

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA MARTABAK
AL-BAROKAH PLAJU 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:

NAMA: PUTRI ANDINI

NPM: 061940632600

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

2023

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA MARTABAK
AL-BAROKAH PLAJU 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:

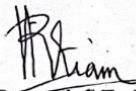
**NAMA: PUTRI ANDINI
NPM: 061940632600**

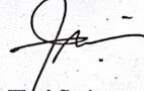
Menyetujui,

Palembang, Juli 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

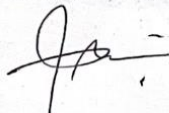

**Parwati, S.E., M.M.
NIP196507111988032002**

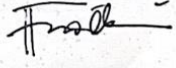

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B., CPMA
NIP 197602222002121001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Koordinator Program Studi
Manajemen Bisnis**


**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B., CPMA
NIP 197602222002121001**


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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Putri Andini
Npm : 061940632600
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada Martabak Al-
Barokah Plaju Melalui Perancangan Pemasaran Digital
(Digital Marketing)

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Pada Ujian Skripsi
Program Studi Manajemen Bisnis
Dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 15 Agustus 2023

TIM PENGUJI

No.	NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
1.	Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB, CPMA Ketua Penguji		23-8-2023
2.	Yulia Pebrianti, S.E.I, M.Si Anggota Penguji		23-8-2023
3.	Dra. Yusleli Herawati, S.E., M.M Anggota Penguji		23-8-2023
4.	Purwati, S.E., M.M Anggota Penguji		23-8-2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Andini
NPM : 061940632600
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIV Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada Martabak Al-Barokah plaju Melalui Perancangan Pemasaran 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 sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi beserta konsekuensinya.

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

Palembang, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Putri Andini

NPM 061940632600

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(Q.S Al- Baqarah:286)

Apapun masalahmu dan kebahagiaanmu ingatlah rumah paling indah untuk semua curah lelah dan bahagiamu, sandaran paling nyaman tanpa harus takut ditinggalkan, pendengar yang tak pernah lelah mendengar semua keluh dan ceritamu, ialah rumah Allah SWT

God has perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth the wait.

Apapun masalah nya sholat solusinya, hancur rencanamu perbaiki sholatmu agar mudah jalan menuju keinginanmu.

Kupersembahkan kepada:

- Ayah dan Ibuku
- Keluargaku
- Sahabat-sahabatku
- Teman seperjuangan
- Almamater

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur penulis hanturkan atas kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi dengan tepat waktu.

Skripsi ini berjudul Strategi Pengembangan Usaha Pada Martabak Al-Barokah Plaju Melalui Perancangan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*). Skripsi ini membahas tentang bagaimana merancang *digital marketing* pada usaha Martabak Al-Barokah Plaju.

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, Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis hanturkan atas kehadiran Allah SWT karena dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Selesaiannya skripsi ini tak lepas dari 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 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 Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Purwati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Ahmad Thoher selaku *Owner* Martabak Al-Barokah Plaju yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan usaha bersangkutan sebagai objek penelitian skripsi.
7. Kepada seluruh dosen pengajar di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga dapat penulis terapkan dalam penulisan Skripsi.
8. Kepada kedua orang tua, dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik secara moral, material dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
9. Kedua adik saya yang telah menjadi penghibur dan selalu memberi dukungan kepada penulisa dalam menyelesaikan skripsi.
10. Saudara tak sedarah teman seperjuangan dari sekolah hingga kuliah Anisa Nurmalia yang telah banyak memberi dukungan dan selalu meluangkan waktu untuk bediskusi dan memberikan solusi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.

11. Sahabat terbaik, Najwa, Diyah, dan Salva yang selalui memberi dukungan dan motivasi disetiap hari-hari penulis.
12. Sahabat terkasih Ica dan Deswita yang selalu menemani dan memberi dukungan.
13. Teman seperjuangan 8 MBM yang senantiasa mengingatkan dan memberikan dorongan dalam banyak hal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
14. Tempat nyaman dikala lelah EXO, dan SVT yang telah mewarnai hari penulis dalam banyak hal yang menjadi motivasi untuk penulis menyelesaikan skripsi tepat waktu.
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 pihak penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, merupakan bagian penting dari ekspansi ekonomi Indonesia. UMKM Indonesia sendiri memiliki jenis yang sangat beragam dari berbagai daerah. Di Palembang dan lokasi lainnya, martabak telur cukup dikenal dan banyak diminati oleh masyarakat umum. Perusahaan Martabak daerah Plaju milik Bapak Ahmad Thoher belum memanfaatkan media periklanan apapun. Kajian ini dilakukan untuk membuat strategi pemasaran digital perusahaan Martabak Al-Barokah milik Bapak Ahmad Thoher dengan memanfaatkan potensi yang disediakan oleh pengguna internet Indonesia. Pendekatan ini menggunakan metodologi kualitatif dan analisis SWOT. Temuan penelitian disajikan sebagai strategi pemasaran digital menggunakan Facebook, Whatsapp, dan penerapan SEO di situs web. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konten asli dalam bentuk promosi dan pelajaran yang diunggah sebagai video reel adalah jenis konten yang paling diminati oleh pengguna media sosial. Temuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai panduan oleh pengelola Martabak Al-Barokah Plaju karya Bapak Ahmad Thoher.

Kata Kunci: UMKM, *Digital Marketing*, Martabak Telur, Plaju, Palembang.

ABSTRACT

MSMEs, or micro, small, and medium businesses, are a crucial part of Indonesia's economic expansion. Indonesian UMKM itself has a wide variety of types from diverse areas. In Palembang and other locations, the general population is quite familiar with and in great demand for Egg Martabak. The Plaju-area Martabak company owned by Mr. Ahmad Thoher has not utilized any advertising media. This study was done to create a digital marketing strategy for Mr. Ahmad Thoher's Martabak Al-Barokah company by utilizing the potential provided by Indonesian internet users. This approach employs qualitative methodologies and SWOT analysis. The study's findings are presented as a digital marketing strategy using Facebook, Whatsapp, and the implementation of SEO on websites. The study's findings demonstrate that original content in the form of promotions and lessons uploaded as video reels is the kind of content that social media users are most interested in. The findings of this study are anticipated to be used as a guide by the managers of Mr. Ahmad Thoher's Martabak Al-Barokah Plaju.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Martabak Telut, Plaju, Palembang

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Strategi	5
2.1.2 Pengertian Manajemen Strategi	5
2.1.3 Pengertian Pengembangan	6
2.1.3.1 Dimensi Pengembangan.....	7
2.1.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	8
2.1.5 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	9
2.1.6 <i>Digital Marketing</i>	10
2.1.7 Jenis-jenis Konten	12
2.1.8 Portofolio Bisnis	14
2.1.9 Analisis BMC.....	
2.1.10 Analisis SWOT	
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pikir	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup	24
3.2 Rancangan Penelitian.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5 Teknik Analisi	26
3.5.1 Analisis BMC.....	26
3.5.2 Analisis SWOT	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	30
4.1.1 Dimensi Pengembangan.....	30
4.1.1.1 Produksi.....	30
4.1.1.2 Keuangan.....	31
4.1.1.3 Pemasaran.....	32
4.1.1.4 Sumber Daya Manusia	37
4.2 Portofolio Bisnis	38
4.2.1 Portofolio Bisnis	38
4.2.1.1 Identitas Usaha	38
4.2.1.2 Latar belakang Usaha	39
4.2.1.3 Visi dan Misi	39
4.2.1.4 STP (<i>Segmentation, targeting, and Positioning</i>).....	39
4.2.1.5 Sumber Permodalan dan BEP	40
4.2.1.6 Tempat Usaha	40
4.2.2 <i>Bussines Model Canvas</i>	41
4.2.2.1 <i>Customer Segments</i>	41
4.2.2.2 <i>Value Proposition</i>	41
4.2.2.3 <i>Customer Relationship</i>	41
4.2.2.4 <i>Channel</i>	42
4.2.2.5 <i>Revenue Stream</i>	42
4.2.2.6 <i>Key Resources</i>	43
4.2.2.7 <i>Key Activities</i>	43
4.2.2.8 <i>Key Partner</i>	43
4.2.2.9 <i>Cost Structure</i>	44
4.2.3 Analisis SWOT	44
4.2.3.1 <i>Strengths</i>	44
4.2.3.2 <i>Weaknesses</i>	44
4.2.3.3 <i>Opportunities</i>	44
4.2.3.4 <i>Threats</i>	45
4.2.4 Penentuan Media.....	45
4.2.4.1 Gmail.....	45
4.2.4.2 Whatsapp.....	46
4.2.4.3 Facebook	47
4.2.4.4 Penerapan SEO pada <i>Website</i>	47

4.2.5	Perancangan <i>Digital Marketing</i>	48
4.2.5.1	Pembuatan Video Konten.....	48
4.2.5.2	Pengarahan Visual	51
4.2.5.3	Kalender Posting	53
4.2.5.4	Pembuatan Nama dan Logo Usaha	54
4.2.5.5	Pembuatan Akun Google.....	55
4.2.5.6	Pengarahan Media Sosial Facebook.....	61
4.2.5.7	Pembuatan Whatsapp Business.....	70
4.2.5.8	Penerapan SEO pada <i>Website</i>	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4.1 Pencatatan Omset Perbulan Dari Tahun 2020-2022.....	32
Tabel 4.2 Daftar Menu Produk Martabak Al-Barokah Plaju.....	33
Tabel 4.3 Daftar Harga menu Martabak Al-Barokah Plaju.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Djumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 2.2 Kerangka Pikir/Alur Pikir	22
Gambar 4.1 Struktur Usaha Martabak Al-Barokah Plaju.....	38
Gambar 4.2 Lokasi Usaha tampak Depan.....	40
Gambar 4.3 Logo Gmail	45
Gambar 4.4 Logo Whatsapp	46
Gambar 4.5 Logo Facebook.....	47
Gambar 4.6 Pengarahan Visual	52
Gambar 4.7 Kalender Posting	53
Gambar 4.8 Logo Martabak Al-Barokah Plaju	54
Gambar 4.9 Langkah 1 Pembuatan Akun Gmail	56
Gambar 4.10 Langkah 2 pembuatan Akun Gmail.....	57
Gambar 4.11 Langkah 3 Pembuatan Akun Gmail.....	58
Gambar 4.12 Langkah 4 pembuatan Akun Gmail.....	59
Gambar 4.13 Langkah 5 Pembuatan Akun Gmail	60
Gambar 4.14 Profil Akun Facebook.....	61
Gambar 4.15 Grafik Perkembangan Pengikut	62
Gambar 4.16 Postingan Facebook.....	63
Gambar 4.17 Insight Akun Facebook.....	64
Gambar 4.18 Insight Interaksi Akun	65
Gambar 4.19 Insight Jumlah Pengikut	66
Gambar 4.20 Insight Jumlah Tayangan Video	67
Gambar 4.21 Data Usia dan <i>Gender</i> Pengikut.....	68
Gambar 4.22 Data Lokasi Populer (Kota).....	69
Gambar 4.23 Data Lokasi Populer (Negara)	69
Gambar 4.24 Profil Whatsapp Business.....	71
Gambar 4.25 Katalog Whatsapp Business	72
Gambar 4.26 Label Chat Whatsapp Business	73
Gambar 4.27 Greeting Message dan Quick Replies Whatsapp Business	74
Gambar 4.28 Langkah 1 Pembuatan <i>Website</i>	75
Gambar 4.29 Langkah 2 pembuatan <i>Website</i>	76
Gambar 4.30 Langkah 3 Pembuatan <i>Website</i>	76
Gambar 4.31 Langkah 4 pembuatan <i>Website</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Revisi
- Lampiran 2 Lembar Persetujuan Revisi
- Lampiran 3 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 *Business Model Canvas (BMC)*
- Lampiran 7 Lembar Observasi
- Lampiran 8 Lembar Wawancara
- Lampiran 9 Surat Izin Usaha
- Lampiran 10 Surat Penggunaan Rancangan
- Lampiran 11 Pembelian Melalui Facebook
- Lampiran 12 Dokumentasi