

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Denah Lokasi Penelitian



Keterangan :

	Kersamenak		Cibeuti
	Leuwiliang		Cilamajang
	Talagasari		Gununggede
	Tanjung		Gunungtandala
	Urug		Karanganyar

Sumber : JR Apriandi (2021)

## Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN  
ROTI UNYIL DI DAIRA BAKERY**

## A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan :
5. Alamat :

## B. Media sosial yang digunakan

Jenis Media Sosial	Keunggulan	Kendala dalam penggunaan

## C. Analisis SWOT

No	Kritikal Faktor	Nilai			
		1	2	3	4
	<b>Kekuatan (S)</b>				
1	Pelayanan ramah				
2	Keberagaman rasa produk Roti Unyil				
3	Harga terjangkau				
	<b>Kelemahan (W)</b>				
1	Keterbatasan pengetahuan digital				
2	Respon terhadap pelanggan media sosial lambat				

3	Kualitas konten kurang berkualitas				
4	Produksi tidak dapat diprediksi				
5	Sulit mengikuti tren				
	<b>Peluang (O)</b>				
1	Media Sosial Menjangkau pasar yang lebih luas				
2	Kolaborasi dengan <i>influencer</i> dapat meningkatkan penjualan				
3	Tren Media Sosial Dapat Dimanfaatkan Sebagai Promosi				
4	Media sosial memungkinkan penjualan langsung melalui <i>E-Commerce</i>				
5	Penyebaran informasi media sosial cepat				
	<b>Ancaman (T)</b>				
1	Meningkatnya persaingan antar agroindustri di media sosial				
2	Informasi Negatif di Media Sosial Memengaruhi Reputasi				
3	Media sosial kurang menjangkau konsumen				

#### **KETERANGAN SKOR BOBOT**

Angka 1 = Sangat kurang dukungan/keterkaitan

Angka 2 = Kurang dukungan/keterkaitan

Angka 3 = Cukup dukungan/keterkaitan

Angka 4 = Baik dukungan/keterkaitan

Lampiran 3 Hasil Kuesioner penelitian dengan pemilik Daira Bakery

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN  
ROTI UNYIL DI DAIRA BAKERY**

**A. Identitas Responden**

1. Nama Responden : Imelda Muliani Agustin
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Umur : 23 tahun
4. Pendidikan : SMA
5. Alamat : Jalan Perintis Kemerdekaan no 126 Kawalu

**B. Media sosial yang digunakan**

Jenis Media Sosial	Keunggulan	Kendala dalam penggunaan
Instagram	Mudah menjangkau konsumen	Kurangnya pengenalan produk langsung

**C. Analisis SWOT**

No	Kritikal Faktor	Nilai			
		1	2	3	4
	<b>Kekuatan (S)</b>				
1	Pelayanan ramah				✓
2	Keberagaman rasa produk Roti Unyil			✓	
3	Harga terjangkau				✓
	<b>Kelemahan (W)</b>				
1	Keterbatasan pengetahuan digital			✓	
2	Respon terhadap pelanggan media sosial lambat				✓
3	Kualitas konten kurang berkualitas		✓		

4	Produksi tidak dapat diprediksi		✓		
5	Sulit mengikuti tren		✓		
<b>Peluang (O)</b>					
1	Media Sosial Menjangkau pasar yang lebih luas			✓	
2	Kolaborasi dengan <i>influencer</i> dapat meningkatkan penjualan				✓
3	Tren Media Sosial Dapat Dimanfaatkan Sebagai Promosi			✓	
4	Media sosial memungkinkan penjualan langsung melalui <i>E-Commerce</i>			✓	
5	Penyebaran informasi media sosial cepat			✓	
<b>Ancaman (T)</b>					
1	Meningkatnya persaingan antar agroindustri di media sosial		✓		
2	Informasi Negatif di Media Sosial Memengaruhi Reputasi		✓		
3	Media sosial kurang menjangkau konsumen		✓		

#### **KETERANGAN SKOR**

Angka 1 = Sangat kurang dukungan/keterkaitan

Angka 2 = Kurang dukungan/keterkaitan

Angka 3 = Cukup dukungan/keterkaitan

Angka 4 = Baik dukungan/keterkaitan

## Lampiran 4 Hasil perhitungan bobot dan skor

No	Faktor faktor strategi internal Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	BobotXRating	
1	Pelayanan Ramah	0,166667	4	0,666666667	
2	Keberagaman rasa Roti Unyil	0,125	3	0,375	1,708333
3	Harga terjangkau	0,166667	4	0,666666667	
No	Faktor Faktor Strategi Internal Kelemahan (Weakness)	Bobot	Rating	BobotXRating	
1	Keterbatasan pengetahuan digital	0,125	1	0,125	
2	Respon terhadap pelanggan media sosial lambat	0,166667	1	0,166666667	
3	Kualitas konten kurang berkualitas	0,083333	2	0,166666667	
4	Produksi tidak dapat diprediksi	0,083333	2	0,166666667	0,791667
5	Sulit mengikuti tren	0,083333	2	0,166666667	
		<b>1</b>		<b>2,5</b>	
No	Faktor Faktor Strategi Eksternal (Peluang)	Bobot	Rating	BobotXRating	
1	Media Sosial menjangkau pasar lebih luas	0,136364	4	0,545454545	
2	Kolaborasi dengan Influencer dapat meningkatkan penjualan	0,181818	4	0,727272727	
3	Tren media sosial dapat dimanfaatkan sebagai promosi	0,136364	2	0,272727273	
4	Media sosial memungkinkan penjualan melalui fitur e-commerce	0,136364	3	0,409090909	2,5
5	penyebaran informasi media sosial cepat	0,136364	4	0,545454545	
No	Faktor Faktor Strategi Eksternal (Ancaman)	Bobot	Rating	BobotXRating	
1	Meningkatnya persaingan antar agroindustri di media sosial	0,090909	2	0,181818182	
2	Informasi negatif di media sosial mempengaruhi reputasi	0,090909	1	0,090909091	
3	media sosial kurang menjangkau konsumen	0,090909	2	0,181818182	0,454545
		<b>1</b>		<b>2,954545455</b>	

### Lampiran 5 Dokumentasi dengan pemilik dan 3 karyawan Daira Bakery



### Wawancara dan pengisian nilai bobot oleh pemilik Roti Unyil Daira Bakery



### Wawancara dengan 3 karyawan Daira Bakery sebagai informasi tambahan

Offline Store Daira Bakery



Roti Unyil



Instagram Roti Unyil Daira Bakery



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Skripsi yang berjudul “**Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Roti Unyil Daira Bakery**” diselesaikan oleh :

Nama : Sinta Maharani

Alamat : Jln Nagarawangi Gg nusawangi kulon  
Kec.Cihideung Kota Tasikmalaya

No. Telp : 085703562919

Email : sintamaharani900@gmail.com



Penulis lahir pada tanggal 05 Oktober 2001 di Kota Tasikmalaya, penulis merupakan anak ke 3 dari 4 bersaudara dari pasangan Bapak Uu Sutardi dan Ibu Enar Sunarsih. Jenjang pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu :

1. SDN 1 NAGARAWANGI : Lulus pada tahun 2014
2. MTS AS-SURUR : Lulus pada tahun 2017
3. SMAN 4 KOTA TASIKMALAYA : Lulus pada tahun 2020

Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan Strata satu (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Galuh Ciamis. Penulis memperoleh sertifikasi uji kompetensi dalam pembuatan pupuk organik. Selama menempuh pendidikan banyak pengalaman baik secara akademik dan non-akademik yang didapatkan. Untuk itu penulis mengucapkan rasa syukur sebesar - besarnya serta terimakasih kepada orang tua, keluarga dan semua pihak yang telah mendukung penulis sehingga dapat terselesaikanya skripsi ini.

Ciamis, Agustus 2024

Penulis