

ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Akun Instagram Usaha Mikro Kuliner Dapur Baba Ibnu
di Kab. Cianjur Jawa Barat)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

SALSABILA TRI LESTARI

C1190325

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



KONSENTRSI MANAJEMEN BISNIS

PROGMAM STUDI S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya
Meningkatkan Penjualan
(Studi Kasus Pada Akun Instagram Usaha Mikro Kuliner
Dapur Baba Ibnu di Kabupaten Cianjur)

Nama : Salsabila Tri Lestari

NIM : C1190325

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing I



Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si

Pembimbing II



M. Haris Fadhillah, SE., MM

Dekan

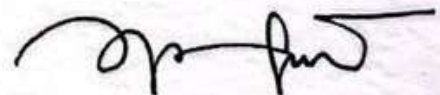
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP

SALSABILA TRI LESTARI. Adalah seorang anak perempuan yang lahir pada tanggal 22 Oktober 2000 di Cianjur, Jawa Barat. Penulis merupakan anak bungsu dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Ibnu H. Muhammad Nurholis dan Ibu Hj. Relawati.

Jenjang pendidikan yang telah diselesaikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Lulus dari PAUD Sakinah, Kabupaten Cianjur tahun 2007
2. Lulus dari SD Ciwalen, Kabupaten Cianjur tahun 2013
3. Lulus dari SMP Negri 1 Warungkondang, Kabupaten Cianjur tahun 2016
4. Lulus dari SMA Budi Utomo Perak, Kabupaten Jombang tahun 2019
5. Sejak tahun 2019 penulis tercatat sebagai mahasiswa Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University).

Selama menjadi mahasiswa penulis telah mengikuti kegiatan kemahasiswaan yang ada di IKOPIN University di antaranya :

1. Anggota divisi routine sharing English Club IKOPIN
2. Anggota divisi pendidikan HIMA Manajemen tahun 2020
3. Anggota Federasi Mahasiswa Beasiswa PT. Sriboga Raturaya

ABSTRACT

Salsabila Tri Lestari. 2023, Analysis of the Utilization of Social Media in an Effort to Increase Sales (Case Study on the instagram account Dapur Baba Ibnu micro business in Cianjur Regency). Supervised by Hj. Yuanita Indriani and M. Haris Fadhillah.

Baba Ibnu's Kitchen Business is a micro business engaged in the culinary field of Middle Eastern food. The products produced are kebabs, samosas, kebuli rice, kebuli rice, and catering. This business has been established since 2015 however, it has only been using social media for its marketing since 2021.

The purpose of this research is to help the Dapur Baba Ibnu business in maximizing the use of instagram to increase sales.

From the results of the study it can be seen that instagram can help improve business performance, and increase turnover from the sale of the Baba Ibnu Kitchen business.

Keywords: SMEs, Utilization of instagram, Business Performance

ABSTRAK

Salsabila Tri Lestari. 2023, Analisis Pemanfaatan Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada akun instagram usaha mikro Dapur Baba Ibnu di Kabupaten Cianjur). Dibimbing oleh Hj. Yuanita Indriani dan M. Haris Fadhillah.

Usaha Dapur Baba Ibnu merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner makanan Timur Tengah. Produk yang dihasilkan adalah kebab, samosa, nasi kebuli, nasi kebuli, dan catering. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2015 namun, baru menggunakan instagram untuk pemasasarannya sejak tahun 2021.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu usaha Dapur Baba Ibnu dalam memaksimalkan penggunaan instagram yang dimiliki untuk meningkatkan penjualannya.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa instagram dapat membantu meningkatkan kinerja usaha, dan meningkatkan omset dari penjualan usaha Dapur Baba Ibnu.

Kata kunci : UMKM, Pemanfaatan Instagram, Kinerja Usaha

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi wabarokatuh

Segala puji bagi Alloh SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmatnya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantia tercurah kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa rahmat dan tauladan bagi setiap umat manusia. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program pendidikan Strata-I (S1) di Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN)

Skripsi ini berjudul **“Analisis Pemanfaatan Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan”**

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan akan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis tidak lupa menyampaika ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam memberikan bantuan baik moral maupun materil. Kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya, tenaga, dan pikiran serta memberikan pengarahan, bimbingan , serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi.

2. Bapak M. Haris Fadhillah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan pengarah, saran, dan bimbingan demi kesempurnaan penulisan skripsi.
3. Orang tua tercinta (Bapak Ibnu Muhammad Nurholis dan Ibu Relawati) sekaligus sebagai pemilik usaha Dapur Baba Ibnu yang telah memberikan doa restu, kesabaran, semangat, dukungan, dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberikan kasih sayang yang tulus dan ikhlas.
4. Kakak-kakak penulis (Kak Afina Eka Aulia dan Kak Galang Dwi Prasetyo) yang telah memberikan dukungan, doa restu, kesabaran, materi, dan semangat kepada penulis.
5. Bapak Drs. H. Iwan Mulyana, SE., M.Si selaku Penelaah Koperasi yang juga telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
6. Bapak Drs. Dadan Hamdani, MM selaku penelaah konsentrasi yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis sehingga dapat menyempurnakan hasil skripsi ini.
7. Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S.,Ph.D selaku rektor Universitas Koperasi Indonesia.
8. Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M. Si selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen yang telah memberikan dukungan dan semangat serta doa selama kegiatan penyelesaian skripsi ini.

9. Bapak/Ibnu Dosen pengajar Universitas Koperasi Indonesia yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta nilai kehidupan selama kegiatan perkuliahan di Universitas Koperasi Indonesia.
10. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT. Sriboga Raturaya yang telah memberikan penulis kesempatan untuk mendapatkan beasiswa untuk mengenyam pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia serta seluruh pihak PT. Sriboga Raturaya yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan kuliah tepat waktu.
11. Muhammasd Akyas Miftahuddin yang telah memberikan waktu, semangat, doa, serta dukungan moral yang sangat berarti bagi penulis tanpa kenal lelah, selalu menjadi *support system*, *moodbooster* dan selalu mendengarkan keluhan penulis dalam proses penulisan skripsi.
12. Keluarga FEMASI tercinta (Adit, Ara, Viky) angkatan 2019 yang selalu membantu, memberikan semangat, dan dukungannya selama ini serta semua mahasiswa anggota FEMASI dari angkatan 2020 hingga 2022 yang tak terlupakan.
13. Keluarga *circle* Yakali Gak Sholehah (Aghni, Aca, Oni, Fase, Pita, Lista, Oca, Nadia) yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
14. Keluarga *circle we bear bare* (Intan dan Wanda) yang selalu memberikan semangat, dukungan, waktu, tawa, saran, dukungan emosional kepada penulis.
15. Keluarga PPMNH yang selalu menjadi teman yang baik, memberikan, dukungan, masukan, dan semangat kepada penulis.

16. Keluarga kost Amanda yang telah memberikan tempat dan wifi secara gratis kepada penulis untuk kelancaran penulisan skripsi.
17. Teman-teman sebangkunan Ibu Yuanita yang telah sama-sama berjuang dan selalu memberikan dukungannya dalam penulisan skripsi.
18. Keluarga Tim PL 58 (Eva, Mety, Zacky, Rafli, Faza) yang telah memberikan tawa, waktu, dukungan, kritik dan saran.
19. Teman-teman dari kelas manajemen 41B 2019 yang selalu memberikan dukungan selama berkuliah di Universitas Koperasi Indonesia.
20. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam persiapan hingga terlaksananya skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.
21. *For the last* saya ucapkan terima kasih kepada saya sendiri Salsabila Tri Lestari yang telah berusaha semaksimal mungkin dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan skripsi ini, saya sangat bangga dan bahagia terhadap diri saya karena bisa menyelesaikan apa yang telah saya mulai. Terima kasih karena telah berusaha dan tidak menyerah dan senantiasa menikmati semua proses yang dijalani.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan saudara-saudara semua. Terima kasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	11
2.1 Pendekatan masalah	11
2.1.1 Pendekatan Manajemen	11
2.1.2 Pendekatan Bisnis	12
2.1.3 Pendekatan Promosi.....	14
2.1.4 Pendekatan Pemasaran Digital.....	15
2.1.5 Pendekatan Media Sosial	16
2.1.6 Pendekatan UMKM	21
2.1.7 Daftar Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Metode Penelitian.....	24

2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	24
2.2.2 Data yang Diperlukan	25
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	25
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
2.2.5 Analisis Data.....	27
2.2.6 Tempat Penelitian	29
2.2.7 Jadwal Waktu Penelitian.....	29
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	30
3.1 Keadaan Umum Dapur Baba Ibnu	30
3.1.1 Sejarah Usaha Dapur Baba Ibnu	30
3.1.2 Struktur Manajemen Usaha Dapur Baba Ibnu	31
3.1.3 Permodalan Usaha Dapur Baba Ibnu.....	32
3.1.4 Fungsi Bisnis Usaha Dapur Baba Ibnu	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Profil Informan	35
4.1.1 Profil Informan Pemilik Usaha Dapur Baba Ibnu	35
4.1.2 Profil Responden <i>Followers</i> Akun Instagram Usaha Dapur Baba Ibnu.....	36
4.2 Kinerja Usaha Dapur Baba Ibnu	37
4.2.1 Sejarah Perkembangan Usaha.....	37
4.2.2 Keragaman Usaha	38
4.2.3 Kondisi Usaha Saat Ini	41
4.2.4 Penerapan Dasar Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling).....	42
4.3 Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Omset Penjualan	51
4.4 Instagram Dapat Meningkatkan Penjualan Dan Kinerja Usaha	53
4.5 Upaya Manajerial Apa Yang Harus Dilakukan Dapur Baba Ibnu Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Instagram	56
4.5.1 Penentuan Target dan Strategi	56
4.5.2 Pengelolaan Konten	57
4.5.3 Monitoring dan Analisis	57
4.5.4 Pelatihan dan Pengembangan Karyawan	58
4.5.5 Evaluasi dan Perbaikan	58
4.4.6 Perencanaan Konten <i>Feed</i> Instagram	59

4.4.7	Pembuatan Bio Instagram	60
4.4.8	<i>Copyrwiting</i>	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Simpulan.....	63
5.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		ii
LAMPIRAN		ii

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan penjualan Dapur Baba Ibnu 2018-2022	6
Tabel 2. 1 Tabel penelitian terdahulu.....	23
Tabel 2. 3 Jadwal penelitian.....	29
Tabel 4. 1 Profil informan followers akun instagram Instagram Dapur Baba Ibnu.....	36
Tabel 4. 2 Tabel jenis followes akun instagram Dapur Baba Ibnu	56
Tabel 4. 3 Jadwal unggah konten Dapur Baba Ibnu di instagram	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik perkembangan jumlah UMKM di setiap Kabupaten yang terdapat di Jawa Barat 2018-2021.....	1
Gambar 1. 2 Perkembangan jumlah UMKM berdasarkan kategori usaha di provinsi Jawa Barat 2016-2021.....	2
Gambar 1. 3 Perkembangan jumlah UMKM berdasarkan kategori usaha di Jawa Barat Tahun 2016-2021.....	3
Gambar 1. 4 Perkembangan jumlah UMKM di bidang kuliner di Kabupaten Cianjur tahun 2018-2021.....	4
Gambar 1. 5 Produk Dapur Baba Ibnu berupa nasi bukhari dan samosa.....	5
Gambar 1. 6 Profil instagram Dapur Baba Ibnu	8
Gambar 4. 1 Produk Usaha Dapur Baba Ibnu.....	40
Gambar 4. 2 Supply chain usaha Dapur Baba Ibnu	45
Gambar 4. 3 Proses bisnis untuk stok penjualan Dapur Baba Ibnu	46
Gambar 4. 4 Proses bisnis untuk pesanan individu Dapur Baba Ibnu	47
Gambar 4. 5 Proses bisnis untuk catering Dapur Baba Ibnu.....	49
Gambar 4. 6 Insights akun instagram Dapur Baba Ibnu	53
Gambar 4. 7 Fitur ad tools di instagram.....	54
Gambar 4. 8 Feed instagram Dapur Baba Ibnu.....	59
Gambar 4. 9 Bio akun instagram Dapur Baba Ibnu	61
Gambar 4. 10 Copywriting instagram Dapur Baba Ibnu	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman observasi

Lampiran 2 Pedoman wawancara

Lampiran 3 Pedoman wawancara

Lampiran 4 Pedoman wawancara

Lampiran 5 Pedoman kuesioner

Lampiran 6 Laporan hasil wawancara

Lampiran 7 Dokumentasi

Lampiran 8 Main Tabel