

**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI OJEK ONLINE PADA
UMKM DI KABUPATEN TEGAL**

SKRIPSI



disusun oleh:

Zidny Rangga Waskito

17.96.0368

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2024

PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI OJEK ONLINE PADA

UMKM DI KABUPATEN TEGAL

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh:

Zidny Rangga Waskito

17.96.0368

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2024

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI OJEK ONLINE PADA
UMKM DI KABUPATEN TEGAL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zidny Rangga Waskito

17.96.0368

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal

Dosen Pembimbing,



Kalis Purwanto, Dr., MM

NIK. 190302357

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI OJEK ONLINE PADA
UMKM DI KABUPATEN TEGAL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zidny Rangga Waskito

17.96.0368

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 15 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Kalis Purwanto, Dr, MM

NIK. 190302357

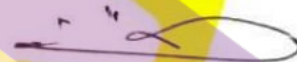
Kadek Kiki Astria, SI.Kom., M.A

NIK. 190302445

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 15 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Desember 2023



Zidny Rangga Waskito

17.96.0368

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, dengan napa yang telah memberikan Kesehatan kepada penulis serta kemampuan untuk bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI OJEK ONLINE PADA UMKM KULINER DI KABUPATEN TEGAL.” Tidak lupa juga penulis mengucapkan shalawat dan salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari jalan yang penuh rintangan menuju jalan yang benar, aman dan sejahtera bagi umatnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan atau masih banyak kesalahan di berbagai aspek, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran, yang dapat membangun guna melengkapi skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan adanya bantuan, Kerjasama dan bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung, dan penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta beserta jajarannya.
2. Emha Taufiq Luthfi, ST., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta beserta jajarannya.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M. Eng. Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta

4. Bapak Khalis Purwanto, Dr, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing, dan memberikan masukan yang berarti dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah membagikan ilmunya kepada penulis.

6. Bapak Puji Suropto dan Ibu Nurul Azizah yang sudah memberikan dukungan selama masa pendidikan penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada teman-teman kelas Ilmu Komunikasi 05 yang memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi penulis.

8. Kepada Jajaran UMKM Kabupaten Tegal yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk melengkapi penelitian.



Yogyakarta, 13 Juli 2024



Zidny Rangga Waskito

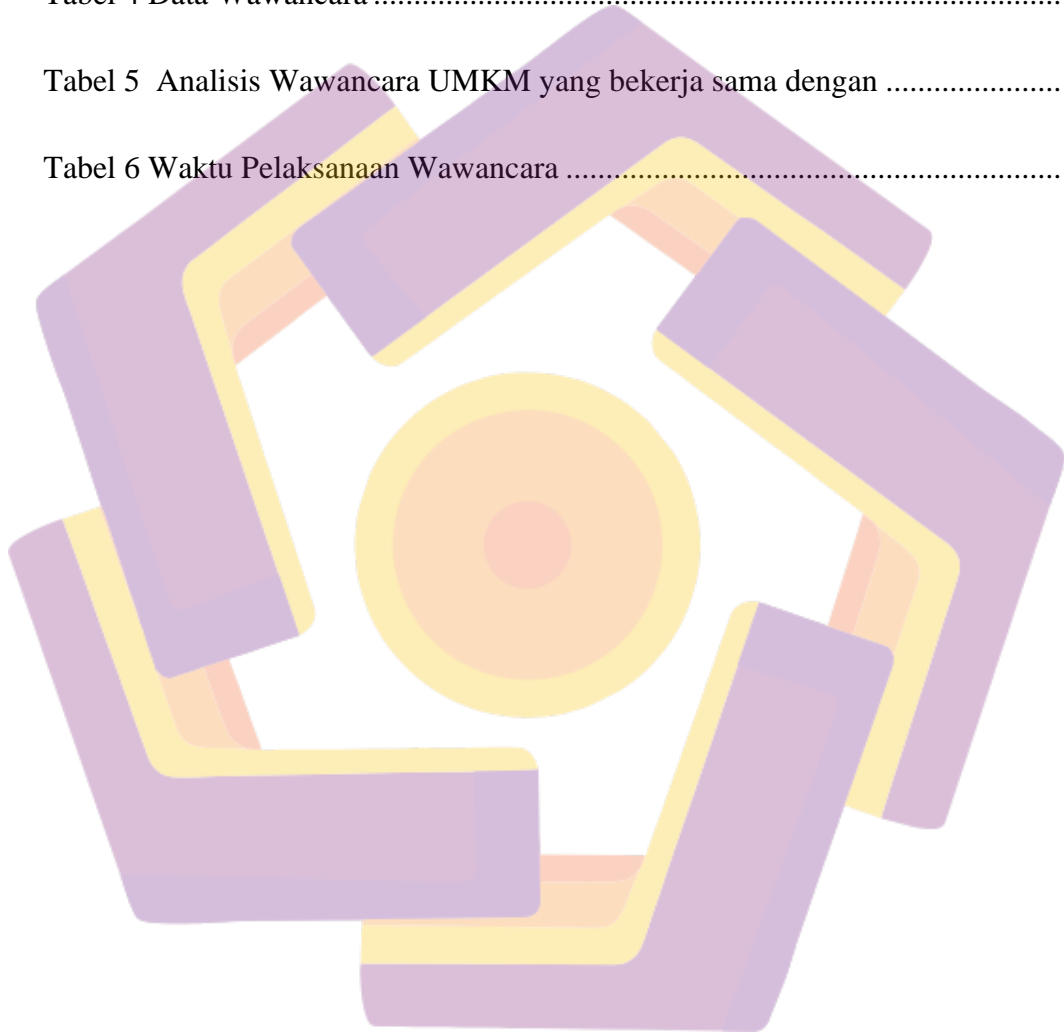
DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ixx
DAFTAR GAMBAR.....	x
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORITIS	6
2.1 Kajian Teori	6
2.1.1. Komunikasi	6
2.1.2. Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.3. Pengertian Ojek Online.....	9
2.1.4. Jasa.....	10
2.1.5. Pengertian Ekonomi.....	14
2.1.6. Masyarakat.....	16
2.1.7. UMKM.....	19
2.1.8. Pelanggan.....	22
2.2. Penelitian Relevan	23
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian	28
3.2. Subjek dan Objek Penelitian.....	28
3.3. Sumber Data.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5. Teknik Analisis Data.....	31
3.6. Teknik Penentuan Informan.....	32
3.7. Tahap Penelitian.....	33
3.8. Teknik Keabsahan Data	33
3.9. Lokasi Penelitian.....	35
BAB IV	36
Hasil penelitian dan pembahasan.....	
4.1 Hasil Penelitian	36
4.2. Pembahasan.....	53
4.2.1. Kondisi UMKM.....	53
4.2.2. Kemitraan dengan Ojek Online.....	53
4.2.3. Dampak Ojek Online	54
4.3. Keabsahan Data	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63

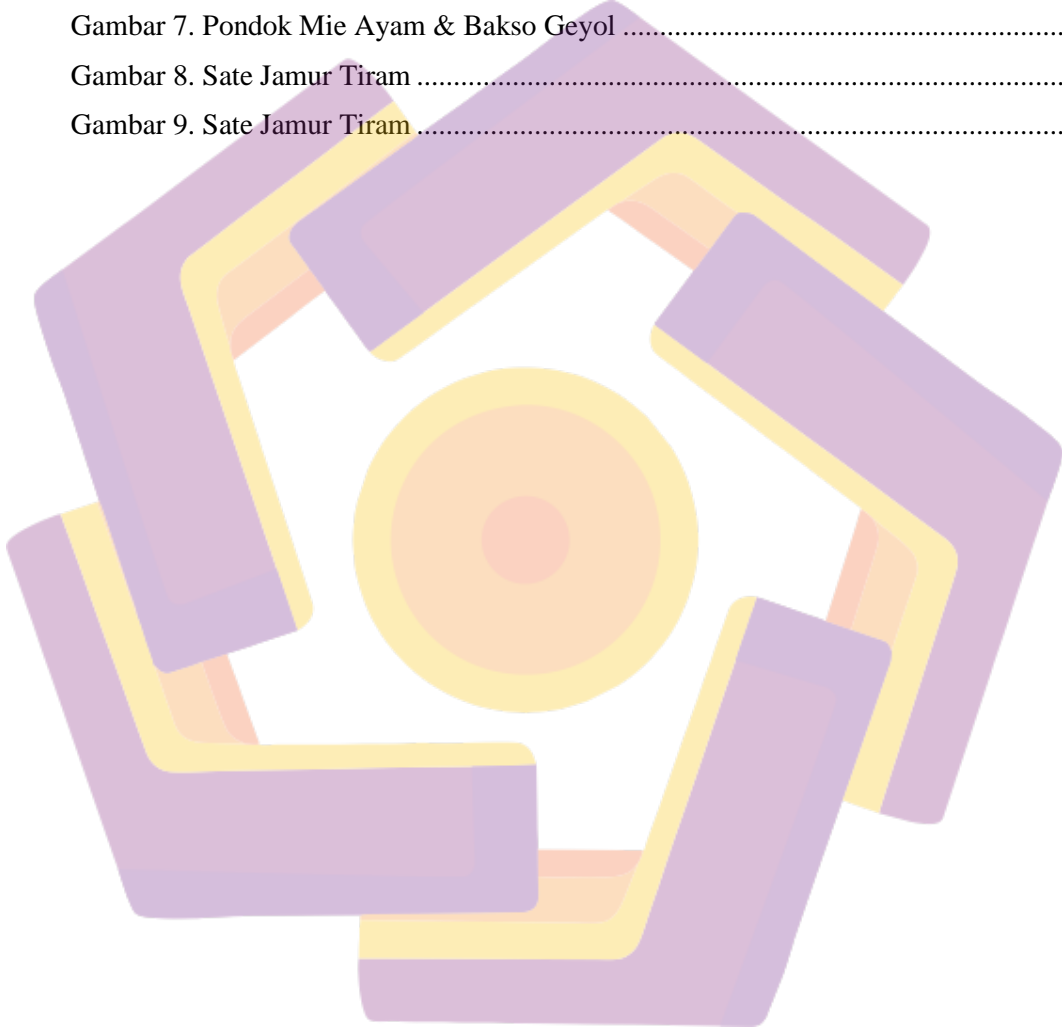
DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Penduduk Kabupaten Tegal tahun 2018-2021	3
Tabel 2 Perbedaan Ekonomi Mikro dan Makro.....	15
Tabel 3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4 Data Wawancara	38
Tabel 5 Analisis Wawancara UMKM yang bekerja sama dengan	47
Tabel 6 Waktu Pelaksanaan Wawancara	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Unsur-unsur Dalam Komunikasi.....	7
Gambar 2. Kerangka pemikiran.....	27
Gambar 3. Nasi Goreng Bang Erwin	70
Gambar 4. Nasi Goreng Bang Erwin	70
Gambar 5. Bubur Ayam Spesial Bang Kukuh	70
Gambar 6. Pondok Mie Ayam & Bakso Geyol	71
Gambar 7. Pondok Mie Ayam & Bakso Geyol	71
Gambar 8. Sate Jamur Tiram	71
Gambar 9. Sate Jamur Tiram	71



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran komunikasi pemasaran melalui ojek online terhadap UMKM di Kabupaten Tegal. Dalam era digital, ojek online telah menjadi sarana penting dalam membantu UMKM meningkatkan pendapatan dan volume penjualan mereka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memahami dampak ojek online pada perekonomian lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ojek online memberikan bantuan signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM. Peningkatan pendapatan dan volume penjualan disebabkan oleh kemudahan akses yang diberikan oleh jasa ojek online, serta promosi berkualitas yang mereka sediakan. Selain itu, ojek online juga membantu masyarakat dalam menghemat waktu dan memudahkan proses pembelian dengan adanya diskon dan fitur penilaian. Dampak positif ini tidak hanya dirasakan oleh UMKM, tetapi juga oleh driver ojek online yang mendapatkan lebih banyak opsi pekerjaan melalui jasa pengiriman makanan. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran ojek online dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM di Kabupaten Tegal.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Ojek Online, UMKM

ABSTRACT

This research aims to examine the role of marketing communications via online motorcycle taxis on UMKM in Tegal Regency. In the digital era, online motorcycle taxis have become an important tool in helping UMKM increase their income and sales volume. This research uses a descriptive method with a qualitative approach to understand the impact of online motorcycle taxis on the local economy. The research results show that online motorcycle taxis provide significant assistance in improving the welfare of UMKM. The increase in revenue and sales volume was due to the ease of access provided by online motorcycle taxi services, as well as the quality promotions they provided. Apart from that, online motorcycle taxis also help people save time and make the purchasing process easier with discounts and rating features. This positive impact is not only felt by UMKM, but also by online motorcycle taxi drivers who get more job options through food delivery services. This research confirms the important role of online motorcycle taxis in supporting the economic growth of UMKM in Tegal Regency.

Keywords: Marketing Communication, Online Motorbike Taxi, UMKM