yang berkaitan dengan penelitian agar hasil penelitian ini memiliki dasar yang jelas dan dapat dipertanggung jawabkan. Berdasarkan pemaparan diatas, maka teori yang akan digunakan antara lain teori yang berkaitan dengan pemasaran, biaya, pendapatan, laba dan teori pengembangan pasar dari para ahli. Sebagaimana penelitian yang

---

<sup>7</sup> Nurul Fadhilah dan Darmawati, “Transformasi Digital: Meningkatkan Kinerja Keuangan Koperasi Syariah,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (31 Desember 2023): 534, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).13185](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).13185).

<sup>8</sup> Ni Made Diana Valentina Pebriyanti, Komang Agus Rudi Indra Laksana, dan I. Gusti Ngurah Alit Asmarajaya, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Denpasar (Studi Kasus UMKM Bidang Fashion Di Kota Denpasar Barat),” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (30 Oktober 2023): 23613, <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10364>.

<sup>9</sup> Pebriyanti, Laksana, dan Asmarajaya, 23618.

pernah dilakukan oleh Dea Chaerunisa Wardani yang menunjukkan penggunaan media sosial dalam pemasaran digital produk umrah berpengaruh efektif dilihat dari adanya peningkatan jumlah jamaah dari tahun 2018 yang berjumlah 450 jamaah menjadi 1.375 jamaah di tahun 2022.<sup>10</sup>

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan analisis lebih lanjut bagaimana penggunaan teknologi digital dalam membantu perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas mereka. Untuk itu penulis mengangkat penelitian ini dengan judul **“Analisis Efektivitas Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT. Lautan Mulia Sentosa”**

## **B. Fokus Penelitian**

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas kinerja platform media sosial dan teknik pemasaran digital yang digunakan oleh PT. Lautan Mulia Sentosa?
2. Bagaimana peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

---

<sup>10</sup> Dea Chaerunisa Wardani, “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Digital Produk Umrah Pada PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng,” 118, diakses 14 Juli 2024, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73079>.

1. Untuk mengetahui efektivitas kinerja platform media sosial dan teknik pemasaran digital teknologi yang digunakan PT. Lautan Mulia Sentosa
2. Untuk mengetahui Bagaimana peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian terdiri atas manfaat teoritis dan praktis, manfaat yang diharapkan penulis sebagai berikut :

##### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharap dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang teknologi digital pemasaran dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.

##### **2. Secara Praktis**

###### **a. Bagi penulis**

Dengan Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang bagaimana teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.

###### **b. Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pihak Instansi Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember serta diharapkan dapat menjadikan rujukan bagi penulis selanjutnya untuk dijadikan bahan referensi.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu acuan untuk mengetahui peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dan dapat dijadikan strategi-strategi pemasaran dimasa mendatang.

## E. Definisi Istilah

### 1. Efektivitas

Efektivitas adalah sesuatu yang menghasilkan tidak hanya efek, hubungan, konsekuensi dan dampak. Namun mengacu pada keberhasilan tujuan perusahaan atau organisasi, penetapan standar, profesionalisme, penetapan tujuan, adanya program, materi dan juga metode. Untuk mengukur seberapa efektif suatu kegiatan atau aktivitas, diperlukan pendekatan efektivitas. Ada beberapa pendekatan yang dilakukan antara lain:

- a. Pedoman sasaran (*good approach*).
- b. Pendekatan sumber (*system resource approach*).
- c. Pendekatan proses (*internal process approach*).<sup>11</sup>

### 2. Teknologi Digital

Teknologi digital adalah alat dengan sistem komputerisasi dan pengoperasian yang otomatis (tanpa tenaga manusia). Pada dasarnya, teknologi digital adalah sistem perhitungan yang super cepat dan dapat memproses semua informasi dengan akurat. Perkembangan teknologi

---

<sup>11</sup> Wardani, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Digital Produk Umrah Pada PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng."

digital telah membawa perubahan besar pada semua bidang dari sistem informasi, ekonomi dan banyak lainnya. Keberadaan teknologi digital ini mampu memudahkan berbagai aktivitas dan kebutuhan manusia modern. Salah satu contoh teknologi digital yang saat ini berkembang sangat pesat adalah teknologi informasi berbasis digital yang dapat kamu akses dengan mudah melalui HP atau smartphone dan lain sebagainya. Berkat perkembangan digital, pebisnis pun merasakan dampak positifnya, kegiatan bisnis pun dapat dilakukan dengan lebih mudah. Untuk strategi pemasarannya juga sudah dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital. Strategi ini biasanya dikenal dengan istilah digital marketing.<sup>12</sup>

### 3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan efisiensi operasional serta memanfaatkan asetnya secara efisien. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Hal itu dikarenakan profitabilitas sering dijadikan sebagai tolak ukur kinerja perusahaan.<sup>13</sup>

Perusahaan yang sehat tentu memiliki kemampuan untuk mendapatkan untung selama beroperasi profitabilitas memiliki beberapa tujuan antara lain untuk mengukur laba, menilai efektivitas penggunaan modal, dan menilai posisi laba dibandingkan dengan periode sebelumnya. Perusahaan

---

<sup>12</sup> Educa Studio, "Mengenal Apa Itu Teknologi Digital dan Manfaatnya [Anak SMK Wajib Tahu] | Berita | Gamelab Indonesia," Gamelab.ID, diakses 17 Mei 2024, <https://www.gamelab.id/news/2245-mengenal-apa-itu-teknologi-digital-dan-manfaatnya-anak-smk-wajib-tahu>.

<sup>13</sup> Lia Nirawati dkk., "Profitabilitas Dalam Perusahaan N" 5, no. 1 (2022).

yang sehat tentu memiliki kemampuan untuk mendapatkan untung selama beroperasi. Profitabilitas terdapat beberapa jenis-jenis ialah:<sup>14</sup>

- a. Gross Profit Margin (GPM)
  - b. Profit Margin Ratio (PMR)
  - c. Return on Assets Ratio (ROA)
  - d. Return on Equity Ratio (ROE)
  - e. Return on Sales Ratio (ROS)
4. Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perusahaan adalah kegiatan yang diselenggarakan dengan peralatan atau dengan cara teratur dengan tujuan mencari keuntungan. Perusahaan juga didefinisikan sebagai organisasi berbadan hukum yang mengadakan transaksi atau usaha. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997, pengertian perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus untuk memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perseorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan di wilayah Indonesia. Sementara berdasarkan UU Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, pengertian perusahaan adalah badan usaha yang didirikan dan beroperasi di wilayah Negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Berdasarkan pengertian

---

<sup>14</sup> “Rasio Profitabilitas Adalah: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya,” Amarta.com, diakses 21 November 2024, <https://amartha.com/blog/work-smart/rasio-profitabilitas-adalah/>.

perusahaan di atas, sesuatu dapat disebut sebagai perusahaan apabila memenuhi unsur-unsur berikut:

- a. Adanya kegiatan produksi yang bersifat tetap dan berlangsung terus-menerus.
- b. Dijalankan secara terang-terangan. Diadakan pembukuan untuk transparansi keuangan dan pemungutan pajak.
- c. Bertujuan mencari laba atau keuntungan.
- d. Ada bentuk usaha yang jelas seperti siapa pemilik perusahaan dan berbadan hukum atau tidak.

Dengan demikian, pengertian perusahaan adalah badan hukum yang dibentuk untuk menjalankan bisnis komersial ataupun bisnis. Tujuan perusahaan adalah memanfaatkan sumber daya manusia dan alam untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang bermutu tinggi agar bisa menciptakan keuntungan sebanyak-banyaknya.<sup>15</sup>

## **F. Sistematis Pembahasan**

Dalam sistematis pembahasan disebutkan kerangka pemikiran yang digunakan untuk menyusun skripsi, sehingga dapat dipelajari dan dipahami oleh pembaca. Adapun sistematis pembahasan terdiri dari:

---

<sup>15</sup> Kompas Cyber Media, "Pengertian dan Jenis-jenis Perusahaan Berdasarkan Bentuk Badan Usaha Halaman all," KOMPAS.com, 20 November 2022, <https://money.kompas.com/read/2022/02/09/143852226/pengertian-dan-jenis-jenis-perusahaan-berdasarkan-bentuk-badan-usaha>.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan menguraikan tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

## **BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN**

Pada bab kajian kepustakaan menguraikan tentang penelitian terdahulu dan kajian teori. Penelitian terdahulu berisikan tentang penelitian yang sejenis yang membahas mengenai teknologi digital, profitabilitas.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab metode penelitian menguraikan tentang pendekatan dan jenis pendekatan yaitu menggunakan metode kualitatif, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, yaitu menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, analisis data, keabsahan data, tahap-tahap penelitian yaitu tahap persiapan, tahap lapangan, dan tahap pengelolaan data.

## **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISI DATA**

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang gambaran subjek penelitian, menyajikan data dan analisisnya, serta membahas hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi intisari atau kesimpulan dari hasil penelitian.

Berdasarkan kesimpulan itulah penulis dapat memberikan saran kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung pemenuhan kelengkapan berkas dan data skripsi .

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penulis mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertai dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.<sup>16</sup>

Ada beberapa penelitian yang terdahulu melakukan penelitian mengenai evaluasi efektivitas digital teknologi dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan antara lain :

- a. Dewi Arfianita Utami (2020). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi penggunaan *E-Commerce* dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Pada UMKM di Kota Malang (Studi Kasus Pada Sektor *Food & Beverages*)”

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan variabel independen pada model pertama adalah kesiapan organisasi (KO), Tekanan Eksternal (TE), Kemudahan Penggunaan (KP) dan manfaat e-commerce (ME) sedangkan variabel

---

<sup>16</sup> Pedoman Karya Tulis Ilmiah, Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, t.t., 91.

dependen yang digunakan adalah penggunaan e-commerce (PE). Hasil dari penelitian ini.<sup>17</sup>

- a) Dari para pelaku UMKM sektor food&beverages di Kota Malang ditemukan bahwa ketersediaan internet, orientasi untuk bisnis jangka panjang, kemampuan manajer dan karyawan dalam menggunakan komputer memiliki peran penting dalam kesiapan UMKM untuk menggunakan e-commerce.
- b) Masih banyak pelaku UMKM yang lebih suka melakukan transaksi secara tradisional dibandingkan dengan cara online disebabkan karena ketidaksiapan dalam pengadopsian e-commerce baik dari segi organisasi, teknologi maupun financial.
- c) Walaupun teknologi bersifat memudahkan pekerjaan, namun tidak semua UMKM tepat untuk menggunakan teknologi karena beberapa cakupan seperti modal, analisis marketing dan juga kebijakan dalam mengadopsi e-commerce.

b. Komang Aji Pradnya Jaya, Ni Luh Putu sariani, Ni Wajan Wijayanti

(2021). “Efektifitas Penerapan Digital Marketing pada Usaha Distribusi Gas LPG PT. Prapen Ananda Dewata Klungkung”

Hasil penelitian ini PT. Prapen Ananda Dewata menjalankan operasionalnya sebagai distributor gas sudah baik dalam hal distribusi, namun penjualan yang tidak memenuhi target serta banyaknya keluhan mengenai aksesibilitas informasi dari konsumen

---

<sup>17</sup> Dewi Arfianita Utami, “Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Pada UMKM di Kota Malan (Studi Kasus Pada Sektor Food & Beverages),” t.t.

mengindikasikan bahwa pemasaran perusahaan masih kurang, khususnya pada digital marketing. Hal tersebut dapat dilihat dengan belum adanya bagian pemasaran pada perusahaan khususnya bagian yang menangani digital marketing perusahaan. Oleh karena itu, sangat wajar jika perusahaan belum memiliki situs resmi pribadi serta beberapa media sosialnya tidak menarik dan kurang informatif.<sup>18</sup>

- c. Evita Purnaningrum, Ana Rafikayati, dan Utama wisnu Dyatmika (2022). “Peningkatan profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Ketrampilan Desain Produk dan Pemasaran pada E-Commerce”

Pemanfaatan teknologi yang tepat sangat berkorelasi terhadap perkembangan UMKM di era industri 4.0. Hal tersebut menjadikan tantangan bagi pelaku UMKM untuk mampu bersaing dengan usaha lainnya. Dari penelitian ini Kegiatan penyuluhan dan praktek desain kemasan dan pemasaran daring meningkatkan profitabilitas pelaku usaha UMKM. Beberapa pelatihan atau kegiatan dapat dilakukan sebagai lanjutan dari kegiatan ini, misalkan mengenai ijin usaha dan SEO (Search Engine Optimization). Organisasi Disabilitas selain dibekali dengan ketrampilan menjahit juga dapat dilihat tentang pengelolaan usaha. Tujuan dari penelitian ini memberikan gambaran

---

<sup>18</sup> Komang Aji Pradnya Jaya, Ni Luh Putu Sariyani, dan Ni Wayan Wijayanti, “Efektivitas Penerapan Digital Marketing Pada Usaha Distribusi Gas LPG PT. Prapen Ananda Dewata Klungkung,” *Jurnal Abdimas Mandiri* 6, no. 1 (7 April 2022), <https://doi.org/10.36982/jam.v6i1.2073>.

umum pelaksanaan penyuluhan bagi kelompok usaha disabilitas yang berlokasi di Tuban .<sup>19</sup>

- d. Nichola Karyn Wynne (2023). “ Analisis Efektifitas dan Efisiensi dari aktivitas *Marketing* Terhadap profitabilitas Mobilitas Digital Indonesia”.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari aktivitas pemasaran terhadap profitabilitas perusahaan pada segmen *airport transfer* yang berlokasi di Bandara Soekarno-Hatta, Jakarta. Penelitian ini dilakukan disalah satu perusahaan yang bergerak dalam industri sewa kendaraan yaitu PT Mobilitas Digital Indonesia, PT Mobilitas Digoital Indonesia memiliki tiga segmen bisnis utama yaitu moda *Rend* Moda Hub, dan Movic. Moda Rent menyewakan kendaraan komersial seperti truk dengan periode tahunan tanpa sopir, dengan berbagai jenis kendaraan seperti *pickup*, van, CDE, CDD, Fuso, dan Tronton. Moda Hub adalah *platform* yang menghubungkan pengirim dan pengangkut, menawarkan solusi online *on-demand* untuk berbagai industri seperti ritel dan distributor barang dalam perusahaan ini menghadirkan segmen baru *airport transfer* sebagai bagian dari strategi pertumbuhan dan inovasi bisnis. Dalam menghadapi kompetisi yang ketat di era globalisasi dan kemajuan teknologi, PT Mobilitas Digital Indonesia

---

<sup>19</sup> Evita Purnaningrum, Ana Rafikayati, dan Sutama Wisnu Dyatmika, “Peningkatan Profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Ketrampilan Desain Produk dan Pemasaran pada E-Commerce,” *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (11 Februari 2022): 32–38, <https://doi.org/10.30651/aks.v6i1.4006>.

melakukan berbagai upaya pemasaran untuk memanfaatkan potensi ekonomi digital di Indonesia dan mencapai profitabilitas yang optimal.<sup>20</sup>

- e. Herviana Pobela (2023). “Efektivitas Penerapan Online Selling Dalam meningkatkan Profitabilitas Suatu Usaha (Studi Eksperimen kios Luthfi Kotamobagu)”

Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksperimen dengan bentuk desain True Eksperimental Design, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini penerapan Online selling efektif dalam meningkatkan profitabilitas Kios Luthfi Kotamobagu. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis Gross Profit Margin dan Net Profit Margin, walaupun pada pengujian hipotesis menghasilkan pengaruh yang negatif atau tidak signifikan dikarenakan jumlah sampel yang tidak memenuhi standar signifikansi aplikasi SPSS ver. 20.0.<sup>21</sup>

- f. Ni Made Diana Valentina Pebriyanti, Komang Agus Indra Laksamana, dan I Gusti Alit Asmarajaya (2023). “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM di Kota Denpasar (Studi Kasus UMKM Bidang Fashion di Kota Denpasar Barat).

<sup>20</sup> “View of Analisis Efektifitas dan Efisiensi dari Aktivitas Marketing terhadap Profitabilitas Mobilitas Digital Indonesia,” diakses 21 Mei 2024, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/9656/7861>.

<sup>21</sup> “Efektivitas Penerapan Online Selling Dalam meningkatkan Profitabilitas Suatu Usaha (Studi Eksperimen kios Luthfi Kotamobagu),” diakses 27 Mei 2024, <http://repository.iain-manado.ac.id/1482/1/SKRIPSI%20HERVIANA%20POBELA%20NIM%201841082%20%281%29.pdf>.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan Umkm Di Kota Denpasar” diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. 2) Teknologi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. 3) Literasi Keuangan dan Teknologi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.<sup>22</sup>

- g. Dea Chaerunisa Wardani (2023). “Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Digital Produk Umrah pada PT. Fauzi Mulia Bersama Cengkareng”.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh PT. Fauzi Mulia Bersama melalui beberapa tahapan, diantaranya: menentukan tujuan, menetapkan sasaran, merancang konten, memilih saluran, evaluasi. Selain itu penggunaan media sosial dalam pemasaran digital produk umrah yang dilakukan PT.

Fauzi Mulia Bersama dapat dikatakan sudah efektif.<sup>23</sup>

- h. Nurul Fadhilah dan Darmawati (2023). “ Transformasi Digital: Meningkatkan Kinerja Keuangan Koperasi Syariah”.

<sup>22</sup> Ni Made Diana Valentina Pebriyanti, Komang Agus Rudi Indra Laksmna, dan I. Gusti Ngurah Alit Asmarajaya, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Denpasar (Studi Kasus UMKM Bidang Fashion Di Kota Denpasar Barat),” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (30 Oktober 2023): 23618, <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10364>.

<sup>23</sup> Wardani, “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Digital Produk Umrah Pada PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng,” 118.

Penelitian ini menguji pengaruh digitalisasi layanan terhadap kinerja keuangan koperasi syariah tahun 2015-2020. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan program SPSS for windows versi 25. Hasil pengujian dalam penelitian ini adalah bahwa digitalisasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA, ROE, BOPO). Jika digitalisasi layanan koperasi syariah semakin berkembang maka semakin berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan koperasi syariah.<sup>24</sup>

- i. Az Zahra Norestu, Maqbulan Nisaul Ilmi, Havelyne Octaviana Damaling, Rusdi Hidayat N, Maharani Ikaningtyas (2024). “Efektivitas Strategi Pemasaran Untuk Mendorong Pertumbuhan Bisnis Yang Berkelanjutan”

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kualitatif. Hasil dari penelitian ini ialah strategi pemasaran yang efektif memainkan peran kunci dalam mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dalam era yang didorong oleh teknologi dan perubahan cepat, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang holistik dan berkelanjutan dalam pemasaran. Tingkat penjualan yang tinggi dan peningkatan penjualan dalam satuan moneter dan produk menunjukkan strategi pemasaran yang efektif. Meskipun perjalanan menuju pemasaran berkelanjutan adalah satu langkah yang penting, namun tidak selalu berjalan mulus. Perusahaan akan menghadapi sejumlah hambatan dan

---

<sup>24</sup> Fadhilah dan Darmawati, “Transformasi Digital,” 543.

tantangan yang harus mereka hadapi, seperti biaya yang tinggi dalam melakukan riset, kurangnya kesadaran konsumen, dan lainnya. Dalam menghadapi hambatan-hambatan ini, bisnis perlu mengembangkan strategi yang adaptif dan inovatif untuk mengatasi tantangan dalam menerapkan strategi pemasaran yang berkelanjutan dan menjaga konsistensi dengan visi keberlanjutan mereka.<sup>25</sup>

- j. Muhammad Yusuf, Sutrisno, PA Andiena Nindya Putri, Muhammad Asir, Pandu Adi Cakranegara (2024). “ Prospek Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Profitabilitas dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literatur Review”

Metode penulisan artikel ini menggunakan metode kualitatif . Hasil dari review literatur yang dilakukan pada permasalahan penggunaan *E-Commerce* oleh pelaku usaha, dapat disimpulkan penggunaan *E-commerce* oleh pelaku usaha memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan profitabilitas yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu, dan penggunaan *E-commerce* juga memiliki pengaruh positif terhadap kemudahan konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Az Zahra Norestu dkk., “Efektivitas Strategi Pemasaran Untuk Mendorong Pertumbuhan Bisnis Yang Berkelanjutan,” *Musyteri : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 4, no. 9 (4 April 2024): 60–73, <https://doi.org/10.8734/musyteri.v4i9.2742>.

<sup>26</sup> Muhammad Yusuf dkk., “Prospek Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literatur Riview,” *Jurnal Darma Agung* 30, no. 3 (5 Januari 2024): 786–801, <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2268>.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dewi Arfianita Utami (2020)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi penggunaan <i>E-Commerce</i> dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Pada UMKM di Kota Malang (Studi Kasus Pada Sektor <i>Food &amp; Beverages</i> )	Membahas penggunaan digital teknologi <i>e-commerce</i> terhadap profitabilitas	Metode Penelitian pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif deskriptif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode kualitatif.
2.	Komang Aji Pradnya Jaya, Ni Luh Putu sariani, Ni Wajan Wijayanti (2021).	Efektifitas Penerapan Digital Marketing pada Usaha Distribusi Gas LPG PT. Prapen Ananda Dewata Klungkung	Membahas peranan digital pada suatu usaha	Dalam penelitian membahas hambatan peranan digital
3.	Evita Purnaningrum, Ana Rafikayati, dan Sutama wisnu Dyatmika (2022)	Peningkatan profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Keterampilan Desain Produk dan Pemasaran pada E-Commerce	Peningkatan profitabilitas dalam era digital	1) Objek penelitian 2) Metode Penelitian
4.	Nichola Karyn Wynne (Skripsi 2023).	Analisis Efektifitas dan Efisiensi dari aktivitas <i>Marketing</i> Terhadap profitabilitas Mobilitas Digital Indonesia	Metode Penelitian	1) Penelitian ini hanya membahas aktivitas Marketing 2) Objek Penelitian

5.	Herviana Pobela (Skripsi 2023).	Efektivitas Penerapan Online Selling Dalam meningkatkan Profitabilitas Suatu Usaha (Studi Eksperimen kios Luthfi Kotamobagu)	Penelitian ini juga membahas upaya dalam meningkatkan Profitabilitas	Metode Penelitian ini menggunakan penelitian eksperimen denan bentuk <i>True Experimental Design</i> .
6.	Ni Made Diana Valentina Pebriyanti, Komang Agus Indra Laksamana, dan I Gusti Alit Asmarajaya (2023).	Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM di Kota Denpasar (Studi Kasus UMKM Bidang Fashion di Kota Denpasar Barat).	Penelitian ini juga membahas tentang penggunaan teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan.	Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif.
7.	Dea Chaerunisa Wardani (2023)	Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Digital Produk Umrah pada PT. Fauzi Mulia Bersama Cengkareng	Penelitian ini juga membahas tentang efektivitas penggunaan media sosial dalam pemasaran digital.	Penelitian ini hanya berfokus pada efektivitas keefektifan penggunaan media sosial dalam pemasaran produk, sedangkan pada penelitian penulis melibatkan peran profitabilitas kinerja keuangan.
8.	Nurul Fadhilah dan Darmawati (2023).	Transformasi Digital: Meningkatkan Kinerja Keuangan Koperasi Syariah+	Penelitian ini juga membahas tentang penggunaan	Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif.

			teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan.	
9.	Az Zahra Norestu, Maqbulan Nisaul Ilmi, Havelyne Octaviana Damaling, Rusdi Hidayat N, Maharani Ikaningtyas (2024).	Efektivitas Strategi Pemasaran Untuk Mendorong Pertumbuhan Bisnis Yang Berkelanjutan	Metode Penelitian sama –sama menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Pembahasan pada penelitian ini lebih berfokus pada strategi pemasaran.
10.	Muhammad yusuf, Sutrisno, PA Andiena Nindya Putri, Muhammad Asir, Pandu Adi Cakranegara (2024)	Prospek Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Profitabilitas dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literatur Review	Membahas peningkatan profitabilitas bagi pelaku usaha	Penelitian ini hanya membahas peran <i>E-commerce</i>

*Sumber: diolah peneliti*

## B. Kajian Teori

Pada bagian kajian teori ini berisi pembahasan tentang teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam penelitian. Pembahasan teori yang terkait dengan penelitian secara lebih luas dan mendalam akan semakin memeprdalam wawasan penulis dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> Pedoman Karya Tulis Ilmiah, Kiai Haji achmad Siddiq Jember, 92.

## 1. Efektivitas

### a. Pengertian Efektivitas

Efektifitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya tujuan yang telah ditetapkan. Efektifitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektifitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (view point) dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi.

Menurut Kumuroto Efektifitas adalah suatu pengukuran terhadap penyelesaian suatu pekerjaan tertentu dalam organisasi dalam mencapai tujuannya berhasil atau tidaknya pekerjaan itu dilakukan.<sup>28</sup>

Kemudian Siagian 2005 berpendapat bahwa Efektifitas adalah sebagai orientasi kerja bearti yang menjadi sorotan perhatian adalah tercapainya berbagai sasaran yang telah ditentukan tepat pada waktunya dengan menggunakan sumber-sumber itulah maka hasil-hasil tertentu harus dicapai dalam waktu yang telah ditetapkan.<sup>29</sup>

Selanjutnya Gie 2000, efektifitas adalah keadaan atau kemampuan suatu kerja yang dilaksanakan oleh manusia untuk memberikan hasil guna yang diharapkan. Sedangkan Gibson 1984 mengemukakan bahwa efektifitas adalah konteks perilaku organisasi

---

<sup>28</sup> Lisa Herpika, "Efektivitas Pelaksanaan Tugas Pemerintah Dalam Pelayanan Administrasi Pada Kantor Camat Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir," Skripsi, t.t.

<sup>29</sup> Utari Wulandari dan H Jhon Simon, "Pengaruh Efektivitas Kinerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Publik di Kelurahan Sidorame Barat I Kecamatan Medan Perjuangan," Jurnal Artikel, t.t.

yang merupakan hubungan antar produksi, kualitas, efisiensi, fleksibilitas, kepuasan, sifat keunggulan dan pengembangan.

Sedangkan Mardiasmo 2004, Efektifitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif. Efektifitas adalah mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan target penerimaan pajak itu sendiri.<sup>30</sup>

Efektifitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) dari pada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya”.

Dari defenisi diatas dapat diketahui bahwa efektifitas adalah segala sesuatu kegiatan yang dilakukan oleh orang atau organisasi yang bertujuan untuk mencapai sasaran target yang ingin dicapai dalam bentuk hasil yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan kata lain efektifitas adalah langkah-langkah atau metode yang telah ditetapkan. Ketetapan metode langkah-langkah di ukur dari segi kehematan waktu, biaya dan tenaga serta mampu memberi manfaat kepada pihak-pihak yang ikut memberikan dan menetapkan tujuan yang ditentukan bersama.

---

<sup>30</sup> Lisa Evita Christina Kapoh dan Debby Ch Rotinsulu, “Analisis Kemandirian, Efektivitas, dan Efisiensi Pengelolaan Keuangan di Badan Aset Daerah Kota Manado,” Jurnal Ilmiah Efisiensi, 20, no. 03 (2020).

## **b. Ukuran Efektifitas**

Tingkat efektifitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif. Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, sebagaimana dikemukakan oleh S.P Siagian 1978, yaitu:

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.
2. Kejelasan strategi mencapai tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah “pada jalan” yang diikuti dalam melakukan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan agar para implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi.
3. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan harus mampu menjembatani tujuan-tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.
4. Perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang dikerjakan oleh organisasi dimasa depan.
5. Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat

sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja.

6. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, salah satu indikator efektifitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif. Dengan sarana dan prasarana yang tersedia dan mungkin disediakan oleh organisasi.
7. Pelaksanaan yang efektif dan efisiensi, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasarannya, karena dengan pelaksanaan organisasi semakin didekatkan pada tujuannya.<sup>31</sup>

## **2. Teknologi Digital**

### **a. Pengertian Teknologi Digital**

Kata “digital” berasal dari bahasa latin digitus, jari, dan mengacu pada salah satu alat komputer tertua. Digitalisasi adalah suatu jenis perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog menjadi teknologi digital. Elektronik analog sendiri seperti telpon biasa bukan ponsel pintar atau smartphome. Digital adalah modernisasi atau pembaharuan penggunaan teknologi, sering dikaitkan dengan kehadiran internet dan teknologi informai. Teknologi digital adalah teknologi yang beroprasinya tidak lagi membutuhkan banyak tenaga

<sup>31</sup> Elbi Hapiz, “Efektivitas Penggunaan Anggaran Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Tanjung Berulak Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar Ditinjau Menurut Ekonomi Islam,” 14, diakses 15 Juli 2024, <https://repository.uin-suska.ac.id/53788/2/SKRIPSI%20ELBI%20HAPIZ.pdf>.

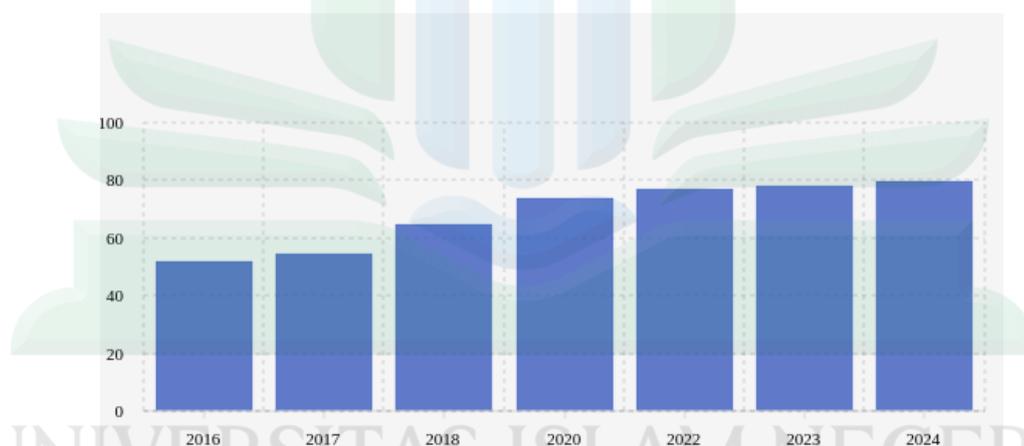
manusia dan bertujuan untuk menggunakan sistem otomatis dengan sistem komputer.<sup>32</sup>

#### b. Perkembangan Teknologi Digital

Dari kemunculannya hingga saat ini, tentu saja teknologi digital telah melalui berbagai perkembangan yang signifikan. Secara garis besar perkembangan teknologi digital bisa dibagi menjadi tiga, Tahun 1940, dimulai dari lahirnya komputer, 1989 Lahirnya internet, 1997 lahirnya media sosial dan semakin maraknya penggunaan teknologi dalam berbagai sektor hingga saat ini.<sup>33</sup>

**Gambar 2.1**

**Gambar Grafik Penggunaan Internet**



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

<sup>32</sup> Almasari Aksenta dkk., *LITERASI DIGITAL: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 9.

<sup>33</sup> "Teknologi Digital: Pengertian, Perkembangan, Manfaat, Contohnya," 21 Februari 2024, <https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/teknologi-digital/>.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tingkat penetrasi internet di dalam negeri 2024 mencapai 79,5% dari total populasi nasional, Tingkat penetrasi internet Indonesia tercatat terus naik setiap tahun.<sup>34</sup>

Perkembangan digital masih terus berlangsung, banyak teknologi terus mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik. Ada beberapa bidang yang mengalami perkembangan era digital contohnya sebagai berikut.

a) Bidang Komunikasi

Jika kita bicara tentang era digital, tentunya bidang komunikasi merupakan salah satu bidang yang mengalami perkembangan yang begitu cepat. Di masa lalu agar bisa terhubung dengan orang lain yang keberadaannya berbeda dengan kita harus memanfaatkan handphone serta menggunakan komunikasi antar sim. Perkembangan komunikasi yang terjadi di era digital seperti saat ini sudah hari ponsel pintar yang di dalamnya sudah memiliki berbagai macam jenis fitur canggih.

b) Adanya Aplikasi Dalam Bisnis

Dalam dunia bisnis saat ini juga sudah mulai tersentuh era digital. Dimana jika kita lihat saat ini dalam dunia bisnis sudah tersedia berbagai macam jenis aplikasi. Aplikasi-aplikasi ini berguna sekali untuk memudahkan para pelaku bisnis untuk

---

<sup>34</sup> Adi Ahdiat, "Penetrasi Internet di Indoneisa (2016-2024),"

menjangkau para pelanggan atau target pasar yang lebih luas. Kondisi dunia bisnis saat ini jauh lebih berbeda dibandingkan dengan masa lalu. Pasalnya di masa lalu para pelaku bisnis memiliki kesulitan dalam proses untuk memasarkan dan memperkenalkan produk miliknya kepada para pelanggan. Bagi para pelaku bisnis yang tidak mengikuti perkembangan era digital saat ini biasanya akan mengalami kondisi kalah dengan kompetitor lain yang sudah mulai menyesuaikan bisnisnya di era digital.

c) Finansial Teknologi

Dalam bidang keuangan juga mengalami perkembangan yang telah mengikuti era digital. Hal ini bisa dilihat pada beberapa tahun terakhir ini sudah mulai bermunculan sistem dompet digital. Perkembangan era digital dalam bidang ini juga masih ada hubungannya pada dunia bisnis dengan basis aplikasi. Pasalnya fintech atau financial technology juga akan mengandalkan aplikasi yang bisa memberikan pelayanan begitu baik kepada para user atau penggunanya. Bahkan saat ini untuk melakukan berbagai jenis transaksi keuangan saja, kita tidak perlu keluar rumah dan hanya memerlukan smartphone pribadi semua model transaksi bisa berjalan dengan baik.

d) *E-Commerce*

Adanya *e-commerce* saat ini bisa menjadi bukti jika era digital sudah bergerak begitu pesat. *E-commerce* juga bisa

memberikan dukungan peningkatan roda perekonomian masyarakat. Dimana secara mudahnya e-commerce adalah suatu layanan penyedia produk dan barang secara online dalam satu website maupun aplikasi.<sup>35</sup>

Era teknologi juga membawa tantangan menakutkan, seperti penipuan, *cyberbullying*, penyebaran konten ilegal, serangan *malware* akibat kelemahan keamanan pada aplikasi, ketimpangan digital antara mereka yang mahir dan memiliki akses teknologi dengan mereka yang tidak, perubahan signifikan dalam lapangan pekerjaan yang digantikan oleh mesin, dampak lingkungan dari limbah elektronik, dan pencurian data pribadi yang disebabkan oleh godaan keuntungan. Menghadapi tantangan di era teknologi modern tidaklah mudah, tetapi dengan kesadaran dan langkah-langkah yang tepat, kita dapat menjadikannya era yang penuh dengan keberhasilan dan kemajuan.<sup>36</sup>

### 3. Profitabilitas

#### a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah pengembalian atas total aset setelah bunga pajak. Rasio ini juga dapat digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya

---

<sup>35</sup> M. Harris, "Era Digital dan Dampak Perkembangan Teknologi yang Pesat!," diakses 26 Mei 2024, <https://gamedia.com/literasi/era-digital/>.

<sup>36</sup> Humas Tel-U. Surabaya, "Menariknya Era Teknologi Modern: Tantangan dan Solusi untuk Sukses," *Universitas Telkom Surabaya* (blog), 7 Juli 2023, <https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/menariknya-era-teknologi-modern-tantangan-dan-solusi-untuk-sukses/>.

dengan penjualan maupun investasi.<sup>37</sup> Sedangkan dalam Kamus Besar Indonesia (KBBI), profitabilitas adalah istilah dalam keuangan yang menggambarkan kemampuan atau kemungkinan untuk mendatangkan keuntungan atau memperoleh laba.<sup>38</sup> Bagi suatu perusahaan, arti profitabilitas sangatlah penting untuk menunjukkan bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan bagaimana mengelola perusahaan dalam menghasilkan laba. Seperti yang telah dijelaskan di atas, profitabilitas adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Biasanya, nilai profitabilitas ditentukan menggunakan rasio-rasio keuangan tertentu.

#### **b. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas**

Beberapa contoh rasio profitabilitas yang biasanya digunakan.

##### **a) Rasio Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)**

Rasio Laba Kotor mengukur persentase laba yang dihasilkan dari penjualan setelah dikurangi biaya produksi. Rasio

ini dapat memberikan gambaran tentang efisiensi biaya produksi dan kemampuan bisnis satu perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

<sup>37</sup> Francis Hutabarat Ph.D M. B. A., *Analisa Laporan Keuangan: Perspektif Warren Buffet* (Deepublish, 2023), 27.

<sup>38</sup> Galih Gumelar, "Profitabilitas," 14 Juni 2023, <https://pluang.com/id/blog/glossary/profitabilitas-adalah>.

b) Rasio Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Rasio Laba Bersih mengukur persentase laba yang dihasilkan setelah dikurangi semua biaya, termasuk biaya operasional dan pajak. Rasio ini menunjukkan seberapa efektif bisnis dalam mengelola biaya dan mendapatkan laba bersih.

c) Rasio Margin Laba (*Profit Margin*)

Rasio Margin Laba adalah perbedaan antara harga jual dan biaya produksi per unit. Rasio ini memberikan informasi tentang keuntungan yang dihasilkan dari setiap unit produk atau jasa yang terjual.

d) Rasio Pengembalian Investasi (*Return on Investment-ROI*)

Rasio Pengembalian Investasi mengukur efisiensi penggunaan modal investasi dan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh investasi tersebut. Rasio ini membantu dalam mengevaluasi profitabilitas bisnis dari sudut pandang investor.

**c. Tujuan Profitabilitas**

Tujuan profitabilitas untuk perusahaan itu sangat penting, mengingat aset yang dibutuhkan dalam dunia akuntansi keuangan perusahaan. Beberapa tujuan penerapan perhitungan profitabilitas:

- a. Menghitung pemasukan laba perusahaan dalam sebuah periode akuntansi, menghitung perkembangan profit yang didapatkan, dibanding dengan periode akuntansi yang lalu.

- b. Menghitung kemampuan perusahaan dalam mengembangkan modal yang digunakan baik itu berasal dari pinjaman atau modal sendiri.
- c. Menghitung laba bersih dari perusahaan setelah dikurangi dengan pajak serta modal sendiri, menilai posisi laba yang diperoleh perusahaan pada periode sebelumnya.<sup>39</sup>

#### **d. Manfaat Profitabilitas**

Setelah mengetahui pengertian dari profitabilitas, berikut ini merupakan beberapa manfaat dari perusahaan menggunakan rasio profitabilitas, antara lain yaitu sebagai berikut:

- a) Sebagai bahan informasi penting yang dibutuhkan untuk para stakeholders serta pemegang saham.
- b) Mengetahui nilai dari laba bersih perusahaan yang diperoleh.
- c) Mengetahui informasi mengenai perkembangan laba dari sebuah perusahaan.
- d) Mengetahui perhitungan laba perusahaan pada periode tertentu.

### **4. Perusahaan**

#### **a. Pengertian Perusahaan**

Perusahaan atau istilah Inggrisnya *enterprise* terdiri dari satu atau lebih unit-unit usaha yang disebut pabrik atau *bedriff* (Bahasa Belanda). Maksudnya perusahaan suatu lembaga yang diorganisasikan dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa untuk masyarakat

<sup>39</sup> Novi V, "Tujuan dan Manfaat Profitabilitas," *Gramedia Blog* (blog), t.t., <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-profitabilitas/>.

dengan motif atau intensif keuntungan. Selain itu perusahaan juga merupakan suatu wadah yang diorganisasikan, didirikan dan diterima dalam tata kehidupan masyarakat.<sup>40</sup>

Berikut beberapa pendapat dari ahli hukum terkemuka tentang pengertian perusahaan.<sup>41</sup>

a) Molengraaff

Menurut Molengraaff, perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, bertindak keluar, unruk memperoleh penghasilan dengan cara memperdagangkan atau menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan.

Unsur-unsur perusahaan menurut Molengraaff, yaitu perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, tidak insidental, serta bertindak keluar.

b) Polak

Polak memandang perusahaan dari sudut komersial, artinya baru dikatakan perusahaan apabila diperlukan perhitungan laba dan rugi yang dapat diperkirakan dan dicatat dalam pembukuan. Unsur perusahaan menurut Polak, unsur adanya perhitungan laba rugi dan unsur pembukuan. Dua unsur ini perlu ditambah karena pembukuan merupakan unsur mutlak yang harus ada dalam perusahaan sebagaimana diatur dalam pasal 6 KUHD yang telah

---

<sup>40</sup> *Dasar Dasar Manajemen* (Grasindo, t.t.), 281.

<sup>41</sup> *Bikin Perusahaan itu Gampang* (Media Pressindo, t.t.), 3.

diubah dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan.

Menurut Undang-Undang No.3 tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan Pasal 1 huruf b adalah setiap bentuk usaha yang tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berpendudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.<sup>42</sup>

#### **b. Jenis-Jenis Perusahaan**

Perusahaan sendiri terdiri berbagai jenis:<sup>43</sup>

##### a) Perusahaan Jasa

Perusahaan jasa merupakan sektor usaha yang bergerak di bidang jasa atau layanan. Contoh sektor usaha ini adalah jasa asuransi, perhotelan, perbankan, dan lain-lain.

##### b) Perusahaan Ekstraktif

Beroperasi dalam sektor pemanfaatan sumber daya alam. Beberapa contoh dari jenis ini adalah perusahaan pertambangan, minyak bumi, batu bara, dan gas.

##### c) Perusahaan Agraris

Perusahaan yang terlibat dalam kegiatan pemanfaatan dan pengolahan lahan atau pertanian. Misalnya seperti perkebunan, pertanian, dan perhutanan.

##### d) Perusahaan Dagang

---

<sup>42</sup> Hermanto, *Dunia Industri Farmasi* (Pascal Books, 2022), 40.

<sup>43</sup> Lala, "Perusahaan: Definisi, Jenis, Ciri, Bentuk, Fungsi serta Contohnya," Payroll, ESS, and Talent Management, 30 Agustus 2023, <https://www.linovhr.com/perusahaan-adalah/>.

Perusahaan yang beroperasi di sektor jual-beli barang, mengakuisisi barang yang sudah selesai diproduksi tanpa melakukan proses pengolahan lebih lanjut. Contohnya adalah usaha pertokoan, pasar swalayan, minimarket, dan lainnya.

e) Perusahaan Industri

Sektor industri merupakan sektor usaha yang mengubah bahan mentah menjadi produk setengah jadi atau bahkan produk yang siap untuk dijual. Seperti barang elektronik dan peralatan otomotif.

**c. Tujuan dan Value Perusahaan**

Tujuan perusahaan adalah panduan utama yang menentukan arah dan fokus dari aktivitas bisnis. Secara umum, tujuan perusahaan mencakup pencapaian keberhasilan finansial, pertumbuhan, keberlanjutan, dan memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan. Keberhasilan finansial termasuk mencapai laba yang konsisten, pertumbuhan pendapatan, dan pengembalian investasi yang menguntungkan bagi pemegang saham. Pertumbuhan mengacu pada ekspansi perusahaan dalam hal pasar, produk, atau layanan yang ditawarkan. Keberlanjutan menggambarkan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis yang ramah lingkungan dan sosial untuk jangka panjang. Selain itu, memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan mencakup memberikan produk atau layanan berkualitas kepada

pelanggan, memberikan nilai bagi karyawan melalui kesempatan pengembangan dan kompensasi yang adil, serta berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi. Dengan mengikuti tujuan yang jelas, perusahaan dapat mengarahkan upaya mereka untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif secara luas.

Sedangkan Value perusahaan mengacu pada prinsip-prinsip, keyakinan, dan perilaku yang menjadi landasan budaya perusahaan. Nilai-nilai ini mencerminkan identitas, moralitas, dan tujuan perusahaan, serta menjadi panduan bagi setiap tindakan dan keputusan yang diambil.

Meskipun terkait erat, terdapat perbedaan yang penting antara tujuan dan value perusahaan. Tujuan perusahaan berfokus pada hasil yang ingin dicapai, sedangkan value perusahaan berfokus pada prinsip dan nilai yang ingin dijunjung tinggi dalam budaya kerja organisasi tersebut.

Selain itu, value dalam perusahaan juga mencerminkan prinsip yang akan berlaku secara berkelanjutan. Sedangkan, tujuan perusahaan sangat berhubungan dengan hasil yang hendak dicapai dalam jangka waktu tertentu.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Kepemimpinan ALC, "Tujuan Dan Value Perusahaan : Arti, Manfaat, Serta Perbedaannya," *ALC* (blog), 4 Juli 2023, <https://alcleadershipmanagement.com/tujuan-value-perusahaan/>.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif, penelitian kualitatif menghasilkan kesimpulan berupa data yang menggambarkan secara rinci, bukan data yang berupa angka-angka. Dikarenakan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

pendekatan kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna atau data yang sebenarnya dari pada general.<sup>45</sup>

Alasan peneliti menggunakan penelitian ini adalah untuk mempermudah mendeskripsikan hasil penelitian dalam bentuk alur cerita atau teks naratif

sehingga lebih mudah untuk dipahami. Pendekatan ini menurut peneliti mampu menggali data dan informasi sedalam-dalamnya untuk keperluan penelitian.

Peneliti mengharapkan pendekatan penelitian ini mampu memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah diteliti.

---

<sup>45</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, t.t., 9.

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil adalah perusahaan Garment PT. Lautan Mulia Sentosadi Jl. Pulau Moyo XV No. 24, Pedungan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80222.

## C. Subjek Penelitian

Penentuan subjek adalah usaha penentuan sumber data, artinya dari mana data penelitian dapat diperoleh. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah Bapak Herman selaku pemilik/owner perusahaan, Ibu Lucky sebagai tim *accounting*, dan Ibu Nandya selaku ketua tim *marketing* media sosial dari PT. Lautan Mulia Sentosa.

## D. Teknik Pengumpulan data

Penelitian kualitatif teknik pengumpulan data yang biasanya diambil yaitu observasi partisipan dan non partisipan, wawancara mendalam mengenai studi dokumentasi, dan gabungan ketiganya atau triangulasi.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data triangulasi yaitu dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

### 1. Observasi

Tahapan selanjutnya yaitu observasi yang merupakan proses pengamatan atau penelitian terhadap suatu objek, yang mana observasi menjadi tolak ukur dari teknik pengumpulan data agar data yang diperoleh lebih rinci dan efektif. Dilihat dari teknik pengumpulan data, bahwa observasi dibagi menjadi dua yaitu observasi partisipan dan observasi non

partisipan, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil observasi non partisipan. Dalam hal ini peneliti memilih hal-hal yang berkaitan dengan fokus penelitian. Observasi ini dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung dari lapangan pada objek yang akan diteliti

## 2. Wawancara

Wawancara salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab antara pewawancara dengan responden/orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. Dalam wawancara biasanya dilakukan secara individu maupun kelompok sehingga didapat data informatik yang orientik. Adapun data yang ingin diperoleh dari hasil wawancara yaitu mengenai efektivitas penggunaan teknologi digital dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan profitabilitas pada PT. Lautan Mulia Senosa.

## 3. Dokumentasi

Tahap terakhir dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang diperoleh lewat fakta tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto. Data dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi dimasa silam.

Adapun data yang dilampirkan sebagai dokumentasi yaitu :

1. Data-data yang terkait dengan fokus penelitian
2. Dokumentasi terkait aktivitas penelitian.

## E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis data dengan cara deskriptif yaitu menjelaskan fenomena atau data yang diperoleh. Beberapa langkah analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Berikut penulis jelaskan sebagai berikut :

### 1. Pengumpulan Data

Proses utama dalam penelitian adalah pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data ini dilakukan sehari-hari, atau berbulan-bulan, agar mendapatkan banyak data yang diperoleh. Pada tahap ini peneliti melakukan observasi lapangan mengenai situasi sosial/objek yang akan diteliti. Dalam hal ini peneliti mendapatkan banyak data dan bervariasi.

### 2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat

mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti melakukan reduksi data.

### 3. Penyajian Data

Setelah data reduksi, langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, flowchart dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.<sup>46</sup>

### 4. Kesimpulan/Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang

---

<sup>46</sup>Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D," 248–249.

dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

#### **F. Keabsahan data**

Bagian ini memuat usaha-usaha peneliti untuk memperoleh keabsahan temuannya. Agar diperoleh temuan interpretasi yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan.<sup>47</sup>

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik untuk menguji kredibilitas data melalui wawancara, lalu dilakukan tahap observasi, kemudian dokumentasi dari satu sumber ke sumber yang lain. Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti

---

<sup>47</sup> Pedoman Karya Tulis Ilmiah, Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak. Apabila terdapat data yang berbeda dalam teknik tersebut, maka peneliti akan melakukan diskusi kepada narasumber guna mendapatkan data yang benar sehingga data tersebut dapat dijadikan kesimpulan dalam penelitian ini.

### **G. Tahap-Tahap Penelitian**

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.

Proses dimulai dengan identifikasi tempat yang hendak diteliti, setelah mengidentifikasi tempat tersebut, peneliti melanjutkan dengan membuat pemetaan, yang mana hal ini dapat memberikan gambaran umum tentang sasaran penelitian. Kemudian peneliti mengidentifikasi siapa saja yang dapat diwawancarai, kapan, berapa lama, dan bagaimana. selanjutnya yaitu pengumpulan data dengan cara merekam, mengamati serta mendokumentasi

dengan melihat situasi dan kondisi agar hasil rekaman wawancara bisa didengar dengan baik. setelah melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan dan mendapatkan informasi, data disusun hingga menjadi gagasan dan pemikiran baru.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Profil PT. Lautan Mulia Sentosa

PT. Lautan Mulia Sentosa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang Garment yang beralamat Jl Pulau Moyo XV No.24 Pedungan, Denpasar Selatan, Bali 80222. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2008. Pada mulanya perusahaan ini merupakan perusahaan keluarga secara kecil-kecilan yang dikelola oleh bapak Herman Santosa sebagai pemilik. Perusahaan ini memiliki tujuan menjadikan perusahaan nasional yang dapat bekerja dan memiliki cabang baik secara nasional dan diluar negeri, perusahaan ini juga memiliki slogan *One Stop Service Garment Expert*.

Pada awal berdiri perusahaan ini hanya memproduksi pakaian anak khas bali, kemudian pada tahun 2011 perusahaan ini mengembangkan usahanya dan menambahkan produk dewasa. Dalam rantai pemasaran awal produk PT Lautan Mulia Sentosa menggunakan *WOM (Word Of Mouth)* dan Fecebook. Perusahaan ini memperkerjakan tenaga kerja lokal daerah pulau moyo, pemanfaatan tenaga kerja lokal ini bertujuan untuk membantau mensejahterakan masyarakat yang berada di sekitar tempat PT Lautan Mulia sentosa dengan membuka lapangan pekerjaan bagi mereka. Dengan kerja keras yang diupayakan tim

perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa mengalami banyak perkembangan seperti sistem, pada awalnya mereka mencatatkan atau memasarkan produk dengan manual dengan perkembangan zaman dan semakin banyaknya peminat produk mereka pada tahun 2015 perusahaan ini meningkatkan promosinya menggunakan teknologi digital seperti *E-Commerce*.

## **2. Visi Dan Misi PT. Lautan Mulia Sentosa**

### **A. Visi**

Menjadi perusahaan garment yang bertaraf kualitas Internasional dan berkompetensi serta berorientasi profesional untuk pengembangan bisnis sumber daya manusia.

### **B. Misi**

- a. Menciptakan produk yang inovatif dan berkualitas.
- b. Memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan dengan selalu meningkatkan sumber daya manusia secara berkelanjutan.
- c. Membina hubungan dengan seluruh pemangku kepentingan (Karyawan, Pelanggan, Komunitas, dan Pemegang Saham) untuk mewujudkan kesejahteraan bersama.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> “Company Profil Lautan Mulia Sentosa.pdf,” t.t.

### 3. Produk PT Lautan Mulia Sentosa

- a. Rareku brand untuk anak-anak mulai usia 2-8 Tahun

**Gambar 4.1**  
**logo Brand Rareku**



- b. Garwa Konveksi Dewasa

**Gambar 4.2**  
**Logo Brand Garwa**



### 4. Struktur Organisasi PT. Lautan Mulia Sentosa

Struktur organisasi perusahaan adalah mengetahui posisi jabatan, tugas, dan wewenang berbagai divisi. Fungsi struktur organisasi yaitu pembagian tim. Dalam perusahaan terdapat struktur organisasi ini terdapat jaringan kerja komunikasi. Anggota perusahaan menghubungkan individu melalui informasi berdasarkan tingkatan (level) di struktur organisasi. Berikut struktur organisasi PT Lautan Mulia Sentosa:

**Gambar 4.3**  
**Struktur Organisasi PT Lautan Mulia Sentosa**



## B. Penyajian Data dan Analisis

### 1. Efektifitas kinerja platform media sosial PT. Lautan Mulia Sentosa

Efektifitas kinerja adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif.<sup>49</sup>

#### a. Penggunaan Media Sosial

Dalam melakukan pemasaran dibutuhkan media atau alat untuk memasarkan sebuah produk berupa barang atau jasa. Tujuan dan jangkauan penggunaan media pemasaran juga berbeda-beda, tergantung media apa yang dipilih. Tipe media pemasaran sangat beragam, mulai dari majalah, televisi, radio hingga media sosial. Pemasaran digital merupakan media paling baru dan umum digunakan saat ini. Pemasaran digital melalui media sosial ini sudah banyak

<sup>49</sup> Tadi Aryadi, "Analisis Efektifitas Kinerja Pegawai," *agustus 2020*, 29 Oktober 2024.

digunakan oleh perusahaan untuk pemasaran atau promosi sebuah produk. Media sosial yang sering digunakan untuk pemasaran produk antara lain seperti Facebook, Instagram. Melalui media ini perusahaan bisa melakukan pemasaran yang terstruktur dan tepat sasaran. PT Lautan Mulia Sentosa dalam melakukan pemasarannya menggunakan beberapa media sosial seperti:

a) Facebook

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Media facebook dimanfaatkan untuk peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk berupa barang ataupun jasa. PT Lautan Mulia Sentosa juga memanfaatkan media facebook sebagai pemasaran digitalnya. Nama akun facebook yang dimiliki PT Lautan Mulia Sentosa adalah Lautan Mulia Sentosa. Facebook ini memberi dampak yang bagus. Sebagaimana yang dikatakan ibu Nandya selaku pimpinan tim *marketing* PT Lautan Mulia Sentosa:

“Media sosial yang mempunyai impek atau pengaruh di perusahaan kita itu facebook dikarenakan penggunaan facebook banyak digunakan oleh semua kalangan terutama umur 30 tahun keatas masih menggunakan facebook oleh karena itu lebih tepat sasaran untuk produk kita, jika ditanya seberapa efektif atau seberapa pengaruh media sosial bagi perusahaan si tidak begitu tinggi ya, penjualan menggunakan media sosial mungkin peningkatan pendapatan hanya kisaran 25% dari pemasaran yang kita lakukan di media sosial, sampai sekarang penjualan lebih banyak di dapat menggunakan pemasaran mulut ke mulut atau word of mouth”<sup>50</sup>

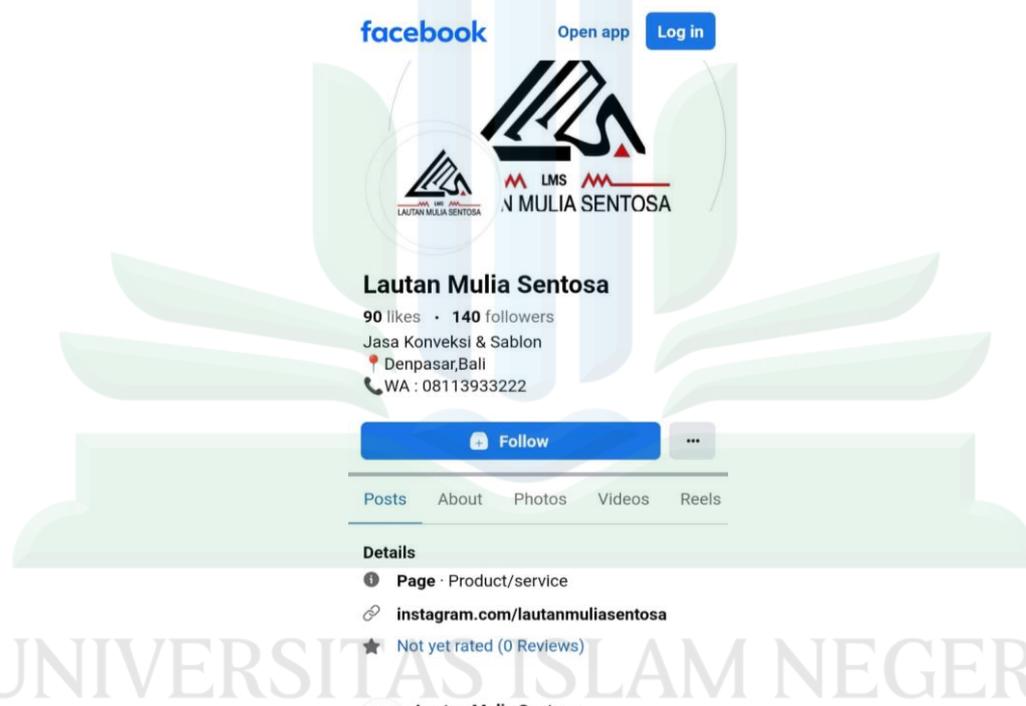
---

<sup>50</sup> Ibu Lucky, Wawancara Pribadi Tim Accounting, 04 Agustus 2024, t.t.

Penjelasan Ibu Nandya tersebut terkait pemasaran di media sosial facebook memberi dampak yang lumayan signifikan dibandingkan dengan media sosial lainnya. Banyak komunitas atau orang-orang dewasa yang menggunakan media sosial facebook dan disitulah perusahaan tepat menembak sasaran calon konsumen baru. Berikut profil facebook dari PT Lautan Mulia Sentosa

**Gambar 4.4**

**Facebook PT Lautan Mulia**



b) Instagram

Media sosial instagram merupakan salah satu platform yang sering digunakan oleh sebagian kalangan milenial di Indonesia. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat digunakan sebagai media *marketing*. Melalui Instagram yang menawarkan jasa barang atau jasa dengan mengunggah foto atau

vidio pendek agar calon konsumen dapat melihat jenis barang atau jasa yang akan ditawarkan. PT Lautan Mulia Sentosa juga menggunakan media sosial instagram sebagai media pemasaran digitalnya.

Lautanmuliasentosa adalah nama akun istagram resmi milik PT Lautan Mulia Sentosa. Lautanmuliasentosa berfungsi untuk mempromosikan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Nama akun instagram selalu dicantumkan di dalam flayer atau brosur yang bertujuan untuk memperkenalkan akun instagram kepada calon konsumen. Tetapi pada media sosial ini sulit untuk memasarkan produk PT Lautan Mulia. Seperti yang dikatakan Ibu Nandya tim *marketing*:

“Rata-rata pengguna instagram lebih banyak anak muda, dalam artian mereka cuma melihat fun aja atau mereka hanya melihat fashion model yang kekinian dibanding dengan produk yang kita buat, karena kembali lagi kita memproduksi seragam hotel, kantor dll. Dan anak muda tidak membutuhkannya”<sup>51</sup>

#### c) WhatsApp

Selain facebook, instagram PT Lautan Mulia Sentosa juga memakai aplikasi whatsapp untuk pemasaran digitalnya. WhatsApp berperan sebagai aplikasi *messenger online* yang saat ini banyak digunakan untuk chat personal, komunitas, seminar online, dan lain sebagainya, whatsapp merupakan sebuah aplikasi perpesanan (*messenger*) instan dan lintas *platform* pada *smartphone* yang

<sup>51</sup> Ibu Nandya, wawancara pribadi tim marketing PT Lautan Mulia Sentosa, 4 agustus 2024.

memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan seperti SMS tanpa menggunakan pulsa melainkan koneksi internet.<sup>52</sup>

Sekarang WhatsApp mempunyai fitur terbaru untuk pengelolaan bisnis yaitu fitur WhatsApp *Business*. WhatsApp *Business* adalah aplikasi yang dapat diunduh secara gratis untuk berinteraksi secara profesional dengan pelanggan menggunakan fitur yang dapat mengotomatisasi dan merespon pesan secara cepat.<sup>53</sup> PT Lautan Mulia Sentosa memiliki WhatsApp Business dengan nama akun (Lamusa). Di dalam akun WhatsApp Business terdapat informasi mengenai perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa deskripsi, jam operasional, alamat (diintegrasikan maps), katalog produk yang ditawarkan, hingga email dan website. Dan WhatsApp Business ini merupakan kontak yang sering dicantumkan di flyer atau brosur yang disebarluaskan ke masyarakat. Ketika calon konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan konsumen bisa langsung menghubungi nomor yang tercantum untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai produk PT Lautan Mulia Sentosa.

#### b. Pengelolaan Media Sosial

Dalam melakukan *marketing* atau pemasaran menggunakan media sosial tentunya diperlukan pengelolaan media sosial yang tepat agar tujuan dari pemasaran itu tercapai. PT Lautan Mulia Sentosa

---

<sup>52</sup> Nabila Hannani, "Pengertian WhatsApp Beserta Sejarah, Manfaat, Kelebihan dan Kekurangan WhatsApp," Oktober 2024, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-whatsapp/>.

<sup>53</sup> Meta, "Perbedaan Antara WhatsApp dan WhatsApp For Business," [https://business.whatsapp.com/whatsapp-vs-whatsapp-business?lang=id\\_ID](https://business.whatsapp.com/whatsapp-vs-whatsapp-business?lang=id_ID) (blog), Oktober 2024.

memiliki tim khusus atau divisi khusus yang bertugas untuk mengelola media sosial, bukan hanya untuk mengelola media sosial saja melainkan seluruh kegiatan online *marketing* yaitu tim media perusahaan. Dalam satu minggu PT Lautan Mulia Sentosa membuat 4 konten untuk di publikasikan. Pengelolaan media sosial PT Lautan Mulia Sentosa ada beberapa tahapan yang harus dilakukan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Nandya selaku tim *marketing*, beliau mengatakan:

“Pengelolaan ini biasanya berawal dari foto atau video produk, kemudian masuk ke tahap proses pengeditan. Setelah selesai proses pengeditan konten diarahkan ke owner untuk dinilai kelayakan konten. Perencanaan konten yang dibuat bisa berdasarkan arahan dari owner, kemudian diolah oleh tim *marketing*, lalu di briefing mengenai apa saja yang dibutuhkan dan dipersiapkan. Ketika konten ingin diunggah ke media sosial tim *marketing* selalu memperhatikan waktu atau jam yang sudah ditetapkan untuk memposting pada media sosial, karena pada jam-jam tertentu yang digunakan untuk upload mampu menaikkan *engagement* akun kita agar hasil lebih optimal”<sup>54</sup>

Penjelasan Ibu Nandya upaya tim media mengelola konten atau bahan yang akan di upload untuk mempromosikan produknya, dan bagaimana cara tim media mendapat respon dan menaikkan interaksi dengan perusahaan dengan harapan setiap mereka mengunggah video promosi banyak organisasi atau perusahaan yang ingin menggunakan produk PT Lautan Mulia Sentosa.

PT Lautan Mulia Sentosa juga melakukan evaluasi sebagai tahap terakhir, evaluasi ini dilakukan oleh owner, tim media untuk menilai kinerja dari setiap konten yang telah diupload di media sosial.

<sup>54</sup> Ibu Nandya, wawancara pribadi tim marketing PT Lautan Mulia Sentosa.

Dengan melihat jumlah respon, like dan komentar di setiap media sosialnya, maka akan dilakukan evaluasi terkait konten tersebut apakah konten yang diupload kurang menarik. Evaluasi ini bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan calon konsumen melalui konten yang diupload di media sosial.

c. Kendala Penggunaan Media Sosial

Media sosial marketing merupakan pemasaran yang paling efektif saat ini karena menggunakan internet maka dapat menjangkau konsumen dengan relatif cepat. Tetapi tak menutup kemungkinan, media sosial marketing juga memiliki kendala atau kekurangan. Kendala yang dialami oleh PT Lautan Mulia Sentosa ialah persaingan ketat di media sosial. Di era digital ini banyak pembisnis yang memasarkan produknya melalui media sosial sehingga menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi ketat, dan sangat dibutuhkan strategi-strategi yang dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan produk PT Lautan Mulia Sentosa. Sulitnya mengukur secara tepat dampak media sosial terhadap hasil penjualan. Metrik seperti like, share, dan komentar tidak selalu mencerminkan keberhasilan langsung dalam bisnis<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Ibu Nandya, wawancara pribadi tim marketing PT Lautan Mulia Sentosa.

## 2. Peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan

Peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan perusahaan sangat signifikan. Sebelum menggunakan teknologi PT Lautan Mulia menghadapi berbagai tantangan dalam efisiensi operasional dan mencapai target profitabilitas. Namun, setelah mengintegrasikan teknologi digital kedalam proses bisnis. PT Lautan Mulia berhasil mencatatkan peningkatan profitabilitas sebesar 25%. Ini membuktikan bahwa adopsi teknologi tidak hanya mempercepat proses kerja, tetapi juga secara signifikan mendukung pertumbuhan finansial perusahaan. Beberapa aspek utama yang menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat berkontribusi pada profitabilitas.

### a. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Teknologi digital memungkinkan bisnis untuk mengotomatisasi banyak aspek operasional. Alat kecerdasan buatan dapat membantu dalam pengelolaan inventaris, rantai pasokan, dan sumber daya manusia. Ini mengarah pada efisiensi yang lebih tinggi, mengurangi biaya operasional, dan dapat meningkatkan profitabilitas.

Seperti apa yang dikatakan Ibu Nandya:

“Dengan adanya teknologi ini sangat membantu perusahaan, sistem yang otomatis bisa menangani proses dalam waktu yang lebih singkat, memungkinkan perusahaan meningkatkan kapasitas tanpa harus menambah sumber daya manusia. Teknologi digital ini bisa menjadi aset dalam mencapai efisiensi operasional karena adanya pengurangan biaya dan itu bisa mendorong profitabilitas secara

berkelanjutan, untuk peningkatan efisiensi operasional sendiri kita hanya melakukan evaluasi tim.”<sup>56</sup>

Penjelasan Ibu Nandya tersebut terkait efisiensi operasional yang di didorong oleh teknologi digital memiliki dampak besar dalam meningkatkan profitabilitas. Teknologi digital memungkinkan banyak proses manual diotomatiskan, seperti administrasi, dan produksi. Secara tidak langsung bisa dikatakan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual.

b. Customer Relationship

Penggunaan teknologi digital menjadikan bisnis untuk lebih memahami konsumen. Dengan digital teknologi dapat mengumpulkan wawasan berharga tentang perilaku pelanggan dan pilihan konsumen. Dengan ini memungkinkan personalisasi yang lebih baik dalam layanan dan produk, meningkatkan kepuasan konsumen, dan mempertahankan loyalitas. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Nandya selaku ketua tim *marketing*:

“Dengan Teknologi digital, tim marketing dapat mengumpulkan data pelanggan secara mendalam, termasuk preferensi, riwayat pembelian, interaksi sebelumnya. Data ini memungkinkan personalisasi layanan dan penawaran, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan. Personalisasi ini membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan peluang *cross selling* (strategi pemasaran yang membujuk calon pelanggan untuk membeli produk tambahan), yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan, tetapi pada perusahaan kami belum menerapkan sistem atau strategi sendiri untuk berkomunikasi dengan pelanggan, kita berkomunikasi hanya melalui WhatsApp atau hanya sekedar

---

<sup>56</sup> Bapak Herman, Interview Pemilik PT Lautan Mulia Sentosa, 4 Agustus 2024.

membalas komentar dikolom komentar konten yang sudah kita unggah”<sup>57</sup>

Berdasarkan penjelasan Ibu Nandya teknologi digital dalam customer relationship perusahaan bisa mengoptimalkan hubungan dengan pelanggan melalui pendekatan yang lebih strategis, efisien, dan personal. Tetapi mereka belum mengoptimalkan *customer relationship* dengan benar mereka hanya melihat review dari konten yang sudah di unggah.

#### c. Peningkatan Produktivitas

Penjualan merupakan sebuah ilmu untuk mempengaruhi seseorang atau pribadi yang dilakukan oleh penjual, tujuannya untuk mengajak orang lain supaya bersedia membeli produk yang akan ditawarkan. Produktifitas penjualan disini merupakan tingkatan atau jumlah produk yang bisa dijual. Semakin banyak produk yang terjual maka akan dapat dinyatakan semakin produktif usaha yang telah dijalankan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Nandya sebagai tim marketing:

“Kalo dibilang teknologi digital berdampak atau tidak di produktifitas di perusahaan kami, sebenarnya sama rata sama penjualan kita memakai mulut ke mulut, tetapi memanfaatkan teknologi digital seperti e-commerce, kami bisa membuka peluang baru untuk meningkatkan produktivitas penjualan. Mulai dari e-commerce hingga alat digital lainnya, semuanya dirancang bisa untuk mendukung keberhasilan bisnis kita”

Dari apa yang di katakan Ibu Nadya menggunakan teknologi digital bukan hanya soal mengikuti tren, tetapi juga soal membuka

<sup>57</sup> Ibu Nandya, wawancara pribadi tim marketing PT Lautan Mulia Sentosa.

peluang baru untuk pertumbuhan bisnis. Meskipun metode tradisional seperti mulut kemulut masih memberikan kontribusi yang signifikan memungkinkan calon konsumen puas melalui interaksi secara langsung, teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk berkembang lebih jauh, menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan memadukan kedua pendekatan ini, perusahaan dapat menciptakan strategi penjualan yang lebih kuat, dan beradaptasi dengan perubahan zaman.

d. Pengembangan dan Peningkatan Produk

Perusahaan yang memanfaatkan teknologi dengan baik di era modern ini bisnis yang dikelola memungkinkan untuk terus berinovasi. Perusahaan dapat mengembangkan produk dan layanan baru yang relevan dengan tren pasar dan permintaan konsumen. Seperti yang dikatakan ibu Nandya:

“Secara keseluruhan teknologi digital membuat tim marketing lebih mudah, bukan hanya tim marketing tetapi tim yang lainnya seperti bagian *accounting* mereka tidak lagi mencatat keuangan dengan manual sudah dipermudah dengan adanya aplikasi pencatatan keuangan. Teknologi digital membantu kita lebih cepat melakukan inovasi dan peningkatan produk memungkinkan kita merespon permintaan pasar dengan lebih cepat dan efisien”<sup>58</sup>

Dengan penjelasan Ibu Nandya memungkinkan perusahaan mengevaluasi dan mengoptimalkan aspek berkelanjutan dalam desain dan pengembangan produk. Dengan analisis siklus hidup produk, Implementasi teknologi ini tidak hanya mengoptimalkan proses

---

<sup>58</sup> Ibu Nandya, wawancara pribadi tim marketing PT Lautan Mulia Sentosa.

pengembangan, tetapi juga meningkatkan daya saing produk, yang berdampak positif pada kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan.

**e. Mengidentifikasi dan mengakses pasar baru**

Mengidentifikasi dan mengakses pasar baru merupakan strategi penting bagi perusahaan yang ingin meningkatkan profitabilitas dan memperluas jangkauan bisnis. Teknologi digital bisa membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengakses pasar baru. Dengan menggunakan riset pasar baru. Sebagaimana yang dikatakan Ibu Nandya riset pasar digital:

“Teknologi digital memungkinkan perusahaan melakukan riset pasar dengan cepat dan biaya rendah, termasuk analisis tren, preferensi konsumen, dan kompetitor di pasar baru. Kita sebagai tim marketing lebih mudah mengidentifikasi potensi permintaan dan menilai prospek keuntungan dipasar tertentu, tetapi perlu diingat perusahaan kita memproduksi sragam kantor, sragam hotel, restaurant dll jadi pasar kita tidak bisa seluas perusahaan yang memproduksi pakaian fashion yang setiap orang membutuhkan dan banyak dicari setiap harinya”<sup>59</sup>

Dengan penjelasan dari Ibu Nandya mengidentifikasi dan mengakses pasar baru dengan adanya digital teknologi bisa dilakukan dengan mudah, dan banyak strategi yang harus dilakukan tim marketing. Dengan teknologi digital perusahaan juga dapat mengidentifikasi peluang dipasar baru dengan lebih efisiensi dan efektif. Memanfaatkan pasar baru juga bisa untuk meningkatkan

---

<sup>59</sup> Ibu Nandya, wawancara pribadi tim marketing PT Lautan Mulia Sentosa.

profitabilitas perusahaan jika perusahaan dapat mengidentifikasi pasar baru dengan baik.

### **C. Pembahasan Temuan**

Pembahasan temuan ini merupakan gagasan peneliti, yang membahas mengenai keterkaitan-keterkaitan antara temuan di lapangan dengan teori yang relevan. Data yang diambil dalam penelitian ini melalui proses observasi, wawancara, dan dokumen dan analisis melalui pembahasan temuan yang dikaitkan dengan teori. Pembahasan akan dirinci sesuai dengan fokus masalah yang sudah ditemukan dan nantinya mendapatkan jawaban dari semua permasalahan yang ada di lapangan, adapun pembahasannya sebagai berikut:

#### **1. Efektifitas kinerja platform media sosial PT. Lautan Mulia Sentosa**

##### **a. Penggunaan Media Sosial**

Media sosial telah menjadi salah satu alat paling *powerful* dalam strategi pemasaran modern. Media sosial bisa menawarkan peluang unik untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan membangun

hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Melalui konten yang menarik perusahaan dapat membangun citra merek yang kuat dan

psoitif. Keberadaan yang konsisten di Platform media memungkinkan perusahaan untuk memperkuat pengenalan merek, dan menciptakan kesadaran yang lebih luas dikalangan target konsumen.

Tim Marketing memiliki kemampuan untuk merancang dan melaksanakan kampanye promosi yang kreatif dan menarik. Dengan memanfaatkan fitur-fitur iklan dan konten sponsor. Promosi yang

dirancang dengan baik di media sosial dapat menghasilkan hasil yang signifikan yang nantinya akan berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Penggunaan media sosial yang dihasilkan di PT Lautan Mulia sentosa dengan teori yang digunakan peneliti sebagai acuan yaitu Santoso et al. Menurut Santoso et al penggunaan media sosial diklasifikasi strategi pemasaran digunakan dalam membantu kesadaran dan keputusan terhadap sebuah brand bisnis perusahaan menggunakan jejaring sosial. Strategi yang digunakan saat ini ingin melakukan pemasaran media sosial, yaitu riset media sosial.

**Tabel 4.1**

**Perbandingan Efektifitas Penggunaan Media Sosial Menurut Santoso dengan PT Lautan Mulia sentosa**

Teori Santoso et al	PT Lautan Mulia Sentosa
<b>Riset Media Sosial</b> a. Memanfaatkan <i>tools</i> pemasaran ( <i>ads</i> , konten, shop, live) b. Berkolaborasi dengan <i>influencer</i> atau <i>brand</i> terkenal.	Memanfaatkan media sosial Facebook, whatsApp, Instagram

Sumber: diolah penelitix

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Lautan Mulia belum memenuhi strategi pemasaran menggunakan media sosial seperti apa yang di rumuskan oleh Santoso et al. Dikarenakan keterbatasan produk. Produk yang mereka pasarkan tidak semua masyarakat butuhkan, berbeda dengan produk fashion memungkinkan

banyak masyarakat setiap harinya dibutuhkan apalagi dikalangan milenial.

#### b. Pengelolaan Media Sosial

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT Lautan Mulia sentosa pengelolaan media sosial membangun citra dan kreadibilitas perusahaan di dunia digital. Tim media atau marketing menghadirkan konten yang relevan, inspiratif, dan berdaya guna bagi para kosnumen serta calon konsumen. Melalui media sosial perusahaan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, mendengarkan umpan balik kosnumen, dan menyajikan informasi yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan dan harapan kosnumen.

Cutlip, Center, dan Broom menjelaskan bahwa terdapat empat langkah yang bisa digunakan untuk pengelolaan media sosial yaitu *defining public relations, planning and programming, taking action and communicating*, dan *evaluating program*. Berikut perbandingan pengelolaan media sosial menurut Cutlip, Center, dan Broom dengan

PT Lautan Mulia Sentosa:

**Tabel 4.2**  
**Perbandingan Pengelolaan Media Sosial**

<b>Pengelolaan Media Sosial Cutlip, Center, dan Bromm</b>	<b>Pengelolaan Media Sosial PT Lautan Mulia Sentosa</b>
a. <i>Defining public relation</i> menentukan <i>what''s happening now</i> , pencarian permasalahan, oponi, fakta, serta sikap dari pihak-pihak yang terkait.	a. Melakukan tindakan produk, proses pengeditan, mengunggah produk ke media sosial
b. <i>Planning and Programming</i> ,	b. Evaluasi program

<p>tahap ini merencanakan tindakan yang akan dilakukan apa yang sudah ditemukan dilapangan, melalui tahap ini perusahaan dapat mengetahui langkah dan strategi yang akan digunakan.</p> <p>c. <i>Taking action and communicating</i>, selanjutnya melaksanakan dan mengkomunikasikan program yang ditentukan agar dapat mencapai tujuan.</p> <p>d. <i>Evaluating program</i>, tahap terakhir melakukan evaluasi dari program yang telah dilaksanakan</p>	
--	--

*Sumber: diolah peneliti*

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam pengelolaan media sosial PT Lautan Mulia Sentosa belum sesuai dengan teori pengelolaan menurut Cutlip, Center, dan Broom, dikarenakan PT Lautan Mulia Sentosa dalam pengelolaannya mereka tidak menerapkan *defining public relations* dan *planning and programming* mereka melakukan pembuatan konten dan mengunggahnya tanpa mencari tau dilapangan seperti apa yang sedang tren atau sedang ramai-ramainya.

### c. Kendala Media Sosial

Dalam memanfaatkan media sosial untuk bisnis, terdapat kendala yang dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran. Menghadapi kendala-kendala media sosial memerlukan pemahaman yang baik tentang media sosial, komitmen untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan. Dengan demikian bisnis dapat memanfaatkan

potensi media sosial secara maksimal untuk meningkatkan profitabilitas dan memperluas jangkauan pasar.

Dengan semakin banyaknya bisnis yang aktif di media sosial, persaingan untuk mendapatkan perhatian konsumen semakin ketat. Ditambah dengan algoritma media sosial yang sering berubah membuat konten yang diunggah sulit menjangkau konsumen secara konsisten, hal ini di alami oleh PT Lautan Mulia Sentosa dalam penggunaan media sosial untuk pemasaran produknya.

Temuan ini juga sejalan dengan Dea Chaerunisa Wardani yang berjudul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Digital Produk Umrah pada PT. Fauzi Mulia Bersama Cengkareng” dalam penelitiannya menjelaskan media sosial merupakan pemasaran yang efektif tetapi tak menutup kemungkinan media sosial juga memiliki kendala atau kekurangan salah satunya bagi pembisnisnya persaingan ketat di media sosial.

## **2. Peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja**

### **keuangan**

#### **a. Meningkatkan Efisiensi Operasional**

Hasil penelitian di PT Lautan Mulia Sentosa efisiensi operasional mempunyai peran penting dalam kinerja perusahaan teknologi digital ini bisa menjadi aset dalam mencapai efisiensi operasional karena adanya pengurangan biaya dan itu bisa mendongkrak profitabilitas secara berkelanjutan. Menurut Intan Aulia Husnunnisa dalam artikel

yang diunggah efisiensi operasional berkaitan dengan manajemen waktu, tenaga kerja, dan menutup pengeluaran berlebih agar perusahaan dapat mencapai tujuan (mendapat keuntungan) dengan biaya yang minimal. Menurut Intan Aulia Husnunnisa efisiensi operasional dalam perusahaan membaik dan dapat ditingkatkan perusahaan itu sendiri akan mengalami perkembangan dan keuntungan akan terus bertambah.

**Tabel 4.3**

**Perbandingan peningkatan Efisiensi Operasional Menurut Intan Aulia Husnunnina dengan PT Lautan Mulia Sentosa**

Menurut Intan Aulia Husnunnina	PT lautan Mulia Sentosa
a. Menotomatisasi Operasional	Melakukan evaluais, melihat masalah atau peluang baru yang dapat dikejar.
b. Menganalisis Data	
c. Pelatihan Karyawan	
d. Kolaborasi Tim	
e. Evaluasi Rutin	
f. Implementasi Efisiensi	
Proses	
Kebijakan	

*Sumber: diolah Peneliti*

Dari tabel diatas bisa disimpulkan dalam meningkatkan efisiensi operasional, langkah-langkah atau strategi yang diambil perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa belum bisa dikatakan baik karena kurangnya strategi dalam peningkatan operasionalnya.

**b. Customer Relationship**

*Customer relationship* sangat krusial bagi perusahaan, perusahaan perlu menerapkan sebuah sistem yang dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan tentang cara

mempertahankan pelanggan agar tetap loyal kepada perusahaan sehingga profitabilitas pelanggannya dapat ditingkatkan atau dimaksimalkan. PT Lautan Mulia belum melakukannya dengan maksimal. Menurut Kotler dan Keller perusahaan dirasa perlu menerapkan sebuah sistem yang dapat membantu mempertahankan pelanggan agar tetap loyal kepada perusahaan sehingga profitabilitas pelanggan dapat ditingkatkan.

Gagasan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dr. Golan Hasan, S.E., M.Si, Jenny Lim, Nicholas Fernandes dengan judul “Dampak Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kinerja Perusahaan di Tiga Segmen (Keuangan, Pemasaran, dan Operasional)” karena dalam penelitian ini menjelaskan peran penting CRM terhadap kinerja perusahaan di tiga segmen, penelitian ini juga menjelaskan jika sistem CRM tidak bisa dimaksimalkan oleh organisasi hanya akan membuang-buang uang karena CRM harus didukung oleh kondisi tim atau organisasi.

### **c. Peningkatan Produktivitas**

Dengan mengintegrasikan alat digital analitik data dan platform e-commerce, PT Lautan Mulia Sentosa menciptakan ekosistem bisnis yang lebih efisien, produktivitas, dan siap bersaing di era digital. Teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk bekerja lebih cepat yang bisa meningkatkan produktivitas produk yang lebih baik. Selain menggunakan pemasaran menggunakan teknologi digital PT Lautan

Mulia Sentosa masih menggunakan metode tradisional seperti *word of mouth* atau biasa disebut mulut kemulut untuk meningkatkan produktivitas produk, metode ini juga efektif di PT Lautan Mulia Sentosa. Bisa disimpulkan teknologi digital seperti e-commerce telah membuka berbagai peluang baru bagi perusahaan untuk meningkatkan produktivitas penjualan. Namun, jika dibanding dengan metode tradisional seperti pemasaran mulut ke mulut, hasilnya mungkin terlibat setara, dan bisa dikatakan bahwa teknologi digital bukan satu – satunya cara mencapai keberhasilan, tetapi lebih merupakan pelengkap yang dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi.

Temuan ini selaras dengan Dewi Arfianitas Utami dengan judul “Analisis Fator–faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-commerce dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Pada UMKM di Kota Malang” dalam penelitiannya mengatakan teknologi digital memberi kontribusi signifikan. Tetapi masih banyak pelaku usaha yang lebih suka melakukan transaksi secara tradisional dibanding dengan secara online.

#### **d. Pengembangan dan Peningkatan Produk**

Pengembangan dan peningkatan produk yang memanfaatkan teknologi digital juga berdampak pada peningkatan efisiensi operasional. Dengan mengikuti perkembangan teknologi perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas mereka melalui peningkatan kualitas produk, efisiensi produk. Hasil penelitian yang dilakukan di

PT Lautan Mulia Sentosa pengembangan dan peningkatan produk merupakan langkah penting dalam menunjang peningkatan pendapatan perusahaan. Dengan terus berinovasi, memperbaiki desain dan kualitas produk, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang selalu berubah. Hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan pendapatan dan berkelanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Evita Purnaningrum, Ana Rafikayati, dan Utama Wisnu Dyatmika yang berjudul "Peningkatan profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Keterampilan Desain Produk dan Pemasaran pada E-Commerce" dalam penelitiannya menjelaskan peningkatan produk adalah strategi penting untuk meningkatkan penghasilan usaha. Terdapat beberapa cara membantu dalam proses pengembangan dan peningkatan pertama menginovasi produk seperti menambah fitur baru, memodifikasi desain dan selalu riset tren pasar. Kualitas produk juga ditingkatkan dengan menggunakan bahan kualitas tinggi dan tes kualitas berkala.

#### **e. Mengidentifikasi dan Mengakses Pasar Baru**

Hasil penelitian yang dilakukan di PT Lautan Mulia Sentosa pemanfaatan teknologi digital dalam mengidentifikasi dan mengakses pasar baru memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan profitabilitas. Perusahaan dapat mengenali

kebutuhan spesifik konsumen, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan menciptakan produk yang lebih relevan bagi target pasar. Dengan demikian, teknologi digital bukan hanya alat untuk memperluas pasar, tetapi juga menjadi kunci dalam mendorong efisiensi operasional dan kinerja keuangan yang lebih optimal.

PT Lautan Mulia Sentosa mengenali pesaing perusahaan dalam pasar yang sama atau sejenis. Identifikasi kekuatan dan kelemahan lawan serta penawaran produk atau layanan. Perusahaan juga mempelajari strategi pemasaran dan posisi lawan di pasar. Menurut perusahaan, ini membantu memahami bagaimana perusahaan dapat membedakan diri dan menawarkan nilai unik.

Tamuan ini sejalan dengan penelitian Dea Chaerunisa Wardani yang berjudul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Digital Produk Umrah pada PT. Fauzi Mulia Bersama Cengkareng” Dengan memfasilitas komunikasi instan dan akses ke informasi yang luas, teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk menjelasi dan memanfaatkan peluang dipasar baru dengan lebih efisien.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penelitian yang dilakukan penulis tentang Analisis Efektifitas Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Profitabilitas perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

##### 1. Efektifitas kinerja platform media sosial PT. Lautan Mulia Sentosa

PT Lautan Mulia Sentosa telah menggunakan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasarannya, namun implementasinya masih menghadapi beberapa tantangan. Berdasarkan penelitian, PT Lautan Mulia Sentosa belum sepenuhnya mengikuti strategi pemasaran media sosial yang dirumuskan oleh Santoso et al., di mana perusahaan masih belum optimal dalam meningkatkan kesadaran merek melalui jejaring sosial. Salah satu faktor yang menghambat pencapaian ini adalah keterbatasan produk yang tidak selalu memiliki permintaan tinggi di pasar.

Dalam aspek pengelolaan media sosial, PT Lautan Mulia Sentosa belum sepenuhnya menerapkan langkah-langkah pengelolaan yang direkomendasikan oleh Cutlip, Center, dan Broom, seperti "defining public relations" dan "planning and programming." Perusahaan cenderung langsung membuat dan mengunggah konten tanpa riset mendalam mengenai tren dan kebutuhan pasar saat ini. Hal ini mengurangi efektivitas konten dalam menarik minat konsumen.

PT Lautan Mulia Sentosa juga menghadapi kendala dalam hal persaingan ketat di media sosial serta perubahan algoritma yang membuat jangkauan konten sulit untuk dipertahankan secara konsisten. Kendala-kendala ini memengaruhi efektivitas pemasaran media sosial perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas serta jangkauan pasar. Untuk itu, diperlukan strategi yang lebih matang dan adaptasi yang lebih baik terhadap dinamika media sosial agar perusahaan dapat memaksimalkan potensi platform ini.

## 2. Peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan

Penelitian di PT Lautan Mulia Sentosa menunjukkan bahwa perusahaan memiliki beberapa aspek kunci yang perlu ditingkatkan untuk mencapai kinerja yang lebih optimal. Beberapa aspek tersebut meliputi:

Perusahaan belum mencapai efisiensi operasional yang optimal dan masih membutuhkan perbaikan dalam manajemen waktu, tenaga kerja, dan pengurangan biaya. Dengan peningkatan ini, PT Lautan Mulia Sentosa

dapat memaksimalkan pemanfaatan sumber daya dan mengurangi biaya operasional untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi. Penerapan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang lebih efektif

dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penerapan CRM yang lebih optimal akan meningkatkan profitabilitas pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Inovasi berkelanjutan dalam produk dan kualitasnya penting untuk mendukung pertumbuhan pendapatan. Dengan mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar, PT Lautan Mulia Sentosa dapat menghasilkan produk yang lebih relevan bagi kebutuhan konsumen dan menjaga keberlanjutan bisnis. Teknologi digital memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengidentifikasi pasar baru dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami pesaing dan kebutuhan konsumen, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan menciptakan nilai yang unik, yang berpotensi meningkatkan kinerja keuangan. Secara keseluruhan, PT Lautan Mulia Sentosa memiliki peluang besar untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing melalui efisiensi operasional, peningkatan hubungan pelanggan, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital untuk mengakses pasar baru.

## **B. Saran**

Bagi penelitian diatas, penulis mendari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan yang belum sempurna, maka penulis mencoba memberikan saran kepada instansi dan penulis untuk perbaikan lebih lanjut, khususnya sebagai berikut:

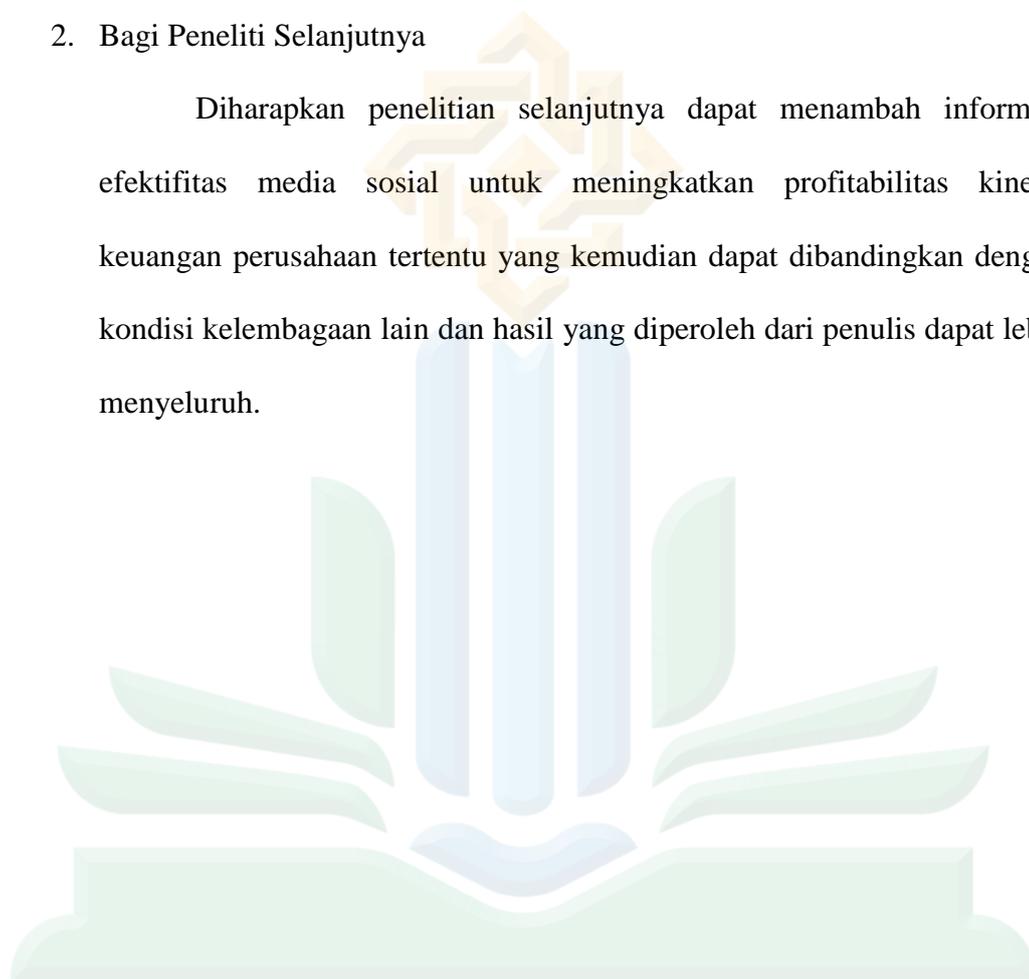
### **1. Bagi Instansi**

Diharapkan pada pihak PT Lautan Mulia Sentosa untuk memperhatikan beberapa strategi-strategi peningkatan kinerja perusahaan, agar perusahaan berpeluang untuk mencapai profitabilitas yang lebih

tinggi, agar mampu meningkatkan daya saing, dan mengokohkan posisi di industri.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambah informasi efektifitas media sosial untuk meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan perusahaan tertentu yang kemudian dapat dibandingkan dengan kondisi kelembagaan lain dan hasil yang diperoleh dari penulis dapat lebih menyeluruh.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Aksenta, Almasari, Irmawati Irmawati, Achmad Ridwan, Nur Hayati, Sepriano Sepriano, Herlinah Herlinah, Ayupitha Tiara Silalah, dkk. *LITERASI DIGITAL : Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Sociaty 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- ALC, Kepemimpinan. “Tujuan Dan Value Perusahaan : Arti, Manfaat, Serta Perbedaannya.” *ALC* (blog), 4 Juli 2023. <https://alcleadershipmanagement.com/tujuan-value-perusahaan/>.
- Amartha.com. “Rasio Profitabilitas Adalah: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya.” Diakses 21 November 2024. <https://amartha.com/blog/work-smart/rasio-profitabilitas-adalah/>.
- “Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis | Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy.” Diakses 16 Mei 2024. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/1011>.
- Aryadi, Tadi. “Analisis Efektifitas Kinerja Pegawai.” *agustus 2020*, Oktober 2024.
- “Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.” Diakses 14 Juli 2024. <https://bali.bps.go.id/pressrelease/2024/05/02/717881/perkembangan-ekspor--dan-impor-provinsi-bali--maret-2024.html>.
- Bapak Herman, Interview Pemilik PT Lautan Mulia Sentosa, agustus 2024.
- “Company Profil Lautan Mulia Sentosa.pdf,” t.t.
- “Efektivitas Penerapan Online Selling Dalam meningkatkan Profitabilitas Suatu Usaha (Studi Eksperimen kios Luthfi Kotamobagu).” Diakses 27 Mei 2024. <http://repository.iain-manado.ac.id/1482/1/SKRIPSI%20HERVIANA%20POBELA%20NIM%201841082%20%281%29.pdf>.
- Fadhilah, Nurul, dan Darmawati. “Transformasi Digital: Meningkatkan Kinerja Keuangan Koperasi Syariah.” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (31 Desember 2023): 532–44. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).13185](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).13185).
- Gumelar, Galih. “Profitabilitas,” 14 Juni 2023. <https://pluang.com/id/blog/glossary/profitabilitas-adalah>.
- Hannani, Nabila. “Pengertian WhatsApp Beserta Sejarah, Manfaat, Kelebihan dan Kekurangan WhatsApp,” Oktober 2024. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-whatsapp/>.

- Hapiz, Elbi. “Efektivitas Penggunaan Anggaran Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Tanjung Berulak Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.” Diakses 15 Juli 2024. <https://repository.uin-suska.ac.id/53788/2/SKRIPSI%20ELBI%20HAPIZ.pdf>.
- Harris, M. “Era Digital dan Dampak Perkembangan Teknologi yang Pesat!” Diakses 26 Mei 2024. <https://gramedia.com/literasi/era-digital/>.
- Hermanto. *Dunia Industri Farmasi*. Pascal Books, 2022.
- Herpika, Lisa. “Efektivitas Pelaksanaan Tugas Pemerintah Dalam Pelayanan Administrasi Pada Kantor Camat Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir,” Skripsi, t.t.
- Hidayatullah, M.F., Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, dan Nur Ika Mauliyah. “Strategi Digital Marketing Dengan Instagram dan Tiktok pada Butik Dot.id.” 2023 10 (t.t.).
- Ibu Lucky, Wawancara Pribadi Tim Accounting, 04 Agustus 2024, t.t.
- Ibu Nandya, wawancara pribadi tim marketing PT Lautan Mulia Sentosa, agustus 2024.
- Jaya, Komang Aji Pradnya, Ni Luh Putu Sariyani, dan Ni Wayan Wijayanti. “Efektivitas Penerapan Digital Marketing Pada Usaha Distribusi Gas LPG PT. Prapen Ananda Dewata Klungkung.” *Jurnal Abdimas Mandiri* 6, no. 1 (7 April 2022). <https://doi.org/10.36982/jam.v6i1.2073>.
- Kapoh, Lisa Evita Christina, dan Debby Ch Rotinsulu. “Analisis Kemandirian, Efektivitas, dan Efisiensi Pengelolaan Keuangan di Badan Aset Daerah Kota Manado,” *Jurnal Ilmiah Efisiensi*, 20, no. 03 (2020).
- Lala. “Perusahaan: Definisi, Jenis, Ciri, Bentuk, Fungsi serta Contohnya.” Payroll, ESS, and Talent Management, 30 Agustus 2023. <https://www.linovhr.com/perusahaan-adalah/>.
- Media, Kompas Cyber. “Pengertian dan Jenis-jenis Perusahaan Berdasarkan Bentuk Badan Usaha Halaman all.” KOMPAS.com, 20 November 2022. <https://money.kompas.com/read/2022/02/09/143852226/pengertian-dan-jenis-jenis-perusahaan-berdasarkan-bentuk-badan-usaha>.
- Meta. “Perbedaan Antara WhatsApp dan WhatsApp For Business.” [https://business.whatsapp.com/whatsapp-vs-whatsapp-business?lang=id\\_ID](https://business.whatsapp.com/whatsapp-vs-whatsapp-business?lang=id_ID) (blog), Oktober 2024.

- Nirawati, Lia, Acep Samsudin, Anggi Stifanie, Minanti Dwi Setianingrum, Muhammad Ryan, Nurul Nabilla Khrisnawati, dan Yunida Anggun Saputri. "Profitabilitas Dalam Perusahaan N" 5, no. 1 (2022).
- Norestu, Az Zahra, Maqbulan Nisaul Ilmi, Havelyne Octaviana Damaling, Rusdi Hidayat N, dan Maharani Ikaningtyas. "Efektivitas Strategi Pemasaran Untuk Mendorong Pertumbuhan Bisnis Yang Berkelanjutan." *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 4, no. 9 (4 April 2024): 60–73. <https://doi.org/10.8734/musytari.v4i9.2742>.
- Novi V. "Tujuan dan Manfaat Profitabilitas." *Gramedia Blog* (blog), t.t. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-profitabilitas/>.
- Pebriyanti, Ni Made Diana Valentina, Komang Agus Rudi Indra Laksmana, dan I. Gusti Ngurah Alit Asmarajaya. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Denpasar (Studi Kasus UMKM Bidang Fashion Di Kota Denpasar Barat)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (30 Oktober 2023): 23611–19. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10364>.
- Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Denpasar (Studi Kasus UMKM Bidang Fashion Di Kota Denpasar Barat)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (30 Oktober 2023): 23611–19. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10364>.
- Pedoman Karya Tulis Ilmiah, Kiai Haji achmad Siddiq Jember*, t.t.
- Perplexity AI. "Analisis Teknologi Dital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan." Diakses 15 Mei 2024. <https://www.perplexity.ai/search>.
- Ph.D, Francis Hutabarat, M. B. A. *Analisa Laporan Keuangan: Perspektif Warren Buffet*. Deepublish, 2023.
- Purnaningrum, Evita, Ana Rafikayati, dan Utama Wisnu Dyatmika. "Peningkatan Profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Ketrampilan Desain Produk dan Pemasaran pada E-Commerce." *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (11 Februari 2022): 32–38. <https://doi.org/10.30651/aks.v6i1.4006>.
- Studio, Educa. "Mengenal Apa Itu Teknologi Digital dan Manfaatnya [Anak SMK Wajib Tahu] | Berita | Gamelab Indonesia." Gamelab.ID. Diakses 17 Mei 2024. <https://www.gamelab.id/news/2245-mengenal-apa-itu-teknologi-digital-dan-manfaatnya-anak-smk-wajib-tahu>.
- Sugiono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Alfabeta, CV, t.t.

Surabaya, Humas Tel-U. “Menariknya Era Teknologi Modern: Tantangan dan Solusi untuk Sukses.” *Universitas Telkom Surabaya* (blog), 7 Juli 2023. <https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/menariknya-era-teknologi-modern-tantangan-dan-solusi-untuk-sukses/>.

Susilo, Yanto, Erna Wijayanti, dan Sugeng Santoso. “Penerapan Transformasi Digital Pada Pemasaran Ekonomi Kreatif Kuliner Minuman Boba.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 4 (t.t.).

“Teknologi Digital: Pengertian, Perkembangan, Manfaat, Contohnya,” 21 Februari 2024. <https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/teknologi-digital/>.

Utami, Dewi Arfianita. “Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Pada UMKM di Kota Malan (Studi Kasus Pada Sektor Food & Beverages),” t.t.

“View of Analisis Efektifitas dan Efisiensi dari Aktivitas Marketing terhadap Profitabilitas Mobilitas Digital Indonesia.” Diakses 21 Mei 2024. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/9656/7861>.

Wardani, Dea Chaerunisa. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Digital Produk Umrah Pada PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng.” Diakses 14 Juli 2024. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73079>

Wulandari, Utari, dan H Jhon Simon. “Pengaruh Efektivitas Kinerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Publik di Kelurahan Sidorame Barat I Kecamatan Medan Perjuangan,” *Jurnal Artikel*, t.t.

Yusuf, Muhammad, Sutrisno Sutrisno, PA Andiena Nindya Putri, Muhammad Asir, dan Pandu Adi Cakranegara. “Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literatur Riview.” *Jurnal Darma Agung* 30, no. 3 (5 Januari 2024): 786–801. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2268>.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

### Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Efektifitas Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa	Teknologi Digital	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementasi teknologi Ddigital</li> <li>2. Penggunaan media sosial untuk pemasaran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis Penelitian : Penelitian Lapangan</li> <li>2. Pendekatan Penelitian: Kualitatif (Deskriptif)</li> <li>3. Subjek Penelitian : Purposive</li> <li>4. Pengumpulan Data :               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi</li> <li>b. Wawancara</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>5. Analisis Data :               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengumpulan Data</li> <li>b. Reduksi Data</li> <li>c. Penyajian Data</li> <li>d. Kesimpulan</li> </ol> </li> <li>6. Validitas Data : Triangulasi Sumber</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana efektifitas kinerja platfrom media sosial dan teknik pemasaran digital yang digunakan oleh PT Lautan Mulia Sentosa</li> <li>2. Bagaimana peran teknologi digital dalam meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan?</li> </ol>
	Profitabilitas Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan efisiensi operasional</li> <li>2. Peningkatan Pendapatan</li> </ol>		

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Lailatu Zahro  
NIM : 201105030021  
Semester : IX (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Akuntansi Syariah  
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Efektivitas Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa**” adalah benar-benar hasil penelitian dan karya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 22 November 2024

Saya yang menyatakan



Dewi Lailatul Zahro  
NIM. 201105030021

## **Pedoman Wawancara**

1. Media sosial apa saja yang digunakan oleh PT lautan untuk pemasaran digital?
2. Seberapa sering PT lautan memposting produk di media sosial?
3. Bagaimana bentuk pengelolaan media sosial yang dilakukan PT lautan untuk pemasaran digital?
4. Apa saja kendala media sosial sebagai alat pemasaran digital?
5. Apa ada evaluasi yang dilakukan oleh tim media sosial setelah produk diunggah?
6. Apa saja teknologi digital yang paling signifikan yang digunakan perusahaan Anda untuk meningkatkan efisiensi operasional? (Efisiensi Operasional)
7. Bagaimana teknologi digital membantu dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan loyalitas? (Customer relationship)
8. Apakah penerapan teknologi digital berdampak langsung pada peningkatan pendapatan perusahaan? Jika ya, bagaimana caranya? (peningkatan produktivitas)
9. Bagaimana analisis data dan big data digunakan untuk mendukung keputusan bisnis di perusahaan Anda? (Analisis Data)
10. Bagaimana perusahaan Anda menjaga keamanan data dan privasi di tengah transformasi digital? (keamanan data)
11. Bagaimana teknologi digital membantu perusahaan Anda dalam mengidentifikasi dan mengakses pasar baru?
12. Bagaimana teknologi digital membantu dalam proses pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada?

Nomor : B-738 /Un.22/7.a/PP.00.9/07/2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

11 Juli 2024

Kepada Yth.

Direktur PT Lautan Mulia Sentosa

Jl. Pulau Moyo XV No.24, Pendungan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali  
80222

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Dewi Lailatul Zahro  
NIM : 201105030021  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Akuntansi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Analisis Efektivitas Teknologi Digital dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan di lingkungan/lembaga wewenang bapak/ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda Tangan Dibawah ini:

Nama : Herman Santosa  
Jabatan : Pemilik/owner PT lautan Mulia Sentosa

Dengan ini memberikan keterangan bahwa nama dibawah ini:

Nama : Dewi Lailatul Zahro  
NIM : 201105030021  
Prodi : Akuntansi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Instansi : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di PT lautan Mulia Sentosa dengan judul “Analisis Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa”.

Demikian keterangan ini saya buat dengan sebenarnya dan bisa digunakan sebagai mestinya.

Bali, 06 Agustus 2024

Pemilik PT Lautan Mulia Sentosa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

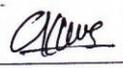


Herman Santosa

## Jurnal Kegiatan Penelitian

Lokasi Penelitian:

PT Lautan Mulia Sentosa beralamatkan Jl. Pulau Moyo XV No.24, Pendungan,  
Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80222

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1	1 Agustus 2024	Permohonan izin pada lokasi penelitian	
2	4 Agustus 2024	Wawancara pada Tim marketing dan Accounting	
3	5 Agustus 2024	Wawancara pada pemilik/owner PT Lautan Mulia Sentosa	
4	6 Agustus 2024	Pamit sekaligus dokumentasi	

Bali, 06 Agustus 2024

Pemilik PT Lautan Mulia Sentosa

  
Herman Santosa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DOKUMENTASI





### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Dewi Lailatul Zahro  
NIM : 201105030021  
Program Studi : Akuntansi Syariah  
Judul : Analisis Efektivitas Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT Lautan Mulia Sentosa.

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Drillbit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Drillbit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 November 2024  
Operator Drillbit  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
(Hj. Mariyah Ulfah, M.El)  
NIP.197709142005012004





## BIODATA PENULIS



### A. Profil Pribadi

Nama : Dewi Lailatul Zahro  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir: Banyuwangi, 02 April 2001  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Wringinrejo, Kec. Gambiran, Kab. Banyuwangi  
Universitas : UIN KHAS Jember  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi/ Angkatan : Akuntansi/ 2020

### B. Riwayat Pendidikan

SD Negeri 1 Wringinrejo  
MTS Negeri Genteng  
MAN 2 Jember

### C. Informasi Kontak

No. Hp : 085853647670  
Email : [dewilail5@gmail.com](mailto:dewilail5@gmail.com)  
Instagram : @dewilailll