

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA AGEN KERUPUK & KEMPLANG
CAP BINTANG MAS**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**NYIMAS AMELIA VEGA SARI RAHAYU
NPM 062330601382**

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

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

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKAT
PENJUALAN PADA AGEN KERUPUK & KEMPLANG
CAP BINTANG MAS**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**NYIMAS AMELIA VEGA SARI RAHAYU
NPM 062330601382**

Menyetujui,

Palembang, 24 Juli 2026

Pembimbing I

Pembimbing II

**Deslochal Djumrianti, S.E., MIS, Ph.D
NIP 196812061990032003**

**Rosita, S.Psi., M.M
NIP 199011242022032005**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

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

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nyimas Amelia Vega Sari Rahayu
NPM : 062330601382
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi *Digital Marketing* dalam
Meningkatkan Penjualan Pada Agen Kerupuk &
Kemplang Cap Bintang Mas

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, 23 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Nyimas Amelia Vega Sari Rahayu
NPM 062330601382

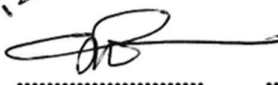
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nyimas Amelia Vega sari Rahayu
NPM : 062330601382
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D.III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan Pada Agen Kerupuk dan Kemplang Cap Bintang Mas

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

Pada Hari: Jumat
Tanggal: 24 Juli 2026

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Deslochal Djumrianti, S.E.,MIS, Ph.D Ketua Penguji		24/2026 6
2.	Hendra Sastrawinata, S.E.,M.M Anggota Penguji		24/2026 6
3.	Ardelia Suharmanto, S.E.,M.M Anggota Penguji		25/2026 6
4.	Billy Dewantara, S.E.,M.Si Anggota Penguji		24/2026 6

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(QS. Al-Baqarah: 286)

“Nothing’s forever so nothing’s to fear”
(Le Sserafim)

“Nothing is placed in your life without reason. It never arrives without a door.”
(Nyimas Amelia Vega Sari Rahayu)

Kupersembahkan kepada:

- Kedua Orang Tua
- Saudara-saudara ku
- Sahabat-sahabat terbaik ku
- Teman-teman kelas 6 NL 2026
- Almamater

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini yang berjudul "Analisis Strategi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan pada Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas" dengan baik dan tepat waktu.

Laporan Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya. Laporan ini membahas mengenai strategi *Digital Marketing* yang dijalankan oleh Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas serta dampaknya terhadap peningkatan penjualan, yang diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai kondisi pemasaran digital pada usaha mikro kecil dan menengah di Kota Palembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Akhir ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis membuka kesempatan seluas-luasnya bagi pembaca untuk menyampaikan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan laporan ini ke depannya.

Palembang, 23 Juni 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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.A.B., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.A.B., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Desloehal Djumrianti, S.E., MIS, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Rosita, S.Psi., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
8. Ibu Novriana selaku pemilik Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
9. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti kepada penulis.
10. Seluruh teman-teman Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis angkatan 2023 yang telah memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan Laporan Akhir ini.

Semoga Laporan Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya serta bagi Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam pengembangan strategi pemasaran digital ke depannya. Penulis berharap laporan ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik *Digital Marketing* pada usaha mikro kecil dan menengah.

Palembang, 23 Juni 2026

Penulis,

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat mendorong para pelaku usaha untuk dapat memanfaatkan *platform* digital sebagai sarana pemasaran usaha dengan tujuan untuk dapat memperluas jangkauan pasar lebih jauh dan meningkatkan penjualan. Namun pada kenyataannya, tidak sedikit usaha kecil dan menengah yang belum mampu dalam mengoptimalkan penggunaan *platform* digital tersebut secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan pada Agen Kerupuk dan Kemplang Cap Bintang Mas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tiga narasumber yaitu satu orang pemilik usaha dan dua orang pelanggan, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* yang telah diterapkan oleh Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas meliputi penggunaan media sosial Instagram namun, pemanfaatan *platform* digital tersebut belum dikelola secara aktif, terencana dan konsisten karena keterbatasan waktu yang dimiliki pemilik, tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara operasional toko dan pengelolaan konten digital serta tidak adanya tim pemasaran khusus. Konten yang diunggah dinilai tidak relevan dengan identitas usaha sehingga tidak mampu menarik minat calon pelanggan baru. Kontribusi *platform* digital terhadap total penjualan masih sangat kecil dibandingkan penjualan langsung di toko yang masih mengandalkan *word of mouth* dan kedekatan lokasi. Temuan ini penting sebagai bahan evaluasi bagi pelaku usaha kecil dalam mengoptimalkan pemanfaatan *platform* digital sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif dan terencana guna mendukung peningkatan penjualan secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Peningkatan Penjualan, Media Sosial, Usaha Kecil Menengah, Instagram

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has encouraged business owners to utilize digital platforms as a marketing tool with the aim of expanding market reach and increasing sales. However, in reality, many small and medium enterprises have not been able to effectively optimize the use of these digital platforms. This study aims to analyze the digital marketing strategy in increasing sales at Agen Kerupuk dan Kemplang Cap Bintang Mas. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was conducted through in-depth interviews with three informants consisting of one business owner and two customers, and then analyzed using the interactive model of Miles and Huberman which includes data condensation, data display, and drawing conclusions. The results showed that the digital marketing strategy implemented by Agen Kerupuk dan Kemplang Cap Bintang Mas includes the use of Instagram as a digital marketing platform, however, the utilization of this digital platform has not been managed actively, planned, and consistently due to the owner's time constraints, the absence of a clear division of tasks between store operations and digital content management, and the lack of a dedicated marketing team. The content uploaded was considered irrelevant to the business identity, making it unable to attract potential new customers. The contribution of digital platforms to total sales remains very small compared to direct store sales which still relies on word of mouth and location proximity. These findings are important as an evaluation material for small business owners in optimizing the use of digital platforms as a more effective and planned marketing tool to support sustainable sales growth.

Keyword: Digital Marketing, Sales Improvement, Social Media, Small Medium Enterprise, Instagram

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	8
2.1.2 Fungsi Strategi Pemasaran	8
2.1.3 Tujuan Strategi Pemasaran	9
2.1.4 Konsep Strategi Pemasaran.....	9
2.2 <i>Digital Marketing</i>	10

2.2.1	Pengertian <i>Digital Marketing</i>	10
2.2.2	Jenis-Jenis <i>Digital Marketing</i>	11
2.2.3	Kelebihan Digital Marketing	13
2.2.4	Kekurangan <i>Digital Marketing</i>	14
2.3	Penjualan	14
2.3.1	Pengertian Penjualan.....	14
2.3.2	Indikator Volume Penjualan	15
2.3.3	Cara Meningkatkan Penjualan	15
2.3.4	Jenis-Jenis Penjualan.....	16
BAB III	METODE LAPORAN AKHIR.....	18
3.1	Profil Perusahaan	18
3.1.1	Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	21
3.1.2	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	22
3.1.3	Aktivitas Objek Perusahaan	23
3.2	Metode Laporan Akhir	24
3.2.1	Pendekatan Laporan Akhir	24
3.2.2	Jenis dan Sumber Data	25
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	26
3.2.4	<i>Key Informant</i>	27
3.2.5	Pengolahan Data.....	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1	Hasil	31
4.1.1	Penerapan Strategi <i>Digital Marketing</i>	31
4.1.2	Pengelolaan Konten Digital	32
4.1.3	Efektivitas <i>Digital Marketing</i> terhadap Volume Penjualan.....	34
4.1.4	Strategi Peningkatan <i>Digital Marketing</i> Berdasarkan Masukan Pelanggan	35
4.2	Pembahasan	37
4.2.1	Strategi <i>Digital Marketing</i> pada Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	37
4.2.2	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Volume Penjualan.....	39
4.2.3	Pengelolaan Konten Digital dalam rangka Peningkatan Penjualan	43
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....		47
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas Tahun 2023-2025.....	3
Tabel 3.1 Tabel Produk Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	19

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Akun Instagram Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	4
Gambar 3.1 Toko Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	18
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	22
Gambar 3.3 Analisis Data Model Interaktif	28
Gambar 4.1 Insight Akun Instagram Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	39
Gambar 4.2 Insight Reel Instagram Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	40
Gambar 4.3 Profil Akun Instagram Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	41
Gambar 4.4 Insight Pemirsa Instagram Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	41
Gambar 4.5 Insight Tayangan Instagram Agen Kerupuk & Kemplang Cap Bintang Mas	42

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Kesepakatan Bimbingan (Pembimbing 1)
2. Lembar Kesepakatan Bimbingan (Pembimbing 2)
3. Lembar Bimbingan (Pembimbing 1)
4. Lembar Bimbingan (Pembimbing 2)
5. Lembar Rekomendasi Sidang Laporan Akhir
6. Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
7. Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
8. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
9. Lembar Kunjungan
10. Lembar Wawancara Pemilik Usaha
11. Lembar Wawancara Pelanggan A
12. Lembar Wawancara Pelanggan B
13. Dokumentasi
14. Lembar Revisi Laporan Akhir
15. Lembar Pelaksanaan Revisi Laporan Akhir