

Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Pemasaran

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ade Zulfa Qurratul Aini', is written over a horizontal line.

Acc munaqosah
15 nov 2024

Oleh:

Ade Zulfa Qurratul Aini

20423149

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ade Zulfa Qurratul Aini
NIM : 20423149
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : **Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Pemasaran**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 14 November 2024



Ade Zulfa Qurratul Aini

NOTA DINAS

Yogyakarta 15 November 2024 M
13 Jumadil Awal 1446 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1060/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2024 tanggal : 24 Juli 2024 M, 18 Muharam 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Ade Zulfa Qurratul Aini
NIM : 20423149
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2023/2024
Judul Tugas Akhir : **Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Pemasaran**

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing,



Muhammad Iqbal, SEI, M.S.I.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama Mahasiswa : Ade Zulfa Qurratul Aini

NIM : 20423149

Judul Tugas Akhir : PENGEMBANGAN USAHA CAMILAN UDANG
KEJU DALAM ASPEK PEMASARAN

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 November 2024



Muhammad Iqbal, SEI., M.S.I.



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiiai@uii.ac.id
W. fiiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 3 Desember 2024
Judul Skripsi : Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Pemasaran
Disusun oleh : ADE ZULFA QURRATUL AINI
Nomor Mahasiswa : 20423149

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEI, MSI

Penguji I : Anom Garbo, SEI, ME

Penguji II : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME

Yogyakarta, 3 Desember 2024



Aini
Dr. Dede Amini, MA

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. [Q.S. Al Baqarah: 168]

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Pemasaran

ADE ZULFA QURRATUL AINI

20423149

Bisnis udang keju merupakan sebuah kuliner yang berfokus pada pembuatan camilan dengan bahan dasar udang dan keju. Bisnis ini menawarkan kelembutan olahan udang dengan keju di dalamnya. Produk ini hadir di tengah masyarakat untuk memenuhi selera para pecinta makanan dengan cita rasa asin dan gurih. Alasan penulis memilih bisnis ini adalah perkembangan zaman yang membuat makanan cepat saji lebih diminati oleh konsumen karena kepraktisannya sehingga hadir lah bisnis yang bernama Udang Keju Yukei. Dalam era tren makanan yang tak pernah surut ini, pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam mengoperasikan suatu bisnis. Perkembangan zaman dan kemudahan teknologi saat ini membuat pemasaran dalam bisnis ini menjadi lebih mudah berkembang. Pada suatu bisnis pastinya membutuhkan peran staf pemasaran untuk memasarkan produk guna menunjang pengembangan dalam suatu bisnis. Tujuan utama pemasaran adalah memaksimalkan keuntungan dengan merancang strategi penjualan. Untuk memudahkan penulis dalam melakukan pengembangan bisnis ini, adapun upaya yang penulis lakukan adalah dengan meningkatkan kesadaran konsumen akan produk yang penulis tawarkan. Cara meningkatkan kesadaran konsumen adalah dengan menggunakan strategi pemasaran secara *online* dan *offline*. Pemasaran secara online dapat berupa pembuatan akun sosial media untuk menciptakan keberadaan merek dan mempermudah promosi. Melalui sosial media tersebut, penulis membuat konten yang menarik dan *trendy* sehingga dapat menambah kepercayaan konsumen terhadap bisnis ini. Selain itu, penulis juga melakukan *endorsement* di salah satu akun instagram yaitu Menu Menu Jogja dan melakukan iklan instagram untuk memperluas jangkauan konsumen, menarik lebih banyak pelanggan, dan menambah tingkat kesadaran konsumen terhadap bisnis, dan juga penulis membuat pelayanan makanan secara online yaitu di Shopee Food, Grab Food, dan Go Food untuk mempermudah konsumen dalam membeli. Selanjutnya untuk pemasaran secara offline, penulis membuka *stand* penjualan di Jalan Nglanjaran.

Kata Kunci: pemasaran, kuliner, pemasaran online, pemasaran offline

ABSTRACT

Cheese Shrimp Snack Business Development in Marketing Aspect

ADE ZULFA QURRATUL AINI

20423149

Cheese shrimp business is a culinary business that focuses on making snacks with shrimp and cheese as ingredients. This business offers the softness of processed shrimp with cheese in it. This product is present in the community to meet the tastes of food lovers with salty and savory flavors. The reason the author chose this business is the development of the times that makes fast food more attractive to consumers because of its practicality so that a business called Yukei Cheese Shrimp is present. In this era of never-ending food trends, marketing has a very important role in operating a business. The development of the times and the ease of technology today make marketing in this business easier to develop. In a business, it certainly requires the role of marketing staff to market products to support development in a business. The main goal of marketing is to maximize profits by designing sales strategies. To make it easier for the author to develop this business, the efforts the author makes are to increase consumer awareness of the products the author offers. How to increase consumer awareness is by using online and offline marketing strategies. Online marketing can be in the form of creating social media accounts to create brand presence and facilitate promotion. Through social media, the author creates interesting and trendy content so that it can increase consumer confidence in this business. In addition, the author also makes endorsements on one of the Instagram accounts, namely Menu Menu Jogja and does Instagram ads to expand consumer reach, attract more customers, and increase the level of consumer awareness of the business, and also the author makes online food services, namely at Shopee Food, Grab Food, and Go Food to make it easier for consumers to buy. Furthermore, for offline marketing, the author opened a sales stand on Jalan Nglanjaran.

Keyword: marketing, culinary, online marketing, offline marketing

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara konkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini

meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta' Marbutah

5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan

huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tabel 0 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
اُو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...أ...إ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

ي...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
- b. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
- c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.
3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada nabi besar, Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan dan memberi semangat kepada penulis untuk menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul “Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju Yukei dalam Aspek Pemasaran”.

Perintisan bisnis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan kasih sayang yang tak ternilai dan doa yang selalu dipanjatkan sehingga dapat menjadi sumber semangat dalam menyelesaikan karya tulis ini.

Penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
6. Segenap dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Kedua Orang Tua penulis yaitu Bapak Ahsan dan Ibu Parmi yang selalu memberikan penulis semangat, doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas akhir Perintisan Bisnis.
8. Teman seperjuangan Asyifa Diva Kinanti dan Rohmah Fitriyani yang telah bekerjasama menyelesaikan Perintisan Bisnis ini dengan tepat waktu serta membantu penulis memberi informasi terkait program kerja yang sedang penulis jalani.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 14 November 2024



Ade Zulfa Qurratul Aini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xi
KATA PENGANTAR	xvii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Sistematika Penulisan	3
BAB II.....	5
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS	5
A. Profil Bisnis.....	5
B. Pelaksanaan Bisnis	7
1. Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia	7
2. Tinjauan Aspek Pemasaran	8
BAB III	37
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	37
A. Identifikasi Masalah	37
B. Tinjauan Teoritis Pemasaran	38
C. Pemecahan Masalah Pemasaran	41
BAB IV	42
KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
A. Kesimpulan	42

B. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48
A. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan	48
B. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Pemasaran	53
C. Bukti Agenda Kegiatan	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Udang Keju Yukei	5
Gambar 2.2 Diagram Hasil Survei Google Form 1	8
Gambar 2.3 Diagram Hasil Survei Google Form 2	9
Gambar 2.4 Diagram Hasil Survei Google Form 2	10
Gambar 2.5 Diagram Hasil Survei Google Form 3	10
Gambar 2.6 Diagram Hasil Survei Google Form 4	11
Gambar 2.7 Diagram Hasil Survei Google Form 5	11
Gambar 2.8 Diagram Hasil Survei Google Form 6	12
Gambar 2.9 Diagram Hasil Survei Google Form 7	13
Gambar 2.10 Diagram Hasil Survei Google Form 8.....	13
Gambar 2.11 Diagram Hasil Survei Google Form 9.....	14
Gambar 2.12 Logo Bisnis Udang Keju Yukei	14
Gambar 2.13 Melakukan Foto dan Video	15
Gambar 2.14 Mengedit Foto dan Video Produk	15
Gambar 2.15 WhatsApp.....	16
Gambar 2.16 Insight Instagram.....	18
Gambar 2.17 Profil Instagram.....	18
Gambar 2.18 Feed Instagram	19
Gambar 2.19 Reels Instagram	19
Gambar 2.20 TikTok.....	20
Gambar 2.21 Shopee Food.....	22
Gambar 2.22 Go Food.....	22
Gambar 2.23 Grab Food.....	23
Gambar 2.24 Ads Instagram	24
Gambar 2.25 Ads Instagram Reels.....	25
Gambar 2.26 Ads Instagram Story.....	26
Gambar 2.27 Akun Instagram Menu Menu Jogja.....	27
Gambar 2.28 Endorsement Instagram Menu Menu Jogja.....	28
Gambar 2.29 Endorsement TikTok Menu Menu Jogja.....	29
Gambar 2.30 Endorsement TikTok Menu di Jogja.....	30
Gambar 2.31 Foto Lapak Udang Keju Yukei	32
Gambar 2.32 Banner Udang Keju Yukei	33
Gambar 2.33 Menu Udang Keju Yukei	34
Gambar 2.34 Promo Bundling Udang Keju Yukei	34
Gambar 2.35 Google Maps Udang Keju Yukei	35

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan zaman dan perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat mendorong perubahan gaya hidup, pola pikir, serta perilaku konsumen di Indonesia terutama dalam dunia kuliner. Hal ini terjadi karena munculnya kuliner jenis baru di industri kuliner Indonesia. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif serta mengikuti selera konsumen dan perkembangan tren. Inovasi dalam berbagai jenis makanan menjadi kunci bagi para pengusaha kuliner untuk menjaga eksistensi dan daya saing pasar. Selain itu, pelaku bisnis juga perlu menjaga nilai yang ditawarkan pada setiap produknya agar dapat terus diingat dan diminati oleh konsumen (Nugrahani, 2015).

Udang keju adalah salah satu cemilan yang saat ini sedang digemari oleh konsumen. Perpaduan rasa antara gurih dan asinnya serta lelehan keju yang ada didalamnya juga dapat menggugah selera (Mutmaannah, 2024). Proses pembuatan udang keju pun cukup mudah yaitu dengan pembalutan keju dengan udang, kemudian lapisan luarnya diberi tepung roti agar menjadi renyah, selanjutnya udang keju tersebut dapat di goreng menggunakan api kecil hingga keju di dalamnya meleleh. Saat ini, cemilan udang keju menjadi hidangan favorit bagi banyak orang karena tidak hanya menawarkan kenikmatan rasa dari lelehan keju, tetapi juga memberikan kesan yang hangat kepada orang yang memakannya.

Alasan penulis memilih berbisnis udang keju adalah pertama, mayoritas orang Indonesia saat ini lebih menyukai makanan cepat saji karena kepraktisan dalam penyajiannya. Kedua, setelah melakukan berbagai riset pasar, penulis memperoleh data bahwa udang keju memiliki peluang besar di Yogyakarta karena jarak antar kompetitor yang menjual

produk serupa cukup berjauhan. Ketiga, pada layanan penjualan *online* produk udang keju ini masih banyak yang belum tersedia. Keempat, belum banyak yang menjual udang keju di wilayah Yogyakarta yang menjadikan udang keju sebagai menu utama.

Bisnis Udang Keju Yukei beroperasi di daerah utara Kota Yogyakarta tepatnya berada di Jalan Nglanjaran di depan Faza Print dan cuci sepatu Cucishini. Jalan Nglanjaran berada di belakang Fakultas Matematika Ilmu Pengetahuan Alam UII. Udang Keju Yukei memiliki target pasar yang mencakup usia 5 hingga 45 tahun untuk semua gender dan dari berbagai kalangan ekonomi. Lebih signifikannya Udang Keju Yukei menargetkan orang yang ingin memiliki pengalaman mencoba kuliner baru dengan cita rasa asin dan gurih yang dapat dinikmati di berbagai situasi seperti ketika santai bersama keluarga, teman menonton film, lauk saat makan nasi, hidangan saat rapat, dan sebagai sajian piknik.

Di zaman yang semakin canggih ini, pemasaran melalui media sosial kini menjadi strategi dasar yang sangat penting dalam menjalin hubungan antara *brand* dan konsumen. Dengan cepatnya transformasi digital, pemasaran menggunakan *platform* media sosial dapat menunjang kepercayaan konsumen terhadap *brand* karena konsumen dapat berinteraksi secara langsung kepada *brand*. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Youtube memberikan kesempatan bagi *brand* untuk menawarkan produk dan menjalin hubungan dengan konsumen. Di zaman yang terus berubah ini, keaktifan dalam menggunakan media sosial menjadi faktor bagi *brand* untuk membangun persepsi konsumen (Astuti et al., 2024).

Pemasaran adalah aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan untuk mempromosikan dan menawarkan produk kepada konsumen atau calon pelanggan (Sugiyanti et al., 2023). Pada suatu bisnis, peran staf pemasaran sangat dibutuhkan untuk memasarkan produk dan mendukung pengembangan usaha. Dalam bisnis yang penulis jalankan, strategi

pengembangan dilakukan dengan menggunakan pemasaran secara *online* dan *offline*.

Pemasaran *online* dilakukan melalui pembuatan akun media sosial untuk meningkatkan keberadaan merek dan mempermudah promosi produk. Melalui media sosial tersebut, penulis secara rutin membuat dan mengunggah konten berupa foto dan video yang menarik agar dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, penulis juga melakukan *endorsement* di akun Instagram “Menu Menu Jogja” untuk memperkenalkan produk lebih luas dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Penulis juga memasang iklan di Instagram melalui fitur *story* dan *reels* untuk memperluas jangkauan konsumen, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan jumlah konsumen bisnis. Di bidang *marketplace*, penulis menyediakan layanan pembelian makanan secara *online* melalui Shopee Food, Grab Food, dan Go Food untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Dalam pemasaran *offline*, penulis membuka *stand* penjualan di Jalan Nglanjaran agar konsumen dapat membeli produk secara langsung. Secara tidak langsung, penulis melakukan promosi *offline* melalui *word of mouth*. Promosi *word of mouth* secara offline dianggap lebih efektif karena pada dasarnya manusia memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dan berkomunikasi guna memperoleh informasi, pengalaman, dan pelajaran dari percakapan yang dilakukan. Umumnya, *word of mouth* cepat diterima oleh konsumen karena informasi yang disampaikan diperoleh dari pihak yang mereka percayai, seperti teman, keluarga, atau media massa. Selain itu, *word of mouth* juga mudah dijadikan referensi karena konsumen seringkali kesulitan menilai produk yang belum dibelinya sendiri (Purnomo, 2024).

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri

dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi menjadi empat bagian yakni Bab I, II, III dan IV.

Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan.

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan. Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Bisnis udang keju adalah sebuah usaha kuliner yang berfokus pada pembuatan camilan dengan bahan dasar udang dan keju. Proses pembuatan udang keju meliputi pembalutan keju dengan udang, kemudian lapisan luarnya diberi tepung roti agar menjadi renyah, selanjutnya udang keju tersebut digoreng dengan api sedang hingga keju di dalamnya meleleh. Bisnis udang keju ini hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang gemar mencoba kuliner baru, terutama yang memiliki cita rasa asin dan gurih. Saat ini, cemilan udang keju menjadi hidangan favorit bagi banyak orang karena tidak hanya menawarkan kenikmatan rasa dari lelehan keju, tetapi juga memberikan kesan yang hangat kepada orang yang memakannya.



Gambar 2.1 Logo Udang Keju Yukei

Arti dari logo brand Yukei:

- Nama bisnis penulis adalah Yukei. Yukei merupakan singkatan dari UK (Udang Keju). Dalam pelafalan bahasa Inggris, 'U' dibaca 'Yu' dan 'K' dibaca 'Kei.
- Pemilihan warna orange dan coklat pada logo karena perpaduan warna orange dan coklat memberikan kesan yang hangat tetapi kuat.

Perpaduan tersebut memiliki kesan yang dapat menimbulkan rasa lapar dan pembelian secara impulsif.

Bisnis ini berawal dari percakapan yang tidak terduga di sebuah tempat makan bernama “Gacoan”. Penulis tertarik untuk berinovasi dengan salah satu produk andalan Gacoan, yaitu udang keju. Udang keju gacoan sangat diminati di pasaran. Di tempat makan tersebut, terlihat bahwa untuk mendapatkan udang keju harus mengantri dalam antrian yang panjang. Penulis ingin membuat bisnis udang keju yang lebih mudah diakses tanpa harus mengantri lama. Penulis juga ingin membuat bisnis camilan udang keju untuk bisa dinikmati dalam berbagai situasi dan kondisi, tidak hanya sebatas camilan saja tetapi bisa dinikmati sebagai teman menonton film, lauk saat makan nasi, hidangan saat rapat, atau sebagai sajian piknik.

Alasan penulis memilih berbisnis udang keju adalah pertama, mayoritas orang Indonesia saat ini lebih menyukai makanan cepat saji karena kepraktisan dalam penyajiannya. Kedua, setelah melakukan berbagai riset pasar, penulis memperoleh data bahwa udang keju memiliki peluang besar di Yogyakarta karena jarak antar kompetitor yang menjual produk serupa cukup berjauhan. Ketiga, pada layanan penjualan online produk udang keju ini masih banyak yang belum tersedia. Keempat, belum banyak yang menjual udang keju di wilayah Yogyakarta yang menjadikan udang keju sebagai menu utama.

Udang Keju Yukei memiliki visi dan misi, yaitu:

Visi:

“Teman Lezat Setiap Saat”

Misi:

1. Membuat varian produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen
2. Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dalam pembuatan produk

Bisnis Udang Keju Yukei telah beroperasi di sekitar kampus pusat UII yang tepatnya di Jl Nglanjaran. Dalam perintisan bisnis udang keju ini,

penulis memiliki tim yang terdiri dari tiga orang yang memiliki tugas dan peran masing-masing untuk meningkatkan kinerja agar dapat efektif dan efisien:

1. Ade Zulfa Qurratul Aini : Pemasaran
2. Asyifa Diva Kinanti : Produksi
3. Rohmah Fitriyani : Riset dan Keuangan

B. Pelaksanaan Bisnis

Udang Keju Yukei secara resmi berjualan terhitung pada 8 Agustus 2024. Laporan dan analisa pelaksanaan perintisan bisnis Udang Keju Yukei ini mengambil periode waktu dari 1 Juli 2024 sampai dengan 25 Oktober 2024. Analisa pelaksanaan ditinjau dari beberapa aspek, sebagai berikut:

1. Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

Udang Keju Yukei terdiri dari 3 anggota tim yang masing-masing memiliki tugas untuk dijalankan. Dimana setiap bagian memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Dalam bisnis ini, penulis menjadi bagian pemasaran yang memiliki program kerja antara lain:

- a. Membangun brand produk agar dikenal luas secara online dan offline
 1. Menentukan nama *brand*
 2. Membuat design logo *brand*
 3. Melakukan foto dan video untuk konten di sosial media
 4. Mengedit foto dan video untuk kebutuhan sosial media Instagram dan Tiktok
- b. Melengkapi fitur penjualan untuk menunjang pemasaran secara online dan offline

1. Membuat akun sosial media Instagram, Tiktok, Whatsapp
 2. Membuat akun *online food delivery* seperti Shopee Food, Grab Food, dan Go Food
 3. Pemasaran secara *offline*
- c. Melakukan pengembangan pemasaran bersama bagian riset
1. Melakukan *ads* Instagram dan Tiktok
 2. Melakukan *endorsement* dengan influencer di Tiktok

2. Tinjauan Aspek Pemasaran

Sebagai langkah awal sebelum memulai pemasaran, penulis melakukan survei pasar terlebih dahulu untuk mengetahui apa yang konsumen inginkan, penulis melakukan survei melalui *google form*:

- Kuisisioner *Google Form*

Sebagai bagian dari aspek pemasaran, penulis telah melakukan survei melalui kuisisioner *Google Form* untuk mengetahui produk seperti apa yang konsumen butuhkan dan inginkan. Terdapat 24 responden yang berpartisipasi dalam menjawab kuisisioner yang penulis bagikan. Hasil survei melalui *google form*, sebagai berikut:



Gambar 2.2 Diagram Hasil Survei Google Form 1

Gambar di atas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Lebih suka makanan berat atau makanan ringan (camilan)?”. Hasil riset menunjukkan bahwa makanan ringan (camilan) memiliki persentase yang lebih besar senilai 79,2% yang artinya sebagian besar konsumen lebih menyukai makanan ringan dibandingkan makanan berat. Kemudian persentase dari makanan berat senilai 20,8%.



Gambar 2.3 Diagram Hasil Survei Google Form 2

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Lebih menyukai camilan manis atau cenderung asin?”. Hasil riset menunjukkan bahwa cemilan asin memiliki persentase yang lebih besar senilai 75% yang artinya sebagian konsumen lebih menyukai cemilan yang asin dibandingkan dengan cemilan yang manis. Kemudian persentase camilan manis senilai 25%.

Biasanya makan camilan apa?

24 responses



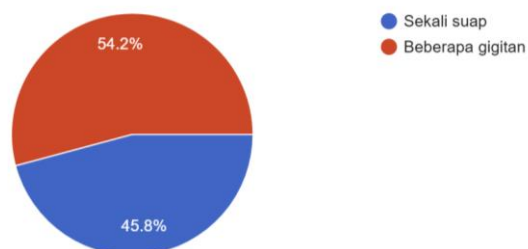
Gambar 2.4 Diagram Hasil Survei Google Form 2

Gambar di atas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Biasanya makan camilan apa?”. Hasil riset menunjukkan bahwa setiap orang menyukai cemilan yang berbeda-beda tetapi sebagian besar lebih menyukai cemilan dengan cita rasa asin.

Lebih suka camilan yang dimakan sekali suap atau beberapa gigitan?

[Copy chart](#)

24 responses



Gambar 2.5 Diagram Hasil Survei Google Form 3

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Lebih suka cemilan yang dimakan sekali suap atau

beberapa gigitan?”. Hasil riset menunjukkan bahwa beberapa gigitan memiliki persentase yang lebih besar senilai 54,2% yang artinya sebagian konsumen lebih menyukai cemilan dengan beberapa gigitan dibandingkan dengan cemilan yang hanya sekali suap saja. Kemudian persentase sekali suap senilai 45,8%.



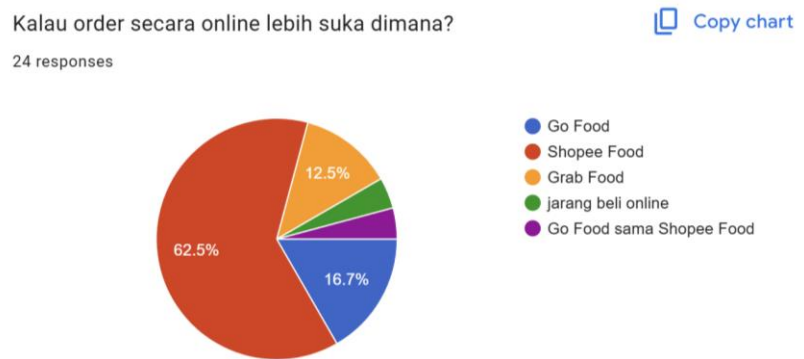
Gambar 2.6 Diagram Hasil Survei Google Form 4

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Seminggu jajan berapa kali?”. Hasil riset menunjukkan bahwa persentase jawaban dari “kurang dari 5 kali” dan “lebih dari 5 kali” adalah sama senilai 50% yang artinya ada beberapa orang yang suka jajan lebih dari 5 kali, dan ada juga yang suka jajan kurang dari 5 kali.



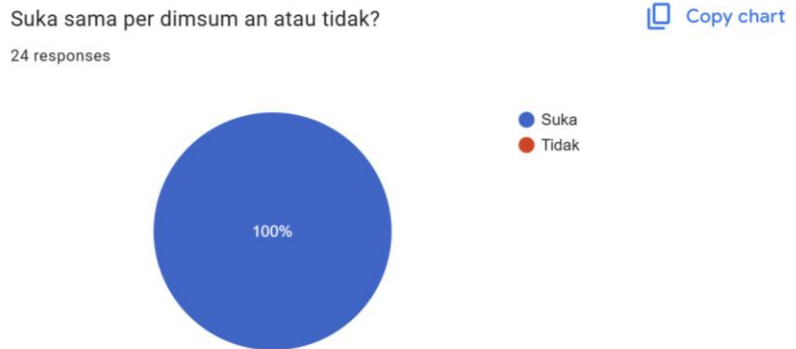
Gambar 2.7 Diagram Hasil Survei Google Form 5

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Lebih suka beli jajan langsung ke tempatnya atau *order* secara *online*?”. Hasil riset menunjukkan bahwa jajan langsung memiliki persentase yang lebih besar senilai 91,7% yang artinya sebagian orang lebih menyukai jajan secara langsung ke tempatnya dibandingkan harus membeli jajan secara *online* melalui media layanan pembelian secara *online*. Kemudian persentase membeli jajan secara *online* senilai 45,8%.



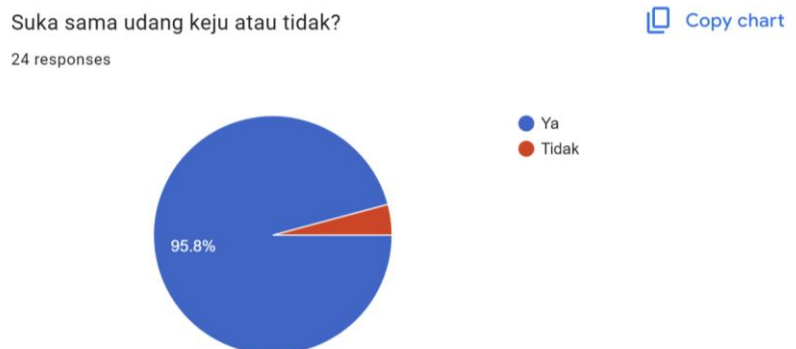
Gambar 2.8 Diagram Hasil Survei Google Form 6

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Lebih suka membeli jajan secara online di mana?”. Hasil riset menunjukkan bahwa shopee food memiliki persentase yang lebih besar senilai 62,5% yang artinya sebagian orang lebih menyukai membeli jajan secara *online* di *Shopee Food*. Kemudian persentase *Go Food* senilai 16,7%, persentase *Grab Food* senilai 12,5%, dan persentase yang jarang membeli online dan membeli di *Shopee Food* dan *Grab Food* senilai 8,3%.



Gambar 2.9 Diagram Hasil Survei Google Form 7

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Suka dimsum atau tidak?”. Hasil riset menunjukkan bahwa senilai 100% menyukai dimsum yang artinya sebagian orang menyukai dimsum.



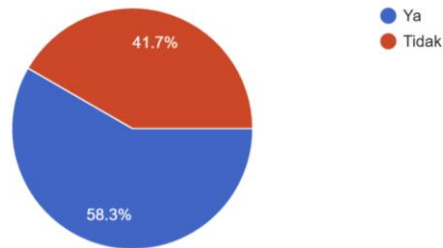
Gambar 2.10 Diagram Hasil Survei Google Form 8

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Suka sama udang keju atau tidak?”. Hasil riset menunjukkan bahwa yang menyukai udang keju senilai 95,8% yang artinya sebagian orang menyukai udang keju. Kemudian persentase yang tidak menyukai udang keju senilai 4,2%.

Tau udang keju selain udang keju Gacoan atau tidak?

 Copy chart

24 responses



Gambar 2.11 Diagram Hasil Survei Google Form 9

Gambar diatas menunjukkan hasil survei dengan pertanyaan “Apakah mengetahui udang keju selain Gacoan atau tidak?”. Hasil riset menunjukkan bahwa senilai 58,3% mengetahui bahwa ada yang menjual udang keju selain Gacoan. Kemudian orang yang tidak mengetahui yang menjual udang keju selain Gacoan senilai 41,7%.

Ada beberapa program kerja yang dijalankan pada bisnis Udang Keju Yukei khususnya bidang pemasaran, yaitu:

a. Menentukan Nama Bisnis

Nama bisnis penulis adalah Yukei. Yukei merupakan singkatan dari UK (Udang Keju). Dalam pelafalan bahasa inggris, ‘U’ dibaca ‘Yu’ dan ‘K’ dibaca ‘Kei.

b. Membuat Desain Logo Bisnis



Gambar 2.12 Logo Bisnis Udang Keju Yukei

Pada desain logo penulis pemilihan warna orange dan coklat pada logo didasarkan pada kesan hangat namun kuat yang dihasilkan dari perpaduan keduanya. Kombinasi warna ini dapat membangkitkan rasa lapar dan mendorong pembelian impulsif (Lawrence, 2022).

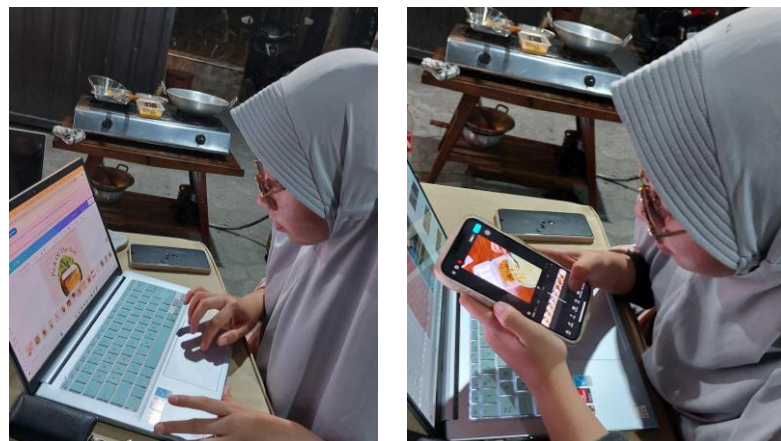
c. Melakukan Foto dan Video



Gambar 2.13 Melakukan Foto dan Video

Dalam program kerja penulis, melakukan foto dan video produk dilakukan seminggu sekali dengan tujuan agar memiliki stok konten untuk kebutuhan sosial media bisnis penulis.

d. Mengedit Foto dan Video



Gambar 2.14 Mengedit Foto dan Video Produk

Dalam program kerja penulis, pengeditan foto dan video diperlukan agar unggahan di media sosial lebih menarik dan dapat menarik minat konsumen.

e. Membuat Akun Sosial Media

Penulis membuat beberapa akun sosial media untuk menunjang kebutuhan promosi, diantaranya:

1. Whatsapp

WhatsApp adalah media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh pebisnis maupun perorangan untuk berkomunikasi. Tujuan Udang Keju Yukei menggunakan WhatsApp adalah untuk berinteraksi dengan pelanggan secara langsung dan personal dan juga dapat memberikan layanan dengan cepat atas pertanyaan atau keluhan konsumen. Hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempercepat pemecahan masalah.



Gambar 2.15 WhatsApp

2. Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang sangat populer. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto serta melihat unggahan dari pengguna lainnya. Instagram dianggap sebagai media sosial yang memiliki dampak besar dan potensial. Saat ini, Instagram banyak dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif, baik untuk tujuan komersial maupun nonkomersial. Di Indonesia, terdapat 22 juta pengguna aktif, dengan didominasi usia 18-34 tahun mencapai persentase 89%. Selain itu, 97% pengguna Instagram juga menggunakan mesin pencarian untuk mendapatkan informasi lebih dalam (Permana & Pratiwi, 2021).

Bisnis Udang Keju Yukei memiliki *followers* 139 dan *following* 71 dengan unggahan *feed* sebanyak 42 postingan. Pada awalnya, jumlah *followers* Instagram Udang Keju Yukei adalah 55 orang pada tanggal 14 Oktober 2024. Saat ini, jumlah pengikutnya meningkat menjadi 139 orang. Pertumbuhan pengikut Instagram bisnis ini cukup pesat, dengan penambahan sebanyak 84 *followers*.



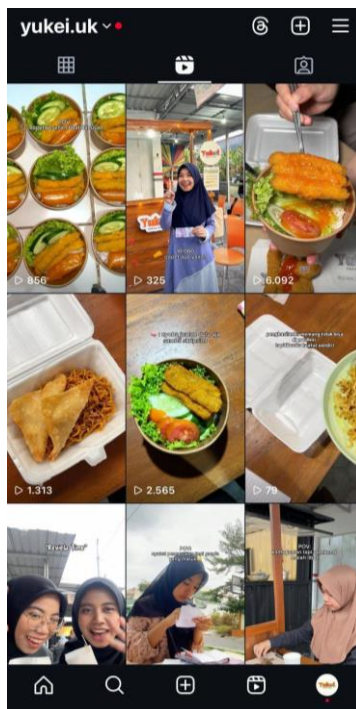
Gambar 2.16 Insight Instagram



Gambar 2.17 Profil Instagram

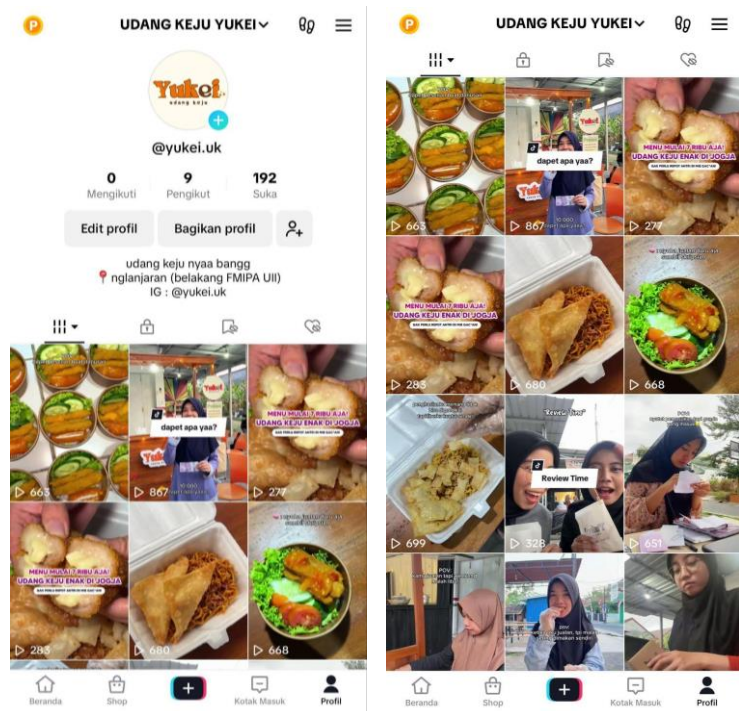


Gambar 2.18 Feed Instagram



Gambar 2.19 Reels Instagram

3. Tik Tok



Gambar 2.20 TikTok

TikTok kini menjadi salah satu *platform* yang sangat populer. Sebagai media sosial, TikTok menyediakan tempat untuk berbagi konten kreatif, mulai dari video *challenge*, *lipsync*, musik, *dance*, menyanyi, dan masih banyak lagi. Dengan tingginya jumlah pengguna, TikTok menawarkan peluang yang besar untuk digunakan sebagai media promosi.

Adapun beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan di TikTok, meliputi:

a. Menggunakan *Hashtag*

Hashtag berfungsi sebagai penanda agar topik, peristiwa, atau produk tertentu mudah ditemukan. Penggunaan *hashtag* yang tepat dapat membantu konsumen menemukan produk yang dicari atau yang dibutuhkan.

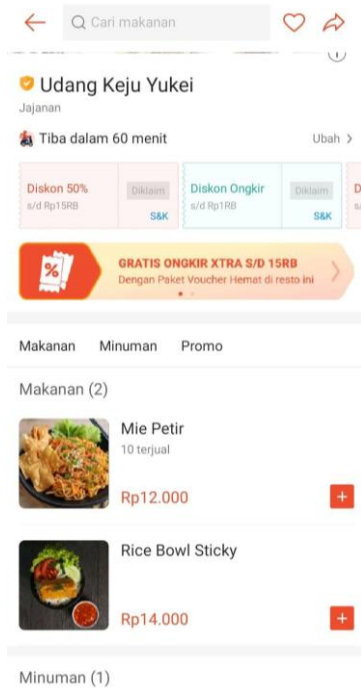
b. Mengikuti perkembangan tren

Strategi pemasaran di TikTok memanfaatkan video yang menampilkan hal-hal yang sedang tren. Namun, dalam hal ini pengusaha perlu menemukan momen yang tepat untuk mempromosikan dan mengenalkan produk pengusaha ke konsumen.

- c. Bekerja sama dengan *influencer*
Berkolaborasi dengan *influencer* yang memiliki banyak pengikut dan sedang populer dapat meningkatkan daya tarik promosi di TikTok.
- d. Memberikan deskripsi yang jelas
Selain konten yang menarik, deskripsi produk yang jelas juga dapat membantu konsumen memahami informasi yang disampaikan oleh pembuat video.
- e. Sering mengunggah video dan melakukan iklan
Rutin mengunggah video dengan disertai iklan sesekali dapat meningkatkan keterlibatan dan visibilitas pada *platform* (Dewa & Safitri, 2021).

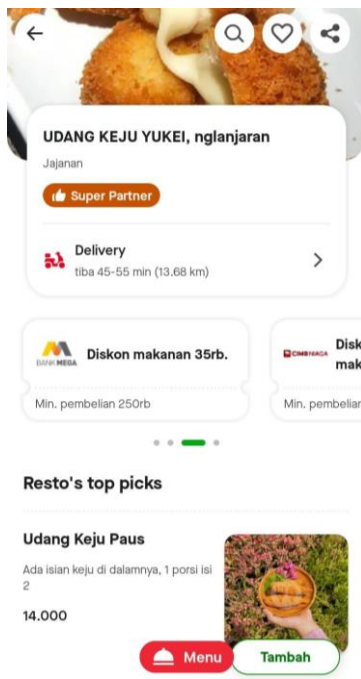
TikTok Udang Keju Yukei memiliki jumlah pengikut 9, mengikuti 0, dan jumlah suka 192.

- f. Membuat Akun Layanan Pembelian Online
Penulis membuat beberapa akun layanan pembelian online untuk memudahkan konsumen dalam membeli, diantaranya:
 - 1. Shopee Food



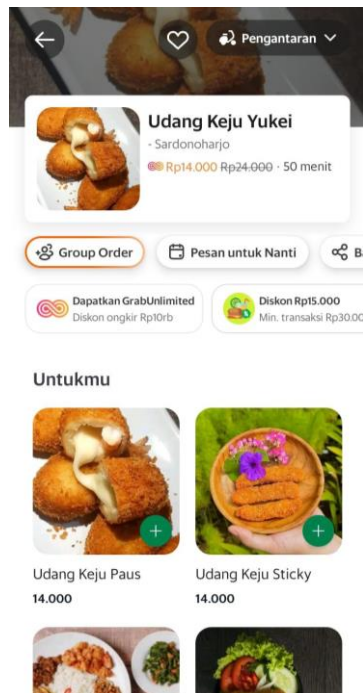
Gambar 2.21 Shopee Food

2. Go Food



Gambar 2.22 Go Food

3. Grab Food



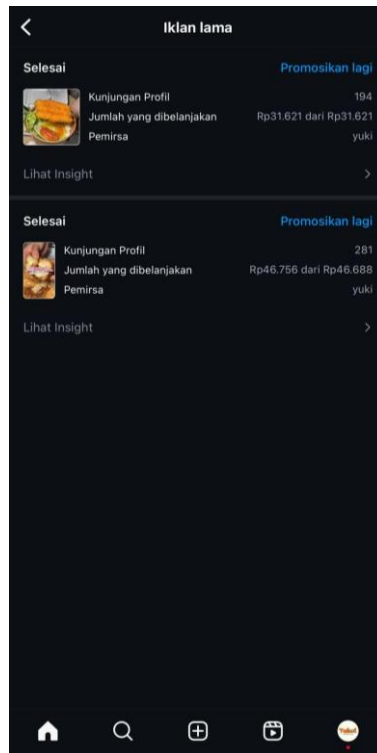
Gambar 2.23 Grab Food

Layanan pembelian makanan secara online merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan di zaman sekarang oleh pelaku usaha kuliner. Kemajuan teknologi di era ekonomi digital ini mengubah perilaku konsumen secara signifikan. Di antara beberapa layanan pembelian makanan secara online, Shopee Food lebih digemari oleh konsumen karena fiturnya yang mudah dipahami. Shopee Food juga menawarkan banyak promo menarik, seperti potongan harga, voucher, dan cashback yang cukup besar sehingga meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan layanan ini (Phyta & Ria, 2022).

g. Melakukan *Adsense* Instagram

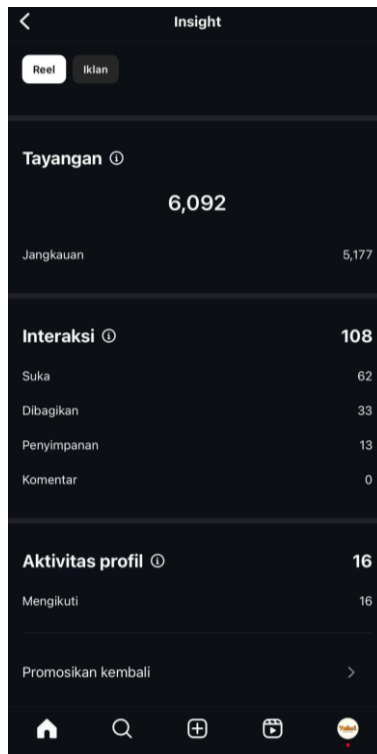
Adsense dilakukan untuk membantu bisnis menjangkau lebih banyak audiens agar dapat membangun engagement sehingga dapat menambah pengikut di Instagram. *Adsense* juga dapat menjangkau konsumen

kembali karena *adsense* mendukung *retargeting*, yaitu menargetkan kembali orang-orang yang sebelumnya telah menunjukkan minat dengan produk atau layanan yang diberikan.



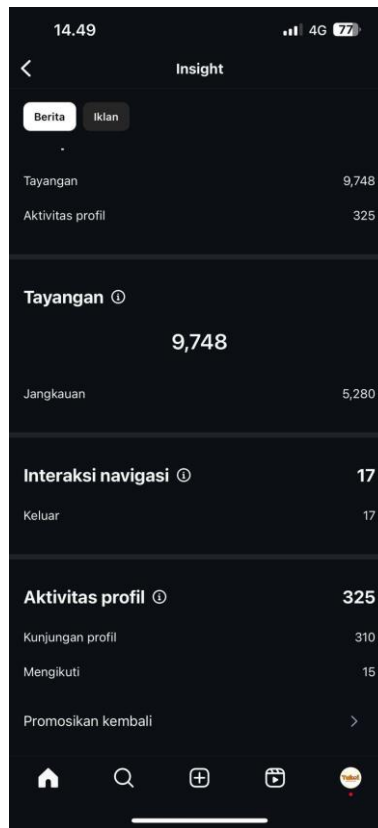
Gambar 2.24 Ads Instagram

Gambar diatas menunjukkan bahwa bisnis Udang Keju Yukei telah melakukan *adsense* sebanyak dua kali yaitu *adsense* melalui *story* Instagram dan *reels* Instagram. Pada *ads story* Instagram dilakukan selama 1 hari dan dikenai biaya Rp 46.756,- dengan kunjungan profil sebanyak 281 kunjungan. Pada *ads reels* Instagram dilakukan selama 1 hari dan dikenai biaya Rp 31.621,- dengan kunjungan profil 194 kunjungan.



Gambar 2.25 Ads Instagram Reels

Gambar diatas menunjukkan hasil insight dari *ads reels* Instagram. Berdasarkan *insight*, konten hasil *ads* tersebut disukai oleh 62 orang, dibagikan sebanyak 33 kali, disimpan sebanyak 13 kali, dan yang mengikuti akun sebanyak 16 orang. Total tayangan reels mencapai 6.092.



Gambar 2 26 Ads Instagram Story

Gambar diatas menunjukkan hasil insight dari *ads story* Instagram. Berdasarkan *insight*, konten hasil *ads* tersebut ditayangkan sebanyak 9.748 kali, dijangkau sebanyak 5.280, dan yang mengikuti sebanyak akun sebanyak 15 orang.

Berdasarkan hasil *ads* tersebut, penulis berpendapat bahwa iklan sangat efektif digunakan apabila bisnis ingin meningkatkan jumlah pengikut dan menjangkau lebih banyak konsumen.

h. Melakukan Endorsement

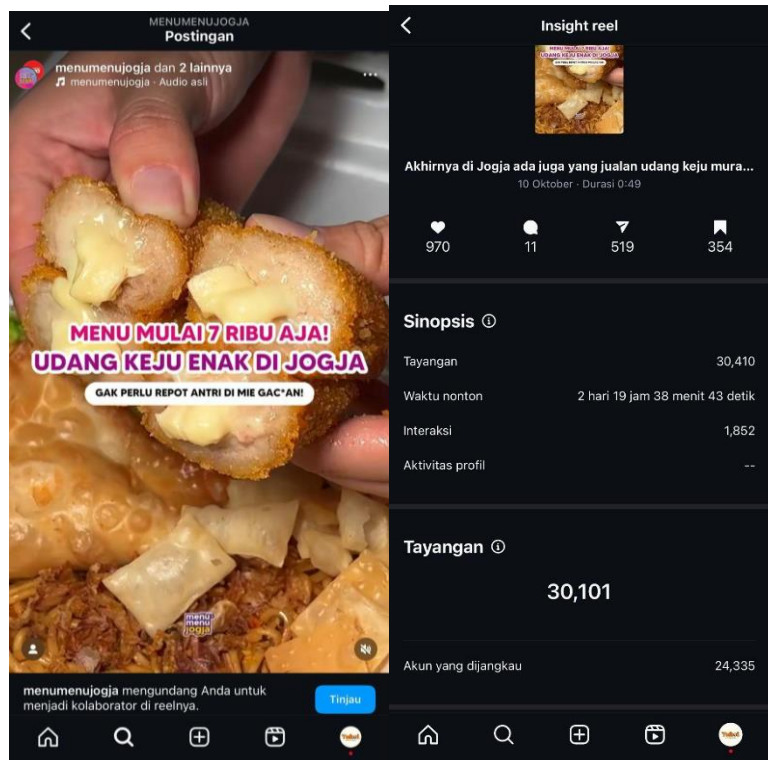
Endorsement dilakukan untuk membangun *brand awareness* suatu bisnis agar dapat membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan kredibilitas produk sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas lagi.



Gambar 2 27 Akun Instagram Menu Menu Jogja

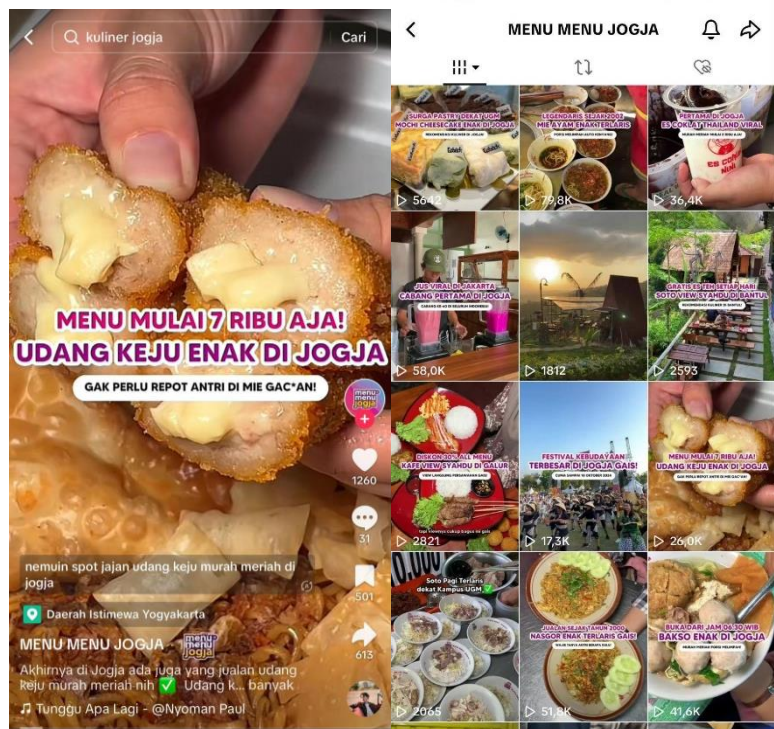
Gambar diatas merupakan akun instagram milik “Menu Menu Jogja”. Menu Menu Jogja memiliki *followers* 56,2 ribu, dan *following* 131. Penulis memilih untuk melakukan *endorsement* di akun Menu Menu Jogja dengan beberapa alasan:

1. Akun tersebut memiliki 56,2 ribu pengikut, dan tarif yang ditawarkan masih terjangkau yaitu Rp 350.000,-
2. Konten Menu Menu Jogja sering muncul di FYP (*For Your Page*), sehingga berpotensi menjangkau lebih banyak audiens.



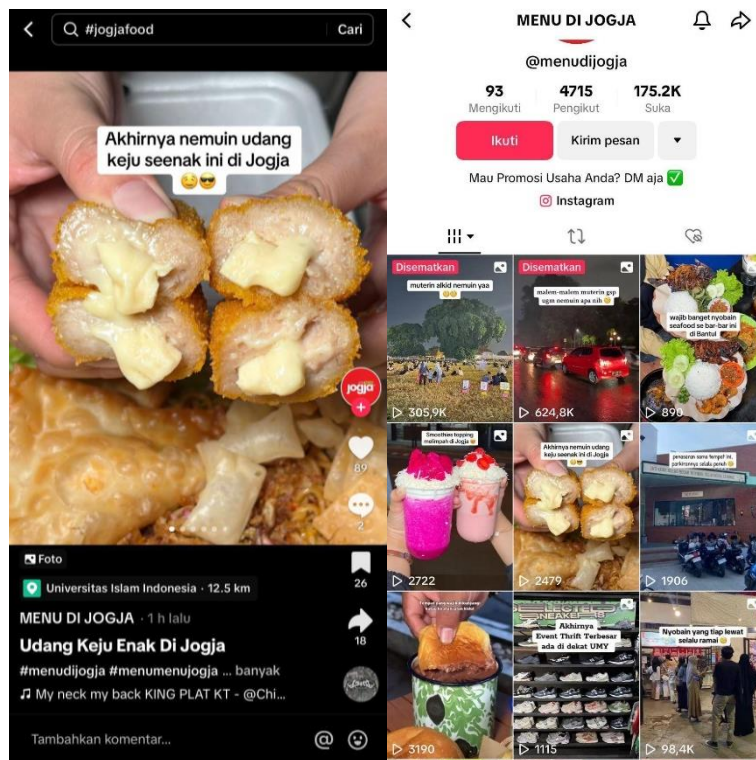
Gambar 2.28 Endorsement Instagram Menu Menu Jogja

Gambar di atas menunjukkan review dari akun Menu Menu Jogja dan hasil *insight* dari konten yang diunggah oleh akun tersebut. Berdasarkan *insight*, konten tersebut disukai oleh 970 orang, dikomentari oleh 11 orang, dibagikan sebanyak 519 kali, dan disimpan sebanyak 354 kali. Total tayangan *reels* mencapai 30.410.



Gambar 2.29 Endorsement TikTok Menu Menu Jogja

Gambar diatas merupakan akun TikTok milik “Menu Menu Jogja”. Menu Menu Jogja memiliki *followers* 86,3 ribu, *following* 112, dan suka 2,4 juta. Berdasarkan hasil *insight*, konten tersebut disukai oleh 1.260 orang, dikomentari oleh 31 orang, disimpan sebanyak 501 kali, dan dibagikan sebanyak 613 kali. Total tayangan video tersebut mencapai 26 ribu.



Gambar 2.30 Endorsement TikTok Menu di Jogja

Gambar diatas merupakan akun TikTok milik “Menu di Jogja”. Menu di Jogja memiliki *followers* 4.715 ribu, *following* 93, dan suka 175,2 ribu. Berdasarkan hasil *insight*, konten tersebut disukai oleh 89 orang, dikomentari oleh 2 orang, disimpan sebanyak 26 kali, dan dibagikan sebanyak 18 kali. Total tayangan video tersebut mencapai 2.479.

Namun, dari hasil *endorsement* tersebut, penulis tidak mendapatkan banyak *feedback* dari endorsement di akun Menu Menu Jogja dan Menu di Jogja. Menurut penulis, tidak ada konsumen yang datang ke *stand* karena lokasi bisnis Udang Keju Yukei berada cukup jauh dari pusat kota, sehingga konsumen merasa enggan untuk mampir.

i. Pemasaran Offline

Pemasaran offline untuk bisnis Udang Keju Yukei dilaksanakan setiap Senin hingga Jumat, mulai tanggal 8

Agustus hingga 29 November 2024, pukul 16.00 - 21.00 di
Jalan Nglanjaran (belakang FMIPA UII, depan Cucishini)





Gambar 2.31 Foto Lapak Udang Keju Yukei

j. Membuat Banner

Banner adalah media promosi yang efektif dalam pemasaran offline dan berperan sebagai alat komunikasi untuk memperluas jangkauan UMKM. Desain banner yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk. Banner yang berkualitas dan menarik juga mampu menarik perhatian pelanggan yang mencari tempat untuk menikmati hidangan lezat. Dengan desain yang khusus, banner restoran atau banner bisnis kuliner dapat menyampaikan penawaran menarik kepada calon pelanggan (Salman & Sholihah, 2024).





Gambar 2.32 Banner Udang Keju Yukei

k. Membuat Menu



Gambar 2.33 Menu Udang Keju Yukei

Terdapat lima menu pada bisnis Udang Keju Yukei, yaitu Paus seharga Rp 10.000, Sticky seharga Rp 10.000, Mie Petir seharga Rp 7.000, Rice Bowl Sticky seharga Rp 10.000, dan Es Teh seharga Rp 5.000.

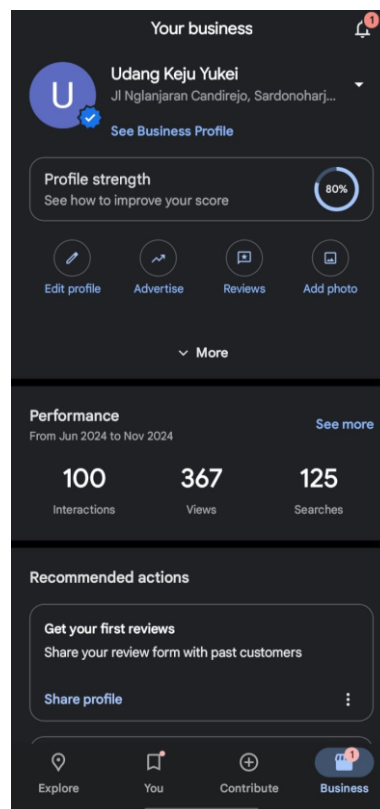
1. Promosi Bundling



Gambar 2.34 Promo Bundling Udang Keju Yukei

Promo *bundling* yang diterapkan oleh penulis pada bisnis Udang Keju Yukei tidak memberikan dampak signifikan terhadap penjualan. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya daya tarik promosi tersebut, mengingat fokus utama penjualan bisnis Udang Keju Yukei adalah makanan. Sementara promo *bundling* yang ditawarkan adalah Udang Keju dan Es Teh. Promo ini sebaiknya diluncurkan di awal penjualan untuk lebih menarik minat konsumen.

m. Google Maps Udang Keju Yukei



Gambar 2 35 Google Maps Udang Keju Yukei

Penulis telah mencantumkan bisnis Udang Keju Yukei di Google Maps, yang kemudian menghasilkan sejumlah data interaksi yang signifikan. Dalam periode tertentu, listing bisnis ini telah dilihat sebanyak 367 kali, menghasilkan 100

interaksi pengguna, dan muncul dalam 125 pencarian. Data ini menunjukkan bahwa keberadaan Udang Keju Yukei di Google Maps mampu meningkatkan visibility dan ketertarikan konsumen potensial terhadap bisnis ini.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Selama proses mengerjakan tugas akhir bisnis ini, penulis mendapatkan masalah selama proses pelaksanaannya, baik masalah internal maupun eksternal. Berikut permasalahan yang penulis hadapi ketika bisnis ini berlangsung:

1. Masih banyak orang yang belum melakukan pembelian secara online

Masih banyak konsumen yang belum melakukan pembelian secara online karena promosi mengenai ketersediaan Udang Keju Yukei di *platform food delivery online* belum dilakukan secara optimal. Hal ini mungkin menyebabkan konsumen tidak mengetahui bahwa Udang Keju Yukei dapat dibeli secara *online*. Selain itu, terdapat kemungkinan bahwa lokasi bisnis Udang Keju Yukei yang cukup jauh dari pusat kota membuat konsumen jarang berkunjung secara langsung.

2. Tidak mengaktifkan fitur iklan Instagram dalam jangka panjang

Penulis tidak mengaktifkan fitur iklan dalam jangka panjang karena keterbatasan dana. Selain itu, penulis masih menguji efektivitas iklan bagi bisnis untuk mengetahui apakah iklan tersebut dapat memberikan umpan balik yang signifikan. Berdasarkan hasil sementara, iklan terbukti berdampak positif pada bisnis karena dapat meningkatkan jumlah pengikut dan membangun kepercayaan konsumen. Namun, iklan tersebut belum memberikan dampak yang cukup signifikan dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk.

3. Tidak dapat membuat konten dalam jumlah yang banyak

Tim penulis hanya terdiri dari tiga orang, sehingga penulis belum dapat membuat konten secara konsisten dan optimal karena keterbatasan sumber daya manusia yang dapat membantu dalam merekam atau membuat video ketika ramai pengunjung. Saat penjualan sedang ramai, penulis dan tim harus fokus menyiapkan produk dan tidak sempat merekam atau membuat video karena khawatir pembeli harus menunggu terlalu lama jika penulis tidak turut membantu dalam persiapan tersebut. Pada pagi hingga siang hari, penulis dan tim sibuk menyiapkan produk.

B. Tinjauan Teoritis Pemasaran

Penulis akan memaparkan beberapa tinjauan teoritis yang berkaitan dengan identifikasi masalah pada bagian pemasaran untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi laporan bisnis Udang Keju Yukei. Berikut tinjauan teoritis dalam bidang pemasaran:

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah proses manajerial yang memungkinkan individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai bagi pihak lain.(8) (Kotler, 2019)

Definisi pemasaran menurut *American Marketing Association*, pemasaran adalah hasil dari kegiatan bisnis yang melibatkan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Lebih luasnya lagi, pemasaran mencakup serangkaian proses yang dimulai bahkan sebelum bahan-bahan masuk ke tahap produksi. Dalam proses ini, ada banyak keputusan pemasaran yang perlu dipikirkan sejak awal, seperti menentukan produk yang akan dibuat, target pasarnya, harga yang akan ditetapkan, serta cara promosinya (Lestari & Musyahidah, 2019).

Pemasaran merupakan elemen penting dalam siklus pemenuhan kebutuhan konsumen. Bagi perusahaan, pemasaran menjadi salah satu kegiatan utama untuk menjaga keberlanjutan, pertumbuhan, serta untuk meraih keuntungan. Agar bisnis tetap berjalan, kegiatan pemasaran juga perlu untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Lukitaningsih, 2013).

2. Riset Pasar

Riset pemasaran adalah langkah penting yang sebaiknya dilakukan sebelum memulai bisnis atau usaha. Tujuan riset ini adalah mendapatkan data yang objektif dan akurat, yang berguna sebagai dasar membuat keputusan. Prosesnya mencakup pengumpulan data, observasi, dan analisis informasi yang berhubungan dengan pemasaran. Riset pemasaran dapat digunakan oleh bisnis kecil maupun bisnis besar (Sudirjo et al., 2023).

Riset pemasaran berfungsi untuk mengumpulkan, menganalisis, memahami, dan mengubah data menjadi informasi serta wawasan yang berguna. Informasi ini kemudian dipakai untuk membuat keputusan yang membantu bisnis dalam menarik dan mempertahankan konsumen di tengah persaingan pasar. Oleh karena itu, riset pemasaran sangat penting untuk mengurangi ketidakpastian dalam bisnis, sehingga dapat menurunkan resiko kesalahan dalam keputusan pemasaran, seperti membuat produk yang tidak diminati konsumen atau menyampaikan pesan yang sulit dipahami oleh audiens. Selain itu, riset pemasaran juga membantu meningkatkan efisiensi perusahaan dengan menyediakan informasi yang akurat (Tjiptono, 2023).

3. Definisi Iklan *AdSense*

Periklanan adalah cara komunikasi yang digunakan untuk meyakinkan orang (seperti penonton, pembaca, atau pendengar) agar melakukan tindakan tertentu terkait produk, ide, atau layanan. Iklan ini dirancang untuk mengarahkan perilaku konsumen agar

tertarik pada produk atau layanan tertentu. Jika pengiklan ingin meningkatkan minat produk atau layanan kepada konsumen, produsen dapat melakukan cara *branding*, yaitu menampilkan nama atau gambar produk berulang kali supaya konsumen mulai mengaitkan merek itu dengan kualitas tertentu (Larasati et al., 2021). Menurut *Google Trends*, Indonesia adalah negara ke delapan dengan jumlah publisher *Google AdSense* yang cukup banyak (Eriyanti, 2019).

4. Definisi *Endorsement*

Endorsement adalah metode pemasaran dengan melibatkan orang atau tokoh yang dianggap berpengaruh di kalangan masyarakat atau segmen konsumen yang ingin dijangkau. Melalui metode ini, influencer berperan sebagai pengguna atau pembeli merdeka, menunjukkan sisi positif dari merek tersebut, sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan produk. Fenomena *influencer* di media sosial yang sedang populer saat ini memiliki dampak besar terhadap kebiasaan konsumsi masyarakat. Gaya hidup yang lebih mengutamakan gengsi membuat banyak orang mengikuti tren kekinian yang dipopulerkan oleh para *influencer* di media sosial (Larasati et al., 2021).

5. Definisi *Online Food Delivery*

Online Food Delivery adalah platform yang menghubungkan pelanggan dengan restoran atau usaha makanan secara online, layanan ini dapat memungkinkan konsumen memesan makanan melalui aplikasi atau platform yang disediakan oleh penyedia layanan pengantaran. *Online Food Delivery* sangat bermanfaat bagi pengusaha karena dapat memenuhi permintaan konsumen dan dapat memajukan bisnis. Melalui layanan ini, UMKM dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan (Samadiyah et al., 2024).

C. Pemecahan Masalah Pemasaran

Setelah mengetahui permasalahan yang muncul dalam bisnis, penulis memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi, solusi tersebut antara lain:

1. Dalam mengatasi permasalahan belum banyak yang melakukan pembelian secara online, penulis berupaya untuk lebih aktif dalam membuat konten di Instagram maupun TikTok. Selain itu, penulis juga berusaha untuk menghasilkan konten yang menarik dan mengikuti tren, karena konten yang relevan dengan tren dapat meningkatkan jumlah tayangan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Penulis juga berusaha memberikan promo yang menarik di layanan pembelian online untuk mendorong konsumen agar membeli secara online.
2. Dalam mengatasi permasalahan tidak mengaktifkan fitur iklan dalam jangka panjang, penulis berupaya menyiapkan dana untuk iklan dengan jangka waktu minimal satu minggu. Iklan di Instagram sangat efektif untuk bisnis yang sedang merintis karena dapat menambah jumlah pengikut meskipun hanya melakukan iklan selama satu satu hari. Untuk menjangkau lebih banyak konsumen, disarankan agar iklan dijalankan selama minimal satu minggu.
3. Dalam mengatasi permasalahan tidak dapat membuat konten dalam jumlah yang banyak, penulis berupaya untuk membuat stok foto dan video saat membuat konten. Penulis juga dapat membayar seseorang untuk membantu merekam video saat berjualan serta mengedit video agar konten yang dihasilkan lebih menarik.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Udang Keju Yukei adalah sebuah usaha kuliner yang berfokus pada pembuatan camilan dengan bahan dasar udang dan keju. Proses pembuatan udang keju pun cukup mudah yaitu dengan pembalutan keju dengan udang, kemudian lapisan luarnya diberi tepung roti agar menjadi renyah, selanjutnya udang keju tersebut dapat di goreng menggunakan api kecil hingga keju di dalamnya meleleh. Bisnis Udang Keju Yukei beroperasi di daerah utara Kota Yogyakarta tepatnya berada di Jalan Nglanjaran di depan Faza Print dan cuci sepatu Cucishini. Jalan Nglanjaran berada di belakang Fakultas Matematika Ilmu Pengetahuan Alam UII.

Alasan penulis memilih berbisnis udang keju adalah pertama, mayoritas orang Indonesia saat ini lebih menyukai makanan cepat saji karena kepraktisan dalam penyajiannya. Kedua, setelah melakukan berbagai riset pasar, penulis memperoleh data bahwa udang keju memiliki peluang besar di Yogyakarta karena jarak antar kompetitor yang menjual produk serupa cukup berjauhan. Ketiga, pada layanan penjualan *online* produk udang keju ini masih banyak yang belum tersedia. Keempat, belum banyak yang menjual udang keju di wilayah Yogyakarta yang menjadikan udang keju sebagai menu utama.

Udang Keju Yukei secara resmi mulai berjualan pada 8 Agustus 2024. Laporan dan analisis pelaksanaan perintisan bisnis Udang Keju Yukei ini mencakup periode dari 1 Juli 2024 hingga 25 Oktober 2024. Tim Udang Keju Yukei terdiri dari tiga anggota, masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab yang harus dijalankan. Dalam bisnis ini, penulis menjadi bagian pemasaran, dengan tanggung jawab meliputi menentukan nama *brand*, membuat design logo *brand*, melakukan foto dan video untuk konten

di sosial media, mengedit foto dan video untuk kebutuhan sosial media Instagram dan Tiktok, membuat akun sosial media Instagram, Tiktok, dan Whatsapp, membuat akun *online food delivery* seperti Shopee Food, Grab Food, dan Go Food, pemasaran secara offline, melakukan *ads* Instagram dan Tiktok, dan melakukan *endorsement* dengan influencer di Tiktok.

Penulis telah menjalankan bisnis di bidang makanan yang berlokasi di sekitar UII. Berdasarkan pengalaman yang penulis alami, strategi pemasaran yang paling tepat untuk bisnis ini adalah pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Strategi ini terbukti cukup optimal karena metode pemasaran lain seperti iklan dan *endorsement* kurang efektif dilakukan. Hal ini disebabkan oleh lokasi bisnis yang cukup jauh dari pusat kota yang membuat konsumen enggan untuk mampir karena jaraknya yang terlalu jauh.

Berdasarkan hasil iklan (*ads*), penulis berpendapat bahwa iklan sangat efektif digunakan jika bisnis ingin meningkatkan jumlah pengikut dan menjangkau lebih banyak konsumen. Namun dari hasil *endorsement*, penulis tidak menerima banyak *feedback* dari akun Menu Menu Jogja dan Menu di Jogja. Menurut penulis, tidak ada konsumen yang datang langsung ke stand karena lokasi bisnis Udang Keju Yukei cukup jauh dari pusat kota, sehingga konsumen merasa enggan untuk mampir.

B. Saran

Penulis menyarankan agar dalam memulai bisnis pemasaran, pelaku usaha terlebih dahulu memiliki akun media sosial setidaknya satu akun. Media sosial tersebut sebaiknya dikelola dengan baik, misalnya dengan memberikan edukasi kepada pengikut terkait produk, cara memesan, cara mengonsumsi, dan informasi penting lainnya. Jika ingin mencoba iklan (*ads*) dan *endorsement*, sebaiknya dilakukan di awal bisnis. Iklan sangat efektif untuk meningkatkan jumlah pengikut dan menjangkau lebih banyak konsumen. Namun, *endorsement* tidak dianjurkan jika lokasi bisnis jauh dari pusat kota karena konsumen cenderung enggan datang jika terlalu jauh.

Meski begitu, endorsement di awal dapat membantu membangun brand awareness, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperkuat kredibilitas produk sehingga bisnis dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., Bangun, R., Min Indillah, M. R., & Ariyanti, M. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Astuti, D., Nasution, S. L., & Febriani, B. (2024). Strategi Penjualan Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Rayyan Aek Nabara (Labuhanbatu). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4838-4849.
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022, Juli). PENGARUH WORD OF MOUTH, KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN MIE GACOAN DI YOGYAKARTA). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 851-866.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021, Maret). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Eriyanti, N. (2019, Desember). GOOGLE ADSENSE PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN ISLAM. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 4(2).
- Larasati, P. K., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. L. (2021). Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital. *Seminar Nasional Desain –SANDI*, 1, 1-8.
- Lawrence, A. (2022, August 5). *11 Warna Logo Makanan Beserta Artinya Secara Lengkap*. Retrieved November 13, 2024 from Makinrajin: <https://makinrajin.com/blog/warna-logo-makanan/>
- Lestari, W., & Musyahidah, S. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 64-84.

- Lukitaningsih, A. (2013, Desember). PERKEMBANGAN KONSEP PEMASARAN: IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASINYA. *Jurnal MAKSIPRENEU*, III(1), 21-35.
- Mengenal Pertimbangan Penggunaan Banner Untuk Bisnis Kuliner Anda.* (2023, April 10). Retrieved November 13, 2024 from ILITHO: https://www.ilitho.co.id/blog/mengenal-pertimbangan-penggunaan-banner-untuk-bisnis-kuliner-anda_110.html
- Mutmaannah. (2024, Oktober Sabtu). *Resep udang keju homemade, yang gurih dan nikmat.* From Unews: <https://www.unews.id/lifestyle/28813717716/resep-udang-keju-homemade-yang-gurih-dan-nikmat>
- Nugrahani, R. (2015, Juli). PERAN DESAIN GRAFIS PADA LABEL DAN KEMASAN PRODUK MAKANAN UMKM. XI(2), 127-136.
- Permana, I. H., & Pratiwi, N. A. (2021, April). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(1), 12-18.
- Phyta, R., & Ria, R. (2022, Juni). Pengaplikasian Platform Food Delivery Service Shopee Food dalam Memasarkan Produk Minuman Kamsia Boba Mataram. *Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 41-47.
- Purnomo, E. C. (2024, Juli). PENGARUH PROMOTION WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK MOCACINO PADA TOKO MEISYADI SAMPIT. *Open Journal Systems*, 18(12), 3297-3315.
- Salman, S., & Sholihah, D. D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2179-2184.
- Samadiyah, N. R., Baidlowi, I., & Verlandes, Y. (2024, Agustus). Pengaruh Modal dan Penggunaan Online Food Delivery terhadap Pendapatan di CV. Fada Food. *Master Manajemen*, 2(3), 164-177.

Sudirjo, F., Harto, B., Fauzan, R., & Hapsara, O. (2023). *RISET PEMASARAN*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Sugiyanti, L., Arwani, A., Dewi, R. S., & Fadhillah, M. D. (2023, Desember). Strategi Pemasaran Melalui Pemasangan Iklan Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 2(1), 215-225.

Tjiptono, F. (2023). *RISET PEMASARAN*. ANDI.

LAMPIRAN

A. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan

Pekan 1	Pekan 2	Pekan 3	Pekan 4
Diskusi dengan tim Low Budget untuk pembagian tugas (4 jam)	Membuat akun instagram dan tiktok (1 jam)	Melakukan survei produk udang keju di beberapa outlet (4 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)
Melakukan survei di sosial media terkait produk seperti apa yang diinginkan konsumen (2 jam)	Mencari akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan (2 jam)	Diskusi bersama tim produksi dan riset terkait hasil survei (3 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)
Melakukan diskusi untuk menentukan produk yang akan diproduksi kemudian dipasarkan (2 jam)	Mencari ide hashtag yang akan digunakan saat mengunggah konten (2 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (4 x 1 jam = 4 jam)	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)
Mencari ide konten instastory instagram untuk sneak peek produk (2 jam)	Membuat template story untuk reposting (3 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)
Mencari ide konten feed instagram untuk sneak peek produk (2 jam)	Mencari ide packaging yang akan digunakan (3 jam)	Mengedit foto dan video produk (3 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)
Mencari ide konten video reels instagram untuk sneak peek produk (2 jam)	Mencari toko packaging yang termurah untuk digunakan (4 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok (2 jam)	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)
Mencari ide caption untuk konten instagram (2 jam)	Mengunggah story dan feed yang telah dibuat dan dijadwalkan (1 jam)	Analisis konten yang sedang trending di instagram dan tiktok (2 jam)	Mencari lokasi untuk take foto dan video produk (2 jam)

Mencari tempat untuk pengambilan foto dan video produk (2 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Membalas chat customer di sosial media (2 jam)
Survei lokasi untuk pengambilan foto dan video produk (3 jam)	Mengedit foto dan video produk yang belum diunggah (5 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)
Mempersiapkan kebutuhan untuk pengambilan foto dan video produk (3 jam)	Membuat sosial media content planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Survei lokasi untuk pengambilan video produk (2 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)
Take foto produk untuk feed instagram (4 jam)	Mencari ide lokasi untuk take foto dan video produk (2 jam)	Melakukan video produk (4 jam)	Melakukan video produk (4 jam)
Take video produk untuk reels dan instastory instagram (4 jam)	Survei lokasi untuk take foto dan video produk (3 jam)	Mengedit foto dan video produk untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok 1 minggu kedepan (8 jam)	Mengedit foto dan video produk (8 jam)
Mengedit hasil foto dan video produk (5 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)
Menjadwalkan konten yang akan di upload di instagram (3 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)		
Mengunggah video produk di reels IG, dan tiktok (1 jam)	Melakukan video produk (4 jam)		
Mencari contact person yang bisa dihubungi untuk lokasi usaha (2 jam)	Survei lokasi usaha (4 jam)		
Menghubungi bagian keamanan	Membuat akun shopee food, gofood,		

lokasi berjualan (2 jam)	dan grab food (2 jam)		
	Membuat desain menu untuk di booth jualan (2 jam)		
	Membuat desain standing banner untuk di booth jualan (2 jam)		
45 Jam	52 Jam	39,5 Jam	41,5 Jam

Pekan 5	Pekan 6	Pekan 7	Pekan 8
Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)
Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)
Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)
Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)
Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)
Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)

Mencari influencer untuk endorsement (2 jam)	Melakukan endorsement bersama influencer untuk sosial media tiktok (4 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Evaluasi konten setelah melakukan endorsement bersama influencer (2 jam)
Menghubungi influencer untuk endorsment (1 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)
Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)	Melakukan video produk (4 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)
Melakukan foto produk (4 jam)	Melakukan video produk (4 jam)	Mengedit foto dan video produk (8 jam)	Melakukan video produk (4 jam)
Melakukan video produk (4 jam)	Mengedit foto dan video produk (8 jam)	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)	Mengedit foto dan video produk (8 jam)
Mengedit foto dan video produk (8 jam)	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)		Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)
Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)	Membuat design bundling (1 jam)		
Membuat desain menu baru (2 jam)	Mengunggah 3 feed instagram (15 menit x 3) = 45 menit		
Mengunggah 9 feed instagram (15 menit x 9) = 2 jam 15 menit			

44 Jam 45 Menit	42 Jam 15 Menit	37,5 Jam	39,5 Jam

Pekan 9	Pekan 10	Pekan 11	Pekan 12
Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)	Membuat dan mengunggah story instagram (5 x 1 jam)
Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram (2 x 1 jam = 2 jam)
Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)	Membuat sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan (3 jam)
Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok dalam 1 minggu (3 jam)
Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)
Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)	Mencari ide caption untuk feed IG, reels IG, dan tiktok (3 jam)
Melakukan instagram ads (2 jam)	Melakukan live instagram (2 jam)	Melakukan live instagram (2 jam)	Melakukan instagram ads (2 jam)

Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk (2 jam)
Melakukan foto produk (4 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)	Melakukan foto produk (4 jam)
Melakukan video produk (4 jam)	Melakukan video produk (4 jam)	Melakukan video produk (4 jam)	Melakukan video produk (4 jam)
Mengedit foto dan video produk (8 jam)	Mengedit foto dan video produk (8 jam)	Mengedit foto dan video produk (8 jam)	Mengedit foto dan video produk (8 jam)
Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok (30 menit)
39,5 Jam	39,5 Jam	39,5 Jam	39,5 Jam

B. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Pemasaran

Pekan Ke-1					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 1 Juli	Melakukan	Melakukan diskusi	4 jam	

	2024	diskusi dengan tim Low Budget	dengan tim terkait pembagian tugas per divisi		
2	Senin, 1 Juli 2024	Melakukan survei sosial media	Melakukan survei sosial media di instagram kemudian membuat google form untuk melihat produk yang lebih disukai konsumen	2 jam	
3	Senin, 1 Juli 2024	Melakukan diskusi dengan tim Low budget	Melakukan diskusi untuk menentukan produk yang akan di produksi	2 jam	
4	Selasa, 2 Juli 2024	Mencari ide konten insta story instagram	Melakukan pencarian ide konten instastory di pinterest	2 jam	
5	Selasa, 2 Juli 2024	Mencari ide konten feed instagram	Melakukan pencarian ide konten feed instagram di pinterest	2 jam	
6	Selasa, 2 Juli 2024	Mencari ide konten reels instagram	Melakukan pencarian ide konten reels instagram di pinterest dan tiktok	2 jam	
7	Selasa, 2 Juli 2024	Mencari ide caption untuk konten instagram	Melakukan pencarian ide caption untuk konten yang akan di upload di instagram	2 jam	
8	Rabu, 3 Juli 2024	Mencari tempat untuk pengambilan foto dan video produk	Melakukan pencarian tempat untuk take foto dan video di sosial media tiktok	2 jam	
9	Rabu, 3 Juli 2024	Survei lokasi untuk pengambilan foto dan video produk	Melakukan survei lokasi di sekitar kampus UII yang bisa dijadikan spot foto	3 jam	
10	Rabu, 3 Juli 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	3 jam	

11	Rabu, 3 Juli 2024	Mencari contact person yang bisa dihubungi untuk lokasi usaha	Melakukan pengambilan foto produk di sekitar kampus UII	2 jam	
12	Rabu, 3 Juli 2024	Take foto produk untuk feed instagram	Pengambilan foto produk untuk diunggah ke feed instagram	4 jam	
13	Kamis, 4 Juli 2024	Take video produk untuk reels instagram	Melakukan pengambilan video produk di sekitar kampus UII	4 jam	
14	Kamis, 4 Juli 2024	Mencari contact person yang bisa dihubungi untuk lokasi usaha	Melakukan pencarian contact person yang bisa dihubungi untuk menjual udang keju secara offline	2 jam	
15	Kamis, 4 Juli 2024	Menghubungi CP bagian kemananan lokasi berjualan	Menghubungi CP yang telah di cari	2 jam	
16	Jumat, 5 Juli 2024	Mengedit hasil foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	5 jam	
17	Jumat, 5 Juli 2024	Menjadwalkan konten yang akan di upload	Melakukan penjadwalan konten yang akan di upload di sosial media	3 jam	
18	Jumat, 5 Juli 2024	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
Total Jam				45 Jam	

Pekan Ke-2					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 8 Juli 2024	Membuat akun tiktok	Membuat akun instagram dan tiktok untuk memasarkan produk secara online	1 jam	
2	Senin, 8 Juli 2024	Mencari akun sosial media kompetitor lain	Mencari akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan	2 jam	

		untuk perbandingan	menjadikan acuan sebagai perbandingan		
3	Senin, 8 Juli 2024	Mencari ide hashtag yang akan digunakan saat mengunggah konten	Melakukan pencarian ide hashtag untuk konten yang akan di upload di instagram dan tiktok	2 jam	
4	Senin, 8 Juli 2024	Membuat template story	Membuat design template story untuk reposting	3 jam	
5	Selasa, 9 Juli 2024	Mencari ide packaging yang akan digunakan	Melakukan pencarian ide packaging di pinterest	3 jam	
6	Selasa, 9 Juli 2024	Mencari toko packaging yang termurah untuk digunakan	Mencari toko packaging termurah di : toko plastik 60, toko plastik manise, dan toko plastik wicak	4 jam	
7	Selasa, 9 Juli 2024	Mengunggah story dan feed yang telah dibuat dan dijadwalkan	Melakukan pengunggahan konten di story dan feed instagram	1 jam	
8	Rabu, 10 Juli 2024	Mencari ide konten untuk feed IG, reels IG, dan tiktok	Melakukan pencarian ide konten feed IG, reels IG dan tiktok di tiktok untuk mengetahui konten yang trending dan menarik	3 jam	
9	Rabu, 10 Juli 2024	Mengedit foto dan video produk yang belum diunggah	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	5 jam	
10	Kamis, 11 Juli 2024	Membuat sosial media content planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan agar sosial media lebih tertata	3 jam	
11	Kamis, 11 Juli 2024	Mencari ide lokasi untuk take foto dan video produk	Melakukan pencarian tempat untuk take foto dan video di sosial media tiktok	2 jam	
12	Kamis, 11 Juli	Survei lokasi	Melakukan survei lokasi	3 jam	

	2024	untuk pengambilan foto dan video produk	di sekitar kampus UII yang bisa dijadikan spot foto		
13	Kamis, 11 Juli 2024	Survei lokasi usaha	Melakukan survei lokasi usaha di : denggung, sunmor UGM, pandanaran, dan nglanjaran	4 jam	
14	Jumat, 12 Juli 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
15	Jumat, 12 Juli 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di sekitar kampus UII	4 jam	
16	Jumat, 12 Juli 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di sekitar kampus UII	4 jam	
17	Sabtu, 13 Juli 2024	Membuat akun shopee food, grabfood, dan gofood	Membuat akun untuk mengoptimalkan penjualan secara online	2 jam	
18	Sabtu, 13 Juli 2024	Membuat desain menu	Membuat desain menu untuk di booth jualan	2 jam	
19	Sabtu, 13 Juli 2024	Membuat desain standing banner	Membuat standing banner untuk di booth jualan	2 jam	
Total Jam				52 Jam	

Pekan Ke-3					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Sabtu, 13 Juli 2024	Melakukan survei produk udang keju di beberapa outlet	Melakukan survei produk udang keju di : Udang Keju Notaria, Mie Gacoan, dan Mie Doyok	4 jam	
2	Sabtu, 13 Juli 2024	Diskusi bersama tim terkait hasil	Melakukan diskusi bersama tim terkait hasil	3 jam	

		survei	survei produk		
3	Kamis, 8 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
4	Kamis, 8 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
5	Jumat, 9 Agustus 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	3 jam	
6	Jumat, 9 Agustus 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik	2 jam	
7	Jumat, 9 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
8	Senin, 12 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Senin, 12 Agustus 2024	Analisis konten yang sedang trending di instagram dan tiktok	Analisis konten yang sedang trending untuk dilihat mana yang bagus untuk di ATM (amati, tiru, modifikasi)	2 jam	
10	Senin, 12 Agustus 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
11	Senin, 12 Agustus 2024	Mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
12	Selasa, 13	Mempersiapkan	Mempersiapkan	2 jam	

	Agustus 2024	kebutuhan untuk take foto dan video produk	kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto		
13	Selasa, 13 Agustus 2024	Survei lokasi untuk pengambilan video	Melakukan survei lokasi di sekitar kampus UII yang bisa dijadikan spot	2 jam	
14	Selasa, 13 Agustus 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Selasa, 13 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
16	Rabu, 14 Agustus 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
17	Rabu, 14 Agustus 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
			Total Jam	39,5 Jam	

Pekan Ke-4					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 26 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 26 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 26 Agustus 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	

4	Senin, 26 Agustus 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik	3 jam	
5	Selasa, 27 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 27 Agustus 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 27 Agustus 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 28 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 28 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Rabu, 28 Agustus 2024	Mencari ide lokasi untuk take foto dan video produk	Melakukan pencarian tempat untuk take foto dan video di sosial media, tiktok dan maps	2 jam	
11	Rabu, 28 Agustus 2024	Membalas chat customer di sosial media	membalas satu persatu chat customer di instagram	2 jam	
12	Kamis, 29 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
13	Kamis, 29 Agustus 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	

14	Kamis, 29 Agustus 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Kamis, 29 Agustus 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
16	Jumat, 30 Agustus 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
17	Jumat, 30 Agustus 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
18	Jumat, 30 Agustus 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
Total Jam				41,5 Jam	

Pekan Ke-5					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 2 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 2 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 2 September 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
4	Senin, 2 September 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang	3 jam	

			kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik		
5	Selasa, 3 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 3 September 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 3 September 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 4 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 4 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Rabu, 4 September 2024	Mencari influencer untuk endorsment	Melakukan pencarian di instagram dan tiktok	2 jam	
11	Rabu, 4 September 2024	Menghubungi influencer untuk endorsment	Menghubungi via wa dan instagram	1 jam	
12	Kamis, 5 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
13	Kamis, 5 September 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
14	Kamis, 5 September 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Kamis, 5 September 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	

16	Jumat, 6 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
17	Jumat, 6 September 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
18	Jumat, 6 September 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
19	Sabtu, 7 September 2024	Membuat desain menu baru	Membuat desain menu untuk menambah menu yang akan dirilis	2 jam	
20	Sabtu, 7 September 2024	Mengunggah 9 feed instagram	Mengunggah feed untuk instagram	2 jam 15 menit	
			Total Jam	44 Jam 45 Menit	

Pekan Ke-6					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 9 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 9 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 9 September 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu ke depan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
4	Senin, 9 September 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk	3 jam	

		tiktok	mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik		
5	Selasa, 10 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 10 September 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 10 September 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 11 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 11 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Jumat, 4 Oktober 2024	Melakukan endorsement	Melakukan endorsement di tiktok dan instagram bersama influencer	4 jam	
11	Kamis, 12 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
12	Kamis, 12 September 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
13	Kamis, 12 September 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
14	Kamis, 12 September 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Jumat, 13 September	Membuat dan mengunggah	Melakukan pembuatan dan pengunggahan	1 jam	

	2024	story instagram	konten di story instagram		
16	Jumat, 13 September 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
17	Jumat, 13 September 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
18	Jumat, 13 September 2024	Membuat desain bundling	Membuat desain menu untuk menambah menu yang akan dirilis	2 jam	
19	Jumat, 13 September 2024	Mengunggah 3 feed instagram	Mengunggah feed untuk instagram	45 menit	
			Total Jam	42 Jam 15 Menit	

Pekan Ke-7					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 16 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 16 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 16 September 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
4	Senin, 16 September 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang	3 jam	

			kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik		
5	Selasa, 17 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 17 September 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 17 September 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 18 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 18 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Kamis, 19 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
11	Kamis, 19 September 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
12	Kamis, 19 September 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
13	Kamis, 19 September 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
14	Jumat, 20 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
15	Jumat, 20 September 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial	8 jam	

			media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik		
16	Jumat, 20 September 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
			Total Jam	37,5 Jam	

Pekan Ke-8					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 23 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 23 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 23 September 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
4	Senin, 23 September 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik	3 jam	
5	Selasa, 24 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 24 September 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 24 September	Mencari ide caption untuk	mencari ide konten di sosial media, pinterest,	3 jam	

	2024	feed Ig, reels IG, dan tiktok	dan google		
8	Rabu, 25 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 25 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Rabu, 9 Oktober 2024	Evaluasi konten setelah endorsement bersama influencer	Melakukan evaluasi bersama tim terkait bagus tidaknya dengan penjualan	2 jam	
11	Kamis, 26 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
12	Kamis, 26 September 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
13	Kamis, 26 September 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
14	Kamis, 26 September 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Jumat, 27 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
16	Jumat, 27 September 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
17	Jumat, 27 September 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	

			Total Jam	39,5 Jam	
--	--	--	------------------	---------------------	--

Pekan Ke-9					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 30 September 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 30 September 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 30 September 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
4	Senin, 30 September 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik	3 jam	
5	Selasa, 1 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 1 Oktober 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 1 Oktober 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 2 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 2 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah	Melakukan pembuatan dan pengunggahan	1 jam	

		feed instagram	konten di feed instagram		
10	Jumat, 18 Oktober 2024	Melakukan instagram ads	Melakukan instagram ads	2 jam	
11	Kamis, 3 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
12	Kamis, 3 Oktober 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
13	Kamis, 3 Oktober 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
14	Kamis, 3 Oktober 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Jumat, 4 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
16	Jumat, 4 Oktober 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
17	Jumat, 4 Oktober 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
			Total Jam	39,5 Jam	

Pekan Ke-10					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 7 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	

2	Senin, 7 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 7 Oktober 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
4	Senin, 7 Oktober 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik	3 jam	
5	Selasa, 8 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 8 Oktober 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 8 Oktober 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 9 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 9 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Rabu, 9 Oktober 2024	Melakukan live sosial media	Melakukan live di instagram	2 jam	
11	Kamis, 10 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
12	Kamis, 10 Oktober 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah	2 jam	

		video produk	wadah yang digunakan untuk foto		
13	Kamis, 10 Oktober 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
14	Kamis, 10 Oktober 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Jumat, 11 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
16	Jumat, 11 Oktober 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
17	Jumat, 11 Oktober 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
			Total Jam	39,5 Jam	

Pekan Ke-11					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 14 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 14 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 14 Oktober 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	

4	Senin, 14 Oktober 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik	3 jam	
5	Selasa, 15 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
6	Selasa, 15 Oktober 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 15 Oktober 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 16 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 16 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Rabu, 9 Oktober 2024	Melakukan live sosial media	Melakukan live di instagram	2 jam	
11	Kamis, 17 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
12	Kamis, 17 Oktober 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
13	Kamis, 17 Oktober 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
14	Kamis, 17 Oktober 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	

15	Jumat, 18 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
16	Jumat, 18 Oktober 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	
17	Jumat, 18 Oktober 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
			Total Jam	39,5 Jam	


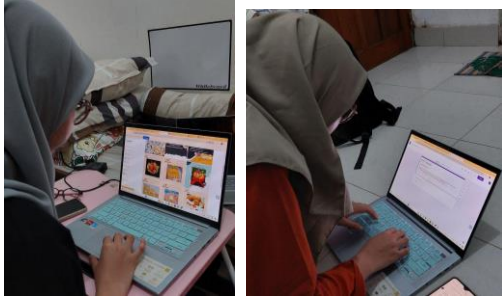


Pekan Ke-12					
No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 21 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
2	Senin, 21 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
3	Senin, 21 Oktober 2024	Membuat konten sosial media planner untuk 1 minggu kedepan	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	3 jam	
4	Senin, 21 Oktober 2024	Evaluasi konten sosial media instagram dan tiktok	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol untuk mengetahui konten yang baik dan kurang baik	3 jam	
5	Selasa, 22 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	


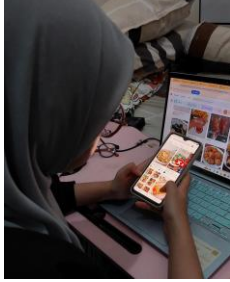
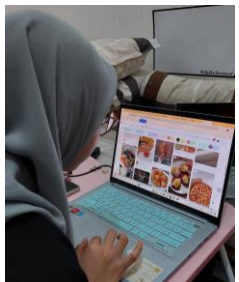
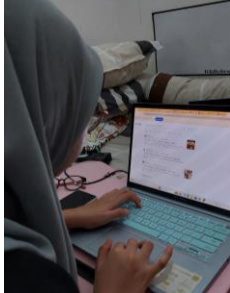
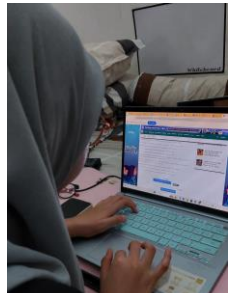
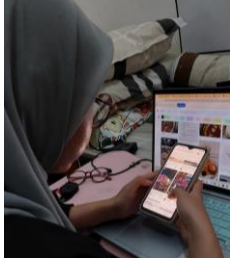


6	Selasa, 22 Oktober 2024	Mencari ide konten untuk feed Ig, reels Ig, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media dan pinterest	3 jam	
7	Selasa, 22 Oktober 2024	Mencari ide caption untuk feed Ig, reels IG, dan tiktok	mencari ide konten di sosial media, pinterest, dan google	3 jam	
8	Rabu, 23 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
9	Rabu, 23 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	1 jam	
10	Jumat, 18 Oktober 2024	Melakukan instagram ads	Melakukan instagram ads	2 jam	
11	Kamis, 24 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
12	Kamis, 24 Oktober 2024	Mempersiapkan kebutuhan untuk take foto dan video produk	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	2 jam	
13	Kamis, 24 Oktober 2024	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	4 jam	
14	Kamis, 24 Oktober 2024	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	4 jam	
15	Jumat, 25 Oktober 2024	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	1 jam	
16	Jumat, 25 Oktober 2024	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media agar ketika diunggah menjadi lebih menarik	8 jam	




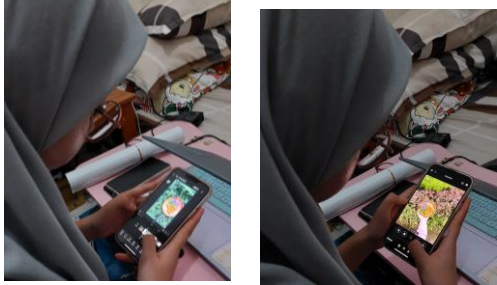

17	Jumat, 25 Oktober 2024	Mengunggah video produk di reels IG dan tiktok	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	30 menit	
			Total Jam	39,5 Jam	

C. Bukti Agenda Kegiatan

PEKAN 1

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Diskusi pembagian tugas	Melakukan diskusi dengan tim terkait pembagian tugas per divisi	
2	Survei sosial media	Melakukan survei sosial media di instagram kemudian membuat google form untuk melihat produk yang lebih disukai konsumen	
3	Diskusi menentukan produk	Melakukan diskusi untuk menentukan produk yang akan di produksi	
4	Mencari ide konten instastory	Melakukan pencarian ide konten instastory di pinterest	

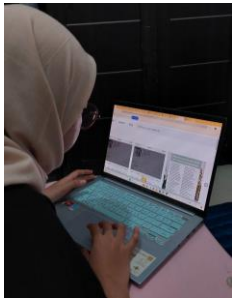
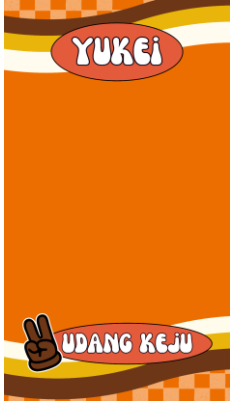






5	Mencari ide konten feed instagram	Melakukan pencarian ide konten feed instagram di pinterest	
6	Mencari ide konten reels instagram	Melakukan pencarian ide konten reels instagram di pinterest dan tiktok	 
7	Mencari ide caption	Melakukan pencarian ide caption untuk konten yang akan di upload di instagram	 
8	Mencari tempat untuk take foto dan video	Melakukan pencarian tempat untuk take foto dan video di sosial media tiktok	
9	Survei lokasi untuk take foto dan video	Melakukan survei lokasi di sekitar kampus UII yang bisa dijadikan spot foto	 

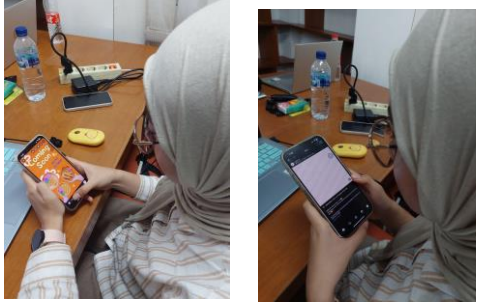
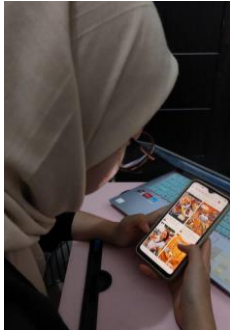
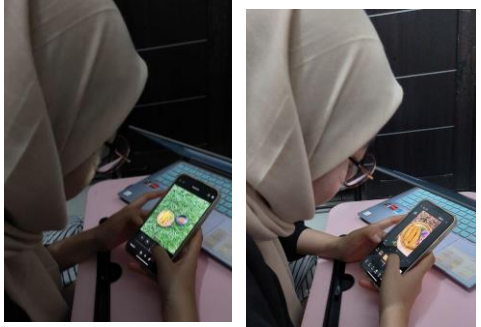


10	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
11	Take foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di sekitar kampus UII	
12	Take video produk	Melakukan pengambilan video produk di sekitar kampus UII	
13	Edit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	
14	Penjadwalan konten	Melakukan penjadwalan konten yang akan di upload di sosial media	

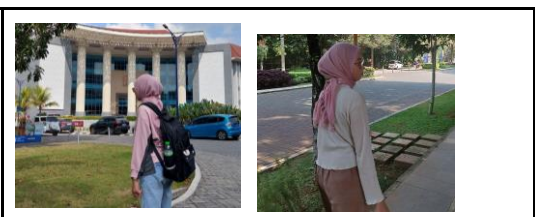
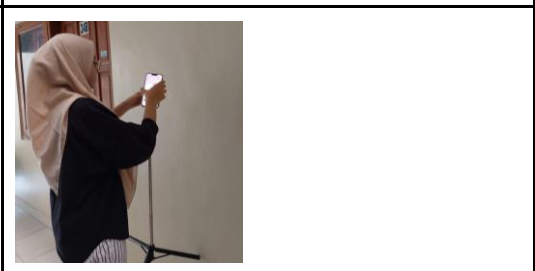

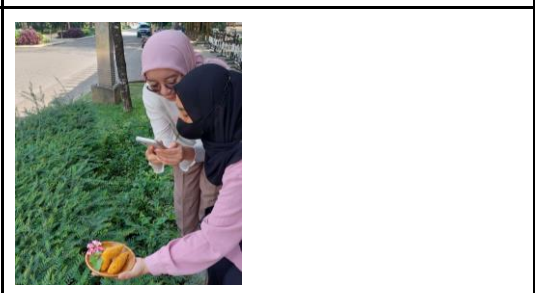

15	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	
16	Mencari contact person	Melakukan pencarian contact person yang bisa dihubungi untuk menjual udang keju secara offline	
17	Menghubungi contact person	Menghubungi CP yang telah di cari	

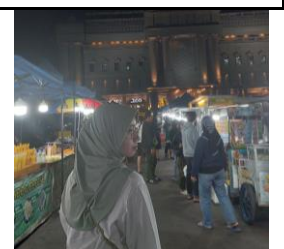
PEKAN 2


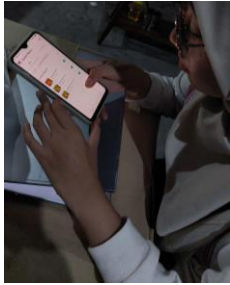
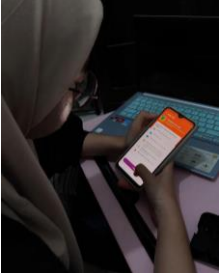


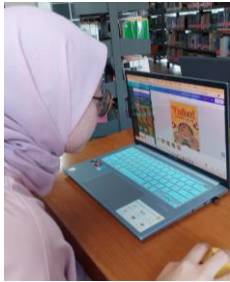
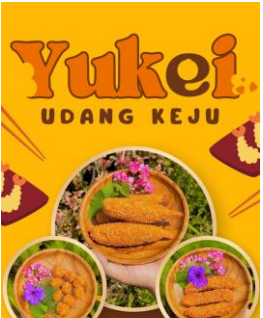
No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Membuat instagram dan tiktok	Membuat akun instagram dan tiktok	
2	Mencari akun sosial media kompetitor	Mencari akun sosial media kompetitor lain untuk perbandingan	

3	Mencari ide hashtag	Melakukan pencarian ide hashtag untuk konten yang akan di upload di instagram dan tiktok	
4	Membuat template story	Membuat design template story untuk reposting	 
5	Mencari ide packaging	Melakukan pencarian ide packaging di pinterest	
6	Mencari toko packaging	Mencari toko packaging termurah di : toko plastik 60, toko plastik manise, dan toko plastik wicak	   



7	Mengunggah story dan feed instagram	Melakukan pengunggahan konten di story dan feed instagram	
8	Mencari ide konten feed IG, reels IG, dan tiktok	Melakukan pencarian ide konten feed IG, reels IG dan tiktok di tiktok	
9	Edit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	
10	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	
11	Mencari tempat untuk take foto dan video	Melakukan pencarian tempat untuk take foto dan video di sosial media tiktok	





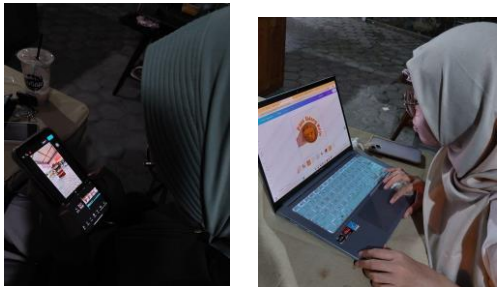
12	Survei lokasi untuk take foto dan video	Melakukan survei lokasi di sekitar kampus UII yang bisa dijadikan spot foto	
13	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
14	Take foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di sekitar kampus UII	
15	Take video produk	Melakukan pengambilan video produk di sekitar kampus UII	
16	Survei lokasi usaha	Melakukan survei lokasi usaha di : dengung, sunmor UGM, pandanaran, dan nglanjaran	




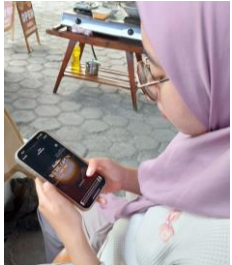




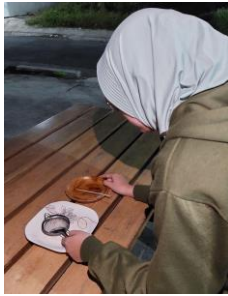


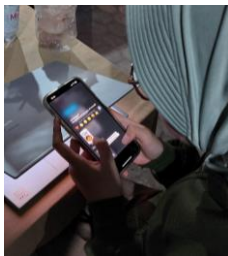
			
17	Membuat akun shopee food, grabfood, dan gofood	Membuat akun untuk mengoptimalkan penjualan secara online	 
18	Membuat desain menu	Membuat desain menu untuk di booth jualan	 
19	Membuat desain standing banner	Membuat standing banner untuk di booth jualan	 



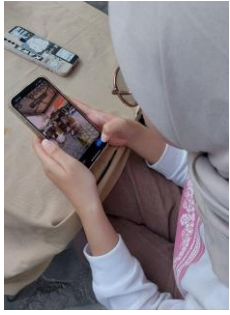
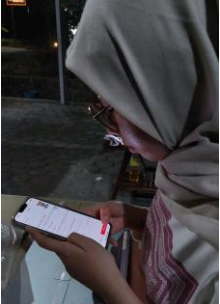
PEKAN 3

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Survei produk udang keju	Melakukan survei produk udang keju di : Udang Keju Notaria, Mie Gacoan, dan Mie Doyok	 

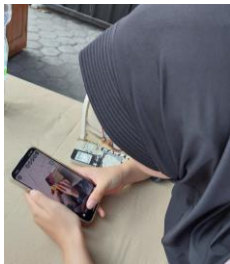
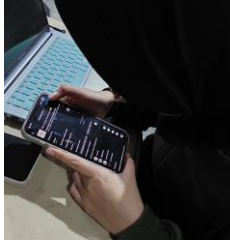
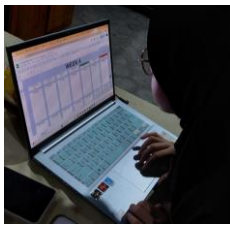
			
2	Diskusi bersama tim	Melakukan diskusi bersama tim terkait hasil survei produk	
3	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
4	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
5	Edit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	


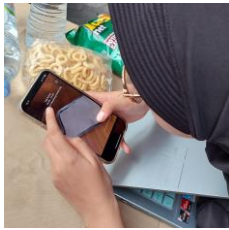
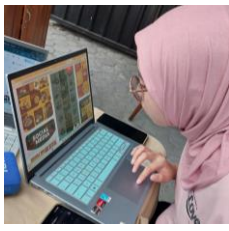
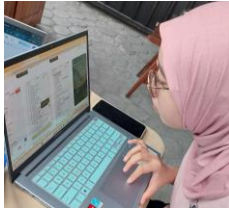


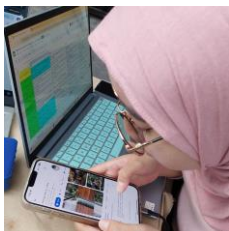
6	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
7	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
8	Analisis konten	Analisis konten yang sedang trending untuk dilihat mana yang bagus untuk di ATM (amati, tiru, modifikasi)	
9	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
10	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	

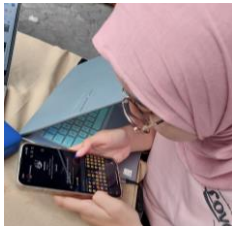




11	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
12	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah yang digunakan untuk foto	
13	Survei lokasi untuk take video	Melakukan survei lokasi di sekitar kampus UII yang bisa dijadikan spot	
14	Take video produk	Melakukan pengambilan video produk di sekitar kampus UII	
15	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	

16	Edit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	 
17	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	 

PEKAN 4




No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	


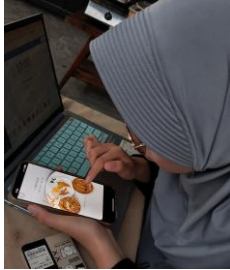
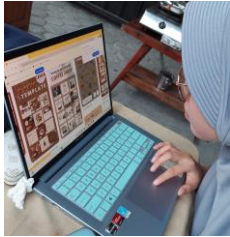
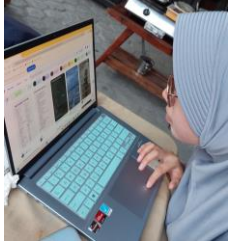
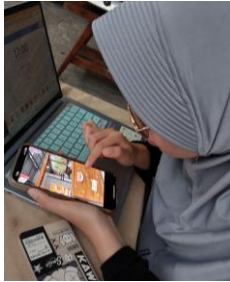
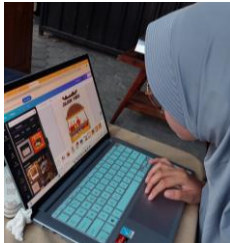
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	
7	Mencari ide caption untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
10	Mencari ide lokasi untuk take foto dan video produk	Melakukan pencarian tempat untuk take foto dan video di sosial media, tiktok, dan maps	

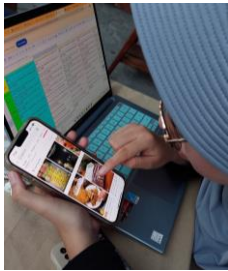





11	Membalas chat customer	Membalas satu persatu chat customer di instagram	
12	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
13	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
14	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
15	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	


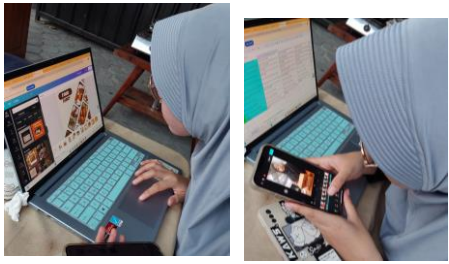
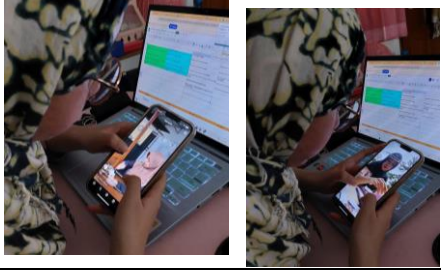
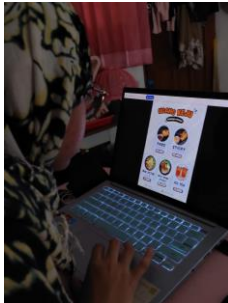
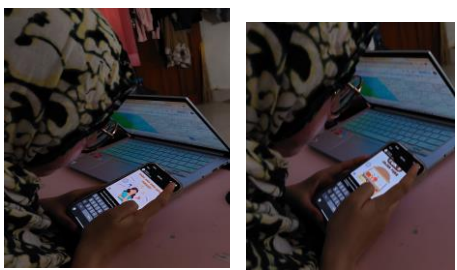
16	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
17	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	 
18	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	 

PEKAN 5

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	





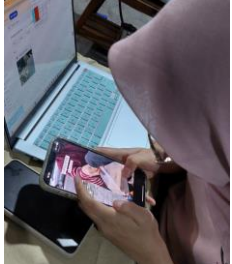
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	
7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	


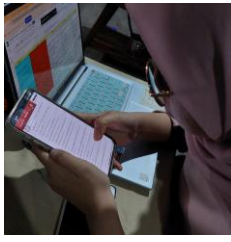
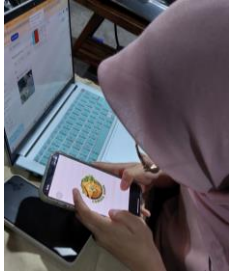


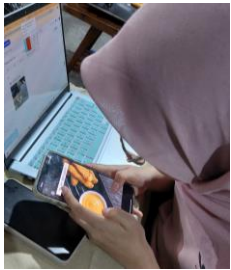
10	Mencari influencer untuk endorsement	Melakukan pencarian di instagram dan tiktok	
11	Menghubungi influencer untuk endorsement	Menghubungi via WA, dan instagram	
12	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
13	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah yang digunakan untuk foto	
14	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
15	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	




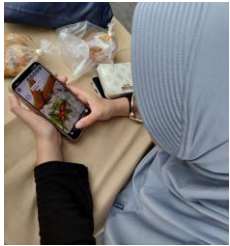

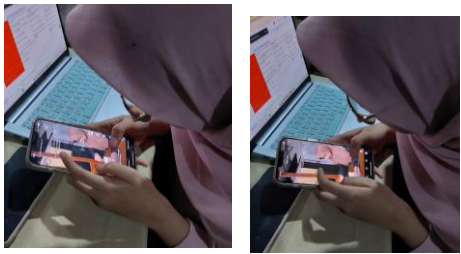
16	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
17	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	
18	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	
19	Membuat desain menu baru	Membuat desain menu untuk menambah menu yang akan dirilis	
20	Mengunggah 9 feed instagram	Mengunggah feed untuk instagram	

PEKAN 6

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
----	----------	-----------------	--------

1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	


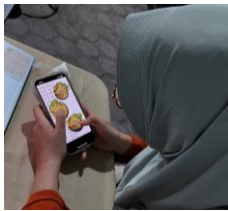



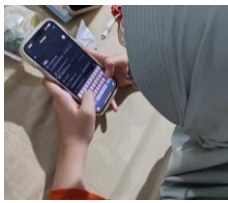
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	
7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
10	Melakukan endorsement	Melakukan endorsement di tiktok dan instagram bersama influencer	
11	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	

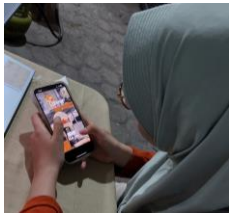






12	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
13	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
14	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	
15	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
16	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	
17	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	

18	Membuat desain menu bundling	Membuat desain menu untuk menambah menu yang akan dirilis	
19	Mengunggah 3 feed instagram	Mengunggah feed untuk instagram	

PEKAN 7

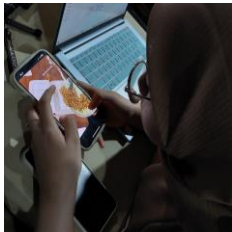



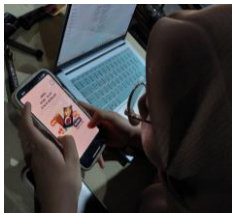
No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	



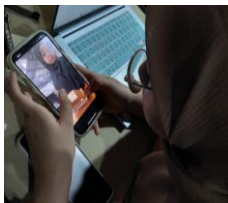
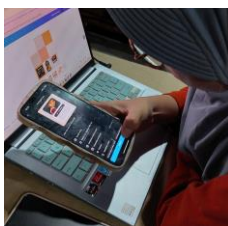

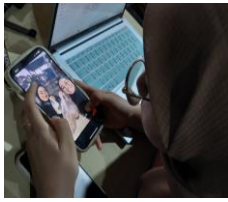
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	
7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	





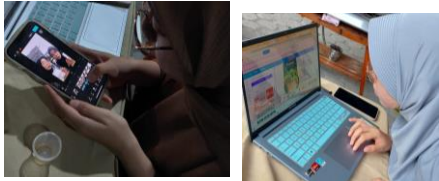
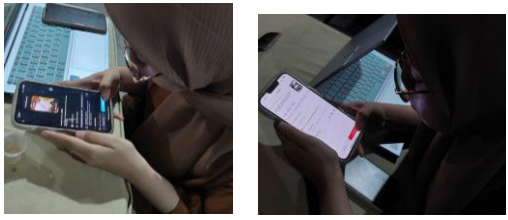
10	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
11	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
12	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
13	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	
14	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
15	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	 

16	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	
----	-------------------------	---	---

PEKAN 8

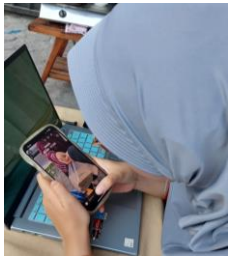
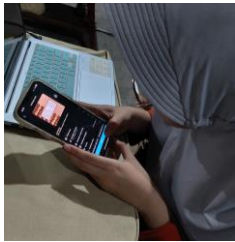


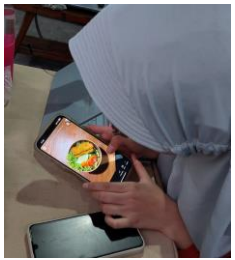

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	


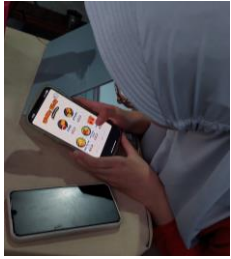
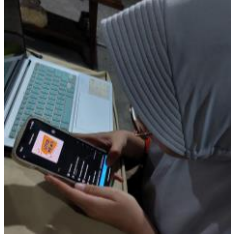
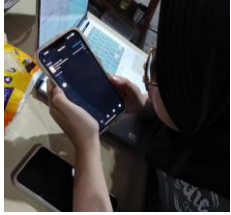


6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	
7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
10	Evaluasi konten setelah endorsement bersama influencer	Melakukan evaluasi bersama tim terkait bagus tidaknya dengan penjualan	
11	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	




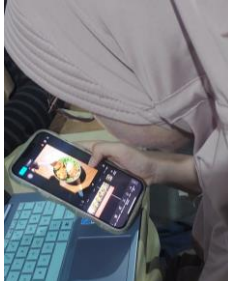
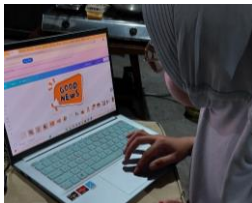

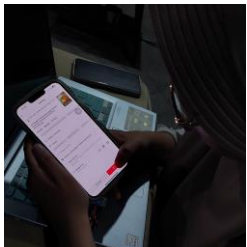
12	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
13	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
14	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	
15	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
16	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	
17	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	

PEKAN 9

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
----	----------	-----------------	--------


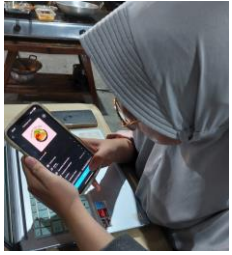

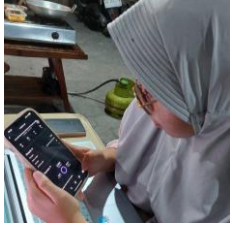
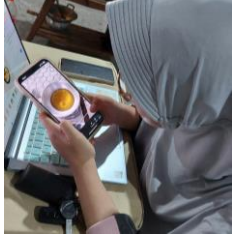

1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	

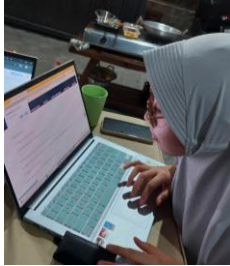


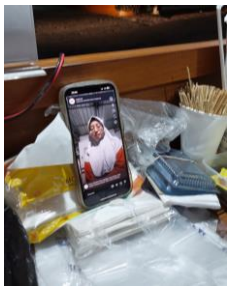

7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
10	Melakukan instagram ads	Melakukan instagram ads	
11	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
12	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	




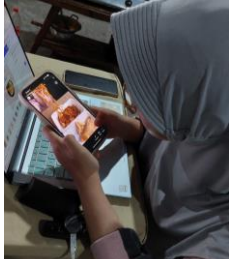
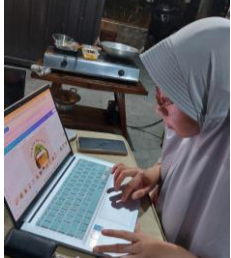
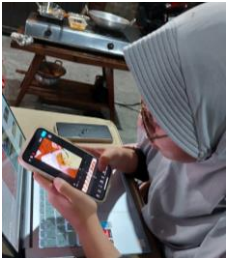
13	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
14	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	
15	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
16	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	 
17	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	 

PEKAN 10

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
----	----------	-----------------	--------

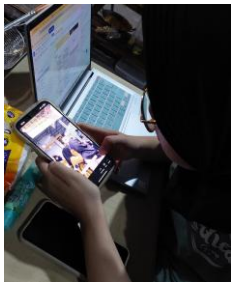
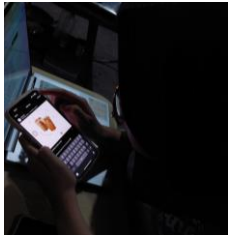

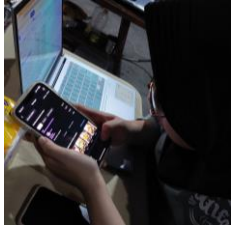
1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	
5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	

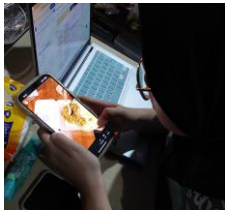
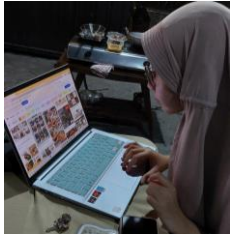
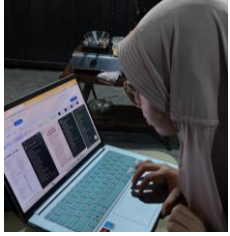
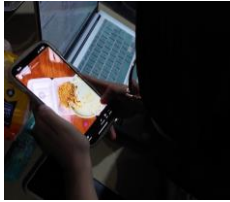
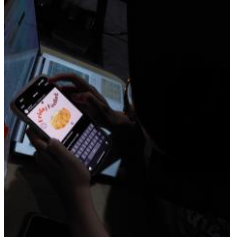
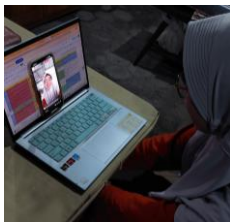
7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
10	Melakukan live sosial media	Melakukan live di instagram	
11	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	

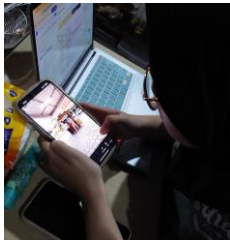



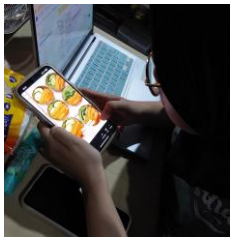
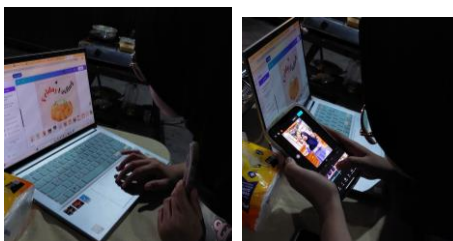
12	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
13	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
14	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	
15	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
16	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	 

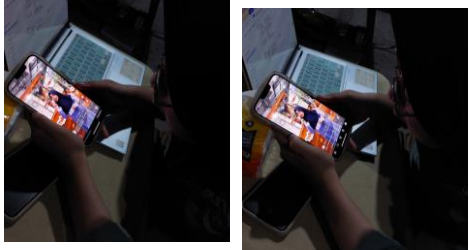
17	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	 
----	-------------------------	---	---

PEKAN 11

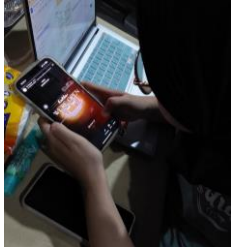
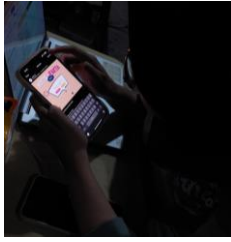
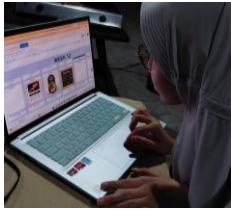

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	

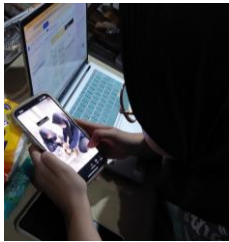
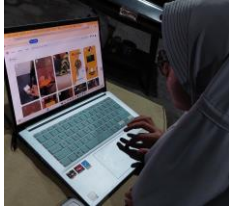

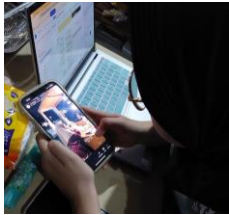
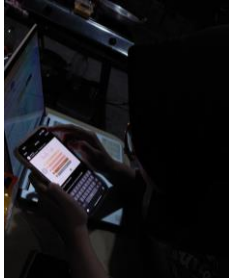

5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	
7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
10	Melakukan live sosial media	Melakukan live di instagram	

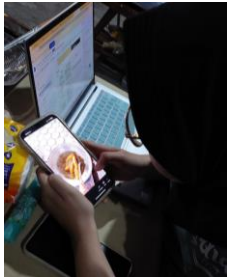



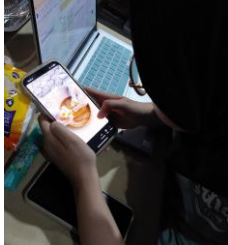
11	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
12	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah wadah yang digunakan untuk foto	
13	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
14	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	
15	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
16	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	

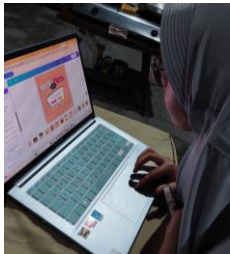
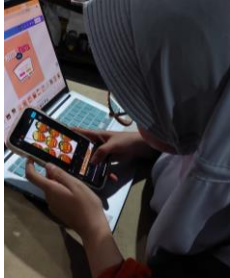
17	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	
----	-------------------------	---	---

PEKAN 12

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
2	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
3	Membuat sosial media konten planner	Melakukan sosial media konten planner untuk 1 minggu kedepan	
4	Evaluasi konten sosial media	Melakukan evaluasi sosial media instagram dan tiktok untuk mengetahui konten yang kurang menonjol	

5	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
6	Mencari ide konten untuk feed IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide konten di sosial media dan pinterest	
7	Mencari ide caption untuk IG, reels, IG, dan tiktok	Mencari ide caption di sosial media, pinterest, dan google	
8	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
9	Membuat dan mengunggah feed instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di feed instagram	
10	Melakukan instagram ads	Melakukan instagram ads	

11	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	
12	Mempersiapkan kebutuhan take foto dan video	Mempersiapkan kebutuhan seperti tripod, lighting, dan wadah yang digunakan untuk foto	
13	Melakukan foto produk	Melakukan pengambilan foto produk di tempat berjualan	
14	Melakukan video produk	Melakukan pengambilan video produk di tempat berjualan	
15	Membuat dan mengunggah story instagram	Melakukan pembuatan dan pengunggahan konten di story instagram	

16	Mengedit foto dan video produk	Melakukan pengeditan foto dan video produk untuk di upload di sosial media	
17	Mengunggah video produk	Melakukan pengunggahan konten di reels instagram dan tiktok	

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Yogyakarta pada tanggal 29 April 2002 sebagai anak pertama dari pasangan Bapak Ahsan dan Ibu Parmi. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kota Yogyakarta, DI Yogyakarta. No Hp: 082136045118, alamat email: adezulfa832@gmail.com. Pendidikan SMA di tempuh di MA Salafiyah Syafi'iyah Tebuireng, lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam, penulis aktif mengikuti kegiatan kepanitiaan kampus seperti Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XXI) dan mengikuti MBKM dalam program magang yang diadakan oleh program studi Ekonomi Islam.