

**PENERAPAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
UMKM JOERAGAN *LAUNDRY* DI KOTA MALANG**

TUGAS AKHIR

Oleh
BERNARD IMANUEL TANTO
2119009



**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
PROGRAM STUDI BISNIS *DIGITAL* S-1
JULI 2025**

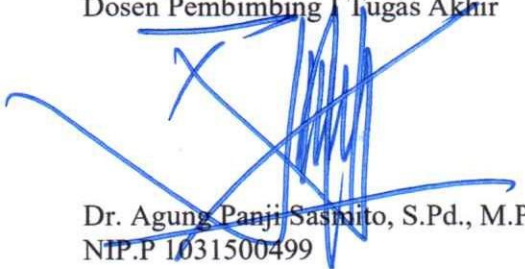
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PENERAPAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
UMKM JOERAGAN LAUNDRY DI KOTA MALANG

Tugas Akhir yang diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.) Strata-1 (S-1) Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang, yang disusun oleh

Nama	: Bernard Imanuel Tanto
NIM	: 2119009
Program Studi	: Bisnis Digital S-1
Fakultas	: Fakultas Teknologi Industri

telah disetujui pada tanggal: 08 Agustus 2025

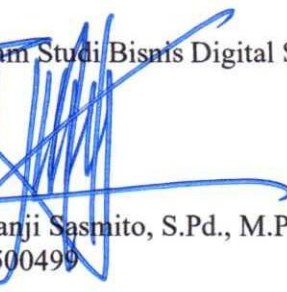
Menyetujui
Dosen Pembimbing I Tugas Akhir


Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499

Dosen Pembimbing II Tugas Akhir


Firda Meisaroh, S.E., M.M.
NIP.P 1032300629

Mengetahui,
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,



Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir oleh Bernard Imanuel Tanto ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 08 Agustus 2025.

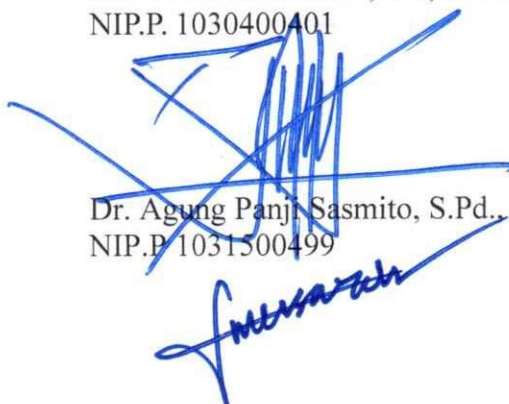
Dewan Penguji



Dra. Sri Indriani, MM.
NIP.1018600130



Emmalia Adriantantri, ST., MM.
NIP.P. 1030400401



Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P. 1031500499



Firda Meisuroh, S.E., M.M.
NIP.P 1032300629



Mengetahui,
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,
Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P.1031500499



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

NAMA : BERNARD IMANUEL TANTO
NIM : 2119009
PRODI : BISNIS DIGITAL S-1
JUDUL : PENERAPAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN UMKM JOERAGAN *LAUNDRY* DI KOTA
MALANG

Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir jenjang program Strata Satu
(S-1)

pada hari : Jumat
tanggal : 08 Agustus 2025
dengan Nilai : 79

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua,

Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499

Sekretaris,

Reiny Ditta Myrtanti, S.T., M.T.
NIP.P 1032000577

ANGGOTA PENGUJI

Penguji I,

Dra. Sri Indriani, MM.
NIP.1018600130

Penguji II,

Emmalia Adriantantri, ST., MM.
NIP.P. 1030400401

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bernard Imanuel Tanto
NIM : 2119009
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Tugas Akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 08 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan



Bernard Imanuel Tanto
NIM. 2119009

ABSTRAK

Tanto, Bernard Imanuel. 2025. Penerapan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran UMKM Joeragan *Laundry* di Kota Malang. Tugas Akhir, Program Studi Bisnis *Digital S-1*, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang. Pembimbing: (I) Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd., (II) Firda Meisaroh, S.E., M.M.

Kata kunci: media sosial, strategi pemasaran *digital*, UMKM *laundry*

Transformasi *digital* dan perkembangan media sosial telah mengubah pola pemasaran UMKM, termasuk dalam sektor jasa seperti laundry. Banyak pelaku usaha berupaya memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif, namun belum semua mampu mengoptimalkannya secara konsisten.

Joeragan Laundry, sebuah UMKM di Kota Malang, telah mengadopsi media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, dan YouTube dalam strategi pemasarannya. Namun, efektivitas penggunaannya masih perlu ditinjau secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami penerapan media sosial sebagai strategi pemasaran pada UMKM Joeragan Laundry serta dampaknya terhadap perkembangan usaha.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner terbuka. Data yang diperoleh dianalisis melalui teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan pendekatan Miles, Huberman, dan Saldaña (2014).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp Business dan Facebook merupakan kanal komunikasi utama yang efektif menjangkau pelanggan. Instagram dimanfaatkan untuk branding visual meskipun belum konsisten. Strategi media sosial terbukti meningkatkan *brand awareness*, menjangkau pelanggan baru melalui *word of mouth digital*, serta memperkuat loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang personal. Namun, kendala seperti keterbatasan waktu, kurangnya variasi konten, serta pengelolaan akun yang terpusat pada satu orang menjadi faktor penghambat optimalisasi strategi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam pemasaran UMKM dan telah memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan Joeragan Laundry, meskipun masih memerlukan peningkatan dalam aspek kreativitas konten dan pengelolaan media *digital* secara terencana. Saran penelitian mencakup perlunya pembagian peran dalam manajemen media sosial, peningkatan literasi *digital*, serta eksplorasi platform yang belum aktif untuk memperluas jangkauan pasar.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Komprehensif Tugas Akhir ini dengan baik. Maksud dan tujuan penulis menyusun Laporan Komprehensif Tugas Akhir adalah untuk melengkapi persyaratan yang harus diambil sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Sarjana Bisnis *Digital*.

Dengan terselesaikannya Laporan Komprehensif Tugas Akhir ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr.Eng. I Komang Somawirata, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Bisnis *Digital S-1* Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing I Tugas Akhir.
4. Firda Meisaroh, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing II Tugas Akhir.
5. Dhinar Frizky selaku pemilik usaha Joeragan *Laundry*.

Dalam penyusunan Laporan Komprehensif Tugas Akhir ini penulis sadar bahwa masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran kepada pembaca yang mungkin sangat berguna untuk membangun kesempurnaan proposal ini.

Penulis,

Bernard Imanuel Tanto
NIM. 2119009

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Definisi Konseptual.....	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Media Sosial.....	10
2.1.1 Instagram.....	12
2.1.2 Facebook	14
2.1.3 WhatsApp Business	15
2.1.4 Youtube	17
2.1.5 Strategi Media Sosial	18
2.2 Strategi Pemasaran	20
2.3 UMKM <i>Laundry</i>	22
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu	25
2.5 Kerangka Berpikir	28
BAB III	31
METODE	31
3.1 Rancangan Penelitian	31

3.2	Populasi dan Sampel	31
3.3	Instrumen Penelitian.....	33
3.3.1	Uji Validitas.....	35
3.4	Pengumpulan Data	38
3.5	Analisis Data	41
3.6	Diagram Alir Penelitian.....	42
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Paparan Hasil dari Pengumpulan Data.....	44
4.1.1	Penerapan media sosial sebagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Joeragan <i>Laundry</i> di Kota Malang.....	44
4.1.2	Perkembangan usaha UMKM Joeragan <i>Laundry</i> setelah penerapan strategi pemasaran berbasis media sosial.....	52
Gambar 4.12 Direct Message WhatsApp Joeragan <i>Laundry</i>		55
Gambar 4.13 Konten Instagram beserta interaksi pada Joeragan <i>Laundry</i>		55
Gambar 4.14 Hasil Kuisisioner Terbuka pada Joeragan <i>Laundry</i>		56
4.1.3	Faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan media sosial sebagai strategi pemasaran pada UMKM Joeragan <i>Laundry</i>	57
4.2	Hasil Analisis Data.....	65
4.3	Pembahasan.....	69
BAB V.....		75
PENUTUP.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		83
INSTRUMEN PENELITIAN		84
HASIL VALIDASI INSTRUMEN		93
TRANSKRIP WAWANCARA DAN KUISISIONER TERBUKA.....		105
BUKU BIMBINGAN SKRIPSI		111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Jumlah UMKM Di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Instagram Joeragan <i>Laundry</i>	45
Gambar 4.2 Facebook Joeragan <i>Laundry</i>	45
Gambar 4.3 WhatsApp Joeragan <i>Laundry</i>	46
Gambar 4.4 Youtube Joeragan <i>Laundry</i>	47
Gambar 4.5 Konten Reels Instagram Joeragan <i>Laundry</i>	48
Gambar 4.6 Konten Foto Instagram Joeragan <i>Laundry</i>	49
Gambar 4.7 Konten Facebook Joeragan <i>Laundry</i>	49
Gambar 4.8 Katalog WhatsApp Joeragan <i>Laundry</i>	50
Gambar 4.9 Konten Youtube Shorts Joeragan <i>Laundry</i>	51
Gambar 4.10 Lokasi Joeragan <i>Laundry</i>	51
Gambar 4.11 Banner Joeragan <i>Laundry</i>	52
Gambar 4.12 Direct Message WhatsApp Joeragan <i>Laundry</i>	55
Gambar 4.13 Konten Instagram beserta interaksi pada Joeragan <i>Laundry</i>	55
Gambar 4.14 Hasil Kuisisioner Terbuka pada Joeragan <i>Laundry</i>	56
Gambar 4.15 Direct Message WhatsApp Joeragan <i>Laundry</i>	62
Gambar 4.16 Konten Facebook Beserta Interaksi pada Joeragan <i>Laundry</i>	62
Gambar 4.17 Konten YouTube Beserta Interaksi pada Joeragan <i>Laundry</i>	63
Gambar 4.18 Konten Reels Instagram Beserta Interaksi pada Joeragan <i>Laundry</i>	63
Gambar 4.19 Hasil Kuisisioner Terbuka pada Joeragan <i>Laundry</i>	64
Gambar 4.20 Hasil Kuisisioner Terbuka pada Joeragan <i>Laundry</i>	65
Gambar 4.21 Direct Message WhatsApp Joeragan <i>Laundry</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

INSTRUMEN PENELITIAN	84
HASIL VALIDASI INSTRUMEN	93
TRANSKRIP WAWANCARA DAN KUISIONER TERBUKA.....	105
BUKU BIMBINGAN SKRIPSI	111