

**PERAN PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* PADA UMKM
KRIPIK PISANG “CAU GELIS” BERDASARKAN PERSPEKTIF *LEADER*
STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK PISANG CAU GELIS
DI KEMBANGAN)**



Nama : Wahyu Eka Ananda

NIM : (43121010375)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PERAN PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* PADA UMKM
KRIPIK PISANG “CAU GELIS” BERDASARKAN PERSPEKTIF *LEADER*
STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK PISANG CAU GELIS
DI KEMBANGAN)**



Nama : Wahyu Eka Ananda

NIM : (43121010375)

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wahyu Eka Ananda
NIM : 43121010375
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proyek media sosial ini adalah murni karya kami sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing. Apabila kami mengutip hasil karya orang lain, maka kami mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kami bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 26 Mei 2025



Wahyu Eka Ananda

43121010375

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : WAHYU EKA ANANDA
NIM : 43121010375
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MANAGEMENT PADA UMKM KRIPIK PISANG “CAU GELIS” (STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK PISANG CAU GELIS DI KEMBANGAN
Hasil Pengecekan Turnitin : 5%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi Turnitin dengan hasil presentase kemiripan sebesar 5% 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 April 2025
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2025/April/29/0000000040/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Eka Ananda
NIM : 43121010375
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Peran Penggunaan Social Media Managemeng pada UMKM kripik pisang Cau Gelis berdasrkan Perspektif Leader (studi kasus pada UMKM kripik pisang Cau Gelis di Kembangan)
Tanggal Sidang : 26 Mei 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-06255095



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

ABSTRAK

Proyek ini bertujuan untuk menganalisis peran penerapan Social Media Management terhadap perkembangan UMKM Kripik Pisang “Cau Gelis” dari sudut pandang seorang leader. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok, proyek ini difokuskan untuk meningkatkan brand awareness dan volume penjualan produk melalui strategi konten digital, kolaborasi dengan influencer, serta penggunaan iklan digital. UMKM Cau Gelis yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran konvensional mengalami peningkatan keterlibatan konsumen serta pertumbuhan signifikan dalam visibilitas merek. Penerapan manajemen media sosial tidak hanya membantu dalam promosi, tetapi juga dalam pencatatan keuangan dan efisiensi operasional UMKM. Hasil akhir dari proyek ini menunjukkan bahwa strategi digital melalui media sosial mampu menjadi solusi efektif dalam pengembangan usaha kecil dan menengah di era digital.

Kata Kunci: Social Media Management, UMKM, Brand Awareness, Instagram, TikTok, Strategi Digital



ABSTRACT

This project aims to analyze the impact of Social Media Management on the development of the small business Kripik Pisang “Cau Gelis” from the perspective of a team leader. By utilizing social media platforms such as Instagram and TikTok, the project focuses on increasing brand awareness and product sales through digital content strategies, influencer collaborations, and digital advertising. Previously relying on traditional marketing methods, Cau Gelis experienced a significant improvement in customer engagement and brand visibility. The implementation of social media management not only supported promotional activities but also contributed to better financial tracking and operational efficiency. The results demonstrate that digital strategies via social media can serve as an effective solution for the growth and sustainability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the digital age.

Keywords: *Social Media Management, MSME, Brand Awareness, Instagram, TikTok, Digital Strategy*



KATA PENGANTAR

Kami bersyukur kepada Allah SWT atas rahmat dan Karunianya, sehingga kami sebagai tim penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir mengenai proyek Sosial Media sebagai alternatif pengganti skripsi bagi mahasiswa. Tugas Akhir ini bertujuan agar seluruh anggota komunitas akademik Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis memahami dasar pemikiran dan proses pelaksanaan alternatif Proyek Tugas Akhir mahasiswa hingga tahap sidang. Penyusunan skripsi ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap hati penulis ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah di berikan sehingga proyek ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Aldina Shiratina, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga proyek tugas akhir ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini terutama 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, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Kepada kedua Orang Tua tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do'a dan motivasi selama ini.
5. Terima kasih kepada orang yang telah mensupport saya yaitu Muhammad Dzaki Ridwan, Tia Kamila, Kresna Rakha Putra, Peri Susanto, Muhammad Reviyanto, Reyhan Syahpuan

Pratama, Aditio Tri Julianto, Ranga Yudistiro, dan Bayu Sofyan Hidayat yang telah berkontribusi dan mensupport penulisan dalam pengerjaan proyek media sosial.

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.

Penulis menyadari bahwa Proyek 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 tugas akhir Proyek Media Sosial ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi tim proye dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Mei 2025

Wahyu Eka Ananda



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.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Analisis Existing	3
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	13
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa.....	13
1.4.2 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi.....	13
1.4.3 Manfaat bagi UMKM	14
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Proyek Terkait	15
2.2 platform yang digunakan	22
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung	24
2.3 Teori dan Pengertian.....	35
2.3.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial	36
2.3.2 Teori dan Pengertian Tools.....	37

2.3.3 Konsep Proyek Media sosial Manajemen.....	42
2.3.4 Teori SWOT.....	47
2.3.5 Teori STP	49
2.3.6 Teori AIDA.....	52
BAB III.....	54
METODEOLOGI Pengerjaan Project	54
3.1 Tempat dan Objek UMKM.....	54
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	57
3.3 Time Schedule Kegiatan.....	59
3.4 Target Luaran	59
3.5 Customer Journey	62
3.5.1 Brand UMKM.....	63
3.5.2 Jenis dan Karakter Sosial Media.....	63
3.5.3 Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)	64
3.5.4 Competitor Analysis	66
3.5.5 AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	69
3.5.6 Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT)	78
3.6 Penentuan Media Social Platform dan Tools	81
3.6.1 Media Social Platform	82
3.6.2 Tools	83
3.7 Rancangan Desain Tampilan.....	86
3.8 Rencana Organisasi Tim.....	88
3.9 Tugas Leader	89
BAB IV	93
MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA.....	93
4.1 Leader / Manajer Media Sosial.....	93
4.1.1 Memimpin dan Mengkoordinasi Seluruh Tim.....	93
4.1.2 Social Media Analytic and Metrics (Analisis Media Sosial dan Metrik)	95
4.1.3 Menyusun Time Schedule (Jadwal Kerja Proyek).....	99
4.1.4 Proses dan Negosiasi dengan Mitra	104
4.1.5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan	107

4.1.6 Menjaga Hubungan antara Tim dan Manajemen.....	109
4.1.7 Analisis Kinerja dan Pelaporan Hasil	111
4.1.8 Bertanggung Jawab atas Hasil Kerja Tim.....	127
BAB V.....	130
KESIMPULAN DAN SARAN	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran	131
5.2.1 Saran untuk UMKM	131
5.2.2 Saran untuk Project Selanjutnya	132
5.2.3 Saran untuk Kampus	133
DAFTAR PUSTKA	135
LAMPIRAN.....	143



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. 1 Harga Pokok Penjualan Kripik Pisang Cau Gelis.....	5
Tabel 1.1. 2 Hitungan Investasi Awal Usaha Kripik Pisang.....	6
Tabel 1.1. 3 Data pendapatan usaha kripik pisang Cau Gelis.....	9
Tabel 1.1. 4 Proyeksi Laba/Rugi pada usaha UMKM kripik pisang Cau Gelis	10
Tabel 1.1. 5 Hitungan Investasi awal pada tahun pertama sebelum proyek	11
Tabel 2. 1 Liteatur Teori proyek terkait.....	15
Tabel 3. 1 Profil UMKM	54
Tabel 3. 2 pembagian kerja tim.....	57
Tabel 3. 3 Pembagian Kerja Tim	59
Tabel 4.1. 1 Pembagian kerja Tim	94
Tabel 4.1.5. 1 pengawasan kinerja tim	108
Tabel 4.1.7. 1 KPI Tia Kamila.....	111
Tabel 4.1.7. 2 KPI Wahyu Eka Ananda.....	113
Tabel 4.1.7. 3 KPI M.Dzaki Ridwan	118
Tabel 4.1.8. 1 Evaluasi kinerja tim	128



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet Indonesia pada tahun 2018 - 2024	1
Gambar 1.1. 1 Lokasi UMKM kripik pisang Cau Gelis	8
Gambar 1.1. 2 Tampilan WhatsApp UMKM	8
Gambar 2.3.3. 1 Social Commerce system	43
Gambar 2.3.3. 2 pengenalan produk via media sosial	44
Gambar 2.3.3. 3 Interaksi dengan konsumen by komentar.....	45
Gambar 2.3.3. 4 Ulasan produk	45
Gambar 2.3.3. 5 Etalase produk yang disertai tombol CTA	46
Gambar 2.3.3. 6 Layanan purna jual	47
Gambar 3. 1 Tempat proyek UMKM	54
Gambar 3. 2 Time schedule	59
Gambar 3.5.5. 1 Logo UMKM	69
Gambar 3.5.5. 2 Content video	70
Gambar 3.5.5. 3 Event bazar UMKM.....	71
Gambar 3.5.5. 4 Deskripsi Produk.....	72
Gambar 3.5.5. 5 content edukasi.....	73
Gambar 3.5.5. 6 Review Konsumen	73
Gambar 3.5.5. 7 Paket Bundling.....	74
Gambar 3.5.5. 8 Momen Bersama teman.....	75
Gambar 3.5.5. 9 Tombol CTA pada setiap konten	75
Gambar 3.5.5. 10 Pembelian produk	76
Gambar 3.5.5. 11 produk tersedia di berbagai platform	77
Gambar 3.5.5. 12 Tawaran berbagai pengiriman.....	77
Gambar 3.7. 1 Design logo tampilan	86
Gambar 3.7. 2 Kemasan produk	87
Gambar 3.7. 3 Banner dan Grafis UMKM.....	87
Gambar 4.1. 1 rapat kordinasi tim via zoom.....	95
Gambar 4.1.2. 1 Metric media sosia	96
Gambar 4.1.2. 2 Insight reach dan impression dari Platfom Instagram	97
Gambar 4.1.2. 3 Memantau dan menganalisis performa iklan berbaya.....	98
Gambar 4.1.2. 4 Analisi kompetitor melalui media sosial	99
Gambar 4.1.3. 1 Time Schedule Tim.....	99
Gambar 4.1.4. 1 Proses Negosiasi dengan mitra.....	105
Gambar 4.1.4. 2 Finalisasi perjanjian kerja sama	107
Gambar 4.1.5. 1 Pemantauan Insight dari setiap platform media sosial	107
Gambar 4.1.6. 1 Menjaga hubungan dengan UMKM.....	109
Gambar 4.1.6. 2 Memfasilitasi Divisi.....	110