

**UPAYA PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING
MELALUI PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA PADA PELAKU UMKM DI
DESA BANJAR REJO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh:

REZA VALEVI

NPM. 19640007

**PROGRAM D-III AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022



**UPAYA PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING
MELALUI PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA PADA PELAKU UMKM DI
DESA BANJAR REJO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

TUGAS AKHIR

Disusun dan diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro untuk memenuhi salah satu syarat guna
memperoleh gelar Ahli Madya Akuntansi (A.Md., Ak.)



Disusun Oleh:

Reza Valevi

NPM. 19640007

**PROGRAM STUDI D3 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022

Abstrak

Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan upaya peningkatan kemampuan digital marketing melalui pemanfaatan sosial media pada pelaku UMKM di Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini berjenis kualitatif, yang menggabungkan metode wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM di Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Dari hasil penelitian diketahui bahwa digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM.

Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Hadirnya beragam platform belanja online (digital) menjadi pasar potensial bagi siapa saja khususnya para pelaku UMKM untuk ikut berkecimpung sehingga mampu secara maksimal memasuki dunia digital tersebut. Hampir semua platform tersebut basisnya adalah internet, bahkan media sosial yang saat ini hampir digunakan masyarakat Indonesia dimanfaatkan untuk berjualan atau memasarkan produk, jasa dan layanan. Pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM melalui pelatihan dengan tahapan, pertama: riset dilakukan di Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur, kedua: Sosialisasi melalui kerjasama dengan Kelurahan Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Untuk menajalankan sosialisasi ini digunakan metode ceramah, diskusi dan praktek. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman konsep digital, media sosial dan manfaat penggunaan media sosial. Pendampingan pengelolaan digital marketing, baik di bidang keuangan maupun pengelolaan usaha. Selain itu pendampingan juga dilakukan guna meningkatkan kemampuan teknis untuk konten: WhatsApp Business, Instagram dan Facebook.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, UMKM, Sosial Media

Abstract

Today's technology continues to grow and the benefits of using the internet are felt for its users. Some people feel dependent on the internet, including the activities of Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in utilizing information technology to run their business, especially in the era of the ASEAN Economic Community (AEC). The purpose of this study in general is to describe efforts to increase digital marketing skills through the use of social media for MSME actors in Banjar Rejo Village, East Lampung Regency. This research is a qualitative type, which combines the methods of interview, observation and documentation of MSME actors in Banjar Rejo Village, East Lampung Regency. From the research results, it is known that digital marketing makes it easier for MSME actors to provide information and interact directly with consumers, expand market share, increase awareness and increase sales for SMEs.

Social media has the potential to help SMEs in marketing their products. The presence of various online (digital) shopping platforms is a potential market for anyone, especially UKMK players to get involved so that they can optimally enter the digital world. Almost all of these platforms are based on the internet, even social media, which is currently almost used by the Indonesian people, is used to sell or market products, services and services. Utilization of digital marketing for MSME actors through training in stages, first: research was carried out in Banjar Rejo Village, East Lampung Regency, second: Socialization through collaboration with Banjar Rejo Village, East Lampung Regency. To carry out this socialization, lecture, discussion and practice methods were used. The socialization was carried out to provide an understanding of digital concepts, social media and the benefits of using social media. Assistance in digital marketing management, both in finance and business management. In addition, assistance is also carried out to improve technical capabilities for content: WhatsApp Business, Instagram Facebook.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Social Media

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

UPAYA PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING
MELALUI PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA PADA PELAKU UMKM DI
DESA BANJAR REJO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

REZA VALEVI

NPM 19640007

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diuji

Metro, April 2022

Pembimbing I



H. Jawoto Nusantoro, S.E., M.Si.

NIDN. 0219127001

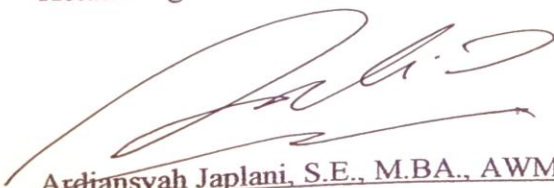
Pembimbing II



Ana Septiani, S.E., M.Si.

NIDN. 0211119102

Ketua Program Studi



Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM.

NIDN. 0231018702

HALAMAN PENGESAHAN

UPAYA PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING MELALUI
PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA PADA PELAKU UMKM DI DESA BANJAR REJO
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

REZA VALEVI
NPM 19640007

Telah di uji dan dinyatakan lulus pada

Hari : senin
Tanggal : 25 April 2022
Tempat : Ruang Sidang FEB UM Metro
Tim Penguji,

H. Jawoto Nusantoro, S.E., M.Si.
NIDN. 0219127001



Ketua Penguji

Ana Septiani, S.E., M.Si.
NIDN. 0211119102



Sekretaris

Yulita Zanaria, S.E., M. Si., Aktif., CA
NIDN. 0213076802



Penguji Utama



MOTTO

“maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Jika seorang hambah menghadapi sebuah ujian dan menghadapinya dengan ikhtiar dan doa serta dalam kesabaran, maka allah SWT akan menunjukkan baginya petunjuk berupa jalan keluar atau kemudahan atas kesulitan yang dialaminya, seusai dari selesainya ujian tersebut akan lebih menguatkan tingkat keimanannya.”

(QS.AL Insyirah: 5)

“pada akhirnya nanti, semua yang pernah hilang atau diambil dari kita akan kembali lagi kepada kita. Walaupun dengan cara yang tidak pernah kita duga.”

(Harry Poettr and the Order of the Phoenix, J.K. Rowling)

PERSEMBAHAN

Seiring dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, selama penelitian Tugas Akhir ini, penulis persembahkan sebagai tanda cinta penulis kepada:

1. Ibuku tersayang Maryani serta ayahku tercinta Zulfikri, yang selalu , memberikan ku semangat, motivasi serta mendoakan segala urusan ku agar berjalan dengan lancar, dengan kasih sayang yang tidak akan pernah pudar sepanjang masa, atas segala pengorbanan agar aku bisa seperti saat ini, meski jauh dari kata bai dan sesuai dengan apa yang diharapkan namun beliau tak pernah mengeluh. Aku tak akan mampu membalas semua yang telah beliau berikan kepada ku, hanyalah selembar kertas yang kutulis dengan penuh kasih sayang dan cinta yang ku persembahkan untuk mu ibu ku dan ayahku tersayang.
2. Untuk adikku-adikku tersayang yang telah memberikan semangat untuk ku.
3. Himpunan dan Ikatan Mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Teman-temanku wahid,icha,ara,shidy,affifa,dinno,endar,rini,farhan, yang telah memberikan semangat,dukungan dan motivasi selama perkuliahan.
5. Untuk diri sendiri yang masih sering mengeluh, tetap semangat walaupun itu melelahkan terimakasih telah menjadi alasan terbesar untuk bertahan.
6. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas semua limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Upaya Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Sosial Media Pada Pelaku UMKM Di Desa Banjar Kabupaten Lampung Timur” dengan lancar, yang merupakan salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Sebab itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ayahanda Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM. Kepala Program Studi D3 Akuntansi.
4. H. Jawoto Nusantoro, S.E.,M.Si. Selaku dosen pembimbing selaku pembimbing I
5. Ana Septiana, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing II
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas muhammadiyah Metro
7. Ayah dan Ibu, yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan kepadaku.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diterima agar lebih baik kedepannya. Semoga semua amal baik dapat dicatat sebagai amalan yang terbaik oleh Allah SWT. Aamiin, Aamiin Ya Rabbal Alaamiin.

Metro, 12 april 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Reza Valevi', written in a cursive style.

Reza valevi

NPM. 19640007

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : REZA VALEVI
NPM : 19640007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : D3 Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*UPAYA PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING MELALUI PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA PADA PELAKU UMKM DI DESA BANJAR REJO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR*” adalah karya saya dan bukan hasil plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan akan mempertanggungjawabkannya secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

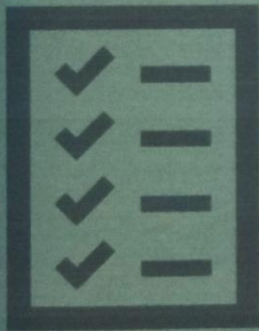
Metro, April 2022
Yang membuat pernyataan



REZA VALEVI
NPM. 19640007



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2584/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : REZA VALEVI
NPM : 19640007
Jenis Dokumen : TUGAS AKHIR

JUDUL:

**UPAYA PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING
MELALUI PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA PADA PELAKU UMKM
DI DESA BAJAR REJO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 18 Mei 2022
Kepala Unit,

[Signature]
Dr. Amr Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

umat

Ki Hajar Dewantara No. 116
ngmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
Email: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II KAJIAN LITELATUR	4
A. Teori Agensi.....	4
B. Digital Marketing	4
C. Sosial Media.....	7
D. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	9
E. Strategi Pemasaran	10
F. Penelitian Relavan.....	11
G. Kerangka Pemikiran.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
A. Jenis Penelitian.....	15
B. Objek dan Lokasi Penelitian	15

C. Waktu Penelitian	16
D. Jenis dan Sumber data	16
E. Teknik Pengumpulan Data	16
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	16
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	18
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	18
1. Sejarah Umum Desa Banjar Rejo.....	18
2. Sejarah Umum Kebun Bunga Pak Eman	22
3. Tempat dan Proses Penanaman Aglonema	23
B. Pembahasan Hasil Penelitian	25
1. Strategi Pemasaran Pada Pelaku UMKM Desa Banjar Rejo	25
2. Dampak Implementasi Digital Marketing Pada Pelaku UMKM Desa Banjar Rejo	28
BAB V PENUTUP	29
A. Kesimpulan	29
B. Saran	29
DAFTAR LITERATUR	31
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Relavan.....	12
Tabel 2. Data UMKM Desa Banjar Rejo	21
Tabel 3. Penjualan Aglonema 2020-2022.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	14
Gambar 2. Struktur Organisasi Desa Banjar Rejo	20
Gambar 3. Struktur Organisasi Usaha Kebun Bungan Pak Eman	23