

Shidiq Alfathon, *Student ID 22.230.0139.*

*DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR PUNAKAWAN CAR RENTAL
BUSINESS*

*Under the guidance of Dicke JSH Siregar, M.Kom. and Rizky Wijonarko,
M.Kom.*

Consists of 11 + 53 pages.

ABSTRACT

The development of digital technology encourages businesses to adapt their marketing strategies to reach a wider market. Punakawan Rent Car is a car rental service established in 2022 in Pekalongan City. Initially, the business relied on conventional word-of-mouth promotion, resulting in limited marketing reach. This study aims to analyze the implementation of digital marketing strategies through Instagram and its impact on Punakawan Rent Car's business development. The method used is a business development approach within the Entrepreneurship Final Project scheme, which includes planning, implementation, and evaluation stages over three months. The strategies implemented include creating a visual identity for the business, managing the business' Instagram account, creating promotional content, and evaluating marketing performance through the Instagram Insight feature. The results show that implementing digital marketing through Instagram can increase promotional reach, customer interaction, and brand awareness. Furthermore, business management becomes more focused through the implementation of simplified financial records and more systematic business model planning. Thus, using Instagram as a digital marketing medium can support Punakawan Rent Car's business development and increase its potential for future growth.

Keywords: digital marketing Punakawan Rent Car, Instagram, business development, car rental service.

Shidiq Alfathon, Nim 22.230.0139.

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA USAHA PENYEWAAN
MOBIL PUNAKAWAN *RENT CAR*

Di bawah bimbingan Dicke J. S. H. Siregar, M.Kom dan Rizky Wijonarko,
M.Kom.

Terdiri dari xi + 53 halaman.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi pemasaran agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Punakawan *Rent Car* merupakan usaha jasa penyewaan mobil yang berdiri sejak tahun 2022 di Kota Pekalongan. Pada awal operasionalnya, usaha ini masih mengandalkan promosi konvensional melalui *word of mouth* sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram serta dampaknya terhadap pengembangan usaha Punakawan *Rent Car*. Metode yang digunakan adalah pendekatan pengembangan usaha dalam skema Tugas Akhir Kewirausahaan yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi selama tiga bulan. Strategi yang diterapkan meliputi pembuatan identitas visual usaha, pengelolaan akun Instagram bisnis, pembuatan konten promosi, serta evaluasi kinerja pemasaran melalui fitur Instagram *Insight*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital melalui Instagram mampu meningkatkan jangkauan promosi, interaksi pelanggan, dan *brand awareness* terhadap usaha. Selain itu, pengelolaan usaha menjadi lebih terarah melalui penerapan pencatatan keuangan sederhana dan perencanaan model bisnis yang lebih sistematis. Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai media pemasaran digital dapat mendukung pengembangan usaha Punakawan *Rent Car* dan meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis di masa mendatang.

Kata kunci: pemasaran digital Puanakan *Rent Car*, *Instagram*, pengembangan usaha, jasa rental mobil.