

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Penjualan UMKM. *Economic Education Analysis Journal*.
- Adi, T.W. (2021). *Bisnis Mikro, Kecil Dan Menengah*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Andriko, Fitmawati, Permadi, G.(2024). Upaya Pengembangan Ekonomi Industri Kreatif Berbasis Digitalisasi untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm di Rejang Lebong. *Jurnal Universitas Islam Sumatera Utara*.
- Ashley, C., & Tuten, T. (2013). Creative Strategies in Social Media Marketing : An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement. 15–27.<https://doi.org/10.1002/mar>
- Badan Pusat Statistik (BPS) Bengkulu. (2023). *Potret UMKM Kota Bengkulu 2023*. Bengkulu: BPS.
- Bidang Integrasi Pengolahan dan Diseminasi Statistik. (2024). *Potensi Usaha Kecil Menengah Provinsi Bengkulu*. Bengkulu: Badan Pusat Statistik Provinsi.
- El-Falah, D. (2022). Fungsi, Tujuan dan Bentuk-bentuk Promosi. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, Keagamaan, dan Humaniora*, 1(2).
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95.
- April, N., Salsabila, P., Lubis, I., & Salsabila, R. (2024). *Peran UMKM (Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia*. 2(3).
- Aspers, P., & Corte, U. (2021). What is Qualitative in Research. *Qualitative Sociology*, 44(4), 599–608. <https://doi.org/10.1007/s11133-021-09497-w>
- Barus, D. R., Simamora, H. N., & Surya, M. G. (2023). *Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi*. 1(6), 357–365.
- Buana, U. S., Mikro, U., & Menengah, K. (2021). *Analisis Deskriptif Karakteristik Jiwa Wirausaha Umkm Dalam Pembentukan*. 15(1), 20–27.
- Ceswell, jhon w. (1991). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed*

methods approaches/John W Creswell. -3rd ed. *Muqarnas*, 8, 94–102.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
<https://books.google.co.id/books?id=p8AoEAAAQBAJ>

Clark, K. (2019). Walden University DISSERTATION. *Walden University DISSERTATION*.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., & Krishen, A. S. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.

Evans, D., McKee, J., & Bratton, S. (2010). Social media and customer engagement. *Social Media Marketing: The next Generation of Business Engagement*, 3–21.

Existance, P. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan (The Impact Of Covid-19 Pandemic On Business And Online*. 22(01), 21–32.

Febriyantoro, M.T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*

Hassan, S., & Shahzad, A. (2022). The Impact of Social Media Usage on Small and Micro Social Commerce Enterprises in Malaysia. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 16(1), 141–166. <https://doi.org/10.64534/commer.2022.119>

Iin, B., Indraswanti, E., Pembangunan, J. E., & Bengkulu, U. (2024). *Strategi pengembangan umkm kota Bengkulu di era ekonomi digital* 1, 2. 6(1).

Ilmiah, J., Bisnis, M., Inovasi, D. A. N., & Sam, U. (2022). *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmbi unsrat)*. 9(1), 323–334.

Kaplan, A., Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). *Users of the World , Unite ! The Challenges and Opportunities of Social Media Users of the world , unite ! The challenges and opportunities of Social Media*. February 2010.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media ? Get serious ! Understanding the functional building blocks of social

media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Kotler dan Keller. (2022). the Evolution From Pre-Academic Marketing Thought To the New Paradigm of Entrepreneurial Marketing. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(2), 1–15.
https://www.researchgate.net/publication/358736828_The_Evolution_From_Pre-Academic_Marketing_Thought_To_The_New_Paradigm_Of_Entrepreneurial_Marketing%0Ahttps://www.academia.edu/2354899/The_Evolution_and_Development_of_Entrepreneurial_Marketing

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang*. 2(2).

McQuail's Mass Communication Theory. (n.d.).

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. (No Title).

Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*.

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.

Neraca, J., Pendidikan, J., Ekonomi, I., & Volume, A. (2023). *Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia Oleh: Khafid Ismail 1, Miftakhur Rohmah 2*, Diah Ayu Pratama Putri 3 (Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda)*. 7, 208–217.
<https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>

Nomleni, E. S., Waluwandja, P. A., & Taebenu, Y. (2025). *Dampak Penggunaan Media Sosial (Whatsapp) Terhadap Karakter Siswa Kelas VIII-I di SMP Negeri 1 Kota Kupang*. 8(2), 105–113.

Nurfarida, I. N., Malang, U. N., & Malang, U. N. (2021). *Management and entrepreneurship: trends of development issue 2 (16), 2021*. 2(2), 70–81.
<https://doi.org/10.26661/2522-1566/2021-1/16-06>

Page, K., Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *CA. marketing management*. AMA

- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., Shandy, B., & Akbarina, F. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability : Lesson from Covid-19 pandemic The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability : Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Pramudya, A. A., Rahmawatie, S. F., & Hidayat, T. (2024). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dalam Meningkatkan Penjualan Hoz Pasta Pamulang*. 3(1), 227–234.
- Putra Mahpriza, N. (2021). *Visioner & Strategis*, 10(2)(pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan pengguna media sosial whatsapp terhadap minat beli konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis, universitas malikussaleh di lhokseumawe).
- Purbohastuti, A.W. (2017). Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*
- Ramdan, M. F., & Alfarisi, M. I. (2025). *Peran Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Digital Di Kalangan Umkm Studi Kasus : emosional dan kepercayaan merek di kalangan konsumennya . Dengan menggunakan*. 56, 1201–1206.
- Saha, P. E. U., Ecil, M. I. K., Enengah, D. A. N. M., Eningkatkan, U. M., & Asyarakat, K. E. M. (2022). *P u m k m (umkm) m k m*. 1.
- Sirait, E., Sugiharto, B. H., Abidin, J., Padang, N. S., & Eka, J. (2024). *Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia*. 5(7), 3816–3829.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta. Cet. Vii.
- Sugiyono, S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. bandung: Alfabeta. *Google Scholar Alfabeta*.
- Surenggono, S., Erdiana, A., & Djamilah, S. (2021).
- Pemanfaatan media sosial sebagai strategi umkm dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid 19. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(1), 26–30.

- Susanti, N., & Handayani, T. (2022). Peran Media Sosial dalam Membangun Brand Awareness UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*.
- Suwarno, B., & Pohan, S. H. (2025). *The Role of Social Media in MSME Marketing : A Systematic Literature Review*. 3(3), 352–367.
- Tandra, H. (2024). *Adopsi Social Media Marketing oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia : Tinjauan Literatur Sistematis*. 7, 183–199.
- Tenny, S., Brannan, J. M., Brannan, G. D., & Sharts-Hopko, N. C. (2022). Qualitative study. StatPearls-NCBI Bookshelf. *National Center for Biotechnology Information*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK470395>.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.
- Trisnawati, Y. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi , Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja Dan Peran Orang Tua Terhadap Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Peduli Remaja (PKPR)* JURNAL EKONOMIKA45. 6(2).
- Tuten, T., & Solomon, M. R. (2017). University of International Business and Economics International Summer School MKT 205 Social Media Marketing. *MKT 205 Social Media Marketing*, 1(1), 1–7.
- Utami, K. S. (2022). *Penguatan Strategi Pemasaran UMKM di masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus Pelaku Usaha Tenun di Kabupaten Kulon Progo*. 11(2), 284–302.
- Wibawa, B. M., Baihaqi, I., Nareswari, N., Mardhotillah, R. R., & Pramesti, F. (2022). *Utilization Of Social Media And Its Impact On Marketing Performance : A Case Study Of Smes In Indonesia*. 23(1), 19–33.
- Zakiyah, A. R., & Rahmanto, A. N. (2022). *Trends in using Social Media as UMKM Marketing*. 1942–1949.

Biografi Penulis



Ikhsan Bahri, lahir di Pondok Kubang Kecamatan Pondok Kubang Kabupaten Bengkulu Tengah, pada tanggal 05 Februari 2003. Pendidikan Sekolah Dasar, Madrasah Ibtidayah 1 Negeri Kecamatan Pondok Kubang Kabupaten Bengkulu Tengah lulus pada tahun 2015,

dilanjutkan dengan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama, di Madrasah Tsanawiyah Qaryatul Jihad Kecamatan Pondok Kubang Kabupaten Bengkulu Tengah lulus pada tahun 2018, kemudian Sekolah Menengah Kejuruan di SMKN 2 Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah dengan jurusan Teknik Komputer Jaringan lulusan pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2022 penulis melanjutkan pendidikan strata-1 di Universitas Muhammadiyah Bengkulu dengan Program Studi Pendidikan Ekonomi. Selama perkuliahan penulis juga mengikuti program MBKM, seperti Kampus Mengajar (KM) pada angkatan ke-7 pada tahun 2024. Penulis menyelesaikan kuliah Strata satu (S1) pada tahun 2026.



Foto Dokumentasi

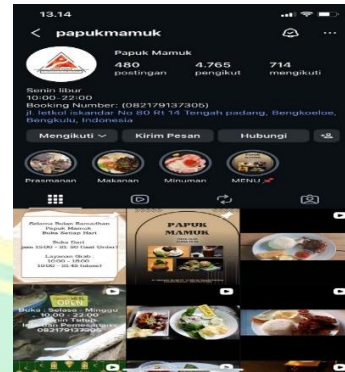




Instagram: Alas Daun



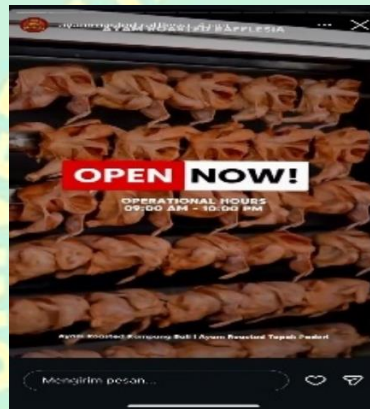
Instagram: Ayam Roasted



Instagram: Papuk Mamuk



Testimoni Alas Daun



Story: Ayam Roasted
Raflesia



TikTok: Booth Fresh



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

- Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
- fkip.umb.ac.id
- fkip@umb.ac.id

- ☎ (0736) 22765
- ☎ (0736) 26161

Keputusan Dekan
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Nomor 300/KEP/DF.1/II.3.AU/C/2025

Tentang
Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Bismillahirrahmanirrahim
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Bengkulu

- Menimbang:
1. Bahwa untuk membimbing penulisan skripsi mahasiswa agar dapat mencapai kualitas yang lebih baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing Skripsi.
 2. Bahwa mereka yang tercantum dalam lampiran surat keputusan ini dianggap mampu dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut di atas.
 3. Bahwa untuk kelancaran dan legalitas pelaksanaan tugas pembimbing tersebut perlu ditetapkan melalui Surat Keputusan Dekan.
- Mengingat:
1. SK PP Muhammadiyah Nomor 39/SK/PP/1991.
 2. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
 3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen.
 4. Undang-undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
 5. SK Menristekdikti Nomor: 67/KPTA/2018 tentang Perubahan Badan Penyelenggaraan Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
 6. Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
 7. Permendikbud Nomor 5 Tahun 2020 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi.
 8. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
 9. Statuta Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
 10. SK Rektor Nomor: 631-SK/R.01-UMB/2019 tentang Pedoman Dosen Pembimbing Skripsi.
- Menetapkan :
- Pertama :
- Kedua :
- Ketiga :
- Keempat :
- Kelima :
- Keenam :
- Memutuskan
- Menunjuk dosen yang nama-namanya tercantum pada kolom empat sebagai Pembimbing Penulisan Skripsi Mahasiswa yang namanya tercantum pada kolom dua dengan judul skripsi pada kolom tiga lampiran surat keputusan ini.
- Dosen Pembimbing diberi tugas untuk melakukan pembimbingan penulisan skripsi mahasiswa dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan fakultas.
- Kepada Dosen Pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di FKIP-UMB.
- Lamanya waktu bimbingan skripsi adalah 9 bulan terhitung sejak ditetapkannya surat keputusan ini dan jika belum selesai mahasiswa wajib mengajukan perpanjangan pembimbingan kepada program studi dengan persetujuan Dosen Pembimbing Skripsi.
- Mahasiswa yang tidak dapat menyelesaikan skripsi setelah habis masa perpanjangan, maka skripsinya dinyatakan batal dan yang bersangkutan harus mengajukan usul judul baru kepada Ketua Program Studi dengan melengkapi persyaratan administrasi dan keuangan seperti pada pengajuan usul yang berulapertama.
- Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Tanggal : 11 Desember 2025

Drs. Santoso, M. Si.
NIP 19670615 199303 1 004

- Tembusan:
1. Rektor UMB
 2. Wakil Rektor LI dan III
 3. Bendahara UMB
 4. Dosen Pembimbing
 5. Mahasiswa ybs.

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546 1991

um.bengkulu
um.bengkulu
um.bengkulu

um.bengkulu
umb.tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

● Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119

● fkip.umb.ac.id

● fkip@umb.ac.id

☎ (0736) 22765

☎ (0736) 26161

Lampiran : SK Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Nomor : KEP/DF.1/IL.3.AU/C/2025
Tanggal : 28 Oktober 2025

No	Dosen Pembimbing	Nama Mahasiswa/NPM	Judul Skripsi
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	1. Dr. Bahrin, M.Si 2. Meirani, M.Pd.E	Ikhwan Bahri 2287203002	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu.
2.	1. Rossa Ayuni, M.Pd 2. Meirani, M.Pd.E	Siti Nafisah 2287203015	Efektivitas Model Pembelajaran Deep Learning Berbantuan Soal HOTS Dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Pada Siswa SMPN 02 Bengkulu.
3.	1. Rossa Ayuni, M.Pd 2. Duhaman, M.M	Andre 2287203013	Implementasi Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Quizizz dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa SMAN 10 Bengkulu Selatan.
4.	1. Rossa Ayuni, M.Pd 2. Duhaman, M.M	Taufik Hidayat 2287203024	Implementasi Gamifikasi dalam Pembelajaran Ekonomi untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa di SMAN 7 Bengkulu Selatan.
5.	1. Dr. Bahrin, M.Si 2. Ade Irma Suryani, M.Pd	Fera Patri 2287203019	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Teknologi 5.0 Pada UMKM Ayam Geprek Jhehe Kota Bengkulu.
6.	1. Duhaman, M.M 2. Meirani, M.Pd.E	Ledy Yolanda 2287203023	Efektivitas Metode Pembelajaran PjBl Pada Mata Pelajaran IPS Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa di SMP Negeri 3 Bengkulu Selatan.
7.	1. Dr. Hiyati Milla, M.Pd 2. Ummi Kalsum, M.Pd.E	Naufal Afif Ramadhan 2287203013	Penerapan Model Pembelajaran Think Pair Share untuk Meningkatkan Keaktifan dan Hasil Belajar IPS Kelas VIII di SMPN 10 Kota Bengkulu.
8.	1. Dr. Bahrin, M.Si 2. Ayudho Selviani, M.Ak	Asti Widiyaningsih 2287203004	Pengaruh Teknik Belajar Pomodoro Terhadap Peningkatan Fokus Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran IPS di SMP Muhammadiyah Kota Bengkulu.

Bengkulu, 11 Desember 2025

Dekan


Drs. Santoso, M.Si
NIP.19670615199031004

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um.bengkulu
um.bengkulu
um.bengkulu

um.bengkulu
umb.tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
PROMOSI PRODUK UMKM DI KECAMATAN
TELUK SEGARA KOTA BENGKULU

A. Identitas Responden

1. Nama Responden : Ziki Pratama
2. Nama Pemilik Usaha : Jenta Gotriani
3. Nama Usaha : Awar Daun
4. Jenis Usaha : kuliner
5. Lama Usaha Berdiri : 4 th
6. Jenis Produk yang Dipasarkan : Makanan dan minuman
7. Alamat Usaha : Jl. Letkol Iskandar, Tengah Padang, Teluk Segara
8. Media Sosial yang Digunakan : Instagram, Tiktok dan Market Place.

B. Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Jenis Media Sosial yang Digunakan

1. Media sosial apa saja yang Anda gunakan untuk mempromosikan produk?
Jawaban : Instagram, Tiktok dan Market Place

2. Mengapa Anda memilih media sosial tersebut?

Jawaban : saya memilih menggunakan Instagram dan tiktok karena kedua media sosial tersebut sangat mudah digunakan dan sudah banyak di pakai oleh masyarakat. kedua media sosial tersebut membantu saya mempromosikan produk melalui video yg menarik sehingga lebih banyak orang yg mengenal produk yang saya jual. Sedangkan Market Place memudahkan pembeli pesan dan mudah dari rumah.

2. Intensitas Penggunaan

1. Seberapa sering Anda menggunakan media sosial untuk promosi?

- A. Selalu D. Jarang
B. Sering E. Tidak Pernah
C. Kadang-kadang

2. Bagaimana pola atau jadwal Anda dalam menggunakan media sosial untuk kegiatan promosi usaha?

Jawaban : Promosi yang kami lakukan cukup terjadwal setiap hari kami mengunggah story di Instagram. tiktok untuk menampilkan produk yang tersedia. Selain itu, kami juga membuat postingan Feed sekitar 1-2 kali dalam seminggu agar akun tetap aktif dan pelanggan selalu mendapatkan informasi terbaru.

3. Tujuan Penggunaan Media Sosial

1. Apa tujuan utama Anda menggunakan media sosial untuk usaha ini?

Jawaban : "Media Sosial membantu saya mendapatkan pelanggan baru tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yg besar."

2. Menurut Anda, sejauh mana media sosial membantu usaha ini dalam menarik pelanggan baru, memperkenalkan produk dan meningkatkan penjualan?

Jawaban : Sangat membantu, karena adanya Media Sosial produk kami banyak di kenal kalangan masyarakat.

4. Bentuk Konten Promosi

1. Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah?

Jawaban : Ya. Setiap hari masuk kerja

2. Jenis konten promosi apa yang menurut Anda yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan di media sosial?

Jawaban : Story di Instagram, karena biasanya saya memposting foto produk yang sudah di kemas supaya terlihat menarik bagi pembeli.

5. Strategi Penyampaian Promosi

1. Bagaimana cara Anda menyampaikan informasi promosi produk melalui media sosial kepada pelanggan?

Jawaban : Biasanya kami membuat video singkat atau foto yg menarik kalau ada promo atau diskon kami selalu mencantulkannya di bagian awal agar pembeli tertarik membaca sampai selesai.

2. Menurut Anda, apa yang membuat promosi yang anda bagikan di media sosial dapat lebih mudah diterima atau dipahami oleh pelanggan?

Jawaban : Story di Instagram, karena biasanya saya memposting foto produk yang sudah di kemas supaya terlihat menarik bagi pembeli

6. Dampak terhadap peningkatan penjualan produk.

1. Menurut Bapak/Ibu, apa saja perubahan yang terjadi pada usaha setelah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi?

Jawaban :

2. Bagaimana tanggapan atau respons konsumen terhadap promosi produk yang Bapak/Ibu lakukan melalui media sosial?

Jawaban :

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
PROMOSI PRODUK UMKM DI KECAMATAN
TELUK SEGARA KOTA BENGKULU

A. Identitas Responden

1. Nama Responden : DETI
2. Nama Pemilik Usaha : AGUS SETIANTO
3. Nama Usaha : PAPET MANUK
4. Jenis Usaha : KULNER
5. Lama Usaha Berdiri : 9 TAHUN
6. Jenis Produk yang Dipasarkan : MAKANAN DAN MINUMAN
7. Alamat Usaha : Jl. Iskandar No. 8 Rt. 19 Rw. 04 Tengah Padang
8. Media Sosial yang Digunakan : Instagram, TikTok, Marketplace dan facebook

B. Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Jenis Media Sosial yang Digunakan

1. Media sosial apa saja yang Anda gunakan untuk mempromosikan produk?
Jawaban : Instagram, TikTok, marketplace dan facebook.

2. Mengapa Anda memilih media sosial tersebut?

Jawaban : Kami menggunakan aplikasi tersebut karena mudah digunakan dan jangkauannya luas terutama di Instagram, dan kami lebih sering promosi lewat Instagram dan Marketplace karena pelanggan kami banyak menggunakan dua aplikasi itu

2. Intensitas Penggunaan

1. Seberapa sering Anda menggunakan media sosial untuk promosi?

- A. Selalu D. Jarang
☒ B. Sering E. Tidak Pernah
C. Kadang-kadang

2. Bagaimana pola atau jadwal Anda dalam menggunakan media sosial untuk kegiatan promosi usaha?

Jawaban : Kami belum memiliki jadwal promosi yang tetap. Biasanya kami mengunggah konten ketika ada produk baru, stok baru atau saat memiliki waktu luang untuk membuat foto dan video produk. Namun setiap hari pasti diusahakan ada konten yang kami unggah.

3. Tujuan Penggunaan Media Sosial

1. Apa tujuan utama Anda menggunakan media sosial untuk usaha ini?

Jawaban : Tujuan utama menggunakan media sosial, Untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Dengan media sosial, informasi tentang produk dapat menjangkau calon pelanggan tidak hanya disekitar tempat usaha, tetapi juga dari daerah lain.

2. Menurut Anda, sejauh mana media sosial membantu usaha ini dalam menarik pelanggan baru, memperkenalkan produk dan meningkatkan penjualan?

Jawaban : Sangat berpengaruh

4. Bentuk Konten Promosi

1. Konten seperti apa yang biasanya Anda unggah?

Jawaban : Foto, video, atau testimoni, dan

2. Jenis konten promosi apa yang menurut Anda yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan di media sosial?

Jawaban : promosi di Instagram, seperti Story foto atau video, kadang kami juga membagikan testimoni pelanggan agar calon pembeli lebih percaya dengan produk yang kami jual.

5. Strategi Penyampaian Promosi

1. Bagaimana cara Anda menyampaikan informasi promosi produk melalui media sosial kepada pelanggan?

Jawaban : Kami biasanya menyampaikan informasi promosi dengan mengunggah foto dan video produk serta memberikan keterangan yang jelas mengenai produk tersebut. Jika ada promo atau diskon, informasi tersebut kami letakkan dibagian awal caption agar pelanggan langsung mengetahuinya.

2. Menurut Anda, apa yang membuat promosi yang anda bagikan di media sosial dapat lebih mudah diterima atau dipahami oleh pelanggan?

Jawaban : Menurut saya, promosi akan lebih mudah dipahami jika informasi yang disampaikan jelas dan tidak terlalu panjang. Selain itu, penggunaan foto yang menarik dan sesuai dengan kondisi asli produk juga membantu pelanggan memahami apa yang ditawarkan.

6. Dampak terhadap peningkatan penjualan produk.

1. Menurut Bapak/Ibu, apa saja perubahan yang terjadi pada usaha setelah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi?

Jawaban : Sejak promosi lewat whatsapp dan Instagram, lebih banyak orang yang tahu produk kami. Pelanggan yang memesan juga bertambah dibanding kan sebelumnya.

2. Bagaimana tanggapan atau respons konsumen terhadap promosi produk yang Bapak/Ibu lakukan melalui media sosial?

Jawaban : Respons pelanggan cukup antusias. Banyak yang memberikan pertanyaan, menyukai unggahan promosi dan beberapa diantaranya menjadi pelanggan tetap.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

● Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
● fkip.umb.ac.id
● fkip@umb.ac.id

☎ (0736) 22765
☎ (0736) 26161

Nomor : 341 /SI/ DF-01/ II.3.AU/ C/ 2026
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu Kepala Badan Kesbangpol Kota Bengkulu
di
Bengkulu

Asalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka memperoleh data untuk penyusunan skripsi, kami mohon kiranya bapak/ibu dapat memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami sebagai berikut :

Nama : Ikhsan Bahri
NPM : 2287203025
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi :
"Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu".

Tempat Penelitian : Kecamatan Teluk Segara
Objek Penelitian : UMKM di Kecamatan Teluk Segara
Lama Penelitian : 8 Mei s/d 8 Juni 2026

Sebagai bahan pertimbangan kami lampirkan proposal skripsi yang telah di setujui oleh pembimbing.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Bengkulu, 5 Mei 2026

An. Dekan
Asst. Dekan I



Dr. Fani Hidayat, M. Pd
NBN. 1501089141

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um.bengkulu
um.bengkulu
um.bengkulu

um.bengkulu
umb.tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Alamat : Jl. Melur No.1 Kelurahan Nusa Indah
Email : bkesbangpolkotabengkulu@gmail.com

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 000.9.2/1172/KESBANGPOL-REK/2026

- Dasar : Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
- Memperhatikan : Surat dari Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu Nomor :341/Si/DF-01/II.3.AU /C/2026 Tanggal 5 Mei 2026 perihal Izin Penelitian

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

Nama : Ikhwan Bahri
NPM : 2287203025
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi/ Fakultas : Pendidikan Ekonomi / FKIP
Judul Penelitian : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Umkm Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu

Tempat Penelitian : Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu
Waktu Penelitian : 05 Mei 2026 s.d 05 Juni 2026
Penanggung Jawab : Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu

- Dengan Ketentuan :
- 1 Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
 - 2 Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
 - 3 Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
 - 4 Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 7 Mei 2026

a.n. WALI KOTA BENGKULU

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bengkulu,



Saipui, S.Sos
Pembina Utama Muda, IV/c
NIP. 197207091992021001

Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).



PEMERINTAH KOTA BENGKULU KECAMATAN TELUK SEGARA

Jalan Veteran No.01 Kelurahan Jitra Kode Pos, 38115 Telp/Fax : (0736) 21765
BENGKULU

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN NOMOR : 070/ 05 N/ K.TS/2026

Berdasarkan surat dari Surat Wakil Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu Nomor : 341/S1/DF-01/II.3.AU/C/2026 Tanggal 05 Mei 2026 perihal izin penelitian Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama	: Ikhsan Bahri
NPM	: 2287203025
Pekerjaan/Status	: Mahasiswa
Judul Penelitian	: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM Di Kecamatan Teluk Segara.
Tempat Penelitian	: Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu
Waktu Penelitian	: 08 Mei sd 08 Juni 2026
Penanggung Jawab	: Wakil Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Pada prinsipnya Kepala Kecamatan Teluk Segara tidak keberatan diadakan penelitian atau kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan.
2. Harus mentaati peraturan dan perundang – undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat daerah setempat.
3. Apabila masa berlaku surat izin sudah berakhir sedangkan pelaksanaannya belum selesai harap memperpanjang rekomendasi penelitian
4. Setelah selesai melakukan kegiatan di atas agar melaporkan hasilnya ke Kantor Camat Teluk Segara Kota Bengkulu
5. Rekomendasi ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata peneliti tidak mentaati ketentuan di atas

Demikian surat rekomendasi ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 11 Mei 2026
An. Kepala Kecamatan Teluk Segara
Kasi Trantib

ANDI FANHAR, S.Sos.MAP
NIP. 197011271992031006



**PEMERINTAH KOTA BENGKULU
KECAMATAN TELUK SEGARA**

Jalan Veteran No.01 Kelurahan Jitra Kode Pos, 38115 Telp/Fax : (0736) 21765
BENGKULU

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

NOMOR : 070/ 06 / VII / K.TS/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : ANDI FANHAR. S.Sos. MAP
NIP : 197011271992031006
Pangkat Golongan : Pembina IV.a
Jabatan : Kasi Trantib
Unit Kerja : Kantor Camat Teluk Segara

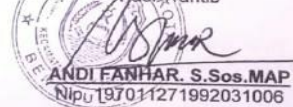
Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ikhsan Bahri
NPM : 2287203025
Pekerjaan/Status : Mahasiswa
Judul Penelitian : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi
Produk UMKM Di Kecamatan Teluk Segara.
Tempat Penelitian : Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu
Waktu Penelitian : 08 Mei sd 08 Juni 2026
Penanggung Jawab : Wakil Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah
Bengkulu.

Telah selesai melaksanakan penelitian di wilayah Kecamatan Teluk Segara

Demikian Surat Keterangan Selesai Penelitian ini Kami buat/dikeluarkan untuk dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 17 Juni 2026
An. Kepala Kecamatan Teluk Segara
Kasi Trantib


ANDI FANHAR. S.Sos.MAP
NIP. 197011271992031006



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

● Kampus 1, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119

● fkip-pe.umb.ac.id ● pe@umb.ac.id

(0736) 22765

(0736) 28101

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	Ikhsan Bahri				
NPM	2287203025				
Program Studi	Pendidikan Ekonomi				
Judul Skripsi	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu				
No	Tanggal	Materi Bimbingan	Bimbingan Ke-	Catatan Pembimbing	Paraf
1.	27/04/26	Bab III	1	Dirubah isi sesuai dgn hasil penelitian	u
2.	01/05/26	Bab III	2	ketepatan fri angulasi di jelaskan di lakukan ke responden	u
3.	02/06/26	Bab IV	3	- Gambaran Umum - Seluruh objek - objek yang dijadikan responden	u
4.	16/06/26	Bab IV	4	- hari penelitian di maksimalkan - respon dari objek - Teori pendukung	u
5.	23/06/26	Bab V	5	- Sesuaikan dengan rumusan masalah - kesimpulan menjawab rumusan	u

umb.ac.id

humas@umb.ac.id

0822-3546-1991

um bengkulu

um bengkulu

um bengkulu

um bengkulu

umb tv

Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
fkip-pe.umb.ac.id pe@umb.ac.id

(0736) 22765
(0736) 26101

6.	7/26 /7	Bar V	6	Ac	4
7.					
8.					

Note: 1. Lembar bimbingan ini dipegang oleh mahasiswa yang bersangkutan dan diisi pembimbing setiap kali bimbingan
2. Lembar bimbingan ini dilampirkan sewaktu ujian hasil penelitian dan ujian skripsi

Mengetahui,
Ka. Prodi

Meirani, M.Pd, E
NIDN 0214059501

Dosen Pembimbing II

Meirani, M. Pd. E
NIDN 0214059501

Bengkulu,

Ikhsan Bahri
NPM. 2287203025

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119

(0736) 22765

fkp-pe.umb.ac.id

pe@umb.ac.id

(0736) 28101

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	Ikhsan Bahri				
NPM	2287203025				
Program Studi	Pendidikan Ekonomi				
Judul Skripsi	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu				
No	Tanggal	Materi Bimbingan	Bimbingan Ke-	Catatan Pembimbing	Paraf
1.	05/05/26	Angket wawancara	1	Buat angket wawancara sesuai penelitian	
2.	18/05/26	Bab II	2	Metodologi Penelitian	
3.	18/06/26	Bab III	3	Kerangka berpikir	
4.	25/06/26	Bab IV	4	-hasil Penelitian sesuaikan dengan rumusan masalah	
5.	02/07/26	Bab V	5	Kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah	



umb.ac.id



humas@umb.ac.id



0822-3548-1991



um.bengkulu



um.bengkulu



um.bengkulu



um.bengkulu



umb tv



Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UM BENGKULU

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
fkip-pe.umb.ac.id pe@umb.ac.id

(0736) 22765
(0736) 28101

6.	09/07/20	Bab V	6	fcc	
7.					
8.					

Note: 1. Lembar bimbingan ini dipegang oleh mahasiswa yang bersangkutan dan diisi pembimbing setiap kali bimbingan

2. Lembar bimbingan ini dilampirkan sewaktu ujian hasil penelitian dan ujian skripsi

Mengetahui,
Ka. Prodi

Meirani, M.Pd, E
NIDN 0214059501

Dosen Pembimbing I

Dr. Bahrin, M. Si
NIDN 0204126301

Bengkulu,

Ikhsan Bahri
NPM. 2287203025

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3548-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104,3 MHz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

Jl. Bali PO Box 118. Telp (0736), Fax (0736) 26161, Bengkulu 38119

Website : www.umb.ac.id e-mail: humas@umb.ac.id

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ikhsan Bahri
NPM : 2287203025
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Penelitian : "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk
UMKM Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu"

Perbaikan :

No	Bab/ Sub Bab	Perbaikan	Keterangan
1	Bab I	Menambahkan tuturan Masalah	
2	lampiran	Perbaikan Data-Data Dokumentasi	

Bengkulu, Juli 2026
Pennguji II

Rossa Ayuni, M. Pd
NIDN 0206018901



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

Jl. Bali PO Box 118, Telp (0736), Fax (0736) 26161, Bengkulu 38119

Website : www.umb.ac.id, e-mail: humas@umb.ac.id

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ikhsan Bahri
NPM : 2287203025
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Penelitian : "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk
UMKM Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu"

Perbaikan :

No	Bab/ Sub Bab	Perbaikan	Keterangan
1	Bab V dan lampiran	Perbaiki kesimpulan dan Perbaiki lampiran di tambahkan dokumen	A B B

Bengkulu, Juli 2026
Penguji 1

Dr. Hilyati Milla, M. Pd
NIDN 0006085101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

Jl. Bali PO Box 118. Telp (0736), Fax (0736) 26161, Bengkulu 38119

Website : www.umb.ac.id e-mail: humas@umb.ac.id

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ikhsan Bahri
NPM : 2287203025
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Penelitian : "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk
UMKM Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu"

Perbaikan :

No	Bab/ Sub Bab	Perbaikan	Keterangan
1	Bab I	Periksa unsur kelengkapan latar belakang analisis data awal untuk perbaikan Perlu menambahkan jumlah masalah yang dibahas	

Bengkulu, 16 Juli 2026

Penguji 3

Dr. Bahrin, M.Si
NIDN. 0204126301



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

Jl. Bali PO Box 118, Telp (0736), Fax (0736) 26161, Bengkulu 38119

Website : www.umb.ac.id e-mail: humas@umb.ac.id

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ikhsan Bahri
NPM : 2287203025
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Penelitian : "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk
UMKM Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu"

Perbaikan :

No	Bab/ Sub Bab	Perbaikan	Keterangan
1	Bab II	Urutkan Isi Bab II dengan kategori yang baik dan perselas lagi kesni terang Pemanfaatan media sosial	y y y

Bengkulu, 16 Juli 2026
Penguji 4

Meirani, M.Pd.E
NIDN. 0214059501