ANALISIS PENGARUH STRATEGI PROMOSI *ONLINE* TERHADAP KEUNTUNGAN DI INDUSTRI KERUPUK KEMPLANG DI KOTA PALEMBANG

Skripsi Oleh :

RIO RIZAL UTAMA

01021181520204

SKRIPSI

Ekonomi Pembangunan

Sarjana Ekonomi (SE)

Diajukan Sebagai Salah Satui Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTRIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2020

Lembar Persetujuan Komprehesif

Analisis Pengaruh Strategi Promosi *Online* Terhadap Keuntungan di Industri Kerupuk Kemplang Kota Palembang

Disusun Oleh:

Nama	: Rio Rizal Utama
NIM	: 01021181520204
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Ekonomi Industri

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan: 16 Juli 2020

Ketua :

Prof. Dr. Bernadette Robiani,M. Sc

NIP: 196402161989032001

Tanggal: 27 Juli 2020

Dosen Pembimbing Anggota

Imelda S.E., M.S.E.

NIP: 197703092009122002

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEUNTUNGAN DI INDUSTRI KERUPUK KEMPLANG DI KOTA PALEMBANG.

Disusun oleh:

Nama	: Rio Rizal Utama
NIM	: 01021181520204
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Ekonomi Industri

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 15 Agustus 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Indralaya, 15 Agustus 2020

Ketua	Anggota	Anggota
Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc	Imelda, S.E., M. S.E	Drs. Muhammad Teguh, M. Si
NIP. 196402161989032001	NIP. 197703092009122002	NIP.196108081989031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan

ASLI

JUR. EK. PEMBANGUNAN 31-3-2021

FAKULTAS EKONOMI UNSRI

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si

NIP. 197304062010121001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rio Rizal Utama

NIM : 01021181520204

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Bidang Kajian : Ekonomi Industri

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Strategi Promosi *Online* Terhadap Keuntungan Di Industri Kerupuk Kemplang Kota Palembang"

Pembimbing

Namaa Ketua : Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc

Anggota : Imelda S.E., M.S.E.

Tanggal Ujian : 15 Agustus 2020

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak saya sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut atas predikat kelulusan dan gelar sarjana.

Indralaya,09 November 2020

Pembuat Pernyataan,

Rio Rizal Utama
NIM.01021181520204

SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dari

Mahasiswa:

Nama	: Rio Rizal Utama
NIM	: 01021181520204
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian	: Ekonomi Industri
Judul	: Analisis Pengaruh Strategi Promosi *Online* Terhadap Keuntungan Di Industri Kerupuk Kemplang Kota Palembang

Telah kami periksa terkait penulisan grammer, maupun susunan tenses-nya dankami setujui untuk ditempatkan dilembar abstrak.

Indralaya,

Ketua	Anggota
Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc	Imelda S.E., M.S.E
NIP.196402161989032001	NIP. 197703092009122002

RIWAYAT HIDUP

Nana Mahasiswa : Rio Rizal Utama

NIM : 01021181520204

Tempat/Tanggal Lahi : Bumi Ayu/ 16 Agustus 1997

Agama : Islam

E-mail : riorizal45@gmail.com

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Laki - laki

Status : Belum Kawin

Kewarganegaraan : Indonesia

No Hp : 082377406827

Pendidikan Formal

SD	SD Negeri 1 Bumi Ayu	2003-2009
SMP	SMP Negeri 2 Purbolinggo	2009-2012
SMA	SMA Negeri 1 Purbolinggo	2012-2015

Riwayat Organisasi:

1. Kepala Departemen Kewirausahaan Badan Otonom Ukhuwah
2. Wakil Ketua Badan Otonom Entrepeneur In Team Fakultas Ekonomi
3. Anggota Komisi IV DPM KM UNSRI
4. Kadep Pengembangan dan Pembangunan Usaha Kuliner HIPMI PT

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkaan Terhadap Allah SWT atas karunia serta nimat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul Analisis Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keuntungan Yang Diterima Di Industri Kerupuk Kemplang Kota Palembang. Skripsi ini adalah syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Srata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Univrsitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas tentang perilaku industri kerupuk kemplang dalam menggunakan media sosial terutama terkait perilaku industri dalam menerapkan Strategi Promosi guna bertujuan untuk mempertahankan dan menaikan eksistensi usaha agara mendapatkan kentungan yang lebih besar. Penelitian dan penulisan skripsi ini penulis tidak luput dari berbagai persoalan yang menimpa. Persoalan tersebut dapat diatasi dan di selesaikan berkat bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak.

Indralaya, 24 Juli 2020

Rio Rizal Utama

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses penelitian dan penyusunan Skripsi ini, penulis tidak lepas dari berbagai kendala yang dialami. Kendala tersebut dapat teratasi berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT beserta junjungannya Nabi besar Muhammad SAW, karena berkat rahmat, karunia, dan rezeki-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, mendapatkan gelar pendidikan yang lebih tinggi dan memperjuangkan cita-citanya.

2. Kepada kedua orang tua terutama Ibu Marseh dan Ayah saya Purwanto, serta Adik saya Dea . Kalian adalah motivasi terbesar saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang tepat. Berkat kasih sayang, cinta, didikan, doa serta dukungan baik secara moril maupun materil yang selalu kalian berikan dengan ikhlas. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dalam umur kalian, disehatkan jiwa dan raganya serta dimuliakan oleh Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat kelak.

3. Prof. Dr. Taufiq, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwiaya dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. Dr. Muklis, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Pembangunan.
5. Ibu Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc dan Ibu Imelda S.E., M.S.Eselaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, dan ilmu-

ilmunya untuk dapat membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi saya ini.

6. Drs. Muhammad Teguh, M. Si selaku dosen penguji Skripsi yang telah membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan Skripsi saya.

7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

8. Seluruh Staff, Pegawai Dekanat dan Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Kak Heru, Mbak Narti, Yuk Sumi, Mbak Iin dll. Terima kasih sudah mengurus berkas skripsi saya dan seluruh permasalahan administrasi saya selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi.

9. Seluruh kariawan Rumah makan Dapoer Ayam Lepas Geprek

10. Teman-teman seperjuangan saya semasa kuliah dalam Squad Gabut yaitu Delta, Oksi, Arriya, Irfan, Amar, Septian, Agung, Deri, Hendrison, Rezky, Tegar, Diko , Supiyandi, Bimo dan Badri. Semoga kelak suatu saat kita semua akan sukses dan menjadi orang kaya, setelah itu kita akan bertemu dan bereuni kembali untuk senang-senang bersama kembali.

11. Saya ucapkan terimakasih kepada seluruh kawan-kawan Ekonomi Pembangunan angkatan 2015, yang sudah membantu saya dan yang telah berjuang bersama di dunia perkuliahan ini dari awal PK2 sampai kita di

12. Seluruh sahabat Beasiswa MRUF ENVOY XI

13 Seluruh agen Sayuran Prima Lampung

14. Sahabat Animator

15. Seluruh kariawan yang pernah menjadi keluarga dalam membesarkan bisnis saya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN ANTI PLAGIARISME ii

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERSETUJUAN iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL x

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 8

2.1 Landasan Teori 8

2.1.1 Teori Produksi 8

2.1.2 Teori Biaya 8

2.1.3 Teori Pendapatan 9

2.1.4 Teori Srategi Promosi 10

2.2 Pengertian UMKM 11

2.3 Penelitian Terdahulu 12

2.3 Kerangka Konseptual 16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... 18
3.1 Ruang Lingkup Penelitian 18
3.2 Lokasi Penelitian 18
3.3 Populasi dan Sempel Penelitian 18
3.4 Jenis Sumber Data 18
3.5 Metode Pengumpulan Data..... 20
3.6 Teknik Analisis..... 21
3.6.1 Analisis Diskriptif..... 21
3.6.2 Analisis Tabulasi 21
3.7 Definisi Variabel Operasional 22
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 23
4.1 Hasil Penelitian..... 23
4.1.1 Gambaran Keadaan Industri Kerupuk Kemplang Di Kota Palembang……23
4.1.2 Gambaran Umum Responden……..…25
4.2 Pembahasan 31
BAB V KESIMPULAN..... 50
5.1 Kesimpulan 51
5.2 Saran 52
DAFTAR PUSTAKA 53
LAMPIRAN 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keandaan Geografis Provinsi Sumsel 1

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi UMKM SumSel…….……....2
Tabel 1.2 Jumlah UMKM Formal Kota Palembang 2

Tabel 1.3 Pengakses Media Sosial Indonesia 4

Tabel 3.1 Persebaran Sempel Kerupuk Kemplang di Palembang..... 19

Tabel 4.1 Persebaran Kerupuk Kemplang di Palembang..... 23

Tabel 4.2 Jumlah Usaha Berdasarkan Usia Usaha..... 25

Tabel 4.3 Pemilik Usaha Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 24

Tabel 4.4 Latar Belakang Pemilik Usaha Berdasarkan Jenis Kelamin..... 27

Tabel 4.5 Tingkat Upah Diusaha Kerupuk Kemplang..... 28

Tabel 4.6 Latar Belakang Landasan Pelaku usaha Mendirikan Usaha 28

Tabel 4.7 Tabel Output Kerupuk Kancing Per Minggu..... 31

Tabel 4.8 Tabel Output Kerupuk Jangek Per Minggu 32

Tabel 4.9 Tabel Output Kerupuk Kulit Per Minggu 32

Tabel 4.10 Tabel Output Kerupuk Keriting Per Minggu 33

Tabel 4.11 Tabel Output Kerupuk Kemplang Per Minggu..... 34

Tabel 4.12 Tabel Input Yang Digunkan Kerupuk Kacing Per Minggu 35

Tabel 4.13 Tabel Input Yang Digunkan Kerupuk Jangek Per Minggu 36

Tabel 4.14 Tabel Input Yang Digunkan Kerupuk Kulit Per Minggu 37

Tabel 4.15 Tabel Input Yang Digunkan Kerupuk Keriting Per Minggu 38

Tabel 4.16 Tabel Input Yang Digunkan Kerupuk Kemplang Per Minggu..... 39

Tabel 4.17 Pendapatan Kerupuk Kancing Sebelum Iklan 40

Tabel 4.18 Pendapatan Kerupuk Kancing Sebelum Iklan 41

Tabel 4.19 Pendapatan Kerupuk Kancing Sebelum Iklan 42

Tabel 4.20 Pendapatan Kerupuk Kancing Sebelum Iklan 43

Tabel 4.21 Pendapatan Kerupuk Kancing Sebelum Iklan 44

Tabel 4.22 Pendapatan Setiap Perusahaan Kerupuk Kemplang 45

Tabel 4.23 Pendapatan Penjualan Kerupuk Bersih Per Minggu 46

Tabel 4.24 Analis data Tabulensi 48

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ONLINE-BASED PROMOTION STRATEGY ON PROFITS IN THE KEMPLANG CRACKER INDUSTRY PALEMBANG CITY

By:

Rio Rizal Utama; Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc; Imelda S.E., M.S.E.

This study aims to analyze the online-based promotion strategy of the benefits obtained by Kemplang cracker businesses in Palembang City. This study uses primary data obtained from 17 samples of Kemplang cracker producers in the city of Palembang using interview techniques. The analysis technique used is descriptive qualitative analysis and simple regression test. The results of this study indicate that of the 17 sample Kemplang cracker business actors in Palembang City, the relationship between the promotion strategy and the benefits obtained is not significant.

Keywords: ***Online Promotion Strategy, Cost, Profits***

First Advisor,

Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc
NIP.196402161989032001

Second Advisor,

Imelda S.E., M.S.E.
NIP.197703092009122002

Knowing,

Head of Development Economics Department

Dr. Mukhlis,S.E, M.Si
NIP. 197304062010121001

This is a true and correct translation of the original copied document Head of Technical implementation unit for Lenguage
Sriwijaya University

Drs. Djunaidi, MSLS
NIP 196203021988031004

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH STRATEGI PROMOSI BERBASIS *ONLINE* TERHADAP KEUNTUNGAN DI INDUSTRI KERUPUK KEMPLANG KOTA PALEMBANG

Oleh:

Rio Rizal Utama; Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc; Imelda S.E., M.S.E.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi promosi berbasis *online* terhadap keuntungan yang diperoleh oleh pelaku usaha kerupuk kemplang di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari 17 sampel produsen kerupuk kemplang kota Palembang dengan menggunakan teknik wawancara. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif diskriptif dan uji regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa dari 17 sempel pelaku usaha kerupuk kemplang Kota Palembang, hubungan antara strategi promosi terhadap keuntungan yang didapatkan tidak signifikan.

Kata Kunci: ***Strategi Promosi online, biaya, Keuntungan***

Ketua	Anggota
Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc	Imelda S.E., M.S.E.
NIP.196402161989032001	NIP.197703092009122002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Mukhlis,S.E, M.Si

NIP. 197304062010121001

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia adalah salah satun negara kepulauan yang ada di Dunia ini. Negara Indonesia sendiri terdiri atas banyak provinsi. Provensi-provinsi tersebut misalnya saja Sumatera Selatan. Provinsi Sumatera Selatan adalah provinsi yang terletak di dekat sentra pemerintahan yaitu Pulau jawa lebih tepatnya di Pulau Sumatera. Sumaterasa Selatan diapit beberapa provinsi yang ada di Indonesia misalnya saja , Provinsi Lampung, provinsi Jambi, Bengkulu dan Provinsi Bangka Belitung. Sumatera Selatan sendiri terbagi terdiri atas 17 Kota dan kabupaten yang tersebar diwilayah tersebut. Kemudian dari 17 Kabupaten Kota itu tedapat 4 kota dan 13 Kabupaten, Kota tersebut diantaranya; Palembang, Pagar Alam, Lubuk Linggau, Prabumulih. Selanjutnya Kabupatenya diantaranya adalah; Ogan Ilir, Ogan Komering Ulu, Ogan Komering Ilir,Muara Enim, Musirawas, Lahat, Banyuasin, Musi Banyuasin, Oku Timur, Oku Selatan, Empat Lawang, Musi Rawas Utara dan Pali (Sumatera Selatan Dalam Angka, 2018).

Sumber:Badan Pusat Statistika Data Jumlah Penduduk Sumatera 2017

Berdasarkan Gambar 1.1 luas daerah yang ada di provinsi Sumatera

Gambar 1.1 Gambar geograpis dan Kependudukan Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017

Berdasarkan Gambar1.1 Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki daerah paling luas yaitu ditepati oleh kabupaten Ogan Komering Ilir kemudian disusul

oleh Musi Banyuasin. Sedangkan kabupaten yang ada di Sumatera Selatan yang memiliki luas daerah paling sempit adalah Kabupaten Pali.

Sumatera Selatan sendiri tercatat pada tahun 2018 memiliki sektor penggerak untuk menjalankan perekonomian guna memenuhi dan menyokong kebutuhan masyarakat. Sektor industri misalnya berdasarkan data dinas perindustrian Kota Palembang mengelompokan jenis perindustrian yang ada di Sumatera Selatan seperti berikut:

Tabel 1.1 Rekapitulasi Industri Kecil dan Menengah Sumatera Selatan

No	Industri	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Investasi
1	Sandang	491	5.870	4.023.322.408
2	Pangan	777	6.969	44.984.635.680
3	Logam,Mesin dan kimia	1.510	20.331	391.725.234.577
	Jumlah	2.778	33.170	440.733.192.665

Sumber: Dinas Perindustrian Kota Palembang 2018

Berdasarkan tabel 1.1 perindustrian pangan memegang kontribusi tertinggi kedua setelah perindustrian logam, mesin dan kimia. Perindutrian pangan memberikan kontribusi dengan menyerap tenaga kerja sebesar 6969 jiwa ini berdasarkan industri yang terdata di Dinas Perindustrian Kota Palembang. Jumlah industri pangan di Kota Palembang sendiri dari tahun 2017 sampai 2019 mengalami terus kenaikan. Kenaikan jumlah tersebut memberikan dampak positif terhadap penyerapan lapangan pekerjaan sebagaiamana pada tabel 1.2. Apabila suatu provinsi tingkat pengangguranya sedikit atau masyarakat yang ada dalam provinsi tersebut sedikit yang menggur secara langsung mereka memiliki pendapatan kemudia dari pendapatan tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka masing-masing baik jangka panjang maupun jangka pendek maka secara tidak langsung berangsur-angsur masyarakat tersebut akan sejahtera. Kesejahteraan tersebut dapat di ciptakan apabila masyarakat tersebut mampu dan memiliki pendapatan yang mampu memnuhi kebutuhanya. Kemudian barang dan jasa yang

diproduksipun laku dipasaran karena masyarakat memiliki kemampuan daya beli dan perusahaanya pun memperoleh keuntungan dari kegiatan ekonomi tersebut.

Tabel 1.2 Data Jumlah Industri Kecil Menengah Formal Kota Palembang Tahun 2017- 2019

No	Tahun	Jumlah Industri	Jumlah Tenaga Kerja	Total Investasi
1	2017	25	442	12.393.332.581
2	2018	84	763	26.927.647.181
3	2019	116	1987	29.085.249.925

Sumber : Jumlah Industri UMKM Dinas Perindustrian Kota Palembang, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah industri pangan yang ada di Kota Palembang pada awal ahun 2017 sebanyak 25 usaha kemudian bertambah sebanyak 61 usaha atau bertambah sebanyak 244% dari jumlah yang ada pada tahun 2018. Kemudian tren jumlah kenaikan terus mengalami kenaikan terbukti pada tahun 2019 kembali mengalami kenaikan jumlah sebanyak 32 unit usaha atau sebesar 39%. Selanjutnya selama 2 tahun terahir jumlah kenaikan usaha sebanyak 91 unit usaha pangan atau sebesar 244 % dari tahun 2017 ke tahun 2019.

Tenaga kerja yang ada di industri pangan pada tahun 2017 sampai 2019 juga mengalami kenaikan seiring berbanding lururs dengan jumlah kenaikan industri pangan di Palembang. Hal tersebut dapat diamati dari Tabel 1.2 pada tahun 2017 jumlah tenaga kerja sebanyak 442 jiwa kemudian di tahun 2018 jumlah tenaga kerja yang mampu diserap di industri pangan formal kota Palembang mengalami kenaikan sebesar 70.6% dari tahun sebelumnya atau sebanyak 321 jiwa. Dengan demikian, di tahun 2019 jumlah tenaga kerja yang ada di industry pangan kembali mengalami kenaikan sebesar 160% atau hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya atau sebanyak 1224 jiwa. Sehingga, selama dua tahun terahir jumlah kenaikan tenaga kerja yang ada di industri pangan formal

kota Palembang mengalami kenaikan sebesar 230.6% dari tahun 2017 sampai 2019.

Di sisi lain Investasi yang ditanamkan untuk industri pangan menengah kecil formal yang ada di Kota Palembang berdasarkan Tabel 1.2 dari tahun 2017 sampai tahun 2019 mengalami tren terus mengalami kenaikan. Tren kenaikan itu dimulai pada tahun 2018, jika dibandingkan dengan 2017 tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 17.27%. Selanjutnya dari tahun 2018 ke 2019 penaman modal di Kota Palembang juga mengalami kenaikan sebesar 8%. Dari total kenaikan selama dua tahun jumlah investasi yang ditanamkan di Kota Palembang pada industri pangan kecil menengah sebesar 25.27%.

Dapat disimpulkan bahwa tren dari jumlah usaha yang bergerak dibidang pangan kecil menengah formal, jumlah tenaga kerja yang diserap dan jumlah investasi yang ditanam di Kota Palembang secara keseluruhan semuanya mengalami kenaikan.

Seiring perkembangan zaman usaha kecil menegaah khususnya di bidang pangan menggunakan media sosial dalam hal pemasaran dan mengenalkan produknya agar dapat bertahan dan terus eksis di tengah tengah konsumen. Menariknya setiap usaha pangan dalam menggunakan media sosial dalam mengenalkan produknya menggunakan perantara media sosial yang berbeda-beda. Meskipun berbeda tujuan utama dalam menggunakan media sosial para pelaku usaha berharap lebih baik dari pada sebelum menggunakan media sosial dalam usahnya (Sianturi, 2018).

Para pelaku usaha khususnya dibidang industri pangan melihat tren perubahan pola konsumsi masyarakat dalam hal pemesanan, pembelian dan pola interaksi dalam bermasyarakat. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3 masyarakat mulai mengubah pola berinteraksi bersosialisasi dengan masyarakat lainya yang awalnya bersilaturohmi langsung sekaraang berangsur –angsur mulai memanfatkan media sosial karena lebih mudah dan praktis. Selanjutnya, yang

awalnya masyarakat mengggunakana sosial media untuk memperoleh infomasi dan berinteraksi semakin berkembangnya zaman melalui media sosial mereka menggunkanya untuk memesan makanan dan memperoleh berbagai kebutuhan melalui media sosial.

Tabel 1.3 Pengakses media Sosial Indonesia tahun 2018

Tahun	Nama Media Sosial	Jumlah pengguna
2018	Facebock	50,7%
2018	instagram	17,8%
2018	Youtube	15,1%

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pengakses media Sosial Indonesia tahun, 2018

Pada tahun 2018 Lembaga Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2018) pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta orang dar total jumlah penduduk Indonesia yang nota bene memiliki jumlah penduduk seperempat miliar tersebut. Artinya, dari angka tersebut diperoleh bila dibandingkan dengan jumlah pengakses media sosial di Indonesia pada tiga tahun sebelumnya lebih tepatnya tahun 2016 , pengguna internet mengalami kenaikan sebesar 17,3 juta jiwa dari total pengakses internet.

Provinsi SumSel sendiri yang lebih terkenal sebutanya dikancah nasioanal mencatatkan pada tahun 2015 pengguna internet di provinsi ini mencapai 33 persen dari total jumlah penduduk di Sumatera Selatan. Berdasarkan hal tersebut yang mendorong para pelaku usaha khususnya para pelaku usah kerupuk kemplang di kota Palembang melihat tingginya jumlah pengguna media sosial di Sumatera Selatan khususnya dan Indonesia pada umumnya. Alasan tersebut semakin diperkuat dengan adanya media sosial tidak terhalang oleh jarak dan waktu .Kemudian pengguna media sosial diprediksi akan terus meningkat oleh Kementrian komunikasi dan informasi (Kominfo.go.id, 2018) Para pelaku usaha khususnya kerupuk kemplang yang ada di kota Palembang berangsur-angsur menggunakan media *online* sebagai alat untuk mejaring konsumen lebih banyak dan mengenalkan produk yang diproduksinya kepada konsumen berharap akan berdampak pada keuntungan yang diterima oleh UMKM.

Industri pangan di Kota Palembang sendiri adalah salah satu industri yang pertumbuhanya signifikan. Industrin Pangan tersebut misalnya industri kerupuk kemplang (Dinas Perindustrian, 2019). Kerupuk kemplang sendiri adalah salah satu jenis kerupuk yang banyak di jumpai di provinsi Sumatera Selatan khususnya Palembang. Industri pangan kerupuk kemplang ini khususnya untuk daerah Palembang terdapat 83 unit usaha yang mampu menyerap tenaga kerja sebanayak 697 orang (Dinas Perindustrian Kota Palembang, 2018). Oleh sebab itu, Industri kerupuk kemplang para pelaku usahanya berangsur angsur mulai menggunakan media sosial agar dapat bertahan dan berharap dapat menaikan penjualanya, selain pemanfaatan media sosial guna untuk mendapatkan keuntungan yang berlebih para penjual kerupuk kemplang setelah mengggunakan media sosial dalam proses baik penjualan maupun promosi berharap mampu mendapakat *market share* lebih luas dan lebih banyak.

Berdasarkan uraian sebelumnya, menjadikan ketertarikan untuk diadakan penelitian terkait Pengaruh strategi promosi dan strategi promosi *online* terhadap keuntungan yang diterima oleh Industri kerupuk kemplang di Palembang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Urian Latar belakang di atas maka penelitian ini membatasi masalah sebagai berikut :

1. Berapa besaran atau dampak penjualan melalui *ecomers* terhadap keuntungan yang diterima diindustri kerupuk kemplang kota Palembang?
2. Bagaimana keuntungan yang diterima diindustri kerupuk kemplang di Kota Palembang setelah menggunakan media sosial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besaran dampak yang diterima di Industri kerupuk kemplang kota Palembang setelah menggunakan ecomers.

2. Untuk mengetahui keuntungan yang didapatkan di Industri kerupuk kemplang di kota Palembang setelah menggunakan media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan-tujuan tersebut, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dalam hal teoritis maupun secara praktis khusunya bagi pelaku usaha industri yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan pengembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang Ekonomi Pembangunan serta dapat,menambah referensi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Industri yang menggunakan strategi promosi berbasis *online*

b. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh mahasiswa khususnya mahasiswa Ekonomi yang diharapkan dapat mengetahui terkait pengaruh Strategi Promosi dan Strategi pemasaran *online* terhadap keuntungan di Industri kerupuk kemplang kota Palembang. Kemudian, hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.(2018).Pengakses Media Sosial Indonesia.Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Badan Pusat Statistika.(2017). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB).Indonesia.Badan Pusat Statistik

Bagas, Aloysius et al. 2003. "Pemanfaatan Social Media Untuk Meningkatkan Market Share Ukm ." : 1–12.

Dewi, Grace Citra. 2019. "Dampak Pemakaian Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Makanan Kaki Lima)." *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia* 3(1): 1.

Dhewi, Ratna Marta, Stefani Nawati Ekoresti, and Eusi Susilowati. 2019. "E-Comerce Implementatons For Recycled Products By Small Medium Enterprises." *Jurnal Pegabdian Masyarakat* 1(1): 34–39.

Dinas Perindustrian Kota Palembang.2019. Data Jumlah Industri kecil menengah Formal di kota Palembang

Dinas Perindustrian Kota Palembang.2018. Data Industri kecil dan menengah Sumatera selatan

Handaruwati, Indah. 2017. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Cemilan Lokal Secara Online." *Buletin bisnis dan manajemen* 03(01): 41–52.

Hasibuan,Nurimansyah.(1993).Ekonomi Industri: Persaingan Monopoli dan Regulasi. LP33ES. Yogyakarta.

Jauhari, Jaidan. 2010. "Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce." *Jurnal Sistem Informasi* 2(1): 159–68.

Khairani, Siti, and Raisa Pratiwi. 2018. "Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk Dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang." 1.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Marketing Management, Analisys, Planning,*

Maya, Siska. 2016. “Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E-Comerce.” *Journal of Applied Business and Economics* 2(3): 271–79.

Menengah, D A N. 2016. “Peranan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bagi Usaha Kecil abstract : *Small and Medium Enterprises Are the Main Pillars of the Economy , as It Has a Very Important Role in Economic Growth in Indonesia . But SMEs in Indonesia Still Faces Several Obstacle.”*

Mumtahana, Hani Atun, Sekreningsih Nita, and Adzinta Winerawan Tito. 2017. “Khazanah Informatika Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran.” *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika* 3(1): 6–15.

Nicholsen,Walter.1989.Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Rajawali

Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Mikro Ekonomi.* Jakarta: PT Indeks.

Implementation, and Control Ninth Edition. New York: Prentice Hill.

Pradiani, Theresia.2017.“Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan.” 11(2): 46–53.

Priambada, Swasta. 2017. “Potensi Media Sosial Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Malang Raya.” *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia* (November): 239–44. swasta.p80@gmail.com.

Sadono, S. (2006). *Mikro Ekonomi.* Jakarta: PT Raja Grafindo.

Sianturi, Tyas. 2018. “Internet Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha.” 6 No.2(September): (118-126)

Syarif Hidayatulloh, Dkk. 2018. “Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis.” *Seminar Nasional Sistem Informasi , Fakultas Teknologi IInformasI*: 1423–29.

Teguh,Muhammad.2010.E*konomi Industri.Jakarta*:Raja Grafindo.

Wibisono, Sigit et al. 2019. “Model Pemasaran Digital Banyuwangi-Mall . Com Dan Strategi Bersaing UMKM Binaan Tim Rumah Kreatif Di Kabupaten Banyuwangi (Digital Marketing Models Banyuwangi-Mall . Com and Competitive Strategies of Msme Creative Home Team Development in Banyuwangi Dist.” VI(April): 64–67.

Widani,Ni Made et al.2019.” Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali.”16 (2):79-98

Widyartati, Penta. 2017. “Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm.” (20): 343–47.