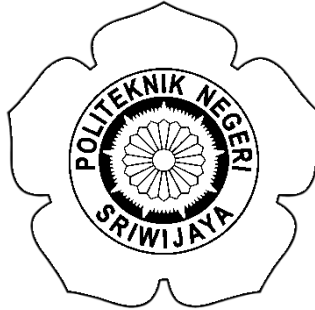


**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PEMASARAN DIGITAL PADA
MOZA BAGS PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**Resi Amelya
NPM 061930600682**

POLITEKNIK NEGERI SRWIJAYA

PALEMBANG

2022

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PEMASARAN DIGITAL PADA
MOZA BAGS PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**Resi Amelya
NPM 061930600682**

Menyetujui,

Palembang, 2022

Pembimbing I,

**Titi Andriyani, S.E., M.Si.
NIP 19731019200112002**

Pembimbing II,

**Agung Anggoro Seto, S.E., M.Si.
NIP 198907262019031016**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
D-III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 19820324200801200009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resi Amelya
NPM : 061930600682
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital pada Moza Bags Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menetima sanksi berupa pembatasan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 2022

Yang membuat pernyataan,



Resi Amelya
NPM 061930600682

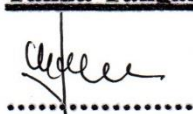

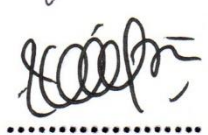
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Resi Amelya
NPM : 061930600682
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital pada Moza Bags Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi D3 Administrasi Bisnis dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal :

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Titi Andriyani, S.E., M.Si</u> Ketua Penguji		18/8/2022
2.	<u>Afrizawati M, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		10/8/2022
3.	<u>Keti Purnamasari, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		10/8/2022

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Bila Hari Ini Belum Bisa Memberikan Kebahagiaan Kepada Sesama, Usahakanlah Hari Ini tidak Menyakiti Orang Lain.” (Jalaluddin Rumi)

Badai Pasti Berlalu, Percaya !!!

dan Tersenyumlah.....

Kupersembahkan Kepada:

- **Kedua Orang Tua Tercinta**
- **Saudara ku Tersayang**
- **Keluarga ku**
- **Dosen-dosen yang telah membimbing dan mengajari**
- **Sahabat-sahabatku**
- **Teman-teman kelas NA 2019**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat waktu.

Laporan akhir ini berjudul “**Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Digital pada Moza Bags Palembang**”. Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana efektifitas media sosial Instagram, Facebook, Whatsaap dan Shopee sebagai media pemasaran pada Moza Bags Palembang.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu dengan tangan terbuka penulis menerima segala saran kritik dari pembaca agar penulis dapat memperbaiki laporan ini. Penulis juga berterima kasih atas bimbingan dan arahan dari pihak yang bersangkutan, semoga Allah membalas kebaikan kalian.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih.

Palembang, Juli 2022
penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, petunjuk, masukan, bantuan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Fetty Maretha , S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Agung Anggoro Seto, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan saran, solusi dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen, karyawan dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Saudari Monika Sapitri selaku pemilik Moza Bags yang telah membantu serta memberi izin untuk melakukan penelitian dan menjadikan Moza Bags sebagai objek penelitian penulis.
9. Kedua orang tua tercinta yang menjadi semangat bagi penulis dan yang selalu senantiasa mendoakan penulis
10. My Brother Rendy Saputra yang selalu mensupport dan menemani penulis.
11. Keluarga yang telah memberikan semangat.
12. Sahabat-sahabat yang telah banyak membantu dan memberikan semangat serta doa kepada penulis.
13. Teman-teman seperjuangan kelas NA Jurusan Administrasi Bisnis 2019.

14. Meta Diana, Eriska Ramadani dan Debby Carnesa sebagai orang-orang terdekat yang selalu membantu dan memberi motivasi serta semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.
15. Almamater kami Politeknik Negeri Sriwijaya.
16. Semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam penyelesaian laporan ini, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
17. Terimakasih untuk diri sendiri yang telah berhasil menyelesaikan laporan ini walaupun banyak ngeluhnya tetapi tetap di selesaikan juga.
Semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah dan rahmat-Nya atas segala kebaikan dalam membantu penyelesaian laporan akhir ini dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Palembang, Juli 2022
Penulis

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui manfaat media sosial sebagai media pemasaran pada Moza Bags Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam laporan ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan riset kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Moza Bags menggunakan 4 macam media sosial yang digunakan yaitu: Instagram, Facebook, Whatsaap dan Shopee. Pada media sosial Instagram sangat baik karena selalu *update* dan selalu mempromosikan produk-produk mereka. Pada penggunaan Facebook masih kurang maksimal karena kurangnya. Pemanfaatan media sosial Whatsaap kurang efektif bagi Moza Bags karena sulit untuk mempromosikan produk secara luas. Untuk media sosial Shopee Moza Bags sudah cukup baik dalam memanfaatkan *e-commerce* Shope karena dapat menjual produk tanpa batas. Sebaiknya Moza Bags tetap menjaga kualitas dan juga menambahkan media promosi lainnya berdasarkan revolusi teknologi yang akan terus berkembang.

Kata Kunci: *Media Sosial, Pemasaran Online*

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the benefits of social media as a marketing media on Moza Bags Palembang. The analysis technique used is qualitative descriptive analysis. The data used in this report are primary and secondary datas. The data collection method used was interviews and research literature. Studies show that moza bags uses four different social media uses: instagram, Facebook, whatsapp and shopee. On social Instagram an excellent because it keeps up with updates and always promotes their products. On Facebook use it is still less maximum because of its lack. The Whatsaap social media use is less effective for Moza Bags because it is difficult to promote products widely. To Shopee Moza Bags social media is good enough to make use of e-commerce Shopee to sell unlimited product. Moza Bags should keep her quality up and add another media promotion based on a technological revolution that will continue to grow.

Keywords: Social Media, Online Marketing

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metodologi Penelitian	4
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.4 Teknik Analisis Data	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran Online	8
2.1.2 Manfaat Adanya Pemasaran Online	9
2.1.3 Kelebihan Pemasaran Online	10
2.2 Pengertian Media Sosial	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran Media Sosial	11

	Halaman
2.2.2	13
2.3	15
2.4	16
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	17
3.1	18
3.2	18
3.2.1	18
3.2.2	18
3.3	18
3.3.1	19
3.4	20
3.5	20
3.5.1	20
3.5.2	22
BAB IV EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA	
PEMASARAN PADA MOZA BAGS PALEMBANG	26
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Moza Bags	18
Gambar 3.2 Produk Moza Bags	20
Gambar 3.3 Spanduk Moza Bags	21
Gambar 3.4 X-Banner Moza Bags	21
Gambar 3.5 Instagram Moza Bags	22
Gambar 3.6 Facebook Moza Bags	23
Gambar 3.7 Whatsaap Moza Bags	24
Gambar 3.8 Shopee Moza Bags	25
Gambar 4.1 Feeds Moza Bags	28
Gambar 4.2 Desain Feeds	29
Gambar 4.3 Postingan Instagram Moza Bags	30
Gambar 4.4 Postingan Facebook Moza Bags	32
Gambar 4.5 Whatsaap Moza Bags	34
Gambar 4.6 Shopee Moza Bags	36
Gambar 4.7 Penghasilan dari Shopee Moza Bags	37

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Pesanan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Media Soisal Moza Bags	3
Tabel 4.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Moza Bags	26
Tabel 4.2 Pendapatan Moza Bags dari Instagram	31
Tabel 4.3 Pendapatan Moza Bags dari Facebook	31
Tabel 4.4 Pendapatan Moza Bags dari Whassaap	35
Tabel 1.1 Perbandingan Pesanan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Media Soisal Moza Bags	38