

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KOPI ROBUSTA  
BAPAK ZAINI DI DESA TALANG BALAI 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:**

**FENI HIDAYAH  
061940632087**

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KOPI ROBUSTA  
BAPAK ZAINI DI DESA TALANG BALAI 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:**

**FENI HIDAYAH  
061940632087**

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KOPI ROBUSTA  
BAPAK ZAINI DI DESA TALANG BALAI 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:  
FENI HIDAYAH  
NPM 061940632087**

**Menyetujui,**

**Pembimbing 1,**

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

**Palembang, Agustus 2023  
Pembimbing 2,**

**Al Hushori, S.E., M.AB.  
NIP 197004142001121001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Dr. Meri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA  
NIP 197602222002121001**

**Ketua Program Studi  
Manajemen Bisnis**

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

## HALAMAN PERNYATAAN

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feni Hidayah  
NPM : 061940632087  
Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis / D IV Manajemen Bisnis  
Mata Kuliah : Pemasaran  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada Kopi Robusta  
Bapak Zaini Di Desa Talang Balang 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 handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo, the text 'SEPLAS BILU RUPIAH', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. A small black circle is stamped over the signature. At the bottom of the stamp, the alphanumeric code '3036FAKX564782437' is visible.

Feni Hidayah

NPM 061940632087

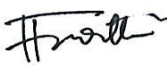



## LEMBAR PENGESAHAN

**Nama** : Feni Hidayah  
**NPM** : 8 MBA  
**Jurusan/Program Studi** : Administrasi Bisnis/D IV Manajemen Bisnis  
**Mata Kuliah** : Manajemen Pemasaran  
**Judul Laporan Akhir** : Strategi Pengembangan Usaha Pada Kopi Robusta Bapak Zaini Di Desa Talang Balai Melalui Perancangan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi DIV Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis  
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 15 Agustus 2023

No	Nama	TIM PENGUJI Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M Ketua Penguji		24 Agustus 2023
2.	Ummasyroh, S.E., M.Ed.M Anggota Penguji		30 Agustus 2023
3.	M. Yusuf, S.E., M.Si, Ph.D Anggota Penguji		30 Agustus 2023
4.	Yusnizal Firdaus, S.E., M.M Anggota Penguji		28 Agustus 2023

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”**

**(Ummar Bin Khattab)**

**“Carilah keberkahan di dunia dengan menghormati dan menyayangi ayahmu dan carilah keberkahan di dunia dan di akhirat dengan berbakti sepenuhnya kepada ibumu”**

**“Bukan siapa paling cepat kita menyelesaikan sesuatu namun seberapa niat kita ingin mencapai tujuan itu”**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat dan rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada Penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kemampuan dan dapat selesai sampai baas 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 Kopi Robusta Bapak Zaini di Desa Talang Balai Melalui Perancangan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana kondisi SDM (Sumber Daya Manusia), Produksi, Pemasaran dan Keuangan serta Perancangan Digital Marketing pada usaha Kopi milik Bapak Zaini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karen aitu, dengan segala kerendahan hati Penulis menerima segala kritik kdan 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 sripsi ini karen atnapa 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. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
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 dan selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Al Hushori, S.E., M.AB. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Zaini dan Keluarga selaku pemilik usaha yang telah memberikan perizinan dan kepercayaan kepada penulis untuk menjadikan usaha bersangkutan sebagai objek penelitian skripsi.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dalam penulisan Skripsi.
8. Kedua orang tua Penulis, Ayahku Efendi Santosa dan Ibuku Nina Ekalana, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dukungan secara materil serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup Penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
9. Keluarga besar Penulis yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
10. Saudara tak sedarah kesayanganku Ajeng Asari, tempatku berbagi cerita dan senantiasa memberikan semangat dan dorongan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi.



11. Sahabat seperjuanganku Inda Ibel, Nisa Locik dan Adhra Adik Kecil yang selalu ada dan telah memberikan warna dimasa perkuliahan serta senantiasa mengingatkan dan memberi dorongan sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
12. Kepada 03051999 terima kasih sudah menjadi *support system* 24/7 baik secara moril maupun materil kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada diri ku sendiri Feni Hidayah, terima kasih sudah bertahan dan selalu tetap tenang dalam menghadapi setiap masalah.
14. 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.

Palembang, 26 Juli 2023

Penulis

## **ABSTRAK**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang terbesar bagi perekonomian nasional di Indonesia. UMKM di Indonesia pun beragam jenis dari setiap daerah. Komoditas kopi memegang peranan penting bagi sumber pendapatan negara dan sebagai andalan ekspor dari Indonesia. Usaha produksi kopi milik Bapak Zaini merupakan salah satu UMKM yang bergerak sebagai produsen kopi bubuk dan menjual kopi di pasar tradisional berada di desa Talang Balai. Usaha tidak memiliki identitas usaha dan belum pernah menggunakan media promosi apapun dalam melakukan pemasaran. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kondisi SDM (Sumber Daya Manusia), Produksi, Pemasaran, dan Keuangan serta menghasilkan rancangan *digital marketing* pada usaha kopi milik Bapak Zaini dengan memanfaatkan peluang penggunaan internet di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini berupa rancangan *digital marketing* melalui media sosial WhatsApp Business, Facebook, Instagram dan SEO pada Website. Hasil penelitian menjelaskan bahwa jenis konten yang paling diminati pengguna media sosial adalah jenis konten orisinal berupa hiburan dan edukasi melalui video reels. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola usaha Kopi milik Bapak Zaini.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital, Kopi Robusta, Sosial Media

## **ABSTRACT**

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the biggest pillars for the national economy in Indonesia. MSMEs in Indonesia also have various types from each region. The coffee commodity plays an important role for the country's source of income and as a mainstay of exports from Indonesia. Mr. Zaini's coffee production business is one of the MSMEs which operates as a ground coffee producer and sells coffee at a traditional market located in the village of Talang Balai. The business does not have a business identity and has never used any promotional media in conducting marketing. This research was conducted to determine the condition of HR (Human Resources), Production, Marketing, and Finance as well as to produce a digital marketing plan for Mr. Zaini's coffee business by taking advantage of internet usage opportunities in Indonesia. This study uses a qualitative method. The results of this study are in the form of a digital marketing design through social media WhatsApp Business, Facebook, Instagram and SEO on the Website. The results of the study explain that the type of content that social media users are most interested in is original content in the form of entertainment and education through video reels. The results of this study are expected to be a reference for the manager of Mr. Zaini's coffee business.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Robusta Coffee, Social Media*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	7
1.4 Tujuan .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Bagi Peneliti .....	7
1.5.2 Bagi Akademik.....	7
1.5.3 Bagi Pelaku Usaha.....	8
1.5.4 Bagi Pembaca .....	8
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Strategi.....	9
2.1.2 Pengertian dan Ruang Lingkup Manajemen Strategi.....	10
2.1.3 Tipe-Tipe Strategi.....	10
2.1.4 Tahapan Manajemen Strategi .....	11
2.1.5 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	12
2.1.6 Definisi Pemasaran .....	13
2.1.7 Definisi Pemasaran Digital (Digital Marketing) .....	14
2.1.8 Bauran Pemasaran 4P .....	15
2.1.9 Pengertian Produksi.....	16
2.1.10 Pengertian SDM (Sumber Daya Manusia) .....	16
2.1.11 Pengertian Keuangan.....	17
2.1.12 Pengertian Pengembangan.....	17
2.1.13 Strategi STP <i>Marketing</i> ( <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> )..	17
2.1.14 Jenis-Jenis Konten .....	20
2.1.15 Kalender Posting.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Metode Penyelesaian Masalah .....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Ruang Lingkup Proyek Akhir .....	29
3.2 Rancangan Proyek Akhir .....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.5 Analisa Efektivitas Penggunaan Media Sosial .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Hasil dan Pembahasan.....	33
4.1.1 Identitas Usaha .....	33
4.1.2 Latar Belakang Usaha.....	33
4.1.3 Visi dan Misi .....	33
4.1.4 STP ( <i>Segmentation, Targeting, And Positioning</i> ) .....	34
4.2 Kondisi SDM (Sumber Daya Manusia, Produksi, Pemasaran dan Keuangan di UMKM Kopi Bapak Zaini .....	34
4.2.1 SDM (Sumber Daya Manusia) .....	34
4.2.2 Produksi .....	35
4.2.3 Pemasaran.....	36
4.2.4 Keuangan.....	37
4.3 <i>Business Moel Canvas</i> .....	39
4.3.1 <i>Customer Segments</i> .....	39
4.3.2 <i>Value Proposition</i> .....	40
4.3.3 <i>Customer Relationship</i> .....	40
4.3.4 <i>Channel</i> .....	41
4.3.5 <i>Revenue Stream</i> .....	41
4.3.6 <i>Key Resources</i> .....	41
4.3.7 <i>Key Activities</i> .....	41
4.3.8 <i>Key Partner</i> .....	42
4.3.9 <i>Cost Structure</i> .....	42
4.4. Penentuan Media .....	42
4.4.1 <i>Whatsapp</i> .....	43
4.4.2 <i>Facebook</i> .....	43
4.4.3 <i>Instagram</i> .....	44
4.4.4 Penerapan SEO ( <i>Search Engine Optimization</i> ) pada Website .....	45
4.5 Perancangan Digital Marketing.....	45
4.5.1 Pengertian Visual.....	45
4.5.2 Kalender Posting.....	47
4.5.3 Pembuatan Logo dan Nama Akun.....	49
4.5.4 Pembuatan Akun Google.....	50
4.5.5 Penerapan SEO ( <i>Search Engine Optimization</i> ) pada Website .....	54
4.5.6 Pembuatan Akun Whatsapp.....	59
4.5.7 Pembuatan Media Social Instagram .....	62
4.5.8 Pembuatan Akun Facebook .....	69
4.5.9 Pembuatan Linktree .....	72

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia.....	2
<b>Gambar 2.1</b> Tahapan Penyelesaian Masalah .....	27
<b>Gambar 4.1</b> Logo Whatsapp.....	43
<b>Gambar 4.2</b> Logo Facebook .....	43
<b>Gambar 4.3</b> Logo Instagram.....	44
<b>Gambar 4.4</b> Pengarahan Warna .....	46
<b>Gambar 4.5</b> Logo Rumah Kopi .....	49
<b>Gambar 4.6</b> Logo Rumah Kopi 2 .....	50
<b>Gambar 4.7</b> Langkah 1 Pembuatan Email .....	51
<b>Gambar 4.8</b> Langkah 2 Pembuatan Email .....	52
<b>Gambar 4.9</b> Langkah 1 Pembuatan Google Maps.....	53
<b>Gambar 4.10</b> Langkah 2 Pembuatan Google Maps.....	54
<b>Gambar 4.11</b> Menu Registrasi WordPress .....	54
<b>Gambar 4.12</b> Menu Pilihan Domain.....	55
<b>Gambar 4.13</b> Pilihan Kategori Website.....	55
<b>Gambar 4.14</b> Profil Whatsapp .....	60
<b>Gambar 4.15</b> Katalog Whatapp Business .....	60
<b>Gambar 4.16</b> Label Chat.....	61
<b>Gambar 4.17</b> Greeting Message .....	61
<b>Gambar 4.18</b> Quick Replies.....	62
<b>Gambar 4.19</b> Profil Akun Instagram .....	62
<b>Gambar 4.20</b> Grafik Perkembangan Pengikut.....	63
<b>Gambar 4.21</b> Feed Instagram.....	64
<b>Gambar 4.22</b> Insights Akun Instagram.....	64
<b>Gambar 4.23</b> Reached Audiens .....	65
<b>Gambar 4.24</b> Content Reach Instagram.....	65
<b>Gambar 4.25</b> Hasil Reels Instagram .....	66
<b>Gambar 4.26</b> Post Reach Instagram .....	66
<b>Gambar 4.27</b> Instastories Reach .....	67
<b>Gambar 4.28</b> Data Usia Pengikut Rumah Kopi Zaini .....	68
<b>Gambar 4.29</b> Data Gender Pengikut Instagram.....	68
<b>Gambar 4.30</b> Data Demografi Pengikut .....	69
<b>Gambar 4.31</b> Profil Akun Facebook.....	70
<b>Gambar 4.32</b> Postingan Akun Facebook .....	71
<b>Gambar 4.33</b> Insight Jangkauan Facebook.....	71
<b>Gambar 4.34</b> Insight Pemirsa Jangkauan Akun.....	72
<b>Gambar 4.35</b> Laman Utama Linktree .....	72
<b>Gambar 4.36</b> Add New Link .....	73
<b>Gambar 4.37</b> Pengaturan Profil dan Tema Linktree.....	73
<b>Gambar 4.38</b> Tampilan Linktree .....	74
<b>Gambar 4.39</b> Tampilan Linktree Whatsapp Business .....	74
<b>Gambar 4.40</b> Tampilan Linktree Facebook .....	75
<b>Gambar 4.41</b> Tampilan Linktree Instagram .....	75
<b>Gambar 4.42</b> Tampilan Linktree Web.....	76

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Jumlah Penjualan Produk Kopi Bapak Zaini Tahun 2020 s/d 2022 .....	4
<b>Tabel 2.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu .....	24
<b>Tabel 4.1</b> Nama-Nama Pegawai Usaha Kopi Bapak Zaini .....	35
<b>Tabel 4.2</b> Pencatatan Omset Perbulan Tahun 2022 .....	38
<b>Tabel 4.3</b> Daftar Gaji Karyawan .....	39
<b>Tabel 4.4</b> Kalender Posting Instagram .....	47
<b>Tabel 4.5</b> Kalender Posting Facebook.....	48



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1** Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 2** Lembar Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 3** Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4** *Business Model Canvas*
- Lampiran 5** Lembar Observasi
- Lampiran 6** Lembar Wawancara
- Lampiran 7** Hasil Rancangan *Digital Marketing*
- Lampiran 8** Dokumentasi