

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA MAKANAN
RUMAHAN DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
FACEBOOK DI DESA RAMBAH MUDA
(Studi Kasus pada Usaha Dapoer Puspa)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Pada Program
Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian*



Disusun oleh :

AHMAD UDIK CAHYONO

NIM.2026110

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
KABUPATEN ROKAN HULU**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA MAKANAN
RUMAHAN DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
FACEBOOK DI DESA RAMBAH MUDA
(Studi Kasus Pada Usaha Dapoer Puspa)**

SKRIPSI

Oleh:

AHMAD UDIK CAHYONO
NIM. 2026110

Telah disetujui

Pembimbing I


Rina Febrinova., SE., MMA
NIDN. 1002028102

Pembimbing II


Ikhsan Gunawan., SP., MMA
NIDN. 1024097901

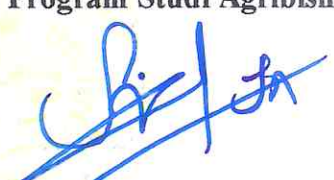
Pasir Pengaraian, Januari 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian


Lufita Nur Alfiah, S.P., M.Si
NIDN. 1013038203

Ketua Program Studi Agribisnis


Sischa Febriani Yamesa Away., S.Tr.P., M.App.Sc
NIDN. 1013029601

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA MAKANAN
RUMAHAN DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
FACEBOOK DI DESA RAMBAH MUDA
(Studi Kasus Pada Usaha Dapoer Puspa)

Yang Disusun dan Diajukan Oleh :

AHMAD UDIK CAHYONO
2026110

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 30 Januari 2025
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua


Rina Febrinova., SE., MMA
NIDN. 1002028102

Anggota I


Ikhsan Gunawan., SP., MMA
NIDN. 1024097901

Anggota II


Dr. Defidelwina., SP., M.,Sc
NIDN. 10290998001

Anggota III


Sischa Febriani Y.A, S.Tr.P., M.App.Sc
NIDN. 1013029601

Anggota IV


Eko Sutrisno., M.Si
NIDN. 1018109601

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Udik Cahyono

NIM : 2026110

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Makanan Rumahan
Dengan Menggunakan Media Sosial *Facebook* Di Desa
Rambah Muda (Studi Kasus Pada Usaha Dapoer Puspa)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya, gagasan rumusan dan penelitian saya sendiri serta arahan dari dosen pembimbing dan bukan hasil keseluruhan plagiat dari skripsi orang lain dan kutipan yang diambil untuk kelengkapan skripsi ini dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah saya peroleh melalui karya tulis ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat di pergunakan sebagai mana mestinya.

Rambah Muda, 29 Januari 2025

Pembuat Pernyataan


mad Udik Cahyono
NIM. 2026110

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA MAKANAN RUMAHAN DENGAN
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI DESA RAMBAH MUDA (Studi**

Kasus pada Usaha Dapoer Puspa)

Ahmad Udik Cahyono¹⁾, Rina Febrinova²⁾, Ikhsan Gunawan²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian,
²⁾Dosen

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian

Email : ahmaducah26@gmail.com, rinafebrinova556@gmail.com,
ikhsanupp@gmail.com

ABSTRAK

Desa Rambah Muda terdapat 21 penjual makanan rumahan. Penjual tersebut menjual makanan rumahan berupa berbagai macam lauk pauk seperti sup, ayam geprek, sayur lodeh dan bakso. Selain itu, ada juga yang menjual kue-kue seperti kue bolu, onde-onde, kue lupis dan kue lapis. Kebanyakan dari penjual tersebut menggunakan media sosial Facebook sebagai media promosi dagangannya. Namun, dengan banyaknya jumlah penjual produk makanan rumahan yang ada di Desa Rambah Muda tentunya Usaha Rumahan Dapoer Puspa pasti saling bersaing dalam memasarkan produk mereka. Tidak hanya bersaing dalam hal produk, namun pastinya mereka juga bersaing dalam strategi komunikasi pemasarannya. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh usaha dapoer puspa dan mengetahui hambatan yang terjadi dalam komunikasi pemasaran di usaha dapoer puspa. Teknik pengambilan sampelnya yaitu metode studi kasus di Usaha Dapoer Puspa. Metode pengumpulan data yang di gunakan adalah observasi, dokumentasi dan wawancara langsung kepada owner Usaha Dapoer Puspa. Analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif . hasil penelitian ini adalah Usaha Dapoer Puspa sudah menerapkan semua unsur-unsur yang ada dalam strategi komunikasi pemasaran yaitu advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing. Usaha Dapoer Puspa sudah menggunakan media promosi dengan poster yang didesain secara menarik, namun hal itu malah mengurangi minat pelanggan dalam membeli produk. Usaha Dapoer Puspa dijalankan oleh owner sendiri yaitu Debby Puspa Sari Dewi yang dibantu oleh keluarganya saja Usaha Dapoer Puspa memiliki kendala atau hambatan dalam menjalankan usahanya yang menggunakan media sosial sebagai media pemasaran yaitu kendala pada jaringan jika terdapat orderan di wilayah yang susah jaringan. Selain terdapat hambatan pada jaringan, bahan baku yang cukup susah didapatkan juga menjadi hambatan pada usaha makanan rumahan Dapoer Puspa.

Kata kunci: *komunikasi pemasaran, media sosial, facebook*

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES FOR HOME FOOD BUSINESSES USING
FACEBOOK SOCIAL MEDIA IN RAMBAH MUDA VILLAGE (Study**

Case of Dapoer Puspa Business)

Ahmad Udik Cahyono¹⁾, Rina Febrinova²⁾, Ikhsan Gunawan²⁾

¹⁾ Students of the Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Pasir Pengaraian University, ²⁾ Lecturers from the Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Pasir Pengaraian University

Email : ahmaducah26@gmail.com, rinafebrinova556@gmail.com, ikhsanupp@gmail.com

ABSTRACT

There are 21 home-cooked food sellers in Rambah Muda Village. These sellers sell home-cooked food in the form of various side dishes such as soup, geprek chicken, lodeh vegetables and meatballs. In addition, there are also those who sell cakes such as sponge cake, onde-onde, lupis cake and layer cake. Most of these sellers use Facebook social media as a medium to promote their merchandise. However, with the large number of home-cooked food product sellers in Rambah Muda Village, of course, Dapoer Puspa Home Business must compete with each other in marketing their products. Not only competing in terms of products, but of course they also compete in their marketing communication strategies. This study was conducted with the aim of determining the marketing communication strategy implemented by the Dapoer Puspa business and determining the obstacles that occur in marketing communication in the Dapoer Puspa business. The sampling technique is the case study method at Dapoer Puspa Business. The data collection methods used are observation, documentation and direct interviews with Dapoer Puspa Business owners. The analysis used in this study is descriptive analysis. The results of this study are that Dapoer Puspa Business has implemented all elements in the marketing communication strategy, namely advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing. Dapoer Puspa Business has used promotional media with attractively designed posters, but this has actually reduced customer interest in buying products. Dapoer Puspa Business is run by the owner herself, Debby Puspa Sari Dewi, who is assisted by her family only. Dapoer Puspa Business has obstacles or barriers in running its business which uses social media as a marketing medium, namely network constraints if there are orders in areas with poor network. In addition to network constraints, raw materials that are quite difficult to obtain are also obstacles to the Dapoer Puspa home food business.

Keywords: marketing communications, social media, facebook

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Beberapa diantara mereka adalah:

1. Bapak Dr. Hardianto, M. Pd Selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Lufita Nur Alfiah, S.P.,M.Si. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Univrsitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Sischa Febriani Yamesa Away, S.Tr.P., M.App,Sc Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Rina Febrinova., SE., MMA Selaku Pembimbing I yang telah mencurahkan perhatiannya untuk membimbing, mengarahkan, penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Ikhsan Gunawan., SP., MMA selaku Pembimbing II yang memberikan saran dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada orang tua tercinta, Subadri (ayah) dan Sunarti (ibu) serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan saling memberi semangat.

Semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu dalam penyelesaian proposal penelitian ini. Semoga kebaikan pihak-pihak yang telah membantu dibalas Allah SWT, Aamiin.

Pasir Pengaraian, Desember 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1.Penelitian Terdahulu.....	6
2.2.Landasan Teori	8
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.2.2 Strategi komunikasi pemasaran.....	9
2.2.3 Komponen Komunikasi Pemasaran	11
2.2.4 Pemasaran <i>Online</i>	12
2.2.5 Media Sosial <i>Facebook</i>	13
2.2.6 Hambatan Komunikasi.....	15
2.2.7 Makanan Rumahan.....	17
2.3.Kerangka Berfikir	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1.Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
3.2.Teknik Pengambilan Sampel Penelitian	19
3.3.Teknik Pengumpulan Data	19
3.4.Teknik Analisis Data	20
3.5.Keabsahan Data	22
3.6.Defenisi Operasional	22
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	24
4.1 Sejarah Usaha Dapoer Puspa.....	24
4.2 Tujuan usaha	24
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
5.1 Identitas Narasumber.....	25
5.2 Penerapan Komunikasi Pemasaran Usaha Dapoer Puspa	25
5.2.1 <i>Advertising</i> (Periklanan).....	25
5.2.2 <i>Sales Promotion</i>	30
5.2.3 <i>Personal Selling</i>	34
5.2.4 <i>Public Relations</i> (PR).....	39
5.2.5 <i>Direct Marketing</i>	46
5.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	50
5.4 Hambatan dalam komunikasi pemasaran di “Usaha Dapoer Puspa”	55

BAB VI PENUTUP	60
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Table 1. Open Coding.....	66
Table 2. Axial Coding.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir	18
Gambar 2. Selective Coding.....	77
Gambar 3. Dokumentasi Wawancara.....	79
Gambar 4. Dokumentasi Profil Facebook	79