

SKRIPSI
PEMANFATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PEMASARAN UMKM OLAHAN MINYAK KELAPA
DI NUSA TENGGARA TIMUR

**(Studi Kasus Produk Fonara Brand Di Desa Wewit
Kecamatan Adonara Tengah Kabupaten Flores Timur)**



Oleh
ISKANDAR M. ZAINUDIN
18083000108

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

**PEMANFATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PEMASARAN UMKM OLAHAN MINYAK KELAPA
DI NUSA TENGGARA TIMUR**
(Studi Kasus Produk Fonara Brand Di Desa Wewit Kecamatan Adonara
Tengah Kabupaten Flores Timur)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana System Informasi
Pada Program S1 Sistem Informasi
Universitas Merdeka Malang**

Oleh

Iskandar M. Zainudin

18083000108

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

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Iskandar M. Zainudin
NIM : 18083000108
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakulta : Teknologi Informasi
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Judu : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran UMKM
Olahan Minyak Kelapa Di Nusa Tenggara Timur.
(Studi Kasus Produk Fonara Brand Di Desa Wewit Kecamatan
Adonara Tengah Kabupaten Flores Timur)

Malang, 21 Agustus 2023

Disetujui Dan Diterima

Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi


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

Dosen Pembimbing


Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0711059203

Dekan

Fakultas Teknologi Informasi


Dr. Mardiana Andarwati, SE., MSi
NIDN. 0716037601

**PEMANFATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN UMKM OLAHAN MINYAK KELAPA DI NUSA
TENGGARA TIMUR(Studi Kasus Produk Fonara Brand Di Desa Wewit
Kecamatan Adonara Tengah Kabupaten Flores Timur)**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Iskandar M. Zainudin

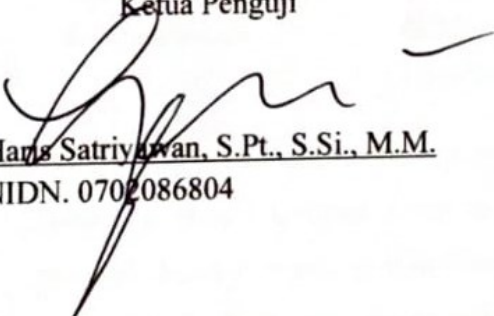
18083000108

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

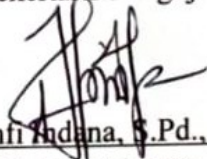
Pada Tanggal 24 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

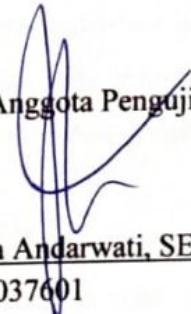
Ketua Penguji


Hary Satriyawan, S.Pt., S.Si., M.M.
NIDN. 0702086804

Sekertaris Penguji


Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 0711059203

Anggota Penguji


Dr. Mardiana Andarwati, SE., MSi
NIDN. 0716037601

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Sisten Informasi

Malang 24 Agustus 2023

Dekan Fakultas Teknologi I
Universitas Merdeka Malang



Dr. Mardiana Andarwati, SE., MSi
NIDN. 0716037601

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Iskandar M. Zainudin
Nim : 18083000108
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Bidang Kajian Skripsi : Analisis Data
Judul Tugas Akhir : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media
Pemasaran UMKM Olahan Minyak Kelapa Di Nusa
Tenggara Timur
(Studi Kasus Produk Fonara Brand Di Desa Wewit
Wewit Kecamatan Adonara Tengah Kabupaten
Flores Timur)
Lokasi Penelitian : Desa Wewit
Alamat Rumah Asal : Jl. Simpang Mega Mendung No 14D
No. Telp/Email : 082237829312
Iskandarm.zainudin21@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, 21 Agustus 2023



Iskandar M. Zainudin

MOTO

“Tidak ada kata gagal dalam perjuangan jangan pernah berhenti sebelum kau menemukan titik keberhasilan mu”

“Jika ingin menjadi orang sukses maka jangan menyerah dengan permasalahan
Karena waktu tak akan pernah berhenti berputar”

“jangan hanya teori aja, tapi bergerak dan buktikan”

LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya ini, saya mempersembahkan untuk semua yang berperan dalam memberikan dukungan serta semangat dan doa yang sangat berarti baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses menyelesaikan pendidikan Serata 1 (satu) sistem informasi selama ini:

1. Allah SWT atas semua rahmat, berkat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik
2. Bapak dan ibu tercinta MUHAMMAD ZAINUDIN dan FATIMAH NIGA atas dukungan dan doa serta motivasi
3. Semua keluarga terima kasih banyak telah memberikan dukungan dan motivasi
4. Sahabat perjuangan sistem informasi angkatan 2018 terutama rollan capitan
5. Alamamaterku tercinta fakultas teknologi informasi universitas merdeka malang

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan kasih, karunia-Nya, tugas akhir ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan yang baik ini dan dengan penuh rasa syukur yang mendalam, perkenankan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Mardiana Andarwati, SE., MSi selaku Ketua Dekan Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan dedikasi selama 4 tahun untuk tercapainya pembelajaran maksimal bagi program studi yang dipimpin.
2. Bapak Galandaru Swalaganata, S.Si., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Lutfhi Indana, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis dan terima kasih atas kesabaran beliau kepada penyusun selama proses pengerjaan skripsi ini.
4. Yang paling istimewa yaitu kepada kedua orang tua saya, Ayah handa Muhammad Zainudin dan Ibunda Fatimah Niga, yang menjadi kekuatan terbesar bagi penulis, terima kasih telah memberikan segenap cinta dan kasih sayang, doa yang tidak pernah putus, motivasi dan memberikan dukungan penuh hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Saudara-saudara Penulis, abang Halim Yatim, abang Syamsul Muhammad, abang Darmanto Muhammad, dan kak Dharmawiti Muhammad. Dan semua keluarga yang telah banyak memberikan motivasi/dorongan dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat penulis, Rollan, Jossi, Sergio, Ramli dan ade Roi Hori, Ellen, Ellytha, Vin Hori, dan Wullan yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTO.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Media Sosial.....	5
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	16
2.1.4 Jenis-jenis UMKM.....	17
2.1.5 Tujuan UMKM	18
2.1.6 Fonara Brand.....	19
2.1.7 Konsitusi Penilaian Variabel UMKM Olahan Minyak Kelapa Produk Fonara Brand.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24

3.2	Lokasi penelitian	24
3.3	Objek Penelitian	24
3.4	Data	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data	25
3.6	Teknik Analisis Data	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Hasil Penelitian.....	28
4.2	Pembahasan Penelitian	33
BAB V PENUTUP.....		37
5.1	Kesimpulan.....	37
5.2	Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....		38
LAMPIRAN.....		40

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	22
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.6 Fonara Brand.....	19
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	40
Lampiran 2. Lembar Persetujuan Tugas Akhir	41
Lampiran 3. Hasil Plagiasi	42

**PEMANFATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN
UMKM OLAHAN MINYAK KELAPA DI NUSA TENGGARA TIMUR
(Studi Kasus Produk Fonara Brand Di Desa Wewit Kecamatan Adonara
Tengah Kabupaten Flores Timur)**

Iskandar M. Zainudin

Program Studi Teknologi Informasi, Program
Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang

Email : Iskandarm.zainudin21@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran UMKM olahan minyak kelapa di Nusat Tenggara Timur. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dengan tujuan untuk pemasaran produk fonara brand kekonsumen. Media sosial merupakan media komunikasi yang dapat menyampaikan pesan dengan memanfaatkan teknologi internet. *Facebook* menjadikan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Objek penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran UMKM olahan minyak kelapa di Desa, Wewit Kecamatan Adonara Tengah, Nusa Tenggara Timur. Dengan memanfaatkan media *facebook* sebagai sarana untuk memasarkan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk memanfaatkan media sosial facebook yang digunakan sebagai media komunikasi pemasaran produk UMKM olahan minyak kelapa, fonara brand. Rencana pemasaran yang dilakukan, yaitu *Situation Analysis dan Time Frame*, dimana untuk melakukan pengamatan kondisi dilingkungan sekitar hasil mayoritas Desa Wewit, Kecamatan Adonara Tengah, Kabupaten Flores Timur menggunakan media *facebook*, orang-orang suka berbelanja secara *online*, sering mencari barang yang sedang *trend*, langka yang digunakan adalah memanfaatkan media *facebook* untuk memasarkan produk fonara brand dan menjualkan produk yang banyak dibutuhkan. Target Market dimana pemasaran produk adalah konsumen dari produk yang ditawarkan. Adanya Program memberikan pelayanan jasa antar barang terhadap konsumen. Proses monitoring mengamati kemabli proses pemasaran yang sudah dilakukan agar dapat mengetahui bagaimana proses pemasaran yang kurang cocok untuk diterapkan, atau proses pemasarannya dapat diterapka untuk produk selanjutnya dikarenakan *efektif* untuk diterapkan melalui media *facebook*.

Kata Kunci: Media Sosial Pemasaran Produk Fonara Brand

**USE OF SOCIAL MEDIA AS A MARKETING MEDIA FOR COCONUT OIL
PROCESSED MSMEs IN EAST NUSA TENGGARA**
*(Case Study of Fonara Brand Products in Wewit Village, Central Adonara
District, East Flores Regency)*

Iskandar M. Zainudin

Program Studi Teknologi Informasi, Program

Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang

Email : Iskandarm.zainudin21@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the use of social media as a marketing medium for MSME processed coconut oil in East Nusa Tenggara. Marketing communication is a communication activity carried out to convey messages with the aim of marketing the product of the brand to consumers. Social media is a communication medium that can convey messages by utilizing internet technology. Facebook is one of the most widely used social media in this study, researchers used a qualitative descriptive method. Data collection techniques used in this study were interviews and observation. The object of this research is the use of social media as a marketing medium for MSME processed coconut oil in Wewit Village, Central Adonara District, East Nusa Tenggara. By utilizing Facebook media as a means to market products. The results of the study show that to utilize social media Facebook is used as a marketing communication medium for MSME products processed coconut oil, the fonara brand. The marketing plan that was carried out, namely Situation Analysis and Time Frame, where to observe conditions in the environment around the results of the majority of Wewit Village, Central Adonara District, East Flores Regency using Facebook media, people like to shop online, often look for trending items, The rare thing that is used is to utilize Facebook media to market Fonara brand products and sell products that are much needed. Target Market where product marketing is the consumer of the product being offered. The existence of a program to provide services between goods to consumers. The monitoring process re-observes the marketing process that has been carried out in order to find out how the marketing process is not suitable to be implemented, or the marketing process can be applied to the next product because it is effective to be implemented through Facebook media.

Keywords: Fonara Brand Product Marketing Social Media