

**PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KESEJAHTERAAN EKONOMI
PELAKU USAHA GERABAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA WISATA
KASONGAN YOGYAKARTA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1) Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Bernardinus Realino Scholastica Eugene

NPM: 160322527

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

Skripsi

**PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KESEJAHTERAAN EKONOMI
PELAKU USAHA GERABAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA WISATA
KASONGAN YOGYAKARTA**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Bernardinus Realino Scholastica Eugene
NPM: 16 03 22527

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 21 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.


Nadia Nila Sari, SE., MBA.


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Yogyakarta, 24 Juli 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KESEJAHTERAAN EKONOMI
PELAKU USAHA GERABAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA WISATA
KASONGAN YOGYAKARTA**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 3 Juli 2023

Yang Menyatakan

Bernardinus Realino S. E

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul skripsi ini adalah

PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KESEJAHTERAAN EKONOMI PELAKU USAHA GERABAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA WISATA

KASONGAN YOGYAKARTA

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung, antara lain :

1. Orang tua, dan juga keluarga yang selalu memberikan dukungan baik secara moral, materi, serta doa bagi penulis.
2. Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dyah Ayu Pandansari yang selalu memberi dukungan dan menemani penulis saat menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberi dukungan dan bantuan untuk penulis.
5. Kepada Yopan Ceramic yang telah bersedia diwawancarai sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh civitas akademika Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah membantu penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.

Penulis juga memohon maaf atas kesalahan yang pernah diperbuat oleh penulis. Akhir kata, penulis memohon segala kritik maupun saran demi perbaikan skripsi yang masih jauh dari sempurna ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya.



Yogyakarta, 3 Juli 2023

Bernardinus Realino S. E.

MOTTO

“Harta bisa dicari, rupa tidak bisa dibeli, dan adab adalah harga mati.”

- Bernardinus Realino S. E



**PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KESEJAHTERAAN EKONOMI
PELAKU USAHA GERABAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA WISATA
KASONGAN YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

Bernardinus Realino Scholastica Eugene

NPM: 160322527

Pembimbing :

Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D

Abstrak

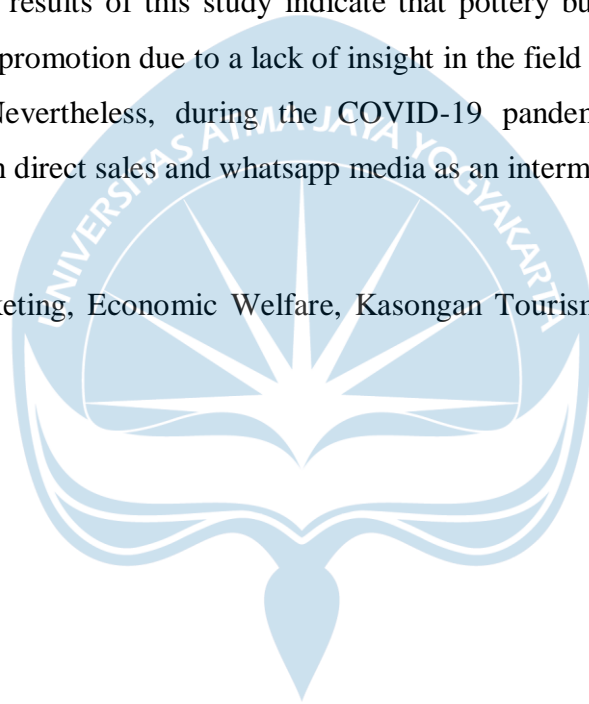
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan metode pemasaran secara digital terhadap kesejahteraan ekonomi para pengusaha gerabah kasongan pada masa pandemi Covid-19. Objek penelitian ini adalah pengusaha gerabah tanah liat di kawasan sentra industry gerabah Desa Wisata Kasongan. Metode dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada produsen dan pemilik usaha gerabah. Metode analisa data yang digunakan adalah metode yang sesuai dengan penelitian ini yaitu bersifat deskriptif. Sementara, teknik analisis data yang digunakan dalam pengolahan data pada penelitian ini adalah teknik Analisa SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik usaha gerabah hanya menggunakan bentuk promosi *mouth to mouth* dikarenakan kurangnya wawasan dalam bidang *social media marketing* atau pemasaran secara online. Meskipun demikian, pada masa pandemi COVID-19 memberikan dampak ekonomi yang signifikan melalui penjualan langsung dan media whatsapp sebagai alat perantara transaksi jual beli.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Kesejahteraan Ekonomi, Desa Wisata Kasongan, Gerabah, Pemasaran Sosial Media

Abstract

This study aims to identify the application of digital marketing methods to the economic welfare of Kasongan pottery entrepreneurs during the Covid-19 pandemic. The object of this research is clay pottery entrepreneurs in the Kasongan Tourism Village pottery industry center area. The method in this research is descriptive qualitative research with a case study approach. Data collection was carried out by interviewing producers and pottery business owners. The data analysis method used is a method that is in accordance with this research, which is descriptive. Meanwhile, the data analysis technique used in data processing in this study is the SWOT Analysis technique. The results of this study indicate that pottery business owners only use a form of mouth to mouth promotion due to a lack of insight in the field of social media marketing or online marketing. Nevertheless, during the COVID-19 pandemic, it had a significant economic impact through direct sales and whatsapp media as an intermediary tool for buying and selling transactions.

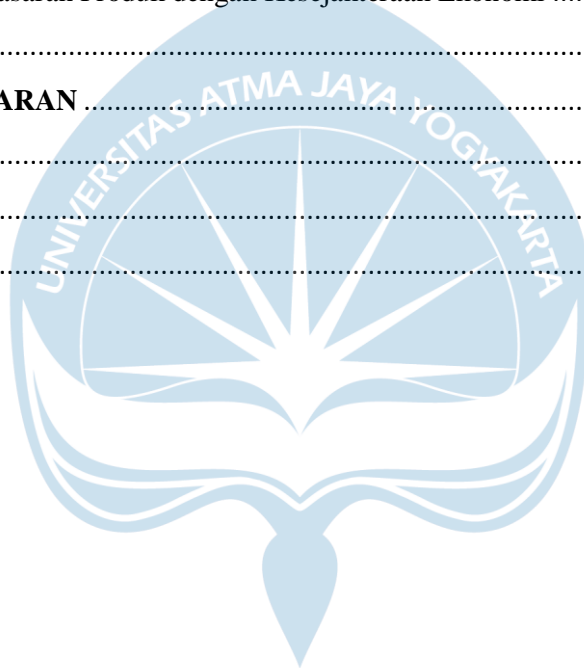
Keywords: Digital Marketing, Economic Welfare, Kasongan Tourism Village, Pottery, Social Media Marketing



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	3
DAFTAR TABEL	3
BAB I	4
PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	9
KAJIAN LITERATURE	9
2.1 Pemasaran (Marketing).....	9
2.2 Digital Marketing.....	10
2.2.1 Social Media Marketing.....	15
2.2.2 Social Media Marketing dan UMKM.....	24
2.2.3 Social Media Marketing Pada Masa Pandemi Covid-19.....	25
2.3 Kesejahteraan Ekonomi.....	28
4.3.1 Kesejahteraan Ekonomi UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19.....	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Jenis Data.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Metode Analisis Data.....	32
BAB IV	34

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Tempat Penelitian.....	34
4.2 Sistem Pemasaran di Desa Wisata Kasongan	34
4.3 Proses Produksi Gerabah di Desa Wisata Kasongan.....	35
4.3.1 Tahap-Tahap Pembuatan Gerabah Di Desa Wisata Kasongan Yaitu.....	36
4.3.2 Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Dalam Proses Produksi:.....	37
4.3.3 Cara Mengatasi Kendala-Kendala Dalam Proses Produksi:	37
4.4 Hasil Analisis Bauran Pemasaran 4 P	38
4.5 Hasil Analisis SWOT	43
4.6 Peran Sosial Media Marketing.....	51
4.7 Hubungan Pemasaran Produk dengan Kesejahteraan Ekonomi	51
BAB V	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	56
Daftar Pustaka	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . Total Pengguna Internet Dan Sosial Media Di Indonesia Tahun 2020-2021.....	17
Gambar 2. Platform Sosial Media Yang Sering Digunakan	18
Gambar 3. Trafik Pengguna Aktif Sosial Media Pada Tahun 2014-2022	19
Gambar 4. Tujuan Utama Penggunaan Sosial Media	20
Gambar 5. Platform Media Sosial Sebagai Alat Penjualan Produk.....	26
Gambar 6. Matriks Analisis SWOT	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks SWOT	43
Tabel 2. Kekuatan (Strengths).....	44
Tabel 3. Kelemahan (Weaknesses).....	46
Tabel 4. Peluang (Opportunities)	48
Tabel 5. Ancaman (Threats).....	49