



**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UMKM DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN PRODUK PASCA
PANDEMI (Studi deskriptif kualitatif terhadap pemilik UMKM Niekting
dan Babeh Boyo)**

Tugas Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nur Azizah Salsabil

1910411223



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Nur Azizah Salsabil

NIM: 1910411223

Fakultas: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI DIGITAL MARKETING UMKM DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN PRODUK PASCA PANDEMI (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap pemilik UMKM Niekting dan Babehe Boyo)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Jakarta 24 Juli 2023

Yang menyatakan,



Nur Azizah Salsabil

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama: Nur Azizah Salsabil

NIM: 1910411223

Tanggal: 26 Juni 2023

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

Jakarta, 26 Juni 2023
Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is yellow and red, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '10.000' and 'STAMP TEMPEL'. The signature is written in a cursive style.

Nur Azizah Salsabil

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Nur Azizah Salsabil
NIM : 1910411223
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Digital *Marketing* UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Penjualan Produk (Studi deskriptif kualitatif terhadap pemilik UMKM Niekting dan Babeh Boyo)

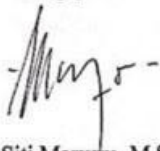
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Windhiadi Yoga Sembada, S.I.Kom. M.Si)

Penguji 1



(Dra. Siti Maryam, M.Si.)

Penguji 2



(Vinta Sevilla, SIIP.,M.I.Kom)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Azwar, SS., M.Si.)

Ditetapkan di: Jakarta
Tanggal Ujian: 03 Juli 2023

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Strategi Digital Marketing UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Penjualan Produk (Studi deskriptif kualitatif terhadap pemilik UMKM Niekting dan Babeh Boyo)*. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa Terima Kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan serta dorongan. Dengan rasa hormat dan Terima Kasih penulis tujukan kepada Orang Tua Tercinta, Mami dan Papa, Kakak Disa Prihantini Kusuma M.IKom dan Adik Risaldi Mattotorang yang senantiasa memberikan doa yang tulus serta memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Bapak Windhiadi Yoga Sembada S.I.Kom M.Si Sebagai Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan mengajarkan banyak hal terhadap penulis. Gavra Arkananta yang senantiasa berkontribusi serta memberi semangat, dukungan dan motivasi terhadap diri penulis disegala situasi baik suka maupun duka selama pengerjaan skripsi. Sahabat tercinta Annisa Fitria, Fretzelita Gatra, Jihan Rona, Rindu Muchliza, Siti Adira, dan Higa Askamal yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada penulis Teman seperjuangan bimbingan Angel Malina, Rishanti, dan Lira yang selalu memberi semangat serta teman-teman penulis yang tidak bisa disebut satu persatu

Wassalamualaim Wr.Wb.

Jakarta, 26 Juni 2023

Nur Azizah Salsabil

“STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UMKM DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN PRODUK PASCA PANDEMI”

(Studi deskriptif terhadap pemilik UMKM Niekting dan Babeh Boyo)

Nur Azizah Salsabil

Abstrak

UMKM diharapkan lebih melek teknologi agar memudahkan pelaku UMKM untuk memasarkan produk. Pandemi covid 19 membuat sektor ekonomi di Indonesia terpukul, banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) susah payah menghadapi bisnisnya yang terhambat. Namun sebagian dari mereka mampu tetap bertahan dengan memanfaatkan sedikit peluang yang ada. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang digunakan pemilik UMKM dalam upaya memajukan suatu produk pasca pandemi. Metodologi dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data penelitian ini dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian Strategi komunikasi yang dilakukan UMKM Niekting dan babeh boyo adalah melalui media sosial Instagram, dengan cara aktif membuat konten yang bermanfaat, selain itu menggunakan strategi mouth to mouth. Kesimpulan yaitu strategi komunikasi yang dilakukan UMKM Niekting dan babeh boyo adalah melalui media sosial Instagram dengan cara aktif membuat konten yang bermanfaat, selain itu menggunakan strategi mouth to mouth dan juga sering mengikuti bazar dan juga pelatihan khusus.

Kata Kunci: UMKM, *digital marketing*, Strategi Pemasaran

“SME DIGITAL MARKETING STRATEGY IN EFFORTS TO IMPROVE POST-PANDEMI PRODUCT SALES PERFORMANCE”

(Descriptive study of SME owners Niekting and Babeh Boyo)

Nur Azizah Salsabil

Abstract

SME are expected to be more literate in technology in order to make it easier for SMEs to market their products. The Covid 19 pandemic has hit the economic sector in Indonesia, many small and medium enterprises SME are struggling to deal with their hampered businesses. However, some of them were able to survive by taking advantage of the few opportunities that existed. The purpose of this study is to find out what strategies are used by MSME owners in an effort to promote a post-pandemic product. The methodology in this research is descriptive qualitative method. The data collection method of this research is by observing, interviewing, documenting, and drawing conclusions. The results of the research on the communication strategy carried out by Niekting and babeh boyo SME are through social media Instagram, by actively creating useful content, besides using a mouth to mouth strategy. The conclusion is that the communication strategy carried out by SME Niekting and Babeh Boyo is through Instagram social media by actively creating useful content, besides using a mouth to mouth strategy and also often participating in bazaars and special training.

Keywords: *UMKM, Digital Marketing, Marketing Strategy*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II	19
2.1 Konsep dan Teori Penelitian.....	19
2.1.1 Konsep Penelitian.....	19
2.1.2 Pemasaran.....	20
2.1.3. Usaha Mikro.....	22
2.1.4 Usaha Kreatif.....	23
2.1.5 Strategi <i>Marketing</i>	24
2.1.6 Digital <i>Marketing</i>	28
2.1.7 UMKM.....	37
2.2 Teori.....	39

2.3 Kerangka Pemikir	50
BAB III.....	51
METODOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1. Objek Penelitian	51
3.2. Jenis Penelitian.....	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4 Informan	57
3.5. Sumber Data.....	59
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
3.7. Tabel Rencana Waktu.....	61
BAB IV.....	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Diskusi dan Analisis Data.....	62
4.2.1 Strategi pada pasca pandemic Covid-19.....	70
BAB V.....	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
5.2.2. Saran Praktis.....	80
5.2.3 Saran Teoritis.....	80
Daftar Pustaka.....	81