



**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* PADA PELAKU
UMKM KULINER DI KECAMATAN CIBINONG**

SKRIPSI

MUHAMMAD RIFKHI 1710111159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* PADA PELAKU
UMKM KULINER DI KECAMATAN CIBINONG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

MUHAMMAD RIFKHI 1710111159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Rifki

NIM : 1710111159

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Muhammad Rifki)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Rifkhi
NIM : 1710111159
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pemanfaatan *Digital Marketing* Pada Pelaku UMKM Kuliner
di Kecamatan Cibinong**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Juli 2021

Yang menyatakan



(Muhammad Rifkhi)

SKRIPSI

PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* PADA PELAKU UMKM KULINER DI KECAMATAN CIBINONG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD RIFKHI 1710111159

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 12 Juli 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Prasetvo Hadi, SE., MM., CFMP.
Ketua Penguji



Rosali, SE., MM.
Penguji I



Jenji Gunaedi Argo, SE., MM.
Penguji II



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan



Wahyudi, SE., MM.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 12 Juli 2021

The Use of Digital Marketing for Culinary MSMEs in Cibinong District

By Muhammad Rifkhi

Abstract

This study uses a qualitative method that aims to determine the understanding and knowledge, forms of utilization, and the impact of the application of digital marketing by culinary MSME owners in Cibinong District. Data collection techniques in this study used the method of observation, interviews and documentation. Interviews were conducted with 8 informants, 1 representative of the Bogor Regency Cooperatives and UMKM Service, 1 representative of MSME leaders in Cibinong District, 3 culinary MSME owners and their 3 customers. To prove the validity of the data in the study, the researchers used the triangulation and reference method. Furthermore, the data were analyzed by performing data reduction, data display and drawing conclusions. The results of this study indicate that culinary MSME owners in Cibinong District have fairly good knowledge and understanding of digital marketing. This is evidenced by their use of digital marketing, such as the GoFood, GrabFood, and Shopee Food mobile applications, as well as the Google My Business page. The impact felt after implementing digital marketing is to increase sales which have an impact on income and help in promotions that make their business more widely known.

Keywords: Digital Marketing, Culinary, MSME

Pemanfaatan *Digital Marketing* Pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Cibinong

Oleh Muhammad Rifkhi

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan pengetahuan, bentuk pemanfaatan, serta dampak penerapan *digital marketing* yang dilakukan para pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Cibinong. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara serta dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap 8 orang informan, 1 orang perwakilan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor, 1 orang perwakilan tokoh UMKM di Kecamatan Cibinong, 3 pemilik UMKM kuliner beserta 3 orang pelanggannya. Untuk membuktikan keabsahan data dalam penelitian, peneliti menggunakan metode triangulasi serta referensi. Selanjutnya, data dianalisis dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Cibinong memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup baik terhadap *digital marketing*. Hal ini dibuktikan dari penggunaan *digital marketing* yang mereka manfaatkan seperti aplikasi *mobile* GoFood, GrabFood, dan Shopee Food, serta laman Google My Business. Dampak yang dirasakan setelah menerapkan *digital marketing* adalah meningkatkan penjualan yang berimbas pada pendapatan serta membantu dalam hal promosi yang membuat usaha mereka semakin dikenal luas.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Kuliner, UMKM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Hari ini Senin, tanggal 12 Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Muhammad Rifkhi




NIM 1710111159

Program : Manajemen S.1

“Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Cibinong”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP.	Ketua Penguji	
2	Rosali, SE., MM.	Penguji I	
3	Jenji Gunaedi Argo, SE., MM.	Penguji II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Juli 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi, SE., MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. atas segala karunia, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pemanfaatan *Digital Marketing* pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Cibinong” dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Bapak Jenji Gunaedi Argo, SE., MM. dan Ibu Yuliniar, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan serta masukan yang bermanfaat dalam kelancaran penelitian ini, serta kepada seluruh tenaga pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tersayang Bapak Jonny Firdaus dan Ibu Euis Supenti yang telah memberikan doa serta dukungan moral maupun material berupa fasilitas untuk membantu menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada sahabat dan teman-teman, baik di dalam maupun di luar lingkungan UPNVJ yang telah memberikan dukungan serta membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang.

Jakarta, 12 Juli 2021

Muhammad Rifkhi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1. Penelitian Terdahulu	10
II.2. Landasan Teori	13
II.2.1. Pemasaran.....	13
II.2.2. Manajemen Pemasaran.....	14
II.2.3. Strategi Pemasaran.....	15
II.2.4. Digital Marketing.....	15
II.3. Deskripsi Objek	19
II.3.1 UMKM.....	19

II.3.2	UMKM di Kecamatan Cibinong	22
II.3.3	UMKM Kuliner Nasi Goreng Dhenok.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
III.1.	Metode Penelitian	25
III.2.	Lokasi Penelitian.....	25
III.3.	Objek, Subjek Penelitian dan Sumber Data	26
III.3.1.	Objek Penelitian.....	26
III.3.2.	Subjek Penelitian	26
III.3.3.	Sumber Data	26
III.4.	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	27
III.4.1.	Observasi	27
III.4.2.	Wawancara	28
III.4.3.	Dokumentasi.....	28
III.5.	Teknik Validitas Data	29
III.5.1.	Triangulasi.....	29
III.5.2.	Referensi.....	29
III.6.	Teknik Analisa Data	29
III.6.1.	Reduksi Data.....	29
III.6.2.	Penyajian Data	29
III.6.3.	Penarikan Kesimpulan	30
III.7.	Riset Desain.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN		33
IV.1.	Kegiatan Wawancara	33
IV.2.	Kegiatan Observasi	39
IV.3.	Dokumentasi.....	39
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		40
V.1.	Analisis Data	40
V.2.	Pembahasan	51
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN		54
VI.1.	Simpulan	54

VI.2.	Keterbatasan	54
VI.3.	Saran	55

DAFTAR PUSTAKA	56
-----------------------------	-----------

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2019-2021	1
Tabel 2. Profil UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor Tahun 2019	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jenis UMKM Bidang Kuliner Binaan Dinas Koperasi dan UMKM di Kecamatan Cibinong Tahun 2019	6
Gambar 2. UMKM Kuliner Nasi Goreng Dhenok di Kecamatan Cibinong	24
Gambar 3. Riset Desain	31
Gambar 4. Wawancara dengan Bapak Syamsu	34
Gambar 5. Wawancara dengan Bapak Sotari.....	35
Gambar 6. Wawancara dengan Saudara Guruh Burhanto	35
Gambar 7. Wawancara dengan Bapak Joy.....	36
Gambar 8. Wawancara dengan Saudara Beben.....	37
Gambar 9. Wawancara dengan Bapak Dedi.....	37
Gambar 10. Wawancara dengan Bapak Supardi Mahardika.....	38
Gambar 11. Wawancara dengan Bapak Arif Burhanudin.....	39
Gambar 12. Media Promosi yang Digunakan UMKM Nasi Goreng Dhenok	45
Gambar 13. Media Promosi yang Digunakan UMKM Nasi Goreng Spesial Om Joys	46
Gambar 14. Media Promosi yang Digunakan UMKM Nasi Goreng Hayang.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Lampiran 2. Surat Permohonan Riset

Lampiran 3. Hasil Turnitin