

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM PRODUK TEMPE
BAPAK TUHRI MELALUI PERANCANGAN PEMASARAN *DIGITAL*
(*DIGITAL MARKETING*)**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis pada Jurusan Administrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**INDA VARIZAH
NPM 061940632088**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG 2023**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM PRODUK TEMPE BAPAK TUIRI MELALUI
PERANCANGAN PEMASARAN DIGITAL (DIGITAL MARKETING)



SKRIPSI

Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma IV
Program Studi Manajemen Bisnis Pada Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

OLEH: INDA VARIZAH
NPM 061940632088


Menyetujui,

Pembimbing I


Purwati, S.E., M.M
NIP 196507111988032002

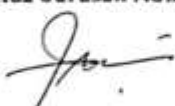
Palembang,
Pembimbing II

Agustus 2023

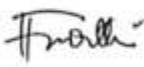

Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis


Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA.
NIP 197602222002121001

Koordinator Program Studi
Manajemen Bisnis


Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 197504212001122001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Inda Varizah
NPM : 061940632088
Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis / D IV Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Produk
Tempe Bapak Tuhri Melalui Perancangan *Digital*
(*Digital Marketing*)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Skripsi ini bukanlah plagiat/salinan skripsi milik orang lain.
3. Apabila skripsi saya plagiat/menyalin skripsi milik orang lain maka saya akan sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi serta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

A photograph of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The note is yellow and features the Garuda Pancasila emblem. It has a signature written in black ink over the top right portion of the note. The serial number 'F706A IX 766801913' is visible at the bottom left of the note.

Inda Varizah

NPM 061940632088

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inda Varizah
NPM : 061940632088
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Produk Tempe Bapak Tubri Melalui Perancangan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi D IV Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Selasa

Tanggal 25 Agustus 2023

TIM PENGUJI

<u>No. Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1. Fetty Maretha, SE.,M.M Ketua Penguji		28/08/2023
2. Dr. Sari Lestari ZR, SE.,M.Ec Anggota Penguji		28/08/2023
3. Dr. M. Syahirman Yusi, SE.,MS Anggota Penguji		28/08/2023
4. Afrizawati M, SE.,M.Si Anggota Penguji		28/08/2023
5. Agung Anggoro Seto, S.E., M.Si		25/08/2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Proses sama pentingnya dibandingkan hasil. Hasilnya nihil tak apa, yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan.”

(Sujiwo Tejo)

“Never regret a day in your life. Good days bring you happiness and bad days give you experience.”

“Saat masalahmu jadi terlalu berat untuk ditangani, beristirahatlah dan hitung berkah yang sudah kau dapatkan”

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tuaku**
- **Saudaraku**
- **Sahabat-Sahabat Terbaikku**
- **Para Dosen Terbaik**
- **Teman Kelas 8 MBA ku**
- **Almamater Kebangganku**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia- Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada Penulis. Sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kemampuan dan dapat selesai sampai batas waktu yang telah ditentukan guna menyelesaikan pendidikan Program Diploma IV Manajemen Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Skripsi ini berjudul “ Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Produk Tempe Bapak Tuhri Melalui Perancangan Pemasaran *Digital (Digital Marketing)*”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana merancang *digital marketing* pada usaha Tempe Bapak Tuhri.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati Penulis menerima segala kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini karena tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan membutuhkannya, khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Juli 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun terwujudnya skripsi ini adalah berkat dukungan, bantuan, pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB. CPMA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Purwati, S.E., M.M selaku pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan, dan memotivasi saya dalam pembuatan skripsi.
6. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan, dan memotivasi saya dalam pembuatan skripsi.
7. Bapak Tuhri selaku pemilik usaha yang telah memberikan perizinan dan kepercayaan kepada saya untuk menjadikan usaha bersangkutan sebagai objek penelitian skripsi.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang selalu memberikan semangat dan memberikan banyak ilmu kepada saya.
9. Kepada diriku sendiri terima kasih sudah selalu kuat, sabar dan sudah berjuang sampai saat ini dan tetap semangat.
10. Kedua orang tua dan keluarga besar Ayah, Ibu, Nenek, Kakak dan Adik tersayang yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan materil serta

doa dan motivasi setiap harinya kepada saya

11. Kepada Feni, Annisa dan Adhra yang selalu memberikan semangat dan dukungan bersama-sama untuk mengerjakan skripsi ini.
12. Kepada para anggota Group Band BTS dan BlackPink yang selalu memberikan saya semangat dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
13. Group Gengs Ngupot, Frenly dan Banana Roll yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penulisan skripsi.
14. Seluruh teman angkatan dan teman seperjuangan di kelas 8 MBA
15. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Atas segala bantuan dari semua pihakpenulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Palembang, 31 Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Usaha Miro, Kecildan Menengah (UMKM) merupakan penopang terbesar perekonomian nasional. Indonesia memiliki beragam jenis UMKM yang berbeda dari setiap daerah. Tempe merupakan makanan tradisional Indonesia yang berasal dari daerah Jawa Tengah. Usaha Tempe milik Bapak Tuhri yang berada di daerah Kayuagung, Cokroaminoto belum menerapkan penggunaan pemasaran melalui media sosial apapun. Penelitian ini dilakukan untuk menghasilkan rancangan *digital marketing* pada usaha Tempe milik Bapak tuhri dengan memanfaatkan peluang penggunaan internet di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian berupa rancangan *digital marketing* melalui media sosial yaitu Facebook, Instagram, WhatsApp, dan penerapan SEO pada website. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa jenis konten yang paling diminati pengguna media sosial adalah jenis konten berupa edukasi yang diunggah melalui video reels. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola usaha Tempe Bapak Tuhri.

Kata kunci: UMKM, *Digital Marketing*, Tempe.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the biggest pillars of the national economy. Indonesia has various types of MSMEs that differ from each region. Tempe is a traditional Indonesian food originating from Central Java. Mr. Tuhri's Tempe business, which is located in the Kayuagung area, Cokroaminoto, has not implemented the use of marketing through any social media. This research was conducted to produce a digital marketing plan for Mr. Tuhri's Tempe business by taking advantage of internet usage opportunities in Indonesia. This study uses a qualitative method. The results of the research are in the form of digital marketing designs through social media, namely Facebook, Instagram, WhatsApp, and the application of SEO on websites. The results of this study explain that the type of content that social media users are most interested in is the type of content in the form of education which is uploaded via video reels. The results of this study are expected to be a reference for the Tempe business manager, Mr. Tuhri.

Kata kunci: MSMEs, Digital Marketing, Tempe.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Strategi Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian UMKM.....	7
2.1.3 Kriteria Usaha Kecil dan Menengah	8
2.1.4 Pengertian Pengembangan	8
2.1.5 Pengertian SDM (Sumber Daya Manusia).....	9
2.1.6 Pengertian Keuangan.....	9
2.1.7 Pengertian Produksi.....	10
2.1.8 Pengertian Pemasaran	10
2.1.9 Strategi STP Marketing (Segmentation, Targeting, Positioning)	13
2.1.10 Pengertian Digital Marketing	15
2.1.11 Manfaat Digital Marketing.....	17
2.1.12 Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing	18
2.1.13 Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Digital Marketing	19
2.1.14 Jenis – Jenis Konten	20
2.1.15 Kalender Postingan	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Alur Piki / Kerangka Pikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	31
3.2 Rancangan Penelitian	31

3.3	Jenis dan Sumber Data	31
3.4	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5	Efektivitas Penggunaan Media Sosial	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Hasil dan Pembahasan DAFTAR ISI	35
4.1.1	Identitas Usaha	35
4.1.2	Latar Belakang Usaha	35
4.1.3	Visi dan Misi	35
4.1.4	STP (Segmentation, Targeting and Positioning).....	36
4.2	Kondisi Sumber Daya Manusia, Produksi, Pemasaran dan Keuangan di Usaha Tempe Pak Tuhri	36
4.2.1	SDM (Sumber Daya Manusia).....	36
4.2.2	Produksi.....	37
4.2.3	Pemasaran.....	41
4.2.4	Keuangan.....	42
4.3	Business Model Canvas.....	44
4.3.1	Customers Segments	44
4.4	Penentuan Media	47
4.4.1	Facebook	48
4.4.2	WhatsApp.....	49
4.4.3	Instagram.....	50
4.4.4	Penerapan SEO (Search Engine Optimization) pada Website	50
4.5	Perancangan Digital Marketing	51
4.5.1	Pengarahan Visual.....	51
4.5.2	Kalender Postingan	52
4.5.3	Pembuatan Logo dan Nama Akun	55
4.5.4	Pembuatan Akun Google	56
4.5.5	Penerapan SEO (Search Engine Optimization) pada Website	58
4.5.6	Pembuatan Akun WhatsApp	69
4.5.7	Pembuatan Media Sosial Facebook.....	73
4.5.8	Pembuatan Media Sosial Instagram	78
4.6	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Produk Tempe Bapak Tuhri Melalui Perancangan Pemasaran Digital (Digital Marketing)	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Tempe	2
Gambar 2.1 Tahapan Pelaksanaan <i>Sumber</i> : Dari Berbagai Sumber (2023)	28
Gambar 4.1 Proses Perebusan <i>Sumber</i> : Proses Pembuatan Tempe (2023)	37
Gambar 4.2 Proses Perendaman <i>Sumber</i> : Proses Pembuatan Tempe (2023)	38
Gambar 4.3 Proses Penggilingan	38
Gambar 4.4 Proses Pencucian	39
Gambar 4.5 Proses Pendinginan	39
Gambar 4.6 Proses Peragian	40
Gambar 4.7 Proses Pengemasan <i>Sumber</i> : Proses Pembuatan Tempe (2023)	40
Gambar 4.8 Proses Akhir <i>Sumber</i> : Proses Pembuatan Tempe (2023)	41
Gambar 4.9 Logo Facebook	48
Gambar 4.10 Logo WhatApp	49
Gambar 4.11 Logo Instagram	50
Gambar 4.12 Warna	51
Gambar 4.13 Logo	55
Gambar 4.14 Logo Tempe Bapak Tuhri	56
Gambar 4.15 Langkah 1 pembuatan Email	57
Gambar 4.16 Langkah 2 pembuatan Email	57
Gambar 4.17 Menu Registrasi WordPress	58
Gambar 4.18 Menu Registrasi WordPress	59
Gambar 4.19 Menu Registrasi WordPress	59
Gambar 4.20 Menu Registrasi WordPress	60
Gambar 4.21 Menu Registrasi WordPress	60
Gambar 4.22 Menu Registrasi WordPress	61
Gambar 4.23 Profil WhatsApp	70
Gambar 4.24 Profil WhatsApp	71
Gambar 4.25 Label Chat	71
Gambar 4.26 Greeting Message	72
Gambar 4.27 Quick Replies	73
Gambar 4.28 Profil Facebook	74
Gambar 4.29 Postingan Facebook	75
Gambar 4.30 Insight Facebook	76
Gambar 4.31 Reached Audiens	76
Gambar 4.32 Reached Audiens	77
Gambar 4.33 Profil Instagram	78
Gambar 4.34 Grafik Perkembangan Pengikut	78
Gambar 4.35 Postingan Feed Instagram	79
Gambar 4.36 Insight Akun Instagram	80
Gambar 4.37 Reached Audiens	80

Gambar 4.38 Conteach Reach Instagram.....	81
Gambar 4.39 Hasil Reels Instagram.....	82
Gambar 4.40 Post Reach Instagram.....	82
Gambar 4.41 nstastories Reach.....	83
Gambar 4.42 Data Usia Pengikut.....	84
Gambar 4.43 Data Gender.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Produk Tempe Tahun 2020 s.d 2022	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 Nama – Nama Pegawai Usaha Tempe Bapak Tuhri	36
Tabel 4.2 Pencatatan Omset Perbulan Tahun 2022.....	42
Tabel 4.3 Daftar Gaji Karyawan	43
Tabel 4.4 Kalender Postingan	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Bimbingan
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Skripsi **Lampiran 4**
Business Model Canvas **DAFTAR TABEL**
Lampiran 5 Lembar Observasi
Lampiran 6 Lembar Wawancara
Lampiran 7 Hasil Rancangan *Digital Marketing*
Lampiran 8 Dukemntasi Pemilik Usaha **Lampiran 9**
Dokumentasi Pembeli