

**OPTIMALISASI *INSTAGRAM* UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI
UMKM DEOZANKA *CATERING***



LAPORAN AKHIR

**Dibuat untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:
ALDA AFRIANI PUTRI
062230601363**

**OPTIMALISASI *INSTAGRAM* UNTUK MENINGKATKAN
PROMOSI UMKM DEOZANKA *CATERING***



LAPORAN AKHIR

OLEH :

**ALDA AFRIANI PUTRI
NPM 062230601363**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Al Hushori, S.E., M.A.B.
NIP 197004142001121001**

**Palembang, 1 Agustus 2025
Pembimbing II,**

**Andriansyah Bari, S.IP., M.AB.
NIP 199104052022031009**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M.A.B.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alda Afriani Putri

NPM : 062230601363

Jurusan/ Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Administrasi Penjualan

Judul Laporan Akhir : Optimalisasi *Intagram* Untuk Meningkatkan Promosi
UMKM Deozanka *Catering*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/Salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

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

Palembang, 2025

Yang membuat pernyataan,



Alda Afriani Putri
NPM 062230601363

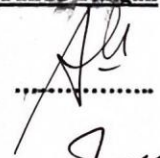
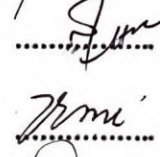
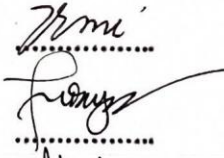
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Alda Afriani Putri
NPM : 062230601363
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Optimalisasi *Instagram* Untuk Meningkatkan Promosi UMKM Deozanka *Catering*

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum,at
Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Alhushori, S.E., M.A.B Ketua Penguji		23 / 7 2025
2.	Ummasyroh, S.E., M.Ed.M Anggota Penguji		29 / 7 2025
3.	Deslochal Djumrianti, S.E., MIS, Ph.D Anggota Penguji		23 / 7 2025
4.	Hidayah Aprini, S.E., M.M Anggota Penguji		23 / 7 2025
5.	Yesita Astarina, S.E., M.SI Anggota Penguji		23 / 7 2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.**

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

**“ 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 to wait “**

Kupersembahkan kepada :

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudaraku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas NN 2022**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul **“Optimalisasi Instagram untuk Meningkatkan Promosi UMKM Deozanka Catering.”**

Laporan akhir ini membahas tentang optimalisasi penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi yang efektif bagi UMKM Deozanka Catering. Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan daya jangkauan promosi digital serta membangun citra merek yang lebih profesional dan terpercaya di mata konsumen.

Saya menyadari bahwa laporan akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan ini di masa mendatang.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan bimbingan dalam penyusunan laporan ini, terutama kepada dosen pembimbing, pihak Deozanka Catering, keluarga, dan teman-teman yang telah memberikan motivasi serta semangat selama proses penyusunan.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya dalam pengembangan promosi digital UMKM.

Palembang, 2025

Penulis



Alda Afriani Putri

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan Praktik ini terwujud berkat bimbingan, dorongan, petunjuk, saran, keterangan – keterangan dan data baik secara lisan maupun tertulis oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan penuh rasa Syukur dan hormat kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ir. Irawan Rusnadi, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, SE., M. Ec., CHE selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan dosen pembimbing II yang telah memberikan paduan dan solusi saat penulis mengalami kendala. Setiap masukan dari bapak sangat membantu dalam memperbaiki bagian-bagian laporan yang kurang tepat. Terima kasih atas bimbingan yang bapak berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB selaku Kepala Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Bapak Alhushori, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing I yang telah yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini penulis sangat terbantu dengan masukan bapak dalam memperjelas arah penulisan dan menyempurnakan laporan ini.
6. Ibu Mariyam selaku pemilik UMKM Deozanka *Catering* yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan pengambilan data serta mendukung kelancaran proses penelitian.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Deozanka *Catering* terima kasih atas bantuan dan semangat yang sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan ini.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

9. Keluarga tercinta Papa, Mama, Nenek dan Adik penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala bentuk kasih sayang, doa, dukungan, serta semangat yang tak pernah putus diberikan selama proses penyusunan laporan ini. Terima kasih telah menjadi tempat penulis bersandar, dan menguatkan diri di saat-saat sulit. Untuk papa, mama, dan nenek terima kasih atas cinta tanpa syarat, nasihat, yang menenangkan, dan doa-doa tulus yang selalu menyertai setiap langkah. Untuk adik, terima kasih atas perhatian serta semangat yang kalian bagikan dengan penuh ketulusan. Tanpa kalian, mungkin perjalanan ini terasa jauh lebih berat. Semoga segala kebaikan dan kasih yang telah kalian curahkan daibalas dengan limpahan berkah dari Allah SWT.

10. Teman-teman seperjuangan kelas NN 2022 Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

Harapan dari penulis semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembacanya. Demikian yang dapat penulis sampaikan, atas segala bantuan dan dukungan dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Palembang, 2025

Penulis



Alda Afriani Putri
NPM 062230601363

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi digital yang dilakukan melalui media sosial Instagram dapat meningkatkan efektivitas pemasaran pada UMKM Deozanka Catering. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pentingnya media sosial sebagai sarana promosi yang efisien dan menjangkau khalayak luas, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan sumber data primer berupa wawancara mendalam, observasi langsung, serta dokumentasi aktivitas promosi yang dilakukan melalui akun Instagram @deozanka.catering. Teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha, staf pengelola media sosial, serta konsumen dan pengikut aktif yang berinteraksi dengan akun tersebut. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas promosi digital. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yakni berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan dukungan model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) sebagai pendekatan dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi digital yang terencana, konsisten, dan terstruktur terbukti mampu meningkatkan jumlah pengikut, interaksi pengguna, memperkuat citra usaha, dan mendorong minat beli konsumen secara signifikan.

Kata kunci: promosi digital, UMKM, Instagram, strategi pemasaran, ADDIE

ABSTRACT

This study aims to determine how digital promotion strategies implemented through Instagram can improve marketing effectiveness for the MSME Deozanka Catering. The research is based on the growing importance of social media as an efficient promotional tool that can reach a wide audience, especially for micro, small, and medium enterprises. The type of data used in this study is qualitative, with primary data sources obtained through in-depth interviews, direct observation, and documentation of promotional activities conducted via the Instagram account @deozanka.catering. Data collection was carried out directly with the business owner, social media manager, as well as customers and active followers who engage with the account. The population in this study includes all parties involved in digital promotional activities. The sample was selected using purposive sampling, based on specific criteria relevant to the research objectives. The data were analyzed using a descriptive qualitative approach, supported by the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) as a framework to design, implement, and evaluate the promotional strategies. The results show that well-planned, consistent, and structured digital promotion strategies effectively increase the number of followers, user interactions, strengthen brand image, and significantly boost consumer purchase

interest. Keywords: digital promotion, MSMEs, Instagram, marketing strategy, ADDIE

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metode Penelitian	7
1.5.1 Pendekatan Penelitian	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	8
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	9
1.5.4 Analisi Data	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	11
2.2 Pemasaran Digital	13
2.3 Pemasaran Media Sosial.....	14

2.4 Instagram	16
---------------------	----

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	17
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	18
3.2.1 Visi Perusahaan	18
3.2.2 Misi Perusahaan	18
3.2.3 Tujuan Perusahaan	19
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	20
3.3.1 Struktur Organisasi	20
3.3.2 Uraian Tugas	21
3.4 Aktivitas objek perusahaan yang terkait dengan topik penelitian	24

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	25
4.1.1 Langkah optimalisasi penggunaan Instagram dengan metode ADDIE	25
4.2 Pembahasan	41

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Konten yang telah diunggah	37
Tabel 4.2 Hasil survei evaluasi followers	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram jumlah usaha mikro di kota Palembang	12
Gambar 1.2 Diagram jumlah usaha menengah di kota Palembang berdasarkan hasil penjualan	13
Gambar 1.3 Diagram jumlah usaha kecil di kota Palembang berdasarkan hasil penjualan	13
Gambar 3.1 Struktur organisasi Deozanka Catering	20
Gambar 4.1 Flowchart tahapan ADDIE	27
Gambar 4.2 Palet warna konten Instagram	28
Gambar 4.3 Template konten Instagram	29
Gambar 4.4 Strategi konten Instagram	30
Gambar 4.5 Rencana konten mingguan	31
Gambar 4.6 Hasil konten unggahan di feed Intagram	36
Gambar 4.7 Statistik Instagram Insight Reach & Impressions	42
Gambar 4.8 Statistik Instagram Insight profile visit & website click	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Wawancara dengan pemilik Deozanka Catering
- Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 Ringkasan Hasil Survei Followers
- Lampiran 4 Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 5 Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
- Lampiran 6 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 7 Lembar Kesepakatan Bimbingan I
- Lampiran 8 Lembar Kesepakatan Bimbingan II
- Lampiran 9 Lembar Bimbingan I
- Lampiran 10 Lembar Bimbingan II
- Lampiran 11 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 12 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 13 Lembar Rekomendasi Ujian Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 14 Lembar Revisi Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 15 Lembar Tanda Tangan Persetujuan Laporan Akhir
- Lampiran 16 Lembar Berita Acara Serah Terima
- Lampiran 17 Surat Pernyataan Perancangan
- Lampiran 18 Lembar Perjanjian Perancangan Instagram
- Lampiran 19 Lembar Surat Izin Berusaha
- Lampiran 20 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 21 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir