

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK OLEH PELAKU
UMKM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN GULA
MERAH DI KABUPATEN BANYUMAS PROVINSI JAWA
TENGAH**

TESIS

Oleh:

ELVARINDA

202320351013



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Oleh Pelaku
UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Gula
Merah Di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa
Tengah.

Nama Mahasiswa : Elvarinda

Nomor Pokok Mahasiswa : 202320351013

Program Studi/Fakultas : Magister Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 31 Mei 2025

Jakarta, 14 Juni 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hamida Syari Harahap, M.Si
NIDN. 0311046803


Dr. Drs. Dwinarko, M.H, M.M.
NIDN: 0312026604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Oleh Pelaku
UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Gula Merah
Di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah.

Nama Mahasiswa : Elvarinda

Nomor Pokok Mahasiswa : 202320351013

Program Studi/Fakultas : Magister Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 31 Mei 2025

Jakarta, 14 Juni 2025

MENYETUJUI,

Ketua Penguji

: Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0322038901

Sekretaris Penguji

: Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun
NIDN. 0303098405

Dosen Pembimbing Pertama : Dr. Hamida Syari Harahap, M.Si
NIDN. 0311046803

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya


Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum.
NIP. 2407656


Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 1908425

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Tesis yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Oleh Pelaku UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Gula Merah Di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan di foto copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberi izin kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 14 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Elvarinda

202320351013

ABSTRAK

Elvarinda 202320351013 Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Oleh Pelaku UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Gula Merah Di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial TikTok oleh pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas sebagai sarana promosi digital serta pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan, khususnya pada produk gula merah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok terbukti valid dan reliabel dalam pengukuran indikator terkait. Pelaku UMKM memanfaatkan TikTok secara aktif untuk memenuhi kebutuhan informasi, promosi, dan interaksi konsumen, sesuai dengan teori Uses and Gratification. Mayoritas pelaku UMKM berada dalam usia produktif dan baru menggunakan TikTok dalam jangka pendek, namun telah mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Hasil analisis regresi, uji t, dan uji F menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan. Selain itu, uji determinasi menunjukkan bahwa 82,7% variasi peningkatan penjualan dapat dijelaskan oleh penggunaan TikTok. TikTok dinilai sebagai platform promosi yang efektif, mudah digunakan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Kata Kunci :UMKM, TikTok, media sosial, promosi digital, penjualan, gula merah

ABSTRACT

Elvarinda 202320351013 *Utilization of Tiktok Social Media by MSMEs in Increasing Brown Sugar Sales in Banyumas Regency, Central Java Province.*

This study aims to analyze the utilization of TikTok as a digital promotion tool by MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Banyumas Regency and its influence on sales performance, particularly in palm sugar products. The findings indicate that the use of TikTok is both valid and reliable based on the measurement indicators. MSME actors actively use TikTok to fulfill their needs for information, promotion, and consumer interaction, aligning with the Uses and Gratification theory. Most MSME owners are within the productive age range and have only recently adopted TikTok as a promotional platform, yet they have experienced significant sales increases. Regression analysis, t-test, and F-test results show that TikTok usage has a statistically significant impact on sales growth. Moreover, the determination test reveals that 82.7% of the variation in sales increase can be attributed to TikTok usage. TikTok is considered an effective, user-friendly promotional platform that supports business adaptation to technological advancements.

Keywords: *MSMEs, TikTok, social media, digital promotion, sales, palm sugar*



DAFTAR ISI

Halaman

□A□AMAN □□□□	□
LEMBAR PERSET□□AN	□□
LEMBAR PENGESAHAN	□□
LEMBAR PERNYATAAN	□□
ABSTRAK	□
ABSTRACT	□□
KATA PEN□ANTAR	□□□
□A□TAR □S□	□□
□A□TAR TABEL□	□□
DAFTAR GAMBAR	□□□
DAFTAR □AMP□RAN	□□□
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teoritis	18
2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Pada Media Sosial Tiktok	18
2.2.2 Indikator Pemanfaatan Pada Media Sosial Tiktok	20
2.2.3 Pengertian Pemanfaatan Media Sosial Tiktok	21
2.2.4 Faktor-Faktor yang Pemanfaat Media Sosial Tiktok	23
2.2.5 Indikator Pemanfaatan Media Sosial Tiktok	25
2.2.6 Media Sosial	25
2.2.7 Pengertian Penjualan UMKM	27
2.2.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan UMKM	29
2.2.9 Indikator Peningkatan Penjualan UMKM	30
2.3 Tinjauan Konseptual	32
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	32
2.3.2 Penjualan	33
2.3.3 Teori Uses and Gratification	33
2.4 Kerangka Berpikir	35

2.5	Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Desain Penelitian.....	39
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Kriteria Responden (Kriteria Responden)	41
3.4.3	Sampel	43
3.5	Operasional Variabel	44
3.6	Uji Instrumen Penelitian	47
3.6.1	Uji Validitas	47
3.6.2	Uji Reabilitas	51
3.7	Teknik Pengumpulan Data	52
3.8	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	54
3.8.1	Metode Analisis Data.....	54
3.8.2	Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Hasil Penelitian	59
4.2	Pembahasan.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Kriteria Responden.....	44
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	13
Tabel 3.4 Data Uji Validitas Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Oleh Pelaku UMKM	48
Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
Tabel 4.4 Kriteria Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tiktok	62
Tabel 4.5 Kriteria Responden Berdasarkan Omzet Tingkat Penjualan Setelah Menggunakan Tiktok	62
Tabel 4.6 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 1.....	64
Tabel 4.7 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 2.....	64
Tabel 4.8 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 3.....	65
Tabel 4.9 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 4.....	65
Tabel 4.10 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 5.....	66
Tabel 4.11 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 6.....	67
Tabel 4.12 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 7.....	67
Tabel 4.13 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 8.....	68
Tabel 4.14 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 9.....	69
Tabel 4.15 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 10.....	69
Tabel 4.16 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 11.....	70
Tabel 4.17 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 12.....	71
Tabel 4.18 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 1.....	72
Tabel 4.19 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 2.....	72
Tabel 4.20 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 3.....	73
Tabel 4.21 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 4.....	74
Tabel 4.22 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 5.....	75
Tabel 4.23 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 6.....	76
Tabel 4.24 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 7.....	77
Tabel 4.25 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 8.....	77
Tabel 4.26 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 9.....	78
Tabel 4.27 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 10.....	79
Tabel 4.28 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 11.....	80
Tabel 4.29 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Pernyataan/ Pertanyaan 12.....	81

Tabel 4.30 Data Uji Normalitas Pemanfaatan Media Sosial Tiktok (X).....	81
Tabel 4.31 Data Uji Normalitas Peningkatan Penjualan Gula Merah (Y)	82
Tabel 4.32 Data Uji Multikolinieritas.....	82
Tabel 4.33 Data Uji Heterokedastisitas.....	83
Tabel 4.34 Data Regresi Linier Sederhana.....	83
Tabel 4.35 Data Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.36 Data Parsial	84
Tabel 4.37 Data Simultan.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Tiktok Di Indonesia Pengguna Tiktok Terbesar Secara Global Per Juli 2024.....	2
Gambar 1.2 Total UMKM Tahun 2010-2023 di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Jumlah UMKM Go Digital di Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Pelaku UMKM Indonesia 2022	6
Gambar 1.5 Jumlah UMKM Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah 2020-2022	8
Gambar 1.6 Sosialisasi Pelaku UMKM di Era Digital Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah 2023	10



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Kuesinoner Penelitian

Lampiran 3 : Uji Instrumen

Lampiran 4 : Uji Validitas

Lampiran 5 : Dokumentasi

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan

Lampiran 7 : Kartu Perbaikan Tesis

