

**LAPORAN PENELITIAN SKRIPSI  
PERSEPSI “HOME INDUSTRI “SARI ALAMI” TERHADAP MEDIA SOSIAL  
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN DI KELURAHAN SUNGAI BESAR  
BANJARBARU SELATAN**



**Oleh :  
Rasidi  
1910715210012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN  
BANJARBARU  
2025**

**LAPORAN PENELITIAN SKRIPSI  
PERSEPSI “HOME INDUSTRI” “SARI ALAMI” TERHADAP MEDIA SOSIAL  
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN KELURAHAN SUNGAI BESAR  
BANJARBARU SELATAN**



**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Penelitian Skripsi pada Fakultas  
Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Lambung Mangkurat**

**Oleh :  
Rasidi  
1910715210012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN  
BANJARBARU  
2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Persepsi *Home Industri* "Sari Alami" Terhadap Media Sosial Guna Meningkatkan Penjualan Kelurahan Sungai Besar Banjarbaru Selatan  
Nama : Rasidi  
NIM : 1910715210012  
Jurusan : Manajemen Sumberdaya perairan  
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan  
Tanggal Ujian : 20 Agustus 2025

Menyetujui,  
Pembimbing

Prof. Dr. Ir. Hj. Emmy Sri Mahreda, M.P

NIP. 19640829 199003 2 001

Penguji

Penguji 1

Penguji 2

Dr. Irma Febrianty, S.Pi M.P

NIP. 19700223 199903 2 001

Dr. Erma Agusliani, S.Pi M.P

NIP. 19700805 199603 2 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



Dr. Ir. H. Untung Bijaksana, M.P

NIP. 19640517 199303 1 001

Muhammad Adnan Zain, S.Pi, M.P

NIP. 19820315 200501 1 002

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RASIDI  
NIM : 1910715210012  
Fakultas : Perikanan dan Ilmu Kelautan  
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Skripsi dengan judul **“Persepsi *Home Industri* “Sari Alami” Terhadap Media Sosial Guna Meningkatkan Penjualan Kelurahan Sungai Besar Banjarbaru Selatan”** bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa ada campur tangan dari pihak-pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan penguji.
2. Dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Skripsi ini belum pernah ditujukan untuk mendapat gelar akademik (sarjana), baik pada Universitas Lambung Mangkurat maupun pada perguruan tinggi lainnya

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini serta menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Lambung Mangkurat.

Banjarbaru, September 2025

Yang Membuat Pernyataan



Rasidi

NIM. 1910715210012

## PERSEPSI HOME INDUSTRI “SARI ALAMI” TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN DI KELURAHAN SUNGAI BESAR, BANJARBARU SELATAN

**ABSTRAK.** Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menganalisis persepsi *home industri* “Sari Alami” terhadap penggunaan media sosial sebagai media promosi; (2) Untuk mengevaluasi dampak media sosial dalam meningkatkan penjualan produk “Sari Alami.” Penelitian ini dilaksanakan pada *home industri* Sari Alami di Kelurahan Sungai Besar, Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan Selatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Subjek penelitian adalah pemilik usaha Sari Alami, dengan data dianalisis menggunakan *Skala Likert*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelaku usaha terhadap penggunaan media sosial berada pada kategori “Setuju” dengan rata-rata indeks sebesar 72,5%, yang menunjukkan pandangan positif bahwa media sosial merupakan sarana promosi yang efektif. Namun, pada aspek pelaksanaan diperoleh nilai rata-rata 47,5% (“Tidak Setuju”), yang berarti penggunaan media sosial untuk pemasaran masih terbatas, hanya mengandalkan aplikasi WhatsApp. Sementara itu, aspek evaluasi memperoleh rata-rata indeks 70% (“Setuju”), yang mengindikasikan media sosial memberikan dampak positif dalam peningkatan branding produk dan interaksi dengan pelanggan, meskipun keberlanjutannya masih diragukan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja penjualan, tetapi diperlukan peningkatan literasi digital, konsistensi, dan keterampilan teknis digital marketing agar dapat dimanfaatkan lebih optimal.

**Kata Kunci:** *Home Industri*, Media Sosial, Persepsi, Peningkatan Penjualan, Sari Alami.

**PERCEPTION OF "SARI ALAMI" HOME INDUSTRY TOWARD THE USE OF  
SOCIAL MEDIA TO INCREASE SALES IN SUNGAI BESAR VILLAGE,  
BANJARBARU SELATAN**

**ABSTRACT.** *The objectives of this research are: (1) To analyze the perception of the home industry "Sari Alami" toward the use of social media as a promotional tool; (2) To evaluate the impact of social media in increasing product sales of "Sari Alami." This research was conducted at the Sari Alami home industry in Sungai Besar Village, Banjarbaru Selatan District, Banjarbaru City, South Kalimantan Province. Data collection techniques used in this research were observation, interviews, documentation, and questionnaires. The subject of the research is the owner of Sari Alami home industry, with data analyzed using a Likert scale. The results show that the perception of the home industry toward social media use is in the "Agree" category with an average perception index of 72.5%, indicating that the business actor has a positive view of social media as an effective promotion tool. However, the implementation aspect obtained a lower index of 47.5% ("Disagree"), which reflects that the actual use of social media for marketing is not yet optimal and still limited, mainly relying only on WhatsApp application. Meanwhile, the evaluation aspect reached an average index of 70% ("Agree"), suggesting that social media provides positive impacts such as increasing product branding and customer interaction, though its sustainability is still doubtful. Overall, the findings highlight that social media has significant potential to enhance sales performance, but requires increased literacy, consistency, and technical skills in digital marketing for more effective utilization.*

**Keywords:** *Home Industry, Social Media, Perception, Sales Improvement, Sari Alami.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian pada usaha home industri oleh-oleh di Kelurahan Sungai Besar Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Lambung Mangkurat. Sholawat serta salam selalu penulis ucapkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, beserta pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut serta terlibat dalam pembuatan usulan Penelitian ini. Terimakasih sebesar-besarnya kepada selaku Dosen pembimbing skripsi yaitu Ibu Prof. Dr. Ir. Emmy Sri Mahreda, M.P yang telah memberikan arahan dan dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan usulan penelitian ini bersama dengan teman-teman yang lain.

Usulan penelitian yang dibuat penulis ini masih jauh dari kata sempurna, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki dan menyempurnakan penulisan ini. Penulis berharap semoga laporan kegiatan yang penulis buat dapat bermanfaat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, terkhusus bagi Pelaku Usaha "*Home Industri*" Oleh-oleh "*Sari Alami*" Khas Kalimantan.

Banjarbaru, September 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER DEPAN</b>	
<b>COVER DALAM</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1. Landasan Teori .....	5
2.1.1. Home Industri.....	5
2.1.2. Media Sosial Sebagai Pemasaran .....	5
2.1.3. Jenis Media Sosial.....	6
2.1.4. Metode Persepsi .....	6
2.1.5. <i>Skala Likert</i> .....	7
2.1.6. Kerangka Penelitian .....	9
2.2. Penelitian Terdahulu .....	10
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	14
3.1. Waktu dan Lokasi .....	14
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	16
3.2.1. Sumber Data Kualitatif dan Kuantitatif .....	17
3.2.2. Subjek dan Objek Penelitian .....	18
3.3. Analisis Data.....	19
3.3.1. Analisis Persepsi .....	19

3.3.2. Analisis Persepsi Untuk Melihat Dampak Dari Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Sari Alami .....	19
3.3.3. <i>Skala Likert</i> .....	20
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	22
4.1. Gambaran Kondisi Wilayah Penelitian .....	22
4.2. Persepsi Sari Alami Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi .....	26
4.2.1. Aspek Pengetahuan .....	23
4.2.2. Aspek Pelaksanaan.....	25
4.3. Evaluasi Dampak Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan...	26
4.2.3. Aspek Evaluasi.....	26
4.4. Implikasi Dan Rekomendasi .....	27
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	28
5.1. Kesimpulan .....	28
5.2. Saran .....	29
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Nomor</b>	
Tabel 1.1. Daftar Produk Usaha “Sari Alami” .....	2
Tabel 1.2. Tabel Daftar Anggota Karyawan Sari Alami .....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1. Rencana Penelitian.....	14
Tabel 3.2. Penilaian Responden.....	20
Tabel 3.3. Interpretasi Nilai Indeks .....	21
Tabel 3.4. Contoh Tabel perhitungan Kuesioner .....	21
Tabel 4.1. Indeks Pengetahuan Responden Terhadap Media Sosial .....	23
Tabel 4.2. Indeks Pelaksanaan Penggunaan Media Sosial .....	25
Tabel 4.3. Indeks Evaluasi Dampak Media Sosial Terhadap Usaha .....	26

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Nomor</b>	
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian .....	9
Gambar 3.1. Peta Lokasi Penelitian.....	15
Gambar 3.2. Rumah Usaha Sari Alami.....	15

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Konsultasi
- Lampiran 2. SK Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3. Foto Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 4. Kuesioner Penelitian