

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

SKRIPSI PROYEK MEDIA SOSIAL



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKLUTAS 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 Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta**



Nama : Nurul Hanyfah

NIM : 43121010342

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Hanyfah

NIM : 43121010342

Program Studi : S-1 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).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta. 19 Maret 2025



Nurul Hanyfah

NIM: 43121010342

LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI

	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	: NURUL HANYFAH
NIM	: 43121010342
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI BIDANG PAKAIAN ANAK (STUDI KASUS PADA ADR KIDS DI KOTA TANGERANG)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 9%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **9%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang 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, 14 May 2025
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Mei/14/0000000060/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurul Hanyfah
NIM : 43121010342
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 Maret 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-04255028



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

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh faktor perekonomian negara yang terus berkembang, yaitu dari aspek perdagangan. UMKM menjadi salah satu sektor yang mampu meningkatkan perekonomian negara sehingga memiliki pengaruh penting terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Banyak UMKM harus menghadapi masalah dalam pemasaran produk mereka 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 sehingga mempengaruhi penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial pada 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 menunjukkan bahwa peran strategis *community engagement* memiliki peran penting dalam perencanaan strategi pemasaran yang berdampak signifikan terhadap peningkatan reputasi, keterlibatan pelanggan, dan pertumbuhan penjualan UMKM ADR Kids.

Kata Kunci: *Community Engagement* media sosial, Strategi pemasaran, Optimalisasi Media Sosial, Meningkatkan Penjualan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research is motivated by the country's economic factors that continue to grow, namely from the trade aspect. MSMEs are one of the sectors that are able to improve the country's economy so that they have an important influence on economic growth in Indonesia. Many MSMEs have to face problems in marketing their products effectively. MSME ADR Kids is a type of business engaged in online children's clothing located in Tangerang City that does not optimize marketing strategies with social media, thus affecting sales. The purpose of this study is to determine the effect of social media on sales. The concept used is SMAC (Social, Mobile, Analysis, and Cloud) on social media projects. Social media platforms use Instagram, Tiktok, and Facebook as promotional tools for MSME ADR Kids products. Tools in content using Canva, Capcut, Google Drive, Google Spreadsheet, Microsoft Word, Mendeley, Power Point, and Publish Or Perish. Types of content displays and features in content creation planning include product knowledge, education, information, testimonials, and interaction. The results of the social media project show that the strategic role of community engagement has an important role in marketing strategy planning which has a significant impact on improving the reputation, customer engagement, and sales growth of ADR Kids MSME.

Keywords: Social Media Community Engagement, Marketing Strategi, Optimalization Social Media, Increase Sales

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Bidang Pakaian Anak (Studi Kasus pada ADR Kids di Kota Tangerang)**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

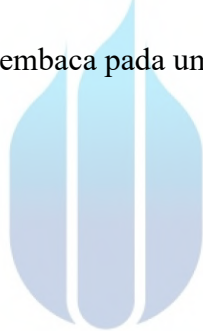
1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, S.E, M.M, selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM, selaku dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Para dosen Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
7. Ibu Lia Wijaya Sari, selaku pemilik UMKM ADR Kids yang telah bersedia menjadikan usahanya sebagai obyek dari skripsi proyek ini.
8. Teristimewa, kedua orang tua penulis, Bapak Suwanto, dan Ibu Desi Razliana yang telah memberikan segala dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
9. Terima kasih kepada tim yang telah mendukung penulis yaitu Andre Syahputra, Gisela Nur Fatihah yang telah berkontribusi dalam pengerjaan proyek manajemen media sosial.
10. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan selama perkuliahan, Alzahra Diva Sabilla, Afrilia Nabila Utama, Syalwa Alifia Abidin, Pratiwi Putri Noviandini, Wildan, Mohammad Alvin Syaefullah, Muhammad Raihan Akbar, Ilhan Ardan, Muhammad Zaqiyan Al Hadi, Muhammad Raihan Afif yang selalu menghibur, dan saling membantu serta menguatkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada teman-teman semasa SMP, Monica Artha Mefia, Maulhika Putri, Najmah Soraya, Natasya Putri, Tiyas Andini, Najla Kharisma, Tarissa Nurhapsari yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun

selama proses penyelesaian skripsi ini.

12. Terima kasih kepada teman-teman semasa SMA, Auliya, Diandra Putri Aristia, Mutiara Jingga Salsabilah, Vinka Cahyani yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun selama proses penyelesaian skripsi ini.

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, 20 Maret 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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-Element Pendukung.....	17
2.4 Teori dan Pengertian	21
2.4.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial	22
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 <i>Time Schedule</i> Kegiatan.....	44
3.4 Target Luaran/ <i>Social Networking Sites</i>	45
3.5 <i>Customer Journey</i>	47
3.5.1 <i>Brand</i> 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 <i>Tools</i>	71
3.6.1 Platform Media Sosial	71
3.6.2 <i>Tools</i>	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.....	81
3.8.2 Penjadwalan Posting Konten	82
3.8.3 Pengembangan Grafis dan Desain	82
3.8.4 Penulisan Konten	82
3.8.5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan	83
3.8.6 Analisis Kinerja dan Pelaporan.....	83

BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA	84
4.1 Community Engagement	84
4.1.1 Interaksi Dengan Mitra	84
4.1.2 <i>Social Media Financial</i>	87
4.1.3 Crisis Management in Social Media	94
4.1.4 Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial.....	96
4.1.5 Online Reputation Management	98
4.1.6 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	102

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112
5.2.1 Saran Praktisi	112
5.2.2 Saran Teoritis	113
 DAFTAR PUSTAKA	 114
LAMPIRAN.....	118



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 Biaya Produksi Konten	94
Tabel 4. 2 <i>Crisis Management in Social Media</i>	95
Tabel 4. 3 <i>Online Reputation Management</i>	98
Tabel 4. 4 KPI Triwulan I	102
Tabel 4. 5 KPI Triwulan II.....	105
Tabel 4. 6 KPI Triwulan III.....	107
Tabel 4. 7 Penilaian KPI	110

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 <i>Feeds Instagram</i>	34
Gambar 3. 1 <i>Time Schedule</i>	44
Gambar 3. 2 Logo ADR Kids	79
Gambar 3. 3 <i>Mockup Instagram</i>	80
Gambar 4. 1 Surat Pernyataan Kerjasama Mitra.....	85
Gambar 4. 2 Diskusi dan Negosiasi Mitra	86
Gambar 4. 3 Laporan Keuangan sebelum Proyek.....	88
Gambar 4. 4 Laporan Keuangan setelah Proyek.....	88
Gambar 4. 5 Laporan Laba Rugi sebelum Proyek Manajemen Media Sosial	90
Gambar 4. 6 Laporan Laba Rugi setelah Proyek Manajemen Media Sosial	90
Gambar 4. 7 Perhitungan ROI (<i>Return Of Investment</i>) sebelum dan sesudah proyek manajemen media sosial	92
Gambar 4. 8 Laporan <i>Ads/Iklan</i>	93
Gambar 4. 9 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk	96
Gambar 4. 10 Monthly Report	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Kerjasama Mitra.....	118
Lampiran 2 <i>Time Schedule</i>	119
Lampiran 3 Laporan Keuangan.....	120
Lampiran 4 <i>Social Media Analytic & Matriks</i>	123
Lampiran 5 <i>Monthly Report</i>	125
Lampiran 6 <i>Live Streaming</i>	128

