

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN
DIGITAL BAGI PELAKU UMKM**

(STUDI PADA PELAKU UMKM DI PUSAT KOTA MADIUN)

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang dan Memenuhi Salah Satu

Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pengampu:

Widiya Yutanti, S.Sos, M.A

**Program Studi Ilmu Komunikasi
(Komunikasi Jurnalistis)**



Disusun Oleh:

Bimantara Yoga Kharisma

201910040311207

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL
BAGI PELAKU UMKM
(STUDI PADA PELAKU UMKM DI PUSAT KOTA MADIUN)**

Diajukan Oleh :

BIMANTARA YOGA KHARISMA

201910040311207

Telah disetujui

Rabu / 16 Oktober 2024

Pembimbing I



Widiya Yutanti, S.Sos., M.A

Wakil Dekan



Najamuddin Fairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

BIMANTARA YOGA KHARISMA
201910040311207

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 16 Oktober 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Zen Amirudin, M.Med.Kom ()
2. Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom ()
3. Widiya Yutanti, S.Sos., M.A ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Chusnul Rizal, S.IP., M.Hub.Int.

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Bimantara Yoga Kharisma
No. Induk Mahasiswa	: 201910040311207
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pemahaman dan Kesadaran Pelaku UMKM Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Pusat Kota Madiun)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 4 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, S.Sos., M.A



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Bimantara Yoga Kharisma
NIM : 201910040311207
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pemahaman dan Kesadaran Pelaku UMKM Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Pusat Kota Madiun)

Disetujui,
Pembimbing

Widiya Yutanti, S.Sos., M.A

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bimantara Yoga Kharisma
NIM : 201910040311207
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

“Pemahaman dan Kesadaran Pelaku UMKM Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Pusat Kota Madiun)”

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 Maret 2024

Yang Menyatakan,



(Bimantara Yoga Kharisma)



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Oleh:

Nama : Bimantara Yoga Kharisma

NIM : 201910040311207

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 4 Maret 2024

Pembimbing I

Widiya Yutanti, S.Sos., M.A (Hons)

NIP. 10303090396

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Bimantara Yoga Kharisma

NIM : 201910040311207

Hasil Plagiasi : 16/8 19/9

BAB I	59	11		
BAB II	84	7		
BAB III	78	16		

16/8 19/9

BAB IV	16			
BAB V	67	10		
BAB VI				

Malang, 16 Agustus 2024
Admin Plagiasi Prodi,







PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



HALAMAN BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Bimantara Yoga Kharisma
2. NIM : 201910040311207
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pemahaman dan Kesadaran Pelaku UMKM Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM yang Ada Di Pusat Kota Madiun)
6. Pembimbing : Widiya Yutanti, S.Sos., M.A
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing I
Rabu, 09/08/2023	ACC Judul	
Senin, 13/11/2023	ACC Bab 1,2, dan 3	
Sabtu 18/12/2023	ACC Bab 4 dan 5	
Senin 08/01/2024	Seminar Hasil Skripsi	

Malang, 23 Februari 2024
Dosen Pembimbing,



Widiya Yutanti, S.Sos., M.A

HALAMAN BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Senin, 8 Januari 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Bimantara Yoga Kharisma
NIM	201910040311207
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi/ Jurnalistik
Judul Proposal	Pemahaman dan Kesadaran Pelaku UMKM Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM yang Ada Di Pusat Kota Madiun)

Dihadiri oleh Dosen Penguji

1. Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing

1. Widiya Yutanti, S.Sos., M.A

Dan dihadiri oleh 14 Mahasiswa (presensi terlampir)

Penyajian dinyatakan **LULUS/TIDAK LULUS**

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, S.Sos., M.A

Malang, 23 Februari 2024

Dosen Penguji



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn.,
M.Med.Kom

Kaprodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si

HALAMAN DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL

Bimantara Yoga Kharisma / 201910040311207

No	Nama	Jurusan/Prodi
1	Zakwan Maula	Ilmu Komunikasi
2	Muhammad Andy Bagus	Ilmu Komunikasi
3	Mochamad Firdaus	Ilmu Komunikasi
4	Muhammad Athallah	Ilmu Komunikasi
5	Alviensa Purenda	Ilmu Komunikasi
6	Rasyid Riswa Ananda	Ilmu Komunikasi
7	Aryan Dava Yoga Sukrisna	Ilmu Komunikasi
8	Arsy Syuyufil Qilbi	Ilmu Komunikasi
9	Inaaya Alifka	Ilmu Komunikasi
10	Wicak Adi Aprilianto	Ilmu Komunikasi
11	Fitra Biastarisa	Ilmu Komunikasi
12	Maria Maharani	Ilmu Komunikasi
13	Alif Fuadanindya	Ilmu Komunikasi
14	Iqbal Maulana Astika Winardi	Ilmu Komunikasi
15		
16		
17		
18		
19		

ABSTRAK

ABSTRAK

Bimantara Yoga Kharisma, NIM 201910040311207, Judul Penelitian: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital Bagi Pelaku UMKM (Studi Pada Pelaku UMKM Di Pusat Kota Madiun), 73 halaman, Dosen Pembimbing: Widiya Yutanti, S.Sos, M.A

Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran digital para pelaku UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan badan usaha yang dijalankan, oleh perorangan, rumah tangga, serta usaha kecil dan menengah. Perkembangan teknologi dan akses internet yang semakin luas telah menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk memasarkan produk dan jasa mereka. Salah satu alasan utama kesadaran yang rendah adalah kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan media sosial, kekurangan pengetahuan mengenai cara mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran. Sesuai permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran digital pelaku UMKM di Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun dalam. Komunikasi Pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan meningkatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Media sosial merupakan salah satu metode pemasaran digital hemat biaya yang bisa digunakan untuk meningkatkan popularitas merek bisnis Anda. Digital marketing merupakan platform yang digunakan oleh para pelaku bisnis untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Jenis penelitiannya pendekatan deskriptif kualitatif. Subyek penelitiannya para pelaku UMKM. Lokasi penelitian ini di daerah pusat perkotaan Madiun yang beralamatkan di Jalan Pahlawan, Kota Madiun, Jawa Timur. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, verifikasi data. Teknik keabsahan data yaitu confirmability. Hasil penelitian dan pembahasan ini memaparkan hasil observasi, hasil wawancara, temuan peneliti serta pembahasan penelitian yaitu penelitian kualitatif pada pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM. Kesimpulan penelitian ini yaitu karena faktor internal seperti SDM yang rendah untuk mengelola pemasaran digital.

Kata Kunci: *Pemahaman, Kesadaran, Pelaku UMKM, Media Sosial, Pemasaran Digital*

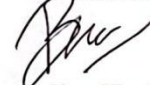
Malang, 23 Februari 2024

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, S.Sos, M.A

Nama Peneliti



Bimantara Yoga Kharisma

ABSTRACT

Bimantara Yoga Kharisma, NIM 201910040311207, Research Title: Utilization of Social Media as a Digital Marketing Media For MSMEs (Case Study of MSMEs in Madiun City Center), 73 pages, Supervisor: Widiya Yutanti, S.Sos, M.A

This study discusses the utilization of social media as a digital marketing media for MSMEs. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are business entities run by individuals, households, and small and medium businesses. The development of technology and increasingly widespread internet access have created new opportunities for MSMEs to market their products and services. One of the main reasons for low awareness is the lack of understanding of digital marketing strategies and social media, lack of knowledge on how to optimize the use of social media as a marketing communication tool. In accordance with the problems raised in the study, the purpose of this study is to determine the utilization of social media as a digital marketing media for MSMEs in Pahlawan Street Center (PSC) Madiun City in. Marketing Communication is a means used by companies in an effort to inform, persuade and increase consumers directly or indirectly about the products and brands they sell. Social media is one of the cost-effective digital marketing methods that can be used to increase the popularity of your business brand. Digital marketing is a platform used by business actors to promote the products or services they offer. This study uses a qualitative approach using a descriptive approach. The type of research is a qualitative descriptive approach. The subjects of the study were MSME actors. The location of this research is in the central urban area of Madiun which is located at Jalan Pahlawan, Madiun City, East Java. Data collection techniques use interviews. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, data verification. Data validity techniques are confirmability. The results of this study and discussion present the results of observations, interview results, researcher findings and research discussions, namely qualitative research on the understanding and awareness of MSME actors. The conclusion of this study is due to internal factors such as low human resources to manage digital marketing.

Keywords: *Understanding, Awareness, MSME Actors, Social Media, Digital Marketing*

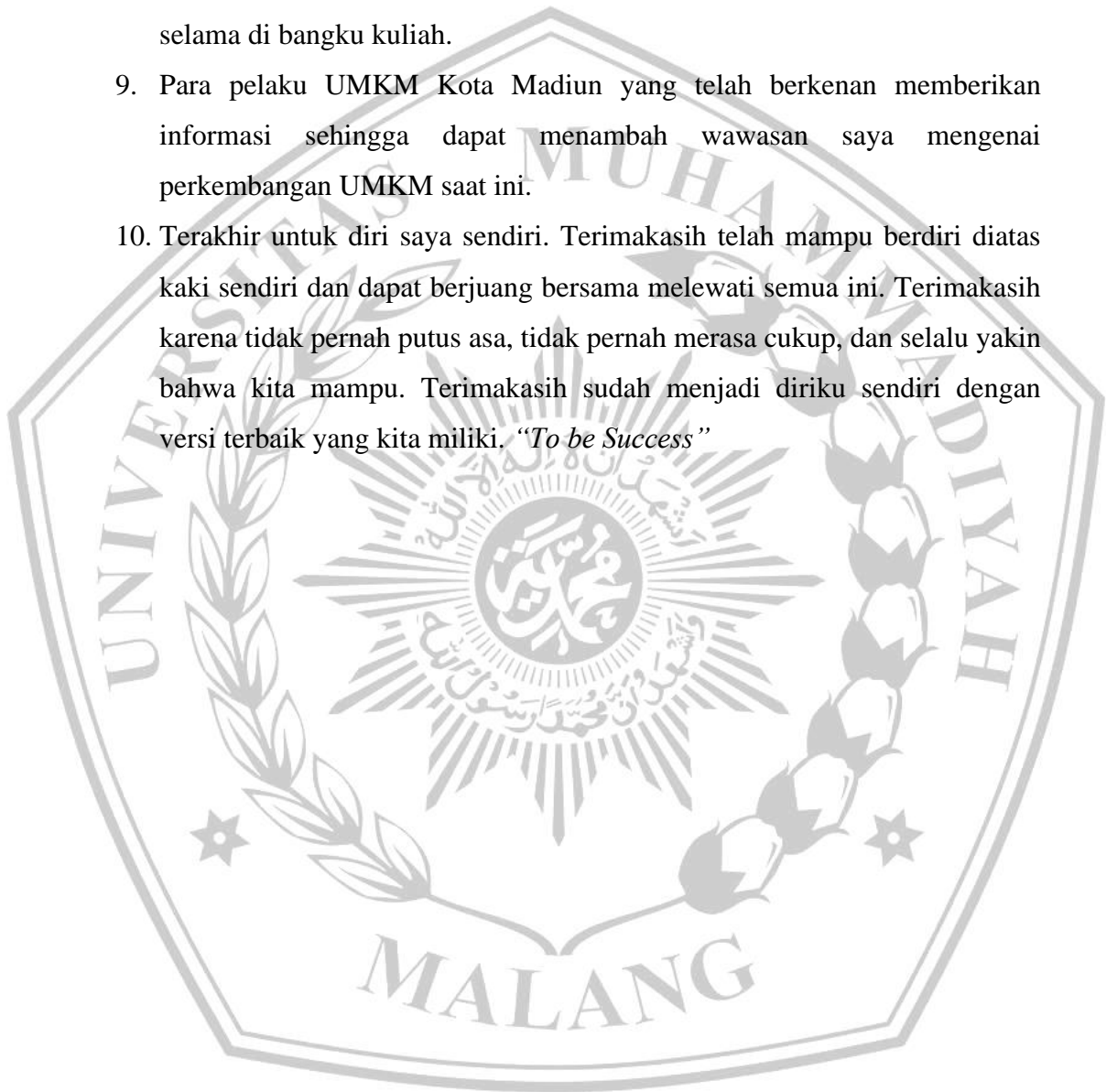
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL BAGI PELAKU UMKM (STUDI PADA PELAKU UMKM DI PUSAT KOTA MADIUN)”**

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang. Peneliti menyadari bahwa tanpa dukungan, bantuan, partisipasi serta bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Untuk itu, peneliti mengucapkan rasa terimakasih kepada orang-orang yang turut serta membantu dalam bentuk apapun, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi, antara lain:

1. H. Yoanes Sugiyanto, seseorang yang biasa saya sebut ayah mulai dari saya kecil hingga sampai saat ini. Beliaulah yang terus memotivasi saya untuk berjuang melewati rintangan apapun dan tak kenal putus asa. Alhamdulillah di titik ini, saya bisa berada ditahap menyelesaikan karya tulis ilmiah. Terimakasih sudah mendidik saya sejauh ini.
2. Hj. Ismiatun, sosok perempuan yang hebat dalam hidup saya. Saya persembahkan tulisan ini untuk beliau. Terimakasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya penuh kasih sayang, selalu berjuang untuk kehidupan saya, hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada di posisi saat ini.
3. Brillian Satria Wijaya, saudara kandung saya yang terbaik, terimakasih banyak atas bimbingan, dukungan, arahan yang telah diberikan selama ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang
5. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
6. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang

7. Ibu Widiya Yutanti, S.Sos, M.A selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan arahan dan saran demi terselesaikannya skripsi penulis.
8. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan ilmu yang menunjang pengetahuan dan pengalaman yang berharga bagi penulis selama di bangku kuliah.
9. Para pelaku UMKM Kota Madiun yang telah berkenan memberikan informasi sehingga dapat menambah wawasan saya mengenai perkembangan UMKM saat ini.
10. Terakhir untuk diri saya sendiri. Terimakasih telah mampu berdiri diatas kaki sendiri dan dapat berjuang bersama melewati semua ini. Terimakasih karena tidak pernah putus asa, tidak pernah merasa cukup, dan selalu yakin bahwa kita mampu. Terimakasih sudah menjadi diriku sendiri dengan versi terbaik yang kita miliki. *“To be Success”*



DAFTAR ISI

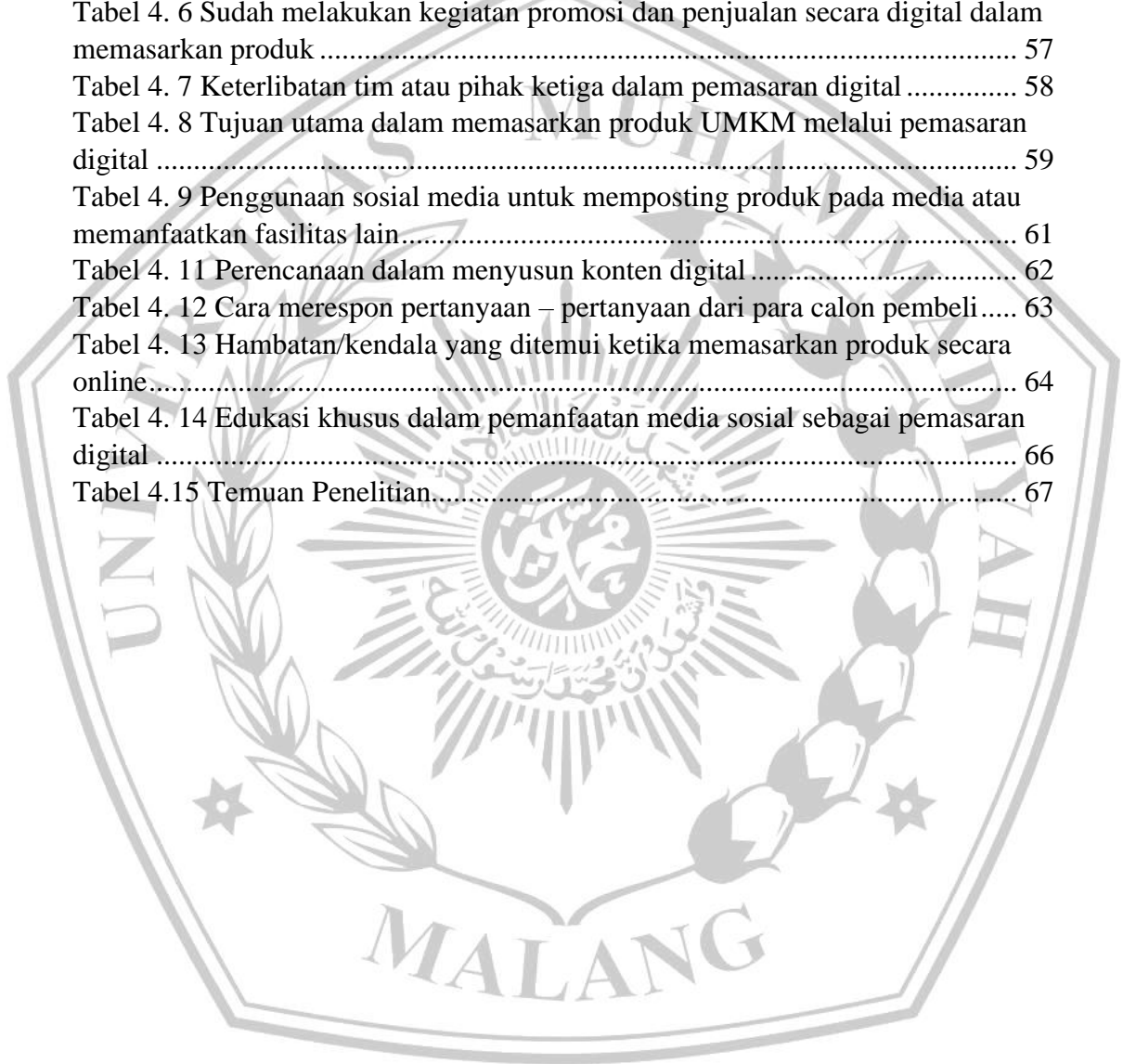
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN PLAGIASI	vi
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
HALAMAN BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
HALAMAN BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
HALAMAN DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kajian Hasil Terdahulu	12
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Landasan Teoritik	15
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
B. Subjek dan Lokasi Penelitian	28
C. Teknik Pengumpulan Data	29
D. Teknik Pemrosesan infromasi	33
E. Teknik Penyajian Data	36
F. Teknik Keabsahan Data	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Gambaran Objek Penelitian	39
C. Sajian Data	51

D. Pembahasan Temuan.....	67
BAB V.....	72
PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Jadwal Wawancara.....	39
Tabel 4.2 jenis produk yang ditawarkan melalui UMKM	52
Tabel 4. 3 Upaya untuk pengembangan produk UMKM.....	53
Tabel 4. 4 Jenis konten yang paling efektif untuk produk	54
Tabel 4. 5 Platform media sosial yang digunakan	55
Tabel 4. 6 Sudah melakukan kegiatan promosi dan penjualan secara digital dalam memasarkan produk	57
Tabel 4. 7 Keterlibatan tim atau pihak ketiga dalam pemasaran digital	58
Tabel 4. 8 Tujuan utama dalam memasarkan produk UMKM melalui pemasaran digital	59
Tabel 4. 9 Penggunaan sosial media untuk memposting produk pada media atau memanfaatkan fasilitas lain.....	61
Tabel 4. 11 Perencanaan dalam menyusun konten digital	62
Tabel 4. 12 Cara merespon pertanyaan – pertanyaan dari para calon pembeli.....	63
Tabel 4. 13 Hambatan/kendala yang ditemui ketika memasarkan produk secara online.....	64
Tabel 4. 14 Edukasi khusus dalam pemanfaatan media sosial sebagai pemasaran digital	66
Tabel 4.15 Temuan Penelitian.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 UMKM Di Pahlawam Street Center Kota Madiun	39
Gambar 4.2 Lapak UMKM Tri Wahyuni	45
Gambar 4.3 Lapak UMKM Endang Rahayu.....	46
Gambar 4.4 Lapak UMKM Nita Jiwayani.....	47
Gambar 4.5 Lapak UMKM Sundus Sulaida	48
Gambar 4.6 Lapak UMKM Fandika Yuffi	49
Gambar 4.7 Lapak UMKM Oksta Rachmaddan.....	50



DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, N. S. (2019). *Pengantar Belajar Digital Marketing*. Semarang.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta :
Rineka Cipta.
- Dalman. (2016). *Ketrampilan Menulis*. Depok: Rajawali Pers.
- Henderi, Yusup, M., & Yuliana, I. G. (2007). *Pengertian Media Sosial*. Jakarta.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller, P., & Lane, K. (2016). *Marketing Management*. London.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Jakarta: PT.
Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja
Rosdakarya.
- Norman K Denzin, Y. S. (1994). *Hand Book of Qualitative Research*. London :
Sage Publications.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London :
Sage Publication .
- Poerwandari, E. K. (2011). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*.
Jakarta : LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT.Elex Komputindo.

S, N. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung : Tarsito.

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV.Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sutopo, H. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Universitas Negeri Sebelas Maret.

Wiersma, W. (1986). *Research Methods In Education* . Massachusetts: Allyn and Bacon.

Yoeti, O. A. (1990). *Pengantar Ilmu Pariwisata* . Bandung: Angkasa.

