

DANU LUTFI FIRMANSAH 22.240.0018

PENERAPAN STRATEGI WIRAUUSAHA DIGITAL PADA TOMZZ KOMPUTER DALAM MENYEDIAKAN KOMPUTER RAKITAN DAN BUILD, di bawah bimbingan Tri Agus Setiawan, S.Kom.,M.Kom. dan M. Faizal, S.Kom., M.Kom.

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah menjadikan komputer sebagai kebutuhan vital di berbagai sektor, namun akses masyarakat di wilayah pedesaan seperti Desa Blado terhadap perangkat komputer berkualitas masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pengembangan usaha Tomzz Komputer, sebuah unit usaha yang bergerak di bidang penjualan komputer rakitan (*custom build*) dan *build-up*. Metode pelaksanaan usaha ini menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dengan mengintegrasikan kanal digital melalui Shopee dan Instagram, serta strategi ekspansi luring melalui pengiriman surat penawaran resmi ke berbagai instansi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa Tomzz Komputer berhasil menjawab kebutuhan pasar lokal melalui layanan konsultasi mendalam untuk memastikan performa perangkat yang optimal bagi pelanggan. Secara finansial, usaha ini menunjukkan pertumbuhan positif dengan puncak penjualan pada bulan November mencapai Rp15.700.000, yang didorong secara signifikan oleh strategi ekspansi B2B (*business-to-business*) ke instansi-instansi. Meskipun menghadapi kendala rendahnya *traffic* pada kanal digital awal, strategi penawaran langsung terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan memperkuat kemandirian finansial usaha.

**Kata Kunci:** Komputer Rakitan, Strategi Pemasaran, 7P, Ekspansi Usaha, Tomzz Komputer.

## **ABSTRACT**

The development of information technology has made computers a vital necessity across various sectors, yet community access in rural areas like Blado Village to quality computer devices remains significantly limited. This study aims to design and implement business development strategies for Tomzz Komputer, a business unit specializing in the sale of custom-built and build-up computers. The implementation method employs the 7P marketing mix approach (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) by integrating digital channels through Shopee and Instagram, alongside offline expansion strategies such as sending official offering letters to various institutions. The results indicate that Tomzz Komputer successfully addressed local market needs through in-depth consultation services to ensure optimal device performance for customers. Financially, the business showed positive growth, with peak sales in November reaching IDR 15,700,000, significantly driven by the B2B (business-to-business) expansion strategy targeting institutions. Despite facing challenges with low traffic on early digital channels, the direct offering strategy proved effective in increasing sales volume and strengthening the business's financial independence.

**Keywords:** *Custom-Built Computers, Marketing Strategy, 7P, Business Expansion, Tomzz Komputer.*