

**PERANCANGAN DIGITAL KONTEN KREATIF SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM PEMPEK SENTOSA
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 :

CORELIA MIFTHA HULJANNAH

NPM 062330601195

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMININISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2026**

**PERANCANGAN DIGITAL KONTEN KREATIF SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM PEMPEK SENTOSA
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH :

**CORELIA MIFTHA HULJANNAH
NPM 062330601195**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Munparidi, S.E., M.Si
NIP 196511251994031002**

**Palembang, 24 Juli 2026
Pembimbing II,**

**Tika Handayani, S.E., M.M
NIP 199101192023212030**

Mengeratui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**

**Dwi Riana, S.E., M.AB., CFA.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Corelia Miftha Huljannah
NPM : 062330601195
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Digital Konten Kreatif Sebagai Upaya
Peningkatan Penjualan Pada UMKM Pempek
Sentosa 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 kosekuensinya.

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

Palembang, 20 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,




Corelia Miftha Huljannah

NPM 062330601195

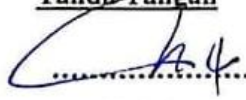
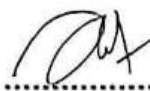
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Corelia Miftha Huljannah
NPM : 062330601195
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Digital Konten Kreatif Sebagai
Upaya Peningkatan Penjualan di UMKM Pempek
Sentosa Palembang

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

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 24 Juli 2026

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Divianto, S.E., M.M Ketua Penguji		30/7 2026
2.	Frianka Anindea, S.E., M.M Anggota Penguji		27/7 2026
3.	Astika Ulfah Izzati, S.T., M.A.B Anggota Penguji		31/7 2026
4.	Tika Handayani, S.E., M.M Anggota Penguji		24/7 2026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“La Yukallifullahu nafsan illa wus’aha”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

- **Al-Baqarah (2):286**

“Jangan takut berjalan lambat, takutlah jika berhenti melangkah”

- **Anonim**

“Believe you can and you’re halfway there”

“Percayalah bahwa kamu bisa, dan kamu sudah berada di setengah perjalanan menuju keberhasilan.”

- **Theodore Roosevelt**

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karya ini saya persembahkan kepada:

- **Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan, dan pengorbanan tanpa henti.**
- **Keluarga yang senantiasa menjadi sumber semangat dan motivasi dalam setiap langkah dan perjalanan**
- **Sahabat saya yang selalu ada di setiap suka, duka dan susah senang saya**
- **Kelas 6NA yang telah 3 tahun selama perkuliahan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga bisa berada pada di titik menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Perancangan Digital Konten Kreatif Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Pempek Sentosa Palembang.”** Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan akademik di Politeknik Negeri Sriwijaya sekaligus sebagai bentuk penerapan ilmu yang diperoleh selama masa studi kuliah.

Melalui perancangan konten kreatif ini penulis berupaya memberikan solusi yang dapat mendukung kegiatan pemasaran dan promosi di UMKM Pempek Sentosa Palembang dan meningkatkan daya tarik pemasaran UMKM Pempek Sentosa Palembang terkhususnya melalui media digital.

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini penulis berharap dapat membantu dan memberikan kontribusi serta manfaat berbagai pihak, penulis juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan ikut berkontribusi untuk kelancaran perancangan ini.

Penulis berharap dalam laporan ini dapat memberikan referensi untuk pembaca yang membutuhkan referensi mengenai perancangan konten digital sebagai bentuk strategi pemasaran.

Akhir kata, semoga laporan ini memberikan dampak positif dan menjadi salah satu referensi dalam pengembangan promosi digital bagi UMKM.

Palembang, 20 Juni 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-nya sehingga dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Penulis memperoleh banyak bantuan, dan dukungan oleh sebab itu, pada kesempatan ini ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal 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. Bapak Munparidi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis sehingga Laporan Akhir ini dapat selesai.
6. Ibu Tika Handayani, S.E., M.M., selaku Pembimbing II di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bimbingan, tenaga, waktu, arahan dan saran kepada penulis sehingga Laporan Akhir ini dapat selesai.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan tenaga, ilmu, arahan serta bimbingan dalam pelajaran selama masa perkuliahan sehingga dapat sampai pada titik ini dan penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Bapak MGS Ahmad Firmansyah selaku penanggung jawab Pempek Sentosa Jakabaring yang telah membantu dalam penyelesaian Laporan Akhir ini.
9. Kepada kedua orang tua saya dan saudara-saudara saya yang telah memberikan dukungan moril, material serta doa dan dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik.
10. Kepada teman terdekat saya R.A. Putri Duwianti yang telah berada di sisi saya dari masa perkuliahan hingga proses penyusunan Laporan Akhir ini, saat suka, duka, dan susah senang yang telah kita lalui bersama. Terima kasih telah

menemani saya dan memberikan dukungan disaat titik lemah dan keputusasaan saya.

11. Kepada teman-teman seperjuangan saya kelas 6 NA terkhususnya kepada Mutiara Andira Putri, Dinda Rahmica Fortuna, Isella Agustin dan Nabila Rahmadhani pada masa-masa 3 tahun yang telah kebersamai hingga kita semua berada di titik terakhir ini. Terima kasih atas dukungan dan bantuan selama masa 3 tahun perkuliahan.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang ikut membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang setimpah serta karunia dan rahmat-Nya kepada kita semua Aamiin.

Palembang, 20 Juni 2026

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten kreatif digital sebagai upaya meningkatkan penjualan pada UMKM Pempek Sentosa Palembang melalui media sosial Instagram. Latar belakang penelitian didasarkan pada belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sehingga berdampak pada ketidakstabilan penjualan. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) dengan pendekatan kualitatif, sedangkan proses perancangan konten menerapkan model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang meliputi tahapan *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan konten kreatif berupa *feed*, *story*, dan *reels* Instagram yang didukung dengan pemilihan elemen visual, warna, tipografi, serta penyajian informasi produk yang menarik mampu meningkatkan kualitas promosi digital UMKM Pempek Sentosa. Implementasi konten yang dirancang juga memberikan dampak positif terhadap keterlibatan audiens, seperti peningkatan interaksi pada akun Instagram dan menjadi salah satu upaya dalam memperluas jangkauan promosi kepada calon konsumen. Dengan demikian, perancangan konten kreatif melalui Instagram dapat menjadi strategi pemasaran digital yang efektif untuk memperkuat citra usaha dan mendukung peningkatan penjualan pada UMKM Pempek Sentosa Palembang.

Kata kunci: *Konten Kreatif, Pemasaran Digital, Instagram, UMKM, Peningkatan Penjualan.*

ABSTARCT

This study aims to design creative digital content as an effort to increase sales at Pempek Sentosa Palembang MSME through Instagram as a digital marketing platform. The research was motivated by the suboptimal use of social media for promotional activities, which contributed to unstable sales performance. This study employed a qualitative approach using the Participatory Action Research (PAR) method, while the content development process adopted the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) model, consisting of the stages of concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. Data were collected through observation, interviews, and literature review. The results indicate that the development of creative digital content in the form of Instagram feeds, stories, and reels, supported by appropriate visual elements, color selection, typography, and attractive product presentation, enhanced the quality of the MSME's digital promotion. The implementation of the designed content also showed positive outcomes by increasing audience engagement and expanding promotional reach through social media. Therefore, creative digital content on Instagram can serve as an effective digital marketing strategy to strengthen brand awareness, attract potential customers, and support sales improvement for Pempek Sentosa Palembang MSME.

Keywords: *creative digital content, digital marketing, Instagram, MSMEs, sales improvement.*

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTARCT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusah Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian UMKM	9
2.2 Definisi Perancangan.....	9
2.3 Konten Kreatif.....	10

2.3.1	Pengertian Konten	10
2.3.2	Pengertian Kreatif.....	10
2.3.3	Konten Kreatif	11
2.4	Media Sosial	11
2.4.1	Pengertian Media Sosial	11
2.4.2	Fungsi Media Sosial	12
2.4.3	Jenis-Jenis Media Sosial.....	12
2.4.3	Aplikasi <i>Instagram</i>	13
2.5	Pengertian Pemasaran.....	14
2.6	Penjualan	15
2.6.1	Pengertian Penjualan	15
2.6.2	Tujuan Penjualan	15
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	16
3.1.1	Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	17
3.1.1.1	Visi Perusahaan	17
3.1.1.2	Misi Perusahaan	17
3.1.1.3	Tujuan Perusahaan	17
3.1.2	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	18
3.1.2.1	Struktur Organisasi Perusahaan	18
3.1.2.2	Pembagian Tugas	18
3.1.3	Aktivitas di Objek Penelitian terkait dengan Topik	20
3.2	Metode Penelitian.....	22
3.2.1	<i>Participatory Action Research</i>	22
3.2.2	Jenis dan Sumber Data	23
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.4	<i>Keyinforman</i>	25
3.2.5	Pengolahan Data	26
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1	Hasil.....	27
4.1.1	Pembuatan Perancangan Digital Konten Kreatif.....	27
4.2	Pembahasan	44
4.2.1	Analisis <i>Engagement Rate</i>	44
4.2.2	Analisis Hasil Kuisisioner Terhadap Konten Kreatif Pada UMKM Pempek Sentosa.....	51
4.2.3	Analisis Kelebihan Konten Kreatif Pada UMKM Pempek Sentosa.....	53
4.2.4	Analisis Kekurangan Konten Kreatif Pada UMKM Pempek Sentosa.....	54
4.2.5	Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram UMKM Pempek Sentosa.....	54

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	55
	5.1 Kesimpulan.....	55
	5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

HALAMAN

Table 1. 1 Omzet Penjualan Tahunan Pempek Sentosa Palembang 2023-2025.....	4
Table 1. 2 Rata-Rata Omzet Perbulan UMKM Pempek Sentosa Palembang 2023-2025.....	5
Tabel 3. 1 Pembagian Tugas	19
Tabel 4. 1 Deskripsi Konsep Feeds Instagram.....	27
Tabel 4. 2 Deskripsi Konsep Insta Story dan Reels Instagram	28
Tabel 4. 3 Desain Insta Story dan Reels Instagram	37
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Feeds Instagram Menggunakan Metode Black Box Testing	39
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Insta Story dan Reels Menggunakan Metode Black Box Testing	40
Tabel 4. 6 Jadwal Postingan Konten Instagram	42
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Evaluasi Konten Kreatif Instagram UMKM Pempek Sentosa	51

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 1. 1 Pempek	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial.....	4
Gambar 3. 1 Pempek Sentosa Cabang Opi	16
Gambar 3. 2 Struktur Perusahaan.....	18
Gambar 3. 3 Daftar Menu UMKM Pempek Sentosa	20
Gambar 3. 4 IG UMKM Pempek Sentosa	21
Gambar 4. 1 Jenis Font	29
Gambar 4. 2 Elemen Visual	29
Gambar 4. 3 Lay Out.....	30
Gambar 4. 4 Warna	31
Gambar 4. 5 Logo Aplikasi Canva & Capcut	32
Gambar 4. 6 Produk UMKM Pempek Sentosa	33
Gambar 4. 7 Postingan Feeds Pertama.....	34
Gambar 4. 8 Postingan Feeds Kedua	35
Gambar 4. 9 Postingan Feeds Ketiga	35
Gambar 4. 10 Postingan Feeds Keempat	36
Gambar 4. 11 Pendistribusian Konten Instagram	42
Gambar 4. 12 Jumlah Like	44
Gambar 4. 13 Kunjungan Profil Instagram	45
Gambar 4. 14 Pengikut Instagram.....	45
Gambar 4. 15 Akun Yang Dijangkau.....	46

Gambar 4. 16 Akun Yang Dijangkau.....	47
Gambar 4. 17 Lokasi Populer.....	48
Gambar 4. 18 Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 19 Rentang Usia	49
Gambar 4. 20 Omzet Penjualan Pempek Sentosa dua Periode dalam 2026	50

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- LAMPIRAN 2 : Surat Izin Pengambilan Data
- LAMPIRAN 3 : Surat Balasan Dari Pempek Sentosa Cabang Jakabaring
- LAMPIRAN 4 : Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- LAMPIRAN 5 : Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- LAMPIRAN 6 : Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- LAMPIRAN 7 : Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- LAMPIRAN 8 : Surat Rekomendasi Laporan Akhir
- LAMPIRAN 9 : Surat Izin Usaha
- LAMPIRAN 10 : Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan/Instansi
- LAMPIRAN 11 : Hasil Wawancara
- LAMPIRAN 12 : Dokumentasi
- LAMPIRAN 13 : Berita Acara Serah Terima
- LAMPIRAN 14 : Surat Pernyataan Penggunaan Rancangan
- LAMPIRAN 15 : Surat Perjanjian
- LAMPIRAN 16 : Kuisioner Evaluasi
- LAMPIRAN 17 : Lembar Revisi Laporan Akhir
- LAMPIRAN 18 : Lembar Pelaksanaan Revisi Laporan Akhir