PERAN KEPEMIMPINAN DALAM PENGEMBANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM RATU SNACK BOX

TUGAS AKHIR
APLIKATIF

FITRI WAHYUNINGSIH
43122010380

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PERAN KEPEMIMPINAN DALAM PENGEMBANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM RATU SNACK BOX

TUGAS AKHIR
APLIKATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

FITRI WAHYUNINGSIH
43122010380

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Fitri Wahyuningsih
NIM	: 43122010380
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul "Peran Kepemimpinan Dalam Pengembangan Strategi Digital Marketing Melalui Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Ratu Snack Box" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2026



Fitri Wahyuningsih

43122010380

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: FITRI WAHYUNINGSIH
NIM	: 43122010380
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PERAN KEPEMIMPINAN DALAM PENGEMBANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM RATU SNACK BOX
Hasil Pengecekan Turnitin	: 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/21/0000001489/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Fitri Wahyuningsih
NIM	:	43122010380
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Peran Kepemimpinan Dalam Pengembangan Strategi Digital Marketing Melalui Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Ratu Snack Box

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 28 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Riska Rosdiana, S.E., M.Si
NIDN/NUPTK: 0319078903

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266800

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M. Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Riska Rosdiana, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah dengan penuh dedikasi dan keikhlasan memberikan ilmu pengetahuan serta pelayanan akademik kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Teristimewa untuk kedua orang tua bapak dan mama tercinta, yang selalu hadir dalam setiap langkah penulis melalui doa, kasih sayang, serta dukungan yang tidak berhenti, baik secara moral maupun material. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran dan ketulusan yang diberikan tanpa pamrih. Meskipun tidak pernah menempuh pendidikan diperguruan tinggi, keteladanan serta nilai-nilai kehidupan yang diajarkan telah membentuk penulis menjadi pribadi yang mandiri dan kuat dalam menjalani setiap proses kehidupan.
7. Teruntuk yang tak kalah penting, yaitu nenek, kakek serta saudara hingga saat ini. Terima kasih atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang senantiasa menguatkan penulis.
8. Kepada temen-temen yang telah hadir sejak awal masa perkuliahan, yaitu eni, tyas, dea, nurul, shahiqa, dimas serta erik yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan pendidikan penulis. Kehadiran kalian membawa kebersamaan, dukungan, serta kesediaan untuk selalu hadir dalam setiap cerita, baik suka maupun duka.
9. Kepada Fitri Wahyuningsih yang tetap berusaha bertahan dan menjalaninya dengan ikhlas sampai akhirnya mampu sampai di titik ini. Dengan segala

lib.mercubuana.ac.id

kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, semoga diri ini tetap mampu bertahan, tetap belajar menghargai setiap proses.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 1 September 2026



Fitri Wahyuningsh

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Fitri Wahyuningsih
NIM	:	43122010380
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi Dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Peran Kepemimpinan Dalam Pengembangan Strategi Digital Marketing Melalui Optimalisasi Media sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Ratu Snack Box

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 September 2026

Yang menyatakan,



(Fitri Wahyuningsih)

lib.mercubuana.ac.id

PERAN KEPEMIMPINAN DALAM PENGEMBANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM RATU SNACK BOX

FITRI WAHYUNINGSIH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran kepemimpinan dalam menyusun dan menerapkan strategi digital marketing, khususnya melalui penggunaan media sosial, sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan pada usaha mikro kecil menengah Ratu Snack Box. Proses penelitian melibatkan pengamatan terhadap cara mengelola media sosial, kerja sama dalam kegiatan tim, pembuatan konten, serta pengecekan hasil pengelolaan media sosial untuk mendukung pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menerapkan metode studi kasus. Data diperoleh dengan cara mengamati, mencatat, menganalisis aktivitas di media sosial, serta mengevaluasi kinerja anggota tim dalam menyelesaikan tugasnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan berperan dalam memberi petunjuk, mengatur tugas anggota, menentukan bagian pekerjaan masing-masing, menyusun jadwal konten, serta mengawasi dan mengevaluasi kinerja media sosial secara rutin. Manajemen media sosial dilakukan dengan membuat konten yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, memanfaatkan fitur Reels dan video singkat, serta menentukan jadwal pengunggahan yang teratur. Strategi tersebut membantu meningkatkan kesadaran merek, memperluas cakupan pemasaran, meningkatkan keterlibatan pembeli, dan mendukung peningkatan penjualan UMKM Ratu Snack Box.

Kata Kunci: Kepemimpinan, Digital Marketing, Media Sosial, UMKM, Penjualan

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE ROLE OF LEADERSHIP IN DEVELOPING A DIGITAL MARKETING STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION TO INCREASE SALES AT THE RATU SNACK BOX SME

FITRI WAHYUNINGSIH

ABSTRACT

This study aims to explore the role of leadership in developing and implementing digital marketing strategies—specifically through the use of social media—as an effort to increase sales at the micro, small, and medium-sized enterprise Ratu Snack Box. The research process involved observing social media management practices, teamwork, content creation, and evaluating the results of social media management to support marketing efforts. This study employs a qualitative approach and utilizes the case study method. Data were collected by observing, recording, and analyzing social media activities, as well as evaluating team members' performance in completing their tasks. The study reveals that leadership plays a role in providing guidance, assigning tasks to members, defining individual responsibilities, scheduling content, and regularly monitoring and evaluating social media performance. Social media management is carried out by creating engaging content that meets user needs, utilizing the Reels feature and short videos, and establishing a regular posting schedule. These strategies help increase brand awareness, expand marketing reach, boost customer engagement, and support sales growth for the Ratu Snack Box SME.

***Keywords**: Leadership, Digital Marketing, Social Media, MSMEs, Sales*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 11
1.3 Tujuan Penelitian 12
1.4 Manfaat Penelitian 12
1.4.1 Bagi Mahasiswa 12
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi 13
BAB II LANDASAN TEORI **14**
2.1 Proyek-Proyek Terkait 14
2.2 Platform Yang Digunakan 35
2.2.1 Elemen-Elemen Pendukung 41
2.3 Teori dan Pengertian 50
2.3.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial 50
BAB III METODOLOGI PENGERJAAN PROJEK **62**
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan 62
3.1.1 Tempat Projek 62
3.1.2 Objek Proyek 63

lib.mercubuana.ac.id

3.2 Pembagian Kerja Tim 64
3.3 Time Schedule 68
3.4 Target Luaran/ Social Networking Sites 75
3.5 Coustomer Journey 78
3.5.1 *Brand* UMKM 79
3.5.2 Jenis dan Karakter *Social Media* 79
3.5.3 Segmenting, Targeting, Positioning (STP) 86
3.5.4 Competitor analysis 88
3.5.5 Awaereness,, Interest, Desire, dan Action (AIDA) 93
3.5.6 Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) 96
3.6 Penentuan Platform Media Sosial dan *Tools* 101
3.7 Rancangan Desain Tampilan 114
3.8 Rencana Organisasi Tim 116
BAB IV MANAJEMEN DESAIN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA 132
4.1 Leader atau Manajer Media Sosial 132
4.1.1 Memimpin Strategis, Mengkoordinasi, dan Memberikan Arahan kepada Tim 133
4.1.2 Analisis Metrik Media Sosial UMKM Ratu Snack Box 152
4.1.3 Penyusunan Time Schedule 162
4.1.4 Proses dan Negosiasi Dengan Mitra 169
4.1.5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan 174
4.1.6 Menjaga Hubungan Tim dan Manajemen 195
4.1.7 Analisis Kinerja dan Pelaporan Hasil sebagai Leader 201
4.1.8 Hasil Kerja Tim 253
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 294
5.1 Kesimpulan 294
5.2 Saran 296
5.2.1 Saran Praktisi 296
5.2.2 Saran Teoritis 297
DAFTAR PUSTAKA 298
LAMPIRAN 306

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan Umum UMKM 3
Tabel 1. 2 Konten Media Sosial..... 7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 14
Tabel 2. 2 Platform yang digunakan 35
Tabel 2. 3 Tools yang digunakan..... 41
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim..... 64
Tabel 3. 2 Key Performance Indikators (KPI) Leader/Manajer Media Sosial 120
Tabel 4. 1 Jobdesc Anggota Tim 137
Tabel 4. 2 Jobdesc dan Target Setiap Anggota..... 139
Tabel 4. 3 Analisis Kompetitor UMKM..... 160
Tabel 4. 4 Tahap Planning..... 163
Tabel 4. 5 Tahap Analysis 165
Tabel 4. 6 Tahap Design..... 166
Tabel 4. 7 Tahap Implementation..... 167
Tabel 4. 8 Tahap Testing..... 168
Tabel 4. 9 Tahap Maintenance..... 169
Tabel 4. 10 Pengawasan Kerja Setiap Anggota..... 175
Tabel 4. 11 Kegiatan Rutin Tim 196
Tabel 4. 12 Key Performance Indicator Tim Caturwulan I..... 202
Tabel 4. 13 Key Performance Indicator Tim Caturwulan II..... 209
Tabel 4. 14 Key Performance Indicator Tim Caturwulan III 218
Tabel 4. 15 Key Performance Indicator Tim Caturwulan II..... 227
Tabel 4. 16 Key Performance Indicator Leader 234
Tabel 4. 17 Penilaian KPI..... 252
Tabel 4. 18 Hasil Evaluasi Tim Secara Keseluruhan Triwulan I..... 254
Tabel 4. 19 Hasil Evaluasi Tim Secara Keseluruhan di Bulan Juni dan Agustus 264
Tabel 4. 20 Hasil Evaluasi Tim Secara Keseluruhan Triwulan II 272
Tabel 4. 21 Hasil Evaluasi Tim Secara Keseluruhan Triwulan III..... 280
Tabel 4. 22 Hasil Evaluasi Tim Keseluruhan Triwulan IV 286

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data 15 Media Sosial Terpopuler Global Februari 2025 5
Gambar 1. 2 Data Engagement Sebelum Project 8
Gambar 3. 1 Tempat dan Objek UMKM..... 62
Gambar 3. 2 Time Schedule Tim 69
Gambar 3. 3 Time Schedule Leader..... 72
Gambar 3. 4 Logo Ratu Snack Box 114
Gambar 3. 5 Mockup Instagram 115
Gambar 4. 1 Diskusi Dengan Tim..... 136
Gambar 4. 2 Penggunaan Stiker..... 138
Gambar 4. 3 Talent Konten Video..... 138
Gambar 4. 4 Laporan Pendapatan Sebelum Proyek..... 147
Gambar 4. 5 Laporan Pendapatan Setelah Proyek 148
Gambar 4. 6 Grafik Financial Ratu Snack Box..... 148
Gambar 4. 7 Grafik Engagement Seebelum Project 153
Gambar 4. 8 Data Engagement Instagram Sebelum Project 153
Gambar 4. 9 Data Engagement Instagram Selama Project 154
Gambar 4. 10 Data Engagement TikTok Sebelum Project 155
Gambar 4. 11 Data Engagement TikTok Selama Project..... 156
Gambar 4. 12 Data Engagement YouTobe Selama Project..... 157
Gambar 4. 13 Data Engagement Facebook..... 158
Gambar 4. 14 Time Schedule..... 162
Gambar 4. 15 Pertemuan dengan Mitra 171
Gambar 4. 16 Surat Pernyataan Ketersediaan Kerjasama Mitra..... 173
Gambar 4. 17 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk..... 174
Gambar 4. 18 Penyerahan Hasil KPI Kepada Anggota..... 253
Gambar 4. 19 Penyampaian Hasil Evaluasi Kepada Tim 293

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Ketersediaan Kerjasama Mitra 306
Lampiran 2 Time Schedule 307
Lampiran 3 Pengawasan Tim 307
Lampiran 4 Kegiatan Rutin 333
Lampiran 5 Hasil Evaluasi Tim 341
Lampiran 6 Matriks Tautan Matriks tiap Platform 348
Lampiran 7 KPI Tim 349

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id