

PENGEMBANGAN *MARKETING ORGANIZATION SYSTEM* (MOS) UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MARKASBOT.ID DI NGAWI

Bahrul Habiby

Jurusan/Program Studi: Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya

Deddy Marciano

Dudi Anandya

ABSTRAK

Skripsi kewirausahaan ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan *Marketing Organization System* (MOS) Produk MarkasBot.ID di Ngawi guna meningkatkan penjualan produk digital. Pendekatan skripsi kewirausahaan yang digunakan adalah kombinasi analisis deskriptif, studi kasus, dan evaluasi kuantitatif. Data yang digunakan mencakup data primer berupa hasil penjualan, *leads*, dan *engagement* pelanggan yang diperoleh melalui platform digital seperti media sosial, webinar, serta komunitas *offline*.

Hasil skripsi kewirausahaan menunjukkan bahwa penerapan MOS mampu meningkatkan efektivitas pemasaran, dengan pencapaian *conversion rate* sebesar 83%, *repeat order rate* sebesar 25,7%, dan pertumbuhan *leads* yang konsisten melebihi target tahunan. Strategi pemasaran berbasis edukasi dan komunitas, yang menjadi inti dari MOS, terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru serta mempertahankan loyalitas pelanggan *existing*. Skripsi kewirausahaan ini merekomendasikan optimalisasi program pemasaran yang lebih personal, intensifikasi kampanye digital, serta penguatan program loyalitas untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang.

Kata kunci: Marketing Organization System, pemasaran digital, penjualan, loyalitas pelanggan

*DEVELOPMENT OF THE MARKETING ORGANIZATION SYSTEM (MOS) TO
INCREASE SALES OF MARKASBOT.ID PRODUCTS IN NGAWI*

Bahrul Habiby

Department/Study Program: Management

Faculty of Business and Economics, University of Surabaya

Deddy Marciano

Dudi Anandya

ABSTRACT

This entrepreneurship thesis aims to design and develop a Marketing Organization System (MOS) at MarkasBot.ID to increase sales of digital products. The entrepreneurship thesis approach combines descriptive analysis, case studies, and quantitative evaluation. The data used includes primary data such as sales results, leads, and customer engagement obtained through digital platforms such as social media, webinars, and offline communities.

The results show that the implementation of MOS successfully enhanced marketing effectiveness, achieving a conversion rate of 83%, a repeat order rate of 25.7%, and consistent lead growth exceeding the annual target. Education-based and community-focused marketing strategies, which are the core of MOS, proved effective in attracting new customers and retaining existing customer loyalty. This entrepreneurship thesis recommends optimizing more personalized marketing programs, intensifying digital campaigns, and strengthening loyalty programs to support long-term growth.

Keywords: *Marketing Organization System, digital marketing, sales, customer loyalty.*