

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA FIKRI KOLEKSI  
SONGKET DAN TEKSTIL PALEMBANG MELALUI  
PERANCANGAN PEMASARAN *DIGITAL*  
(*DIGITAL MARKETING*)**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Anggy Al Alawiyah**

**NPM 061940632084**

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA FIKRI KOLEKSI  
SONGKET DAN TEKSTIL PALEMBANG MELALUI  
PERANCANGAN PEMASARAN *DIGITAL*  
(*DIGITAL MARKETING*)**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Anggy Al Alawiyah**

**NPM 061940632084**

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA FIKRI KOLEKSI  
SONGKET DAN TEKSTIL PALEMBANG MELALUI  
PERANCANGAN PEMASARAN *DIGITAL*  
(*DIGITAL MARKETING*)**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**ANGGY AL ALAWIYAH**

**NPM 061940632084**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I**

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

**Palembang, 2023  
Pembimbing II**

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

**Mengetahui,**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

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

**Mengetahui,  
Koordinator Program Studi DIV  
Manajemen Bisnis**

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

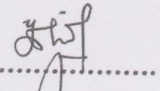
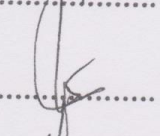
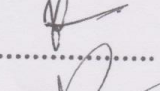
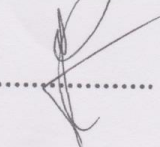
## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Anggy Al Alawiyah  
NPM : 061940632084  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Manajemen Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Strategi Pengembangan Usaha pada Fikri  
Koleksi Songket dan Tekstil Palembang  
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

### TIM PENGUJI

<u>No</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Elisa, S.E., M.Si Ketua Penguji	 .....	23 Agustus 2023 .....
2.	Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M Anggota Penguji	 .....	15 Agustus 2023 .....
3.	Dr. Paisal, S.E., M.Si Anggota Penguji	 .....	22 Agustus 2023 .....
4.	Rini, S.E., M.AB Anggota Penguji	 .....	15 Agustus 2023 .....

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggy Al Alawiyah  
NPM : 061940632084  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Manajemen Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Strategi Pengembangan Usaha pada Fikri Koleksi  
Songket dan Tekstil Palembang 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

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

Palembang, Agustus 2023  
Yang membuat pernyataan,



Anggy Al Alawiyah  
NPM 061940632084

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Kehidupan adalah percobaan untuk dapat beradaptasi, terus berusaha dan serahkan segala hal hanya kepada-Nya. Tetaplah berusaha menjadi diri sendiri dan bersinar tanpa memadamkan cahaya orang lain.”**

**(Anggy Al Alawiyah)**

**"Barangsiapa bertawakal kepada Allah niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya, Dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu."**

**(QS. At Thalaq 2-3)**

**“Jangan gunakan energi anda untuk khawatir, Gunakan energi anda untuk percaya, menciptakan, belajar, berpikir, dan bertumbuh.”**

**(Richard P. Feynman)**

**Kupersembahkan kepada:**

- 1. Kepada Orang Tua**
- 2. Saudara-saudara ku**
- 3. Sahabat-sahabat ku**
- 4. Teman-teman 8 MBA**
- 5. Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu tercurahkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho serta karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini berjudul “**Strategi Pengembangan Usaha pada Fikri Koleksi Songket dan Tekstil Palembang melalui Perancangan Pemasaran *Digital (Digital Marketing)***”. Skripsi ini membahas tentang perancangan pemasaran *digital (digital marketing)* pada usaha Fikri Koleksi Songket dan Tekstil Palembang, dengan menggunakan metode analisis SWOT dan BMC untuk menganalisis permasalahan dan memberikan solusi yang akurat. Hasil penelitian ini berupa rancangan konten instagram yang terdiri dari *feed*, *video reels*, dan *instagram story* sebagai media promosi dan pemasaran *digital*. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa jenis konten *video reels* yang berisi informasi usaha Fikri Koleksi merupakan konten yang paling diminati oleh pengguna aktif instagram Fikri Koleksi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis telah berusaha memberikan karya terbaik dari ketidaksempurnaan yang ada. 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 mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membaca dan membutuhkannya.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih 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 dan selaku pembimbing I yang telah mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis.
5. Ibu Purwati, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah berperan penting dalam memberikan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Kgs. Bahsen Fikri, S.Ag selaku pemilik usaha Fikri Koleksi Palembang dan Bapak Muhammad Hasan selaku Manajemen Operasional serta Masagus Ahmad selaku staff *accounting*, yang telah memberikan izin dan membantu penulis untuk melakukan pengambilan data serta dokumentasi dalam penulisan skripsi ini.
8. Mama, Papa, dan Adik-adik yang sangat penulis cintai dan sayangi, Terima kasih atas segala kasih sayang dan dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih selalu percaya dan bangga kepada penulis.



9. Keluarga besar penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, Terima kasih telah memberikan dukungan dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Sahabat-sahabat terbaik penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, Terima kasih telah mendengarkan keluh-kesah penulis, membantu penulis ketika terdapat kendala, memberikan semangat serta dukungan untuk penulis. semoga kita sehat dan sukses selalu serta dapat meraih cita-cita yang diharapkan.
11. Kepada keluarga besar 8MBA yang telah kebersamai perjuangan selama 4 tahun baik dalam keadaan suka maupun duka. Terima kasih atas kerja sama dalam berjuang untuk meraih cita-cita. Semoga kita dapat meraih impian yang kita harapkan.
12. Kepada seluruh pihak yang telah ikut berkontribusi, memberikan dukungan dan doa dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.
13. Terima kasih untuk diri sendiri yang selalu berusaha dan berjuang dalam hal apapun, maaf dan terima kasih sudah selalu bersabar, ikhlas dan bersyukur saat bahagia dan tetap bangkit saat terluka. Semoga lelah serta jerih payah selama ini akan diberikan karunia yang tidak disangka-sangka dari-Nya. Semangat kita harus melanjutkan realita kehidupan sesungguhnya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik serta melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa menjadi langkah awal bagi penulis untuk meraih cita-cita dan kesuksesan di masa yang akan datang untuk Bangsa, Negara, Keluarga besar dan orang-orang yang menyayangi penulis, Aamiin. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi *digital* yang semakin pesat dan canggih memberikan perubahan dalam berbagai aktivitas kehidupan saat ini, khususnya dalam dunia bisnis dan pemasaran. Internet menjadi sarana penting dalam mempercepat kemajuan teknologi dan informasi. Media sosial instagram adalah salah satu teknologi berbasis *platform* atau aplikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis, untuk memasarkan atau mempromosikan produk mereka, dengan tujuan menarik perhatian konsumen yang memberikan berbagai informasi terkait produk yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang pemasaran *digital* (*digital marketing*) sebagai strategi pengembangan usaha melalui instagram, sehingga hasil rancangan konten instagram ini dapat digunakan sebagai media promosi atau pemasaran *digital* pada Fikri Koleksi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dan Teknik analisis yang digunakan yaitu, analisis SWOT serta BMC untuk menganalisis permasalahan disertai solusi yang relevan. Hasil penelitian ini berupa rancangan konten instagram meliputi *feed*, *video reels* dan instagram story. Dari hasil tersebut memberikan kesimpulan bahwa jenis konten dalam bentuk *video reels* yang berisi informasi usaha Fikri Koleksi merupakan konten yang paling banyak diminati oleh pengguna aktif instagram. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi media promosi dan pemasaran *digital* pada Fikri Koleksi Songket dan Tekstil Palembang, dalam menjangkau sasaran target pasar konsumen yang lebih luas serta dapat meningkatkan penjualan.

**Kata kunci:** *Digital Marketing*, Instagram, Promosi, Fikri Koleksi Songket dan Tekstil Palembang

## **ABSTRACT**

*The development of digital technology which is increasingly rapid and sophisticated provides changes in various activities of life today, especially in the world of business and marketing. The internet has become an important means of accelerating the advancement of technology and information. Instagram social media is a platform or application-based technology used by business people to market or promote their products and attract the attention of consumers who provide various information related to the products offered. This research aims to design digital marketing (digital marketing) as a business development strategy through Instagram so that the results of this Instagram content design can be used as promotional media or digital marketing for the Fikri Collections. This study used qualitative research methods and analysis techniques, namely, SWOT analysis and BMC to analyze the problems along with relevant solutions. The results of this study are the design of Instagram content including feeds, video reels, and Instagram stories. From these results, it can be concluded that the type of content in the form of video reels containing information about Fikri Collections is the content that is most in demand by active Instagram users. The results of this research are expected to be a medium for promotion and digital marketing for the Fikri Collection Songket and Textile Palembang, in reaching a wider target consumer market and increasing sales.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Instagram, Promotion, Fikri Collection Songket and Textiles Palembang*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman :</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Strategi.....	8
2.1.2 Pengertian Pengembangan Usaha.....	9
2.1.3 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.4 Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	11
2.1.5 Bauran Promosi .....	13
2.1.6 Pengertian Instagram .....	15
2.1.7 Fitur-Fitur Instagram .....	16
2.1.8 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	20
2.1.9 Analisis SWOT .....	22
2.1.10 Penelitian Terdahulu .....	23
2.1.11 Kerangka Pikir .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	28

3.2 Penelitian .....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5 Teknik Analisis.....	31
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Portofolio Bisnis .....	35
4.1.1 Identitas Usaha Fikri Koleksi .....	35
4.1.2 Sejarah Usaha Fikri Koleksi .....	35
4.1.3 Logo Fikri Koleksi.....	37
4.1.4 Visi dan Misi Fikri Koleksi .....	38
4.1.5 STP ( <i>Segmentation, Targeting and Positioning</i> ).....	38
4.1.6 Sumber Permodalan dan SROI ( <i>Social Return of Investment</i> ) .....	38
4.2 Dimensi Pengembangan Usaha .....	39
4.2.1 Produksi .....	39
4.2.2 Keuangan .....	40
4.2.3 Sumber Daya Manusia (SDM) .....	43
4.2.4 Pemasaran .....	45
4.3 <i>Bussines Model Canvas</i> .....	51
4.3.1 <i>Customer Segments</i> .....	51
4.3.2 <i>Value Proposition</i> .....	51
4.3.3 <i>Cutomer Relationship</i> .....	52
4.3.4 <i>Channel</i> .....	52
4.3.5 <i>Revenue Streams</i> .....	53
4.3.6 <i>Key Resources</i> .....	53
4.3.7 <i>Key Activities</i> .....	53
4.3.8 <i>Key Partner</i> .....	54
4.3.9 <i>Cost Structure</i> .....	54
4.4 Analisis SWOT.....	54
4.4.1 <i>Strengths</i> (Kekuatan) .....	55
4.4.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	55
4.4.3 <i>Opportunities</i> (Peluang).....	55
4.4.4 <i>Threats</i> (Ancaman) .....	55
4.5 Penentuan Media .....	57
4.5.1 Instagram .....	57
4.6 Perancangan <i>Digital Marketing</i> .....	58
4.6.1 Pengarahan Visual .....	58
4.7 Kalender Posting .....	64
4.8 Pembuatan Media Sosial Instagram .....	66
4.8.1 Profil Akun Instagram .....	66
4.8.2 Postingan <i>Feed</i> Instagram.....	68
4.8.3 Postingan Video <i>Reels</i> Instagram .....	68
4.8.4 Postingan Instagram <i>Story</i> .....	69
4.9 Analisis Hasil <i>Insight</i> Instagram .....	70

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>8</b>

## DAFTAR GAMBAR

Halaman :

<b>Gambar 1.1</b> Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	1
<b>Gambar 1.2</b> Negara Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia .....	3
<b>Gambar 1.3</b> Daftar Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia.....	3
<b>Gambar 2.4</b> Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia .....	15
<b>Gambar 2.5</b> Kerangka Pikir, diolah oleh penulis, 2023.....	27
<b>Gambar 4.6</b> Logo Fikri Koleksi.....	37
<b>Gambar 4.7</b> Proses Produksi Penenunan Kain Songket .....	40
<b>Gambar 4.8</b> Laporan Penerimaan Kas Harian .....	42
<b>Gambar 4.9</b> Jurnal Umum .....	42
<b>Gambar 4.10</b> Penjualan per Pelanggan.....	43
<b>Gambar 4.11</b> Struktur Organisasi Fikri Koleksi.....	45
<b>Gambar 4.12</b> Logo Aplikasi Instagram .....	57
<b>Gambar 4.13</b> Logo Aplikasi Canva .....	58
<b>Gambar 4.14</b> Pengarahan Visual Warna .....	59
<b>Gambar 4.15</b> Logo Aplikasi <i>VlogNow</i> .....	60
<b>Gambar 4.16</b> Kalender Posting.....	65
<b>Gambar 4.17</b> Profil Akun Instagram Fikri Koleksi .....	66
<b>Gambar 4.18</b> Grafik Perkembangan Pengikut Instagram Fikri Koleksi.....	67
<b>Gambar 4.19</b> Peningkatan Jumlah Pengikut Instagram Fikri Koleksi .....	67
<b>Gambar 4.20</b> <i>Feed</i> Instagram Fikri Koleksi .....	68
<b>Gambar 4.21</b> Video <i>Reels</i> Instagram Fikri Koleksi.....	69
<b>Gambar 4.22</b> Instagram <i>Story</i> Fikri Koleksi.....	70
<b>Gambar 4.23</b> Akun yang Dijangkau Instagram Fikri Koleksi.....	71
<b>Gambar 4.24</b> Jangkauan Konten Populer Instagram Fikri Koleksi .....	72
<b>Gambar 4.25</b> Hasil Jangkauan Konten Populer Video <i>Reels</i> .....	73
<b>Gambar 4.26</b> Hasil Jangkauan Konten Populer Postingan <i>Feeds</i> Instagram .....	74
<b>Gambar 4.27</b> Hasil Jangkauan Konten Populer Postingan Instagram <i>Story</i> .....	75

<b>Gambar 4.28</b> Data Usia Pengikut Instagaram Fikri Koleksi .....	76
<b>Gambar 4.29</b> Data Jenis Kelamin Pengikut Instagaram Fikri Koleksi.....	76
<b>Gambar 4.30</b> Data Demografi Pengikut Instagram Fikri Koleksi .....	77
<b>Gambar 4.31</b> Interaksi Pengguna Akun Instagram Fikri Koleksi .....	78



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman :</b>
<b>Tabel 4.1</b> Tabel Sumber Permodalan Tahun 2022 .....	38
<b>Tabel 4.2</b> Tabel Pencatatan Omset Penjualan Tahun 2020-2022.....	41
<b>Tabel 4.3</b> Daftar Produk .....	46
<b>Tabel 4.4</b> Daftar Harga Produk Fikri Koleksi .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
2. Lembar Kesepakatan Bimbingan
3. Lembar Bimbingan Skripsi
4. Lembar Perizinan Pengambilan Data
5. Lembar Persetujuan Izin Pengambilan Data
6. Lembar Pernyataan Penggunaan Rancangan
7. Lembar Portofolio Bisnis
8. Lembar *Business Model Canvas (BMC)*
9. Lembar Matrik SWOT
10. Lembar Matrik Peneliti Terdahulu
11. Lembar Wawancara
12. Lembar NIB Fikri Koleksi
13. Hasil Rancangan Digital Marketing
14. Dokumentasi

