

**OPTIMALISASI KONTEN *INSTAGRAM* UNTUK MENINGKATKAN  
MINAT BELI PADA *KASSA CAKE & DESSERT* PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

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

**OLEH:**

**NUR DWI USWATUN HASANA**

**NPM 062230601175**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG**

**2025**

**OPTIMALISASI KONTEN *INSTAGRAM* UNTUK MENINGKATKAN  
MINAT BELI PADA KASSA *CAKE & DESSERT* PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**NUR DWI USWATUN HASANA**

**NPM 062230601175**

**Menyetujui,**

**Palembang, 1 Agustus 2025**

**Pembimbing I,**

**Dra. Yusleli Herawati, M.M.  
NIP 196005071988112001**

**Pembimbing II,**

**Ilham Prawidi Sakti, M.Psi. T.  
NIP 198803252022031004**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.  
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi  
DIII Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M.AB.  
NIP 19901020202203201**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Dwi Uswatun Hasana  
NPM : 062230601175  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan  
Judul Laporan Akhir : Optimalisasi Konten Instagram Untuk  
Meningkatkan Minat Beli Pada Kassa *Cake & Dessert* Palembang

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, 1 Agustus 2025

pernyataan,  
  
METERAI TEMPEL  
16AMX414695028

Nur Dwi Uswatun Hasana  
NPM 062230601175

## LEMBAR PENGESAHAN

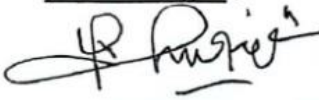
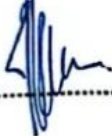
Nama : Nur Dwi Uswatun Hasana  
NPM : 062230601175  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan  
Judul Laporan Akhir : Optimalisasi Konten Instagram Untuk  
Meningkatkan Minat Beli Pada Kassa *Cake & Dessert* Palembang

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

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 01 Agustus 2025

### TIM PENGUJI

| <u>No.</u> | <u>Nama</u>                                                  | <u>Tanda Tangan</u>                                                                           | <u>Tanggal</u>     |
|------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 1.         | <u>Dra. Yusleli Herawati, S.E., M.M</u><br>Ketua Penguji     | <br>..... | 23/7/2025<br>..... |
| 2.         | <u>Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M</u><br>Anggota Penguji | <br>..... | 24/7/2025<br>..... |
| 3.         | <u>Yoga Aji Nugraha, M.Si</u><br>Anggota Penguji             | <br>..... | 24/7/2025<br>..... |

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

- ❖ **"Kesuksesan bukanlah hasil dari keberuntungan, melainkan buah dari kerja keras, ketekunan, dan doa yang tiada henti."**
- ❖ **"Allah tidak mengatakan hidup ini mudah, tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan." (QS.Al-Insyirah 5-6)**
- ❖ **"It will pass, everything you've gone through it will pass." (Rachel Vennya)**

### **Kupersembahkan Kepada:**

- **Ayah dan Ibuku Tercinta**
- **Saudaraku**
- **Para Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis**
- **Sahabat-sahabat terbaik saya**
- **Teman-teman kelas 6NA 2025**
- **Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga Laporan Akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan pendidikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Optimalisasi Konten Instagram Untuk Meningkatkan Minat Beli Pada Kassa *Cake & Dessert* Palembang”. Laporan Akhir ini membahas tentang pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai alat promosi dalam meningkatkan minat beli di Kassa *Cake & Dessert* Palembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan telah membantu dalam penulisan laporan akhir ini. Semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan Kassa *Cake & Dessert* Palembang.

Palembang, 1 Agustus 2025

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Saya menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Dra. Yusleli Herawati, M.M., dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan tenaga, waktu dan pikiran dalam membantu penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Ilham Prawidi Sakti, M.Psi. T, selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan tenaga, waktu dan pikiran dalam membantu penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Ibu Anisyah Kassa Larashaty, selaku Owner Kassa *Cake & Dessert* dan seluruh karyawan Kassa *Cake & Dessert* Palembang yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
9. Kedua orang tua saya beserta kakak dan adik yang saya cintai yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan pada penulis dalam menuntut ilmu

1. Sahabat-sahabat penulis yang telah berjuang bersama dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
2. Teman seperjuangan di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya terutama kelas 6NA.
3. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih Nur Dwi Uswatun Hasana sudah memberikan ruang untuk beristirahat namun tidak lupa memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih karena sudah tetap melangkah, walaupun semangat sempat turun drastis setelah kehilangan seseorang disaat yang tidak tepat. Terima kasih telah mengendalikan diri sendiri dari berbagai tekanan di luar kesadaran dan tidak pernah mau memutuskan untuk menyerah. Kamu kuat dan kamu hebat.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan Amin.

Palembang, 1 Agustus 2025

Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya optimalisasi pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Kassa Cake & Dessert Palembang. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap pemilik usaha dan sepuluh orang pelanggan, serta observasi terhadap aktivitas akun Instagram @kassa\_cake\_dessert. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengelolaan akun Instagram sebelumnya belum berjalan secara optimal, terlihat dari minimnya variasi konten, interaksi yang terbatas dengan pengikut, tidak adanya perencanaan komunikasi digital yang terstruktur, serta pengelolaan akun yang masih dilakukan sendiri oleh pemilik usaha. Kondisi ini turut berdampak pada menurunnya daya tarik konsumen dan memengaruhi tingkat penjualan. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, peneliti merancang dan menerapkan strategi optimalisasi yang mencakup penyusunan kalender konten, produksi konten yang lebih variatif seperti video proses pembuatan produk, testimoni pelanggan, konten edukatif, serta penguatan identitas visual brand. Implementasi strategi ini menunjukkan hasil positif berupa peningkatan signifikan dalam jangkauan audiens dan interaksi, khususnya melalui fitur reels Instagram. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial secara terencana, konsisten, dan kreatif berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas komunikasi digital dan mendorong tumbuhnya minat beli konsumen terhadap produk UMKM, khususnya di sektor kuliner.

*Kata Kunci: Optimalisasi, Media Sosial, Instagram, Minat Beli, Konten Digital, UMKM*

## **ABSTRACT**

*This study aims to identify efforts to optimize the use of Instagram social media to increase consumer purchasing interest in Kassa Cake & Dessert Palembang products. The approach used was descriptive qualitative with data collection methods in the form of in-depth interviews with the business owner and ten customers, as well as observations of the activity of the Instagram account @kassa\_cake\_dessert. The results of the study revealed that the previous management of the Instagram account had not been running optimally, as evidenced by the minimal variety of content, limited interaction with followers, the absence of a structured digital communication plan, and account management that was still carried out solely by the business owner. This condition also had an impact on decreasing consumer attraction and affecting sales levels. As a solution to these problems, the researcher designed and implemented an optimization strategy that included the preparation of a content calendar, the production of more varied content such as product creation process videos, customer testimonials, educational content, and strengthening the brand's visual identity. The implementation of this strategy showed positive results in the form of a significant increase in audience reach and interaction, especially through the Instagram reels feature. Thus, it can be concluded that the use of social media in a planned, consistent, and creative manner contributes to increasing the effectiveness of digital communication and encouraging the growth of consumer purchasing interest in MSME products, especially in the culinary sector.*

*Keywords: Optimization, Social Media, Instagram, Purchase Interest, Digital Content, UMKM*

## DAFTAR ISI

|                                                     | Halaman       |
|-----------------------------------------------------|---------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                     | <b>ii</b>     |
| <b>SURAT PERNYATAAN .....</b>                       | <b>iii</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</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>vii</b>    |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                 | <b>ix</b>     |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                | <b>x</b>      |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                              | <b>xi</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                           | <b>xiii</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                           | <b>xiv</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                        | <b>xv</b>     |
| <br><b>BAB I            PENDAHULUAN .....</b>       | <br><b>1</b>  |
| 1.1    Latar Belakang.....                          | 1             |
| 1.2    Rumusan Masalah.....                         | 5             |
| 1.3    Ruang Lingkup Penelitian.....                | 5             |
| 1.4    Tujuan dan Manfaat Penelitian .....          | 5             |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian.....                        | 5             |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian.....                       | 5             |
| 1.5    Metode Penelitian .....                      | 6             |
| 1.5.1 Pendekatan Penelitian.....                    | 6             |
| 1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....                   | 7             |
| 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data .....                 | 7             |
| 1.5.4 Analisis Data .....                           | 9             |
| <br><b>BAB II            TINJAUAN PUSTAKA .....</b> | <br><b>11</b> |

|                |                                                                                           |           |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1            | Pengertian Instagram .....                                                                | 11        |
| 2.1.1          | Fitur Instagram .....                                                                     | 11        |
| 2.1.2          | Insight .....                                                                             | 12        |
| 2.2            | Pengertian Digital Marketing .....                                                        | 14        |
| 2.2.1          | Jenis-Jenis Digital Marketing .....                                                       | 15        |
| 2.3            | Konten .....                                                                              | 16        |
| 2.3.1          | Unsur – Unsur Konten Digital Instagram.....                                               | 16        |
| 2.4            | Optimalisasi .....                                                                        | 18        |
| 2.5            | Minat Beli .....                                                                          | 18        |
| <b>BAB III</b> | <b>KEADAAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>                                                      | <b>20</b> |
| 3.1            | Sejarah Singkat Kassa Cake & Dessert .....                                                | 20        |
| 3.2            | Visi dan Misi Perusahaan.....                                                             | 21        |
| 3.2.1          | Visi Perusahaan .....                                                                     | 21        |
| 3.2.2          | Misi Perusahaan .....                                                                     | 21        |
| 3.2.3          | Tujuan Perusahaan .....                                                                   | 21        |
| 3.3            | Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....                                              | 21        |
| 3.3.1          | Struktur Organisasi .....                                                                 | 21        |
| 3.3.2          | Pembagian Tugas .....                                                                     | 23        |
| 3.4            | Aktivitas Perusahaan.....                                                                 | 24        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                         | <b>28</b> |
| 4.1            | Kendala yang dihadapi dalam pengelolaan<br>konten Instagram di Kassa Cake & Dessert ..... | 28        |
| 4.2            | Optimalisasi Konten Instagram Untuk<br>Meningkatkan Minat Beli .....                      | 35        |
| <b>BAB V</b>   | <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                          | <b>44</b> |
| 5.1            | Kesimpulan.....                                                                           | 44        |
| 5.2            | Saran .....                                                                               | 45        |
|                | <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                | <b>46</b> |
|                | <b>LAMPIRAN</b>                                                                           |           |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data Penjualan Kassa Cake & Dessert .....                                                    | 4  |
| Tabel 3. 1 Aktivitas Operasional dan Pemanfaatan Media Sosial<br>Intagram di Kassa Cake & Dessert ..... | 25 |
| Tabel 4. 1 Sistematika Penulisan Konsep Timeline Penelitian .....                                       | 36 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Postingan terakhir & Profil Instagram<br>@kassa_cake_dessert .....                                            | 3  |
| Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Kassa Cake & Dessert.....                                                                 | 22 |
| Gambar 3. 2 Konten terakhir pada akun Instagram Kassa Cake &<br>Dessert sebelum dilakukan perbaikan strategi konten ..... | 27 |
| Gambar 4. 1 Wawancara Penulis dengan Owner Kassa Cake & Dessert .....                                                     | 29 |
| Gambar 4. 2 Hasil Wawancara Penulis dengan Owner Kassa Cake & Dessert .....                                               | 30 |
| Gambar 4. 3 Data Insigih Content Interactions pada akun Instagram .....                                                   | 31 |
| Gambar 4. 4 Jarak Waktu Upload Konten Instagram Kassa Cake & Dessert.....                                                 | 34 |
| Gambar 4. 5 Proses Produksi Konten Video Singkat .....                                                                    | 38 |
| Gambar 4. 6 Hasil Produk Konten Video Singkat.....                                                                        | 38 |
| Gambar 4. 7 Testimoni Pelanggan Kassa Cake & Dessert .....                                                                | 39 |
| Gambar 4. 8 Data Insight Content Interactions pada akun Instagram.....                                                    | 40 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Pengantar Pengambilan Data  
Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data  
Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data  
Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Pembimbing I  
Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Pembimbing II  
Lampiran 6 Lembar Konsultasi Pembimbing I  
Lampiran 7 Lembar Konsultasi Pembimbing II  
Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir  
Lampiran 9 Lembar Kunjungan Mahasiswa  
Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir  
Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir  
Lampiran 12 Lembar Wawancara  
Lampiran 13 Dokumentasi Wawancara