



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**ANALISIS PENGARUH OPTIMALISASI PEMASARAN
MELALUI INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN USAHA
PADA UMKM KULINER DI CIBINONG**



ALIFIA CIANKA MUMTAZ

NIM: 1905421029

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2023

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRAK

ALIFIA CIANKA MUMTAZ. Analisis Pengaruh Optimalisasi Pemasaran Melalui Instagram dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Cibinong.2023.

Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari suatu bisnis atau perusahaan, di mana segala aktivitasnya berorientasi pada kesuksesan. Sebuah bisnis atau perusahaan dianggap berhasil ketika menghasilkan profit atau laba. Selain itu, produktivitas dan efisiensi, kualifikasi dan etika bisnis, daya saing, dan citra yang baik juga menjadi aspek yang diukur dalam keberhasilan suatu usaha. Salah satu faktor dalam mencapai keberhasilan usaha adalah dengan promosi. Di era digital ini, promosi secara *online* melalui media sosial merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan dalam menghadapi persaingan. Terlebih lagi untuk para pelaku UMKM di Kabupaten Bogor yang tepatnya berada di Kecamatan Cibinong karena jumlah UMKM di wilayah tersebut selalu meningkat tiap tahunnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh optimalisasi pemasaran melalui Instagram terhadap keberhasilan usaha pada UMKM. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang mengisi kuesioner dan 30 responden untuk wawancara yang tersebar pada UMKM bidang kuliner di Cibinong. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan data penelitian dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *social media marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai koefisien jalur 0,892 dan *P Value* 0,000.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Keberhasilan Usaha

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRACT

ALIFIA CIANKA MUMTAZ. *Analysis of the Effect of Marketing Optimization Through Instagram in Increasing Business Success in Culinary MSMEs in Cibinong.2023.*

Business success is the main goal of a business or company, where all activities are oriented towards success. A business or company is considered successful when it makes a profit or profit. In addition, productivity and efficiency, business qualifications and ethics, competitiveness, and a good image are also aspects that are measured in the success of a business. One of the factors in achieving business success is promotion. In this digital era, online promotion through social media is a very important thing to do in the face of competition. Especially for MSME players in Bogor Regency, which is precisely located in Cibinong District because the number of MSMEs in the region always increases every year. This research was conducted to determine the effect of optimizing marketing through Instagram on business success in MSMEs. The sample number was 100 respondents who filled out questionnaires and 30 respondents for interviews spread across MSMEs in the culinary sector in Cibinong. The data collection method used was a questionnaire and the research data was analyzed using PLS-SEM with the help of SmartPLS. The results showed that social media marketing variables had a significant positive effect on business success with a path coefficient value of 0.892 and P Value of 0.000.

Keywords: *Social Media Marketing, Business Success*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Alifia Cianka Mumtaz
NIM : 1905421029
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Optimalisasi Pemasaran Melalui Instagram dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Cibinong

Depok, 31 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.AB
NIP 199001042019032026

Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP 197404032001121002

Mengetahui

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP 196501311989032001

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Alifia Cianka Mumtaz
NIM : 1905421029
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Optimalisasi Pemasaran Melalui Instagram dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Cibinong

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sain Terapan (S. ST) pada Program Studi S1(T) Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 31 Agustus 2023
Waktu : 11.00 – 12.00

TIM PENGUJI

Ketua Sidang Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.AB
NIP 199001042019032026
Penguji 1 Dewi Winarni Susyanti, S.E., M.Si
NIP 195906041989102001
Penguji 2 Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd
NIP 198711122019032011

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administra Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 13 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Alifia Cianka Mumtaz

1905421029



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul *Analisis Pengaruh Optimalisasi Pemasaran Melalui Instagram dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Cibinong* sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa proses penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.AB. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan, saran, dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Riza Hadikuma, M.Ag selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Para dosen dan karyawan Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Orang tua penulis, ayah Metri Witanto dan ibu Susilowati yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya, Hani, Rizka, Nurifa, dan Dhimas yang selalu mendukung saya untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Teman-teman Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu kelancaran penelitian dan penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan jasa semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis meminta maaf atas kekurangan tersebut. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar menjadi bahan evaluasi penulis. Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, maupun pihak lain yang berkepentingan.

Depok, 13 Juni 2023

Penulis,

Alifia Cianka Mumtaz

NIM 1905421029

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	8
2.1.2 Keberhasilan Usaha	12
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	15
2.1.4 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha	18
2.2 Hasil Penelitian/Jurnal yang Relevan	19
2.3 Deskripsi Konseptual	24
2.4 Perumusan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.1.1 Waktu Penelitian	28
3.1.2 Tempat Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	30
3.2.1 Populasi dan Sampel	30

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.3	Teknik Pengolahan Data	37
3.2.4	Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Hasil Rekapitulasi Data	44
4.1.1	Hasil Penyebaran Kuesioner	44
4.1.2	Karakteristik Responden	44
4.2	Hasil Analisis Data.....	48
4.2.1	Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian.....	49
4.2.2	Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	60
4.2.3	Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	64
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	66
4.2.5	Hasil Model Pengukuran.....	69
4.3	Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		77



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sektor Usaha dengan Jumlah IMK Terbanyak di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Jumlah UKM di Indonesia	2
Gambar 1.3 Data UMKM Jawa Barat.....	3
Gambar 1.4 Jumlah UMKM Kecamatan Cibinong	3
Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	4
Gambar 1.6 Jenis Saluran Berjualan UMKM di Indonesia	4
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 <i>Output PLS Algorithm</i>	69
Gambar 4.2 <i>Path Model LS Bootstrapping</i>	69





DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	19
Tabel 3.1. Alokasi Waktu Penelitian	28
Tabel 3.2 Jumlah UMKM kuliner per Kelurahan	29
Tabel 3.3 Pola Scoring Skala Likert	33
Tabel 3.4 Operasional Variabel Independen Penelitian	35
Tabel 3.5 Operasional Variabel Dependen Penelitian	36
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Profesi	46
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Domisili Kelurahan	47
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendapatan	48
Tabel 4.6 Kategori Skoring	49
Tabel 4.7 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel <i>Social Media Marketing</i> ...	50
Tabel 4.8 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keberhasilan Usaha	55
Tabel 4.9 Nilai AVE	60
Tabel 4.10 Nilai <i>Outer loading</i>	61
Tabel 4.11 Nilai <i>Cross Loading</i>	63
Tabel 4.12 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	64
Tabel 4.13 Nilai <i>R-square</i>	65
Tabel 4.14 Nilai <i>F-square</i>	65
Tabel 4.15 Nilai <i>Q-square</i> dengan Menggunakan <i>Blindfolding</i>	66
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Jalur Variabel Penelitian	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	68
Tabel 4.18 Hasil Hipotesis Penelitian	70

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	77
Lampiran 2	Pertanyaan Wawancara.....	83
Lampiran 3	Data Tabulasi Variabel X1.....	84
Lampiran 4	Data Tabulasi Variabel Y1.....	88
Lampiran 5	Hasil SmartPLS.....	92
Lampiran 6	<i>Curriculum Vitae</i>	95





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun ini, muncul kekhawatiran mengenai isu ancaman resesi setelah melemahnya pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 di Indonesia. Dalam menghadapi hal tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diyakini dapat menjadi solusi untuk menghadapi resesi apabila dijalankan secara maksimal. Hal ini dapat dibuktikan dengan bertahannya UMKM di masa-masa sulit, seperti krisis 1998 dan pandemi Covid-19.

Berdasarkan hal tersebut, jalan keluar dalam menghadapi permasalahan ekonomi dapat dilakukan oleh UMKM. Pada saat ini, jumlah UMKM sudah mencapai 64,2 juta unit (Smescso, 2023). UMKM telah memberikan kontribusi hingga 62,55% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan memberikan lapangan kerja kepada 97,22% tenaga kerja di Indonesia, maka nilai penjualan produk UMKM akan memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian (Pratiwi, 2023).

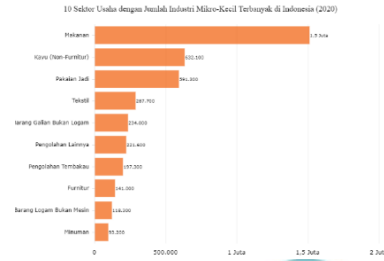
Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) kian meningkat dengan baik di banyak sektor. Sebagian besar usaha atau Industri Mikro Kecil (IMK) Indonesia berada pada industri makanan. Dari grafik yang terdapat pada gambar 1.1, Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa jumlah IMK pada industri makanan mencapai 1,51 juta unit usaha pada tahun 2020. Proporsi IMK pada industri makanan mencapai 36% dari seluruh IMK nasional, dengan total 4,21 juta usaha (Ahdiat, 2022).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

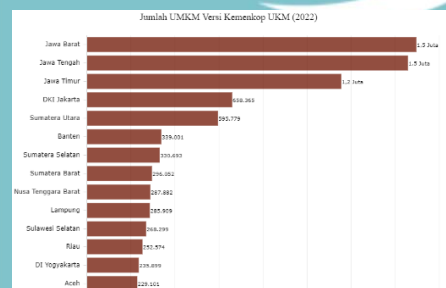


Gambar 1.1

Sektor Usaha dengan Jumlah IMK Terbanyak di Indonesia

Sumber: katadata.co.id, 2020

Dari data yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), pulau Jawa memiliki jumlah UMKM terbanyak. Dilihat grafik yang terdapat pada gambar 1.2, dapat diketahui bahwa Jawa Barat menjadi juara UMKM yang memiliki 1,49 juta unit usaha. Di urutan kedua adalah Jawa Tengah dengan 1,45 juta unit. Di urutan ketiga ada 1,15 juta unit usaha yang berada di Jawa Timur (Santika, 2023).



Gambar 1.2

Jumlah UKM di Indonesia

Sumber: katadata.co.id, 2022

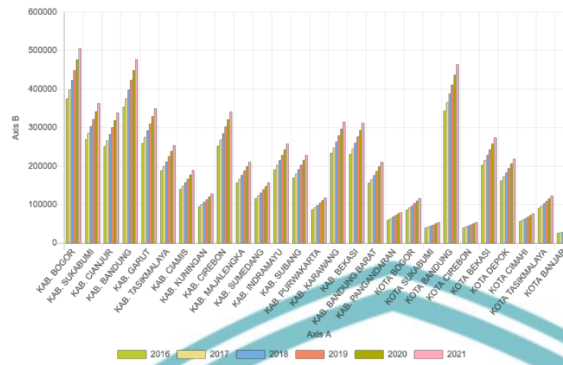
Dari grafik yang terdapat pada gambar 1.3, ditemukan bahwa Kabupaten Bogor memiliki jumlah UMKM terbanyak dan mengalami peningkatan jumlah UMKM setiap tahunnya. Pada tahun 2021, terhitung jumlah UMKM Kabupaten Bogor sudah mencapai 506.347 unit. Selain memiliki jumlah UMKM terbanyak, UMKM dengan kategori usaha kuliner terbanyak juga terdapat di Kabupaten Bogor dengan jumlah 181.187 unit (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2023).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

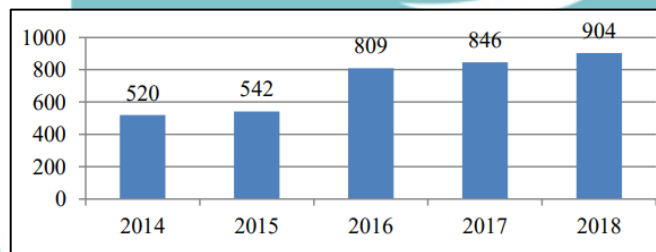


Gambar 1.3

Data UMKM Jawa Barat

Sumber: opendata.jabarprov.go.id, 2023

Salah satu kecamatan pada Kabupaten Bogor yang mengalami peningkatan jumlah UMKM di setiap tahunnya adalah Kecamatan Cibinong. Dapat dilihat pada gambar 1.4, grafik jumlah UMKM Kecamatan Cibinong selalu meningkat tiap tahunnya. Jumlah UMKM yang terus meningkat menimbulkan persaingan menjadi lebih kompetitif yang terjadi antar pelaku usaha (Prayogo dkk., 2019).



Gambar 1.4

Jumlah UMKM Kecamatan Cibinong

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor, 2023

Untuk mengatasi persaingan yang semakin meningkat, para pebisnis mulai mengembangkan usaha yang dimiliki secara *online* dengan menggunakan media sosial. Hal ini disebabkan karena di Indonesia mengalami peningkatan pada jumlah pengguna media sosial di setiap tahunnya. Grafik pada gambar 1.5 yang didapat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dari laporan *We Are Social*, menunjukkan bahwa terdapat 167 juta pengguna media sosial yang aktif di Indonesia pada Januari 2023 (Widi, 2023).

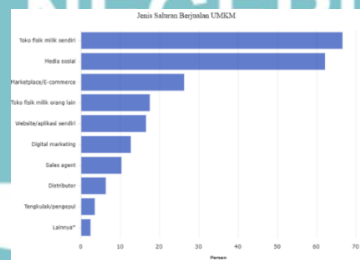


Gambar 1.5

Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: katadata.co.id, 2023

Para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Indonesia menggunakan media yang berbeda untuk menjual produk atau jasa dari usaha yang dimiliki. Grafik pada gambar 1.6 yang didapatkan dari hasil sebuah studi oleh Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan sebanyak 66,5% UMKM menggunakan toko fisik pribadi dan di saat yang sama 62,1% UMKM sudah menggunakan media sosial (Pusparisa, 2020).



Gambar 1.6

Jenis Saluran Berjualan UMKM di Indonesia

Sumber: katadata.co.id, 2020

Dari berbagai *platform* media sosial yang tersedia, Instagram telah menjadi pilihan utama bagi jutaan pengguna aktif dalam berinteraksi melalui media sosial.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Pada permulaan tahun 2023, jumlah pengguna Instagram mencapai angka 94,54 juta di Indonesia. Lebih rinci, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, yang mencapai sekitar 52,2%, sementara sisanya sekitar 47,8% adalah pengguna laki-laki (NapoleonCat, 2023).

Di tahun 2022, Dedy Permandi yang merupakan *Alternate Chair Digital Economy Working Group 20*, menyatakan bahwa setelah *pandemic* Covid-19 selesai, terdapat sekitar 21 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang telah memasuki dunia *online* (Yusuf, 2022). Mengenai penggunaan platform *online*, tantangan paling umum bagi UMKM adalah menarik pelanggan (47,4 persen) dan kurangnya SDM untuk mengelola toko *online* (33,7 persen). Meskipun hampir 40 persen UMKM mendapatkan keuntungan dari penggunaan platform *online*, para pelaku UMKM mengatakan keuntungan yang didapat hanya meningkat kurang dari 20 persen dan hampir setengahnya tidak tumbuh sama sekali (CNN Indonesia, 2021).

Dari hasil penelitian sebelumnya diketahui bahwa pemanfaatan media sosial dapat menghasilkan adanya peningkatan penjualan UMKM hingga lebih dari 100%, namun mayoritas peningkatannya masih kurang dari 50%. Hal ini disebabkan karena konsistensi pembaruan informasi produk atau perusahaan masih jarang dilakukan. Pemilik UMKM saat ini perlu efektif dalam menggunakan media sosial dengan konsisten memperbarui informasi pada setiap hari untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualan. (Purwidiatoro dkk., 2016).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa penggunaan Instagram memiliki peluang untuk berpengaruh secara maksimal terhadap keberhasilan UMKM jika dimanfaatkan secara optimal. Optimalisasi media sosial dapat dilakukan dengan melakukan pengembangan pemasaran seperti meningkatkan daya kreatifitas dan konsistensi dalam melakukan pemasaran tersebut. Hal ini dirasa sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM di Kecamatan Cibinong. Dengan mempertimbangkan aspek ini, peneliti merasa terdorong untuk meneliti tentang bagaimana cara optimalisasi pemasaran melalui Instagram dengan baik dan mengajukan judul *Analisis*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Pengaruh Optimalisasi Pemasaran Melalui Instagram dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Cibinong.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan dapat diidentifikasi, yakni sebagai berikut:

- a. UMKM dapat menjadi garda terdepan dalam menghadapi ancaman resesi jika dijalankan dengan optimal
- b. Penggunaan Instagram dalam melakukan *social media marketing* (SMM) masih belum dimanfaatkan dengan optimal
- c. Minimnya pengetahuan dalam penggunaan Instagram untuk melakukan *social media marketing* (SMM)

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, serta identifikasi masalah yang dilakukan, peneliti memahami keterbatasan yang ada dan telah melakukan pembatasan dalam lingkup penelitian yaitu hanya pada variabel *social media marketing* (SMM) dan keberhasilan usaha. Objek dalam penelitian ini adalah UMKM bidang kuliner di Kecamatan Cibinong pada Kabupaten Bogor. Sedangkan subjek pada penelitian ini adalah pemilik atau pekerja pada UMKM kuliner yang berdomisili di Kecamatan Cibinong dan aktif dalam menggunakan Instagram sebagai media pemasaran. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023.

1.4 Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh optimalisasi kegiatan *social media marketing* (SMM) di Instagram bagi UMKM di bidang kuliner yang berdomisili Cibinong dalam meningkatkan keberhasilan usaha yang dijalani?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh optimalisasi kegiatan *social media marketing (SMM)* di Instagram terhadap keberhasilan usaha UMKM bidang kuliner berdomisili Cibinong.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian lanjutan. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam tentang optimalisasi media sosial untuk meningkatkan keberhasilan usaha dalam konteks yang berbeda.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengetahuan dan pemahaman ilmiah mengenai dampak optimalisasi media sosial terhadap keberhasilan usaha.

b. Manfaat secara Praktis

- 1) Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti tentang pentingnya optimalisasi media sosial dalam meningkatkan keberhasilan usaha.
- 2) Bagi Politeknik Negeri Jakarta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, khususnya dalam Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, untuk melakukan penelitian dengan topik serupa.
- 3) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan atau evaluasi yang berguna dalam mengoptimalkan media sosial yang dimiliki dan meningkatkan pelaksanaan *social media marketing (SMM)* untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh optimalisasi *social media marketing* terhadap keberhasilan usaha pada UMKM bidang kuliner yang berada di Cibinong, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa optimalisasi *social media marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM bidang Kuliner di Cibinong. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis dengan menggunakan *bootstrapping* yang memperoleh nilai T hitung $29,181 > T$ tabel $1,645$ serta *P Values* $0,000 < \text{taraf signifikansi } 0,1$. Kemudian nilai *patch coefficient* $0,892$ yang menandakan bahwa hubungann variabel ini adalah positif.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa tantangan yang dihadapi UMKM dalam memasarkan produk di Instagram. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam melakukan *social media marketing* adalah kurangnya kreatifitas dalam membuat konten serta minimnya pengetahuan terhadap perkembangan zaman yang terjadi setiap saat. Beberapa UMKM menyatakan bahwa membuat konten yang menarik cukup sulit karena tren yang begitu cepat berubah. Perkembangan fitur pun menjadi tantangan bagi para pemilik UMKM.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin optimal pemasaran melalui Instagram dilakukan, maka semakin mudah untuk UMKM dalam mencapai suatu keberhasilan usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah disampaikan di atas, maka selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna dan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

bermanfaat bagi seluruh UMKM yang ada, dan penelitian selanjutnya yang berkaitan. Saran yang diusulkan adalah sebagai berikut:

- a. Optimalisasi media sosial dalam mendukung pencapaian keberhasilan usaha yang dilakukan UMKM terbukti berpengaruh. Oleh karena itu, diharapkan bagi Dinas Koperasi & UMKM Kabupaten Bogor dapat memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi serta melakukan pendampingan dalam pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan media sosial terhadap UMKM secara berkelanjutan yang berfokus pada keterampilan membuat konten dan pemasaran berbasis digital.
- b. Bagi UMKM, direkomendasikan untuk selalu rutin dan konsisten dalam mengunggah konten pada akun Instagram UMKM yang dimiliki. Minimal dalam satu minggu terdapat 2-3 konten yang diunggah untuk menandakan bahwa akun tersebut memang aktif. Hal ini penting untuk dilakukan karena akun Instagram yang aktif akan menjadi lebih dipercaya. Selain itu, para pelaku UMKM juga harus selalu mengikuti perkembangan teknologi yang ada, karena fitur-fitur yang terdapat pada Instagram sangat mendukung kegiatan pemasaran yang dilakukan.
- c. Bagi pihak peneliti selanjutnya, pembahasan mengenai optimalisasi media sosial pada Instagram UMKM bidang kuliner di Cibinong ini masih jauh dari kesempurnaan. Sehingga masih ada kekurangan yang dimiliki, maka dari itu penulis berharap kekurangan tersebut dapat menjadi bahan kajian untuk peneliti selanjutnya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). *10 Sektor Usaha dengan Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia (2020)*.
- Alam, S. S., Jani, M. F. M., & Omar, N. A. (2011). An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3(2). <https://doi.org/10.5539/ijef.v3n2p166>
- Ariyanto, A., Wijoyo, H., Sunarsi, D., Indrawan, I., & Wongso, F. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (H. Wijoyo, D. Sunarsi, & I. Indrawan, Ed.; 1 ed.). Insan Cendikia Mandiri.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing*. Pearson Educated Limited. www.pearson.com/uk
- CNN Indonesia. (2021). *Digitalisasi UMKM Bertumbuh Ganda Sepanjang Pandemi*.
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Struktural Equation Modeling*. Lentera Ilmu.
- Dharma, B., Sari, L. P., & Pulungan, Z. G. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 1(4).
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil. (2023). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil.
- Ghassani, N. A. (2022). *Pengaruh Social media marketing dan Keterampilan Usaha*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-minute social media marketing : step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. McGraw-Hill.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Husna, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan*.

Noor, H. F. (2017). *Ekonomi Manajerial* (5 ed.). Raja Grafindo Persada.

Prayogo, L. B., Suharyati, & Ariani, N. (2019). Kewirausahaan, Inovasi Teknologi, dan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Makanan di Kecamatan Cibinong. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5.

Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Widyanto, H. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembangunan Usaha Kecil Menengah (UKM). *EKA CIDA*, 1.

Pusparisa, Y. (2020). *Mayoritas UMKM Memanfaatkan Toko Fisik Pribadi untuk Usahanya*.

Santika, E. F. (2023). *Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022, Provinsi Mana Terbanyak?*

Smescso. (2023). *Peran UMKM Dalam Menghadapi Ancaman Resesi Ekonomi 2023*.

Soegoto, E. S. (2010). *Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung* (R. L. Toruan, Ed.). Elex Media Komputindo.

Solis, B. (2010). *Engage, Assess, Apply*.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian*. PT. Pustaka Baru.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan : Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*. Salemba empat.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2019). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska, Ed.). Edulitera.

Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*.

Wijanarko, A., & Susila, I. (2016). *Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif*.

Yusuf. (2022). *Kenaikan Jumlah UMKM Go Online Jadi Hasil Konkret Pembahasan Transformasi Digital di KTT G20*





LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

ANALISIS PENGARUH OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN USAHA PADA UMKM KABUPATEN BOGOR

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Alifia, mahasiswi semester akhir di Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Optimalisasi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha pada UMKM Kabupaten Bogor”. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan studi di perkuliahan. Maka dari itu, saya memohon kesediaan waktu Bapak/Ibu/Sadara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner ini. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan sebagai syarat pengisian kuisisioner adalah sebagai berikut:

- 1) Pria/Wanita berusia >17 tahun
- 2) Pemilik/karyawan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor
- 3) UMKM yang melakukan pemasaran melalui Instagram

Semua jawaban dan identitas responden akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Alifia



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERTANYAAN PENYARINGAN

Sebelum menjawab kuesioner, mohon terlebih dahulu untuk menjawab pertanyaan penyaring di bawah ini agar sesuai dengan kriteria responden.

Berilah tanda (√) pada jawaban yang terpilih.

1. Apakah Anda merupakan pemilik/karyawan UMKM?
 Ya Tidak
2. Apakah Anda sudah berumur 17 tahun?
 Ya, sudah Belum
3. Apakah Anda memanfaatkan Instagram dalam melakukan pemasaran secara *online*?
 Ya Tidak
4. Apakah UMKM Anda memiliki Instagram tersendiri (tidak digabung dengan akun pribadi)?
 Ya Tidak
5. Apa nama Instagram UMKM Anda?

.....

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



IDENTITAS PENYARINGAN

Berilah tanda (√) pada jawaban yang Anda anggap sesuai dan isilah titik-titik kosong dengan jawaban yang sesuai menurut Anda.

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Laki-laki Perempuan
3. Usia:
 - 17 - 21 tahun
 - 22 - 26 tahun
 - > 27 tahun
4. Profesi:
 - Pemilik UMKM
 - Karyawan
6. Domisili Kelurahan:
 - Karadenan
 - Nanggewer
 - Nanggewer Mekar
 - Cibinong
 - Pakansari
 - Sukahati
 - Tengah
 - Pondok Rajeg
 - Harapan Jaya
 - Pabuaran
 - Cirimekar
 - Ciriung
 - Pabuaran Mekar
7. Pendapatan per bulan:
 - 0 – 1.000.000
 - 1.000.000 – 2.500.000
 - 2.500.000 -5.000.000
 - > 5.000.000



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN KUESIONER

Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap sesuai dengan Anda.
2. Responden dimohon untuk membaca dengan teliti setiap butir pernyataan dengan cermat.
3. Mohon menjawab setiap butir pertanyaan yang ada tanpa melewatkan satu pun butir pertanyaan yang ada.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda (√) pada kolom jawaban yang diinginkan.
5. Jawaban yang tersedia berupa Skala Likert 1-4 yang memiliki arti sebagai berikut:

- STS : Sangat Tidak Setuju (1)
 TS : Tidak Setuju (2)
 S : Setuju (3)
 SS : Sangat Setuju (4)

Social media marketing

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
<i>Context</i>					
1	Penjelasan yang lengkap pada <i>Caption</i> membantu konsumen untuk mengetahui produk yang dipasarkan				
2	Gambar produk yang jelas serta menarik membantu konsumen untuk mengetahui produk yang dipasarkan				
3	Mengunggah konten secara rutin (<i>Feeds/Story</i>) membantu konsumen/calon konsumen keep up to date pada produk ataupun promosi terbaru				
<i>Communication</i>					
4	Pembuatan konten yang menarik meningkatkan interaksi dengan konsumen/calon konsumen				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	Selalu aktif dalam membalas DM ataupun komentar membantu UMKM mengetahui kritik serta saran pada usaha yang dijalani				
Collaboration					
6	<i>Review</i> yang didapatkan dari konsumen membantu usaha yang dijalani menjadi lebih terpercaya				
7	<i>Share Post/Repost</i> konten yang dilakukan konsumen/calon konsumen membantu UMKM dalam melakukan pemasaran				
Connection					
8	Peningkatan followers menandakan adanya peningkatan minat pada produk yang dipasarkan				

Keberhasilan Usaha

No	Pertanyaan Indikator	SS	S	TS	STS
Laba					
9	Pemasaran melalui Instagram meningkatkan volume penjualan				
10	Pemasaran melalui Instagram mendatangkan konsumen dari domisili lain				
Produktivitas dan Efisiensi					
11	Pemasaran melalui Instagram meningkatkan produksi				
Kualifikasi dan Etika Bisnis					
12	Terdapat promosi-promosi baru yang dilakukan saat melakukan pemasaran melalui Instagram				
Daya Saing					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

13	Pemasaran melalui Instagram membuat usaha menjadi lebih dikenal dan menjadi lebih unggul				
Membangun Citra yang Baik					
14	Pemasaran melalui Instagram mengurangi biaya pemasaran				
15	Pemasaran melalui Instagram memudahkan promosi dengan hasil yang memuaskan				





Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara

1. Berapa lama usaha sudah berjalan?
2. Apakah pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran sudah dilakukan sejak awal usaha berdiri?
3. Apakah Instagram bermanfaat untuk pemasaran yang dilakukan?
4. Fitur Instagram apa yang sangat bermanfaat pada usaha Anda?
5. Apakah pernah mendapat *feedback* dari *customer* melalui Instagram?
6. Menurutmu, apakah Instagram UMKM Anda sudah optimal?
7. Saat ini berapa karyawan yang ada pada usaha Anda? Apakah ada karyawan khusus yang bertanggung jawab untuk melakukan pemasaran melalui media sosial?
8. Apakah usaha Anda aktif dalam melakukan pemasaran melalui Instagram?



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Data Tabulasi Variabel X1

Data Tabulasi Variabel *Social Media Marketing* (X1)

<i>Social Media Marketing</i>								
No	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1
1	3	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4	4	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	4	4	4	4	4	4	3
8	3	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	4	4	4	4	4	4
10	3	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4
12	3	4	4	4	4	4	4	4
13	3	4	4	4	4	4	4	4
14	3	4	4	4	4	4	4	4
15	3	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	4	4	3	4	3
21	3	4	4	4	4	4	4	4
22	3	4	3	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	4	4	4	4	4	4	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

27	3	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	3	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	3	4	4	3	4	4	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4
41	3	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	3	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	3	3	4	3	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	3	4	4	4	4	4
49	4	4	3	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4
52	3	3	3	4	3	4	3	3
53	4	4	4	4	4	4	3	3
54	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

58	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	4	4	4	3	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	3	4	3	4	3	4	3
68	3	4	4	4	4	4	4	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	4	4	4	4	4	4	3
71	3	4	4	4	3	4	4	3
72	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4
78	2	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

89	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	1	2	2	2	2	2	2	1
93	2	3	3	3	3	3	3	3
94	1	4	3	4	4	4	4	4
95	3	4	4	4	4	4	4	2
96	3	4	2	4	4	4	4	2
97	3	3	4	3	4	4	4	2
98	2	3	3	3	4	3	3	1
99	2	3	3	3	3	3	3	3
100	2	3	3	4	4	4	3	2

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 4 Data Tabulasi Variabel Y1

Data Tabulasi Variabel Keberhasilan Usaha (Y1)

Keberhasilan Usaha							
No	Y1.1.1	Y1.1.2	Y1.2.1	Y1.3.1	Y1.4.1	Y1.5.1	Y1.5.2
1	4	4	4	3	4	4	4
2	3	4	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	4
6	4	4	4	3	4	4	4
7	3	4	4	3	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	4	4	4	4	4
10	3	4	3	3	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	3	4	4	3	4	4	4
14	3	4	4	3	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4
16	3	4	4	3	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	3	4	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	4	4	4	3
21	3	4	4	3	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	3	4	4	3	4	4	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

27	4	4	4	3	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	3	4	4	4
30	3	4	4	3	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	4	3	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	3	4	4	4	4
36	3	4	3	4	4	2	4
37	4	4	3	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4
39	3	4	3	3	3	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	3	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4
44	3	3	3	3	3	3	4
45	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	3	4	4	4
49	3	4	3	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	3	3	3
53	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4