

**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI
OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN UMKM DI BIDANG PAKAIAN ANAK
(STUDI KASUS PADA ADR KIDS DI KOTA TANGERANG)**

PROYEK MEDIA SOSIAL



U N Nama: Andre Syahputra

NIM: 431201010202

MERCU BUANA

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

2025

**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI
OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN UMKM DI BIDANG PAKAIAN ANAK
(STUDI KASUS PADA ADR KIDS DI KOTA TANGERANG)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana**



Nama: Andre Syahputra
NIM: 431201010202

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andre Syahputra
NIM : 43121010202
Program Studi : SI – Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi proyek media sosial adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip hasil dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi proyek ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Maret 2025



Andre Syahputra

NIM : 43121010202

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andre Syahputra

NIM : 43121010202

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI BIDANG PAKAIAN ANAK (STUDI KASUS PADA ADR KIDS DI KOTA TANGERANG)

Tanggal Sidang : 25 Februari 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254966



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap penjualan pada UMKM ADR Kids. UMKM termasuk ke dalam sektor perdagangan yang memainkan peran tidak terganti dan menyumbangkan kontribusi luar biasa terhadap perekonomian Indonesia. Namun, salah satu permasalahan yang dialami oleh UMKM adalah tidak mengoptimalkan media sosial secara efektif. UMKM ADR Kids merupakan suatu jenis usaha bergerak di bidang pakaian anak secara *online* berlokasi di Kota Tangerang yang tidak mengoptimalkan strategi pemasaran dengan media sosial mempengaruhi penjualan. Konsep yang digunakan yaitu SMAC (*Social, Mobile, Analysis, dan Cloud*) pada proyek sosial media. Platform media sosial menggunakan *Instagram, Tiktok, dan Facebook* sebagai alat promosi produk UMKM ADR Kids. Tools dalam konten dengan menggunakan *Canva, Capcut, Google Drive, Google Spreadsheet, Microsoft Word, Mendeley, Power Point, dan Publish Or Perish*. Jenis Tampilan konten dan fitur dalam perencanaan pembuatan konten antara lain *product knowledge*, edukasi, informasi, testimoni, dan interaksi. Hasil dari proyek media sosial sebagai leader menunjukkan kinerja dan manajemen tim yang efektif. Hal ini didasarkan pada penentuan visi dan misi, pembagian jobdesc tim, koordinator tim dan mitra, serta penilaian kinerja melalui KPI manajemen tim yang berpengaruh pada peningkatan jangkauan, dan keterlibatan pelanggan serta pertumbuhan penjualan UMKM ADR Kids. Dengan pengelolaan tim yang efektif, media sosial dapat menjadi alat pemasaran yang kuat bagi UMKM dalam menghadapi persaingan.

Kata Kunci: *Leader/manajer* media sosial, Strategi pemasaran, Optimalisasi Media Sosial, Meningkatkan Penjualan,

ERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social media on sales at ADR Kids MSMEs. MSMEs are included in the trade sector which plays an irreplaceable role and contributes tremendous contributions to the Indonesian economy. However, one of the problems experienced by MSMEs is not optimizing social media effectively. ADR Kids MSME is a type of business engaged in online children's clothing located in Tangerang City that does not optimize marketing strategies with social media to affect sales. The concept used is SMAC (Social, Mobile, Analysis, and Cloud) in social media projects. Social media platforms use Instagram, Tiktok, and Facebook as a means of promoting ADR Kids MSME products. Tools in content using Canva, Capcut, Google Drive, Google Spreadsheet, Microsoft Word, Mendeley, Power Point, and Publish Or Perish. Types of content display and features in content creation planning include product knowledge, education, information, testimonials, and interaction. The results of the social media project as a leader show effective performance and team management. This is based on determining the vision and mission, division of team jobdesc, team coordinators and partners, and performance assessment through team management KPIs that have an effect on increasing reach, and customer engagement and sales growth of ADR Kids MSMEs. With effective team management, social media can be a powerful marketing tool for MSMEs in the face of competition.

Keywords: Social media leader/manager, Marketing strategy, Social Media Optimization, Increase Sales,



KATA PENGANTAR

Puji bersyukur kepada Allah SWT karena berkat dan izin-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi terkait Tugas Akhir Proyek Manajemen Media sosial sebagai alternatif skripsi bagi mahasiswa. Tujuan dari Skripsi ini adalah agar seluruh anggota komunitas akademik Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis memahami dasar pemikiran dan proses pelaksanaan alternatif Proyek Tugas Akhir mahasiswa hingga sidang.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Yanto Ramli, Dr. MM, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis dan semua pihak yang telah membantu baik berupa tenaga, pikiran maupun doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini khususnya kepada:

1. Prof. Dr. 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. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa, Kedua orang tua tersayang yang selalu mengerti setiap keadaan penulis dan selalu memberikan kasih sayang serta semangat yang tiada henti.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

6. Terima kasih kepada orang yang telah mendukung penulis yaitu, Gisela Nur Fatihah, dan Nurul Hanyfah yang telah berkontribusi dalam pengerjaan proyek manajemen media sosial.
7. Terima kasih kepada adik – adik yaitu, Muhamad Farel Caesar, Achmad Chandra, Nurul Maulidina, Putri Aulia, Raisya Jasmine, Radha Chena, Rekha Safitri yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama proyek manajemen media sosial.
8. Terima kasih kepada Grup Keluarga yaitu, Febi Adhari, Syifa Nabilah, Muhammad Arsyiel Adzhiem, Muhammad Syaifullah, dan Muhammad Luthfi Nugroho yang menemani dan mendukung penulis selama proyek manajemen media sosial.
9. Terima Kasih kepada rekan seperjuangan yaitu Muhammad Neo Khalifah, Muhammad Syaifullah, dan Muhammad Arsyiel Adzhiem yang membantu dan menemani penulis selama proyek manajemen media sosial

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi Proyek Manajemen Media Sosial ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 17 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Proyek-Proyek Terkait	11
2.2 Platform yang Digunakan	14
2.3 Elemen-Elemen Pendukung.....	17
2.4 Teori dan Pengertian	21
2.4.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial	21
2.4.2 Teori dan Pengertian <i>Tools</i>	24
2.5 Konsep Proyek Media Sosial Manajemen	30
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	36
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan.....	36
3.1.1 Tempat Proyek	36
3.1.2 Objek Proyek	36
3.2 Pembagian Kerja Tim	37
3.3 Time Schedule Kegiatan	44
3.4 Target Luaran/ <i>Social Networking Sites</i>	45
3.5 <i>Customer Journey</i>	47
3.5.1 Brand UMKM: ADR Kids	47
3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial	48
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP)	52
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	55
3.5.5 <i>Attention, Interest, Desire, dan Action</i> (AIDA)	63
3.5.6 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT).....	66

3.6 Penentuan Platform Media Sosial dan Tools	71
3.6.1 Platform Media Sosial	71
3.6.2 Tools.....	74
3.7 Rancangan Desain Tampilan	79
3.7.1 Logo.....	79
3.7.2 Mockup Desain Post <i>Instagram</i>	80
3.8 Rencana Organisasi Tim	81
3.8.1 Penyusunan Rencana Konten.....	82
3.8.2 Penjadwalan Posting Konten.....	82
3.8.3 Pengembangan Grafis dan Desain.....	82
3.8.4 Penulisan Konten	83
3.8.5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan.....	83
3.8.6 Analisis Kinerja dan Pelaporan.....	83
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA	85
4.1 <i>Leader</i> /Manajer Media Sosial.....	85
4.1.1 Memimpin Secara Strategis, Mengkoordinasi dan Memberikan Arahan Kepada Tim.....	85
4.1.2 <i>Social Media Analytic and Metrics</i>	91
4.1.3 Penyusunan <i>Time Schedule</i>	99
4.1.4 Proses dan Negosiasi Dengan Mitra.....	104
4.1.5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan.....	110
4.1.6 Menjaga Hubungan Tim dan Manajemen.....	111
4.1.7 Analisis Kinerja dan Pelaporan Hasil Sebagai <i>Leader</i>	116
4.1.8 Hasil dari Kerja Tim	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	141
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Saran.....	143
5.2.1. Saran Praktisi	143
5.2.2. Saran Teoritis	144
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN - LAMPIRAN	149

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Permasalahan UMKM.....	4
Tabel 2.1 Proyek-Proyek Terkait.....	11
Tabel 2.2 <i>Platform</i> yang digunakan	15
Tabel 2.3 <i>Tools</i> yang digunakan.....	17
Tabel 3.1 Pembagian Kerja Tim.....	38
Tabel 4.1 Visi dan Misi Strategis.....	86
Tabel 4.2 Pembagian <i>Jobdesc</i>	89
Tabel 4.3 Pengarahan dan Informasi Tim	90
Tabel 4.4 Analisis Kompetitor	96
Tabel 4.5 Pengawasan Kerja Tim	110
Tabel 4.6 Kegiatan Rutin Tim.....	112
Tabel 4.7 KPI Triwulan I	117
Tabel 4.8 Triwulan II	119
Tabel 4.9 Triwulan III.....	121
Tabel 4.10 Penilaian KPI	123
Tabel 4.11 Hasil Evaluasi Triwulan I.....	127
Tabel 4.12 Hasil Evaluasi Triwulan II.....	131
Tabel 4.13 Hasil Evaluasi Triwulan III.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Kontribusi UMKM di Indonesia	3
Gambar 1.3 Logo ADR Kids	5
Gambar 1.4 Laporan Penjualan ADR Kids	5
Gambar 1.5 Akun <i>Instagram</i> ADR Kids.....	6
Gambar 2.1 Untuk Tampilan Feeds <i>Instagram</i>	33
Gambar 3.1 Logo ADR Kids	80
Gambar 3.2 Mockup <i>Instagram</i>	81
Gambar 4.1 <i>Matrics Instagram</i>	92
Gambar 4.2 <i>Matrics Tiktok</i>	93
Gambar 4.3 <i>Matrics Facebook</i>	93
Gambar 4.4 <i>Hasil Matrics</i>	94
Gambar 4.5 <i>Time Schedule</i>	100
Gambar 4.6 Tahap <i>Planning</i>	101
Gambar 4.7 Tahap <i>Analysis</i>	101
Gambar 4.8 Tahap <i>Design</i>	102
Gambar 4.9 Tahap <i>Implementation</i>	103
Gambar 4.10 Tahap <i>Maintenance</i>	103
Gambar 4.11 Target <i>Time Schedule</i>	104
Gambar 4.12 Proses Kesepakatan Mitra	105
Gambar 4.13 Negosiasi Mitra	106
Gambar 4.14 Surat Pernyataan Kerjasama Mitra	108
Gambar 4.15 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk	109
Gambar 4.16 Penyerahan KPI kepada Tim	124
Gambar 4.17 Penyerahan Evaluasi kepada Tim	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Memimpin Secara Strategis, Mengkoordinasi dan Memberikan Arahan Kepada Tim	149
Lampiran 2 <i>Social Media Analytic & Matics</i>	152
Lampiran 3 Penyusunan <i>Time Schedule</i>	157
Lampiran 4 Proses Negosiasi Dengan Mitra.....	158
Lampiran 5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan	160
Lampiran 6 Menjaga Hubungan Tim dan Manajemen	165
Lampiran 7 Analisis Kinerja dan Pelaporan Hasil Sebagai Ketua	169
Lampiran 8 Hasil dari Kerja Tim.....	175

