

SKRIPSI
ANALISA PEMANFAATAN
***DIGITAL MARKETING* PADA TAKOTO**
(Studi Kasus pada UMKM Jombang)



Oleh :

Bryan Oktaviandri Amasia

NIM : 19083000079

PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG
2023

**ANALISA PEMANFAATAN
DIGITAL MARKETING PADA TAKOTO
(Studi Kasus pada UMKM Jombang)**



SKRIPSI

Skripsi Ini Telah Diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Sistem Informasi

Oleh :

Bryan Oktaviandri Amasia

NIM : 19083000079

**PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

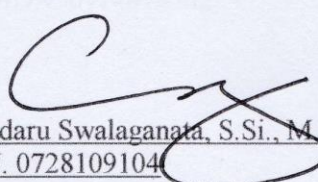
Nama : Bryan Oktaviandri Amasia
NIM : 19083000079
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Teknologi Informasi
Program Studi : S1 Sistem Infomasi
Judul : Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Pada
Takoto (Studi Kasus pada UKMK Jombang)

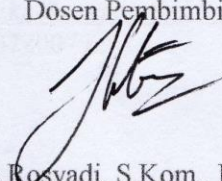
Malang, 21 Agustus 2023

Disetujui Dan Diterima

Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi

Dosen Pembimbing


Galandaru Swalaganata, S.Si., M.Si
NIDN. 0728109104


Hudan Eka Rosyadi, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0720079201

Dekan
Fakultas Teknologi Informasi


Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si
NIDN. 07116037601

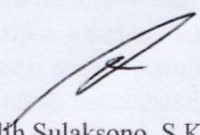
**Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Pada Takoto
(Studi Kasus pada UKMK Jombang)**

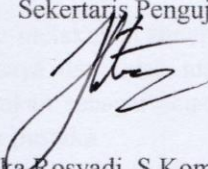
Dipersiapkan dan disusun oleh
Bryan Oktaviandri Amasia
19083000079

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 7 Agustus 2023
Susunan Dewan Penguji

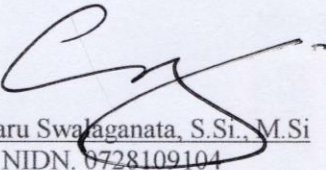
Ketua Penguji

Sekretaris Penguji


Aditya Galih Sulaksono, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0714018502

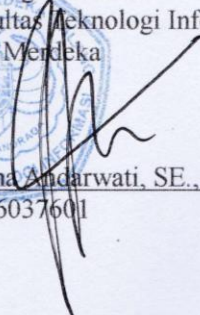

Hudan Eka Rosyadi, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0720079201

Anggota Penguji


Galandaru Swalaganata, S.Si., M.Si
NIDN. 0728109104

Skripsi Ini Telah Diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Sistem Informasi

Malang, 07 Agustus 2023
Dekan Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Merdeka


Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si
NIDN. 0716037601

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Bryan Oktaviandri Amasia
NIM : 19083000079
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Bidang Kajian Skripsi: Analisa Data
Judul Tugas Akhir : Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Pada Takoto
Alamat Penelitian : Jalan Patimura Gg. I/F, Sengon, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419.
Alamat Rumah Asal : Jalan Patimura 1/F No 15 Sengon, Jombang, Jawa Timur.
No. Telp/Email : 081252774320 / oktavian754@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak kebenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 07 Agustus 2023



Bryan Oktaviandri Amasia

MOTTO

“Skripsi Adalah Jalan Yang Panjang, Dan Juga Hidup Ini Seperti Skripsi Yang
Butuh Kesabaran, Ketekunan, Dan Kopi Yang Banyak”

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan Kesehatan, Rahmat dan Berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar hingga selesai. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai tepat waktu.

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya skripsi ini penulis mempersembahkannya kepada :

- Ayah Gatot Wachid Widharto dan Ibu Titik Suwanti tercinta, terimakasih untuk semua pengorbanan yang telah diberikan, setiap doa, motivasi, semangat, dan harapan dan cinta kasih yang tiada tara yang kalian berikan kepada saya sampai saat ini, hingga skripsi ini boleh selesai.
- Keluarga Besar yang ada di Jombang, terima kasih untuk setiap doa, motivasi, nasehat dan semangatnya selama ini.
- Teman- teman seperjuangan saya di Fakultas dan anak – anak kos yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Dosen Pembimbing saya Pak Hudan yang sudah membimbing serta memberikan masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, berkat Rahmat, Taufik dan Inayah-Nyalah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “**Analisa Pemanfaatan *Digital Marketing* Pada Takoto (Studi Kasus Pada Umkm Jombang)**”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Sistem Informasi Fakultas Teknologi Infromasi Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Mardiana Andrawati, SE, Msi. selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.
2. Bapak Galandaru Swalaganata, S.Si, M.Si. selaku ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Hudan Eka Rosyadi, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan, dan saran yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Seluruh staff pengajar Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.
5. Kedua orang tua tercinta penulis, terimakasih atas support, doa, semangat dan perjuangannya yang tidak hentinya dalam proses hidup penulis.
6. Teman-teman penulis yang dikasihi, yang selalu memberikan semangat dan keceriaan disetiap hari.

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN	5
1.5 BATASAN MASALAH	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 LANDASAN TEORI	6
2.1.1 PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM ..	6
2.1.2 EWOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH)	6
2.1.3 SOSIAL MEDIA MARKETING	8
2.1.4 PENGINGKATAN PENJUALAN	9
2.1.5 MEDIA SOSIAL	9
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	10
2.3 HIPOTESIS	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 DESAIN PENELITIAN	15

3.2 OPERASIONAL VARIABEL	15
3.3 LOKASI PENELITIAN	16
3.4 POPULASI DAN SAMPEL	17
3.4.1 POPULASI	17
3.4.2 SAMPEL	17
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	18
3.5.1 OBSERVASI	18
3.5.2 ANGGKET (KUESIONER)	18
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	19
3.6.1 UJI F	19
3.6.2 UJI T	19
3.7 PENGUJIAN INSTRUMEN	20
3.7.1 UJI VALIDITAS	20
3.7.2 UJI RELIABILITAS	20
BAB IV PEMBAHASAN	22
4.1 MEDIA SOSIAL TAKOTO	22
4.2 HASIL ANALISIS DEMOGRAFI	22
4.2.1 JENIS KELAMIN	23
4.2.2 USIA	23
4.3 DESKRIPSI VARIABEL	23
4.3.1 VARIABEL DESIGN SOSIAL (X1)	23
4.3.2 VARIABEL INTERAKTIF MEDIA SOSIAL (X2)	25

4.3.3 VARIABEL EWOM (X3)	26
4.3.4 PENINGKATAN USAHA (Y)	28
4.4 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS	30
4.4.1 UJI T	30
4.4.2 UJI F	31
4.5 PENGUJIAN INSTRUMEN	32
4.5.1 UJI VALIDITAS	32
4.5.2 UJI RELIABILITAS	33
4.6 PEMBAHASAN	34
4.6.1 PENGARUH DESIGN MEDIA SOSIAL (X1) TERHADAP PENINGKATAN USAHA (Y)	34
4.6.2 PENGARUH INTERAKSI MEDIA SOSIAL (X2) TERHADAP PENINGKATAN USAHA (Y)	34
4.6.3 PENGARUH EWOM (X3) TERHADAP PENINGKATAN USAHA (Y)	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 KESIMPULAN	41
5.2 SARAN	43
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 Model Penelitian	15
Gambar 3.2 Peta Lokasi UMKM Takoto	17
Gambar 4.1 Instagram Takoto	22
Gambar 4.2 Tiktok Takoto	22
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden	23
Gambar 4.2 Presentase Usia Responden	23

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel	16
Table 3.2 Pengukuran Skala Likert	19
Tabel 4.1 Rekapitulasi Data Variabel X1	24
Tabel 4.2 Rekapitulasi Data Variabel X2	25
Tabel 4.3 Rekapitulasi Data Variabel X3	27
Tabel 4.4 Rekapitulasi Data Variabel Y	28
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Uji T	30
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Uji F	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Design Media Sosial (X1) . . .	32
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Interaksi Media Sosial (X2)	32
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Design Media Sosial (X1) . . .	33
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.11 Pembahasan	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Halaman Riwayat Hidup	46
Lampiran 2 Laporan Hasil Plagiasi	47
Lampiran 3 Keterangan Persetujuan Tugas Akhir	48

Abstrak

Media sosial telah menjadi bagian mendasar dari masyarakat saat ini, dengan jutaan atau bahkan miliar orang menggunakan media sosial dengan tujuan bisa berkomunikasi dengan orang lain walaupun dari kejauhan serta berbagi informasi. Pemasaran media sosial secara signifikan juga memengaruhi kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di seluruh dunia, termasuk di Nigeria. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dianggap sebagai sektor yang hidup dan dinamis dalam perekonomian dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi, terdapat banyak cara yang bisa dilakukan oleh UMKM untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan produk. Pemasar digital juga dapat mengetahui reaksi pelanggan terhadap produk yang diiklankan dengan melihat upeti atau komentar yang diposting. Menjalin komunikasi yang efektif dengan konsumen dapat meningkatkan hubungan yang baik dengan mereka. Dengan semakin meluasnya penggunaan teknologi dan internet, konsumen kini memiliki sarana untuk berkomunikasi mengenai produk atau jasa yang mereka konsumsi secara online. Konsep baru yang muncul dari fenomena tersebut adalah Electronic Word of Mouth (eWOM), yang mengacu pada review dan rekomendasi produk yang diberikan oleh konsumen kepada konsumen lainnya melalui platform digital.

Kata Kunci : Digital Marketing, UMKM, eWOM

Abstract

Sosial media has become a fundamental part of today's society, with millions or even billions of people using sosial media with the aim of being able to communicate with others even remotely and share information. Sosial media marketing also significantly influences the performance of MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) around the world, including in Nigeria. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are considered as a vibrant and dynamic sector in the world economy. Along with technological developments, there are many ways that MSMEs can do to expand their reach and increase product sales. Digital marketers can also know how customers react to advertised products by looking at posted tributes or comments. Establishing effective communication with consumers can enhance a good relationship with them. With the increasingly widespread use of technology and the internet, consumers now have the means to communicate about the products or services they consume online. A new concept that emerges from this phenomenon is Electronic Word of Mouth (eWOM), which refers to product reviews and recommendations provided by consumers to other consumers through digital platforms.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, eWOM