

**MEDIA SOCIAL SEBAGAI SARANA BARU PEMASARAN
PRODUK GULA SEMUT UKM DI DESA KORENG**

TUGAS AKHIR

Oleh :

YOFFANDY CHRISTIAN FREDRICH RATU

NIM : 19052002



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRORAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2022**

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Abstrak	iii
Abstract	iv
Motto.....	v
Halaman Persetujuan Pembimbing	vi
Halaman Pengesahan	vii
Surat Pernyataan Keaslian.....	viii
Biografi	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Bab I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Ruang Lingkup	3
1.4. Perumusan Masalah.....	3
1.5. Tujuan Dan Manfaat.....	3
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Gula Semut	4
2.2. Pemasaran.....	6
2.3. Media Sosial	6
2.4. Definisi Media Sosial	7
2.5. Jenis-Jenis Media Sosial.....	7
2.6. Karakteristik Media Sosial	9
2.7. Promosi.....	12
2.8. Tujuan Promosi.....	12
2.9. Penelitian Terdahulu.....	14
Bab III HASIL DAN PEMBAHASAN	
3.1. Instagram	15

3.2. Pembuatan Konten Instagram	17
3.3. Facebook	17
3.4. Pembuatan Konten Facebook.....	19
3.5. Membuat Kalender Konten Secara Teratur.....	20

Bab IV VISUALISASI DAN PEMBAHASAN KARYA

4.1. Logo	21
4.2. Kemasan Produk	22
4.3. Flayer Dan E-Flayer	23

Bab V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	24
5.2. Saran.....	24

DAFTAR PUSTAKA	25
----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN	26
-----------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penjualan produk di media social melonjak menjadi 400% per April 2021. Namun UKM tersebut menghadapi tantangan yakni kurangnya inovasi digital, laporan keuangan yang belum memadai, rendahnya produktifitas, strategi pemasaran kurang baik, belum memiliki perizinan, kualitas produk rendah serta pemikiran dari para pelaku usaha yang tidak mau berkompetisi. Permasalahan ini juga dialami oleh UKM gula semut. Bahkan di beberapa daerah produksi gula semut seperti di Sulawesi Utara di Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan kegiatan pemasaran masih sangat tradisional, hanya dijual pada pedagang pengumpul saja. Sementara kebutuhan akan gula semut masih sangat tinggi, terutama dimasa pandemi covid 19, orang memilih gula merah dan gula aren nira untuk membuat minuman sehat. Gula merah yang berbentuk batok lebih populer di kalangan masyarakat terutama di Sulawesi Utara. Hal ini berarti masih banyak orang yang belum mengenal akan gula semut. Menurut warta ekspor (2017) Indonesia telah menjadi satu dari 10 negara pengimpor gula semut dunia (6% total impor dunia) dan mengekspor sebesar 3% dari total ekspor dunia.

Kekuatan media internet yang sangat besar telah memberikan keuntungan yang besar pula bagi para pelaku usaha. Berkembangnya *media social, marketing online* yang tidak mengeluarkan banyak biaya, dapat dilakukan selama 24 jam secara terus menerus serta dapat diakses di mana saja kita berada asalkan kita menggunakan smartphone dan Pembisnis perlu pemahaman strategi pemasaran yakni bagaimana promosi dilakukan terhadap produk gula semut.

Penulis memilih judul tugas akhir yang berjudul "*Media Social Sebagai Sarana Baru Pemasaran Produk Gula Semut UKM Di Desa Koreng*" karena penulis memiliki minat dan sangat tertarik menjalankan penelitian pada produk gula semut dan penulis ingin produk gula semut ini di kenal oleh masyarakat Sulawesi utara melalui media sosial.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka masalah yang tepat dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Produk gula semut asal Desa Koreng belum dikenal luas.
2. Produk ini hanya menggunakan tas kresek kecil sebagai kemasan tanpa identitas.
3. Produk hanya di jual dengan cara tradisional (kepada pengumpul atau pembeli yang datang ke rumah saja).
4. Belum menggunakan pemasaran berbasis digital.

1.3. Ruang Lingkup

1. Logo
2. Kemasan
3. Flayer dan E-flayer

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian yaitu

:

1. Bagaimana perancangan media promosi melalui media sosial yang tepat untuk menginformasikan produk gula semut di Desa Koreng?

1.5. Tujuan Dan Manfaat

A. Tujuan

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah memperkenalkan sebuah produk untuk bisa di kenal oleh semua masyarakat yaitu melalui media sosial (facebook, instagram)

B. Manfaat

- 1) Sebagai referensi dan informasi untuk pengembangan penjualan online pada produk gula semut
- 2) Manfaat bagi penulis adalah menambah wawasan baru serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori yang diperoleh selama di perkuliahan.