

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



Nama : Muhammad Dzaki Ridwan

NIM : (43121010341)

**U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A**

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 *COMMUNITY ENGAGEMENT* (STUDI KASUS PADA
KRIPIK PISANG CAU GELIS DI KEMBANGAN)**



Nama : Muhammad Dzaki Ridwan

NIM : (43121010341)

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Dzaki Ridwan
NIM : 43121010341
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan akhir 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 laporan akhir proyek media sosial ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Mei 2025



Muhammad Dzaki Ridwan

43121010341

	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 : MUHAMMAD DZAKI RIDWAN
NIM : 43121010341
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.

Jakarta, 29 April 2025

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2025/April/29/0000000039/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Dzaki Ridwan
NIM : 43121010341
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Peran Penggunaan Social Media Management pada UMKM Kripik Pisang “Cau Gelis” Berdasarkan Perspektif Community Engagement (Studi Kasus pada 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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA-07255197

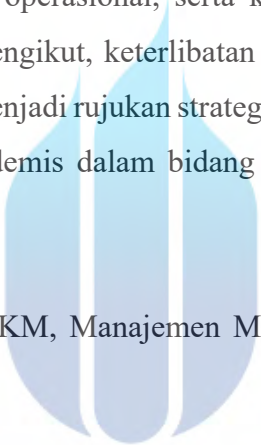


Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan manajemen media sosial terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pencapaian keberlanjutan usaha pada UMKM Kripik Pisang “Cau Gelis” di Kembangan. Dalam konteks perkembangan teknologi digital yang pesat, pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok dinilai krusial dalam memperluas jangkauan pasar, membangun citra merek, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen. Melalui pendekatan proyek berbasis implementasi manajemen media sosial yang terstruktur, tim peneliti melaksanakan strategi pemasaran digital, optimasi konten, serta pengelolaan keuangan dan pelaporan UMKM secara menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital ini mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, efisiensi operasional, serta kesadaran merek, yang diukur melalui indikator pertumbuhan jumlah pengikut, keterlibatan konten, dan tingkat laba bersih usaha. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan strategis bagi pengembangan UMKM berbasis digital, sekaligus kontribusi akademis dalam bidang manajemen pemasaran modern di era transformasi digital.

Kata Kunci: Media Sosial, UMKM, Manajemen Media Sosial, Pemasaran Digital, Brand Image, ROI, E-Commerce



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of social media management utilization on improving marketing performance and achieving business sustainability at the "Cau Gelis" Banana Chips MSME in Kembangan. In the context of rapid digital technology development, the use of social media platforms such as Instagram and TikTok is considered crucial for expanding market reach, building brand image, and enhancing consumer engagement. Through a structured social media management project approach, the research team implemented digital marketing strategies, content optimization, as well as comprehensive financial and reporting management for the MSME. The findings indicate that this digital strategy has a positive impact on increasing sales, operational efficiency, and brand awareness, measured by indicators such as follower growth, content engagement, and net profit level. This research is expected to serve as a strategic reference for digital-based MSME development, while also contributing academically to the field of modern marketing management in the era of digital transformation.

Keywords: *Social Media, MSME, Social Media Management, Digital Marketing, Brand Image, ROI, E-Commerce*



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 diberikan 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 Wahyu Eka Ananda, Tia Kamila, Kresna Rakha Putra, Peri Susanto, Muhammad Reviyanto, Reyhan Syahpuan Pratama, Aditio Tri Julianto, Rangga Yudistiro, dan Dany Mahesi 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, 1 Mei 2025

Muhammad Dzaki Ridwan

43121010341



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PROJECT.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Analisis Existing	4
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan.....	13
1.4 Manfaat.....	13
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa.....	13
1.4.2 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi.....	14
1.4.3 Manfaat bagi UMKM	15
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Proyek Terkait	16
2.2 platform yang digunakan	23
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung	25
2.3 Teori dan Pengertian.....	34
2.3.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial	34
2.3.2 Teori dan Pengertian Tools	35
2.3.3 Konsep Proyek Media sosial Manajemen.....	39
2.3.4 Teori SWOT.....	43
2.3.5 Teori STP	45

2.3.6 Teori AIDA.....	47
BAB III.....	49
METODEOLOGI Pengerjaan Project	49
3.1 Tempat dan Objek UMKM.....	49
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	51
3.3 <i>Time Schedule</i> Kegiatan	53
3.4 Target Luaran	54
3.5 Customer Journey	57
3.5.1 Brand UMKM.....	58
3.5.2 Jenis dan Karakter Sosial Media.....	58
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> (STP)	58
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	60
3.5.5 AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	62
3.5.6 Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT)	71
3.6 Penentuan Media Social Platform dan Tools	75
3.6.1 Media Social Platform	75
3.6.2 <i>Tools</i>	76
3.7 Rancangan Desain Tampilan.....	78
3.8 Rencana Organisasi Tim.....	80
3.9 Tugas Community Engagement	81
BAB IV	89
MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA	89
4.1. Community Engagement.....	89
4.1.1. Interaksi dengan mitra.....	89
4.1.2. Social Media Financial	93
4.1.3. Crisis Management in Social Media	101
4.1.4. Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial.....	105
4.1.5. Online Reputation Management	107
BAB V.....	113
KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran	114
5.2.1 Saran untuk UMKM	114

5.2.2 Saran untuk Civitas Akademika Universitas Mercu Buana.....	115
5.2.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	117
DAFTAR PUSTKA	119
LAMPIRAN	124



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. 1 Harga pokok penjualan kripik pisang cau gelis	5
Tabel 1.1. 2 Hitungan Awal investasi usaha kripik pisang	6
Tabel 1.1. 3 Data pendapatan UMKM	9
Tabel 1.1. 4 Proyeksi laba rugi UMKM Kripik pisang cau gelis.....	10
Tabel 1.1. 5 Hitungan investasi awal sebelum tahun pertama proyek	11
Tabel 2. 1 Tabel Liteatur Teori	16
Tabel 3. 1 Profil UMKM.....	49
Tabel 3. 2 Pembagian Kerja Tim	52
Tabel 4.1.2. 1 Bukti Laporan keuangan sebelum proyek pada bulan april	95
Tabel 4.1.2. 2 Bukti laporan keuangan setelah proyek	96
Tabel 4.1.2. 3 Bukti anggaran media sosial	100
Tabel 4.1.2. 4 Bukti Laporan laba rugi bulan januari	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguan APJII tahun 2018 - 2024	1
Gambar 1.1. 1 Lokasi UMKM kripik pisang cau gelis	9
Gambar 1.1. 2 Tampila Whats App UMKM.....	9
Gambar 3.5.5. 1 Logo UMKM.....	63
Gambar 3.5.5. 2 Content video	63
Gambar 3.5.5. 3 Event bazar UMKM	65
Gambar 3.5.5. 4 Deskripsi Produk	66
Gambar 3.5.5. 5 content edukasi	66
Gambar 3.5.5. 6 Review Konsumen	67
Gambar 3.5.5. 7 Paket Bundling	68
Gambar 3.5.5. 8 Momen Bersama teman.....	68
Gambar 3.5.5. 9 Tombol CTA pada setiap konten.....	69
Gambar 3.5.5. 10 Pembelian produk.....	70
Gambar 3.5.5. 11 produk tersedia di berbagai platform.....	70
Gambar 3.5.5. 12 Tawaran berbagai pengiriman	71
Gambar 3.7. 1 Design logo tampilan.....	78
Gambar 3.7. 2 Kemasan produk.....	79
Gambar 3.7. 3 Banner dan Grafis UMKM.....	79
Gambar 3.9. 1 Diagram alur interaksi dengan mitra	82
Gambar 3.9. 2 Diagram alur kerja social media.....	83
Gambar 3.9. 3 Diagram alur kerja crisis management in social media.....	86
Gambar 3.9. 4 Diagram alur kerja hasil laporan proyek sosial media	87
Gambar 3.9. 5 Diagram alur kerja online reputation man.....	88
Gambar 4.1.1. 1 foto laporan kinerja media sosial selama sebulan	91
Gambar 4.1.1. 2 Foto pesanan kripik pisang via daring.....	91
Gambar 4.1.1. 3 Foto Penyampaian laporan bulanan	92
Gambar 4.1.1. 4 Foto pada saat diskusi proyek	92
Gambar 4.1.1. 5 Foto bersama setelah penandatanganan kontrak	93
Gambar 4.1.2. 1 Foto laporan keuangan UMKM cau gelis	94
Gambar 4.1.2. 2 Grafik kas bersih	97
Gambar 4.1.2. 3 Grafik ROI setiap bulan	98
Gambar 4.1.3. 1 Bukti komentar customer	102
Gambar 4.1.3. 2 Matriks analisis dan resiko	104
Gambar 4.1.4. 1 Laporan hasil proyek akhir.....	106
Gambar 4.1.5. 1 Content plan media sosial cau gelis	108
Gambar 4.1.5. 2 Menanggapi ulasan secara profesional.....	109
Gambar 4.1.5. 3 konten media sosial umkm kripik pisang cau gelis.....	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . Perjanjian Kerja Sama UMKM	124
Lampiran 2 . Time Schedule	125
Lampiran 3 . Observasi dan Wawancara UMKM.....	125
Lampiran 4. Google Drive untuk menyimpan konten.....	127
.Lampiran 5 Monthly Report.....	134

