

**ANALISIS PEMASARAN *DIGITAL* SEBAGAI STRATEGI PENERAPAN
PEMASARAN UMKM RUMAH DAUN PALEMBANG**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Sarjana Terapan Pada Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri
Sriwijaya**

Oleh:

**AMIRAH ZAHRA
NPM 062240632823**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

2026

**Analisis Pemasaran *Digital* Sebagai Strategi Penerapan Pemasaran Umkm
Rumah Daun Palembang**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Sarjana Terapan Pada Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri
Sriwijaya**

Oleh:

**AMIRAH ZAHRA
NPM 062240632823**

Menyetujui,

Pembimbing I,

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

**Palembang, Juli 2026
Pembimbing II**

**Sunanto, S.E., M.M., Ak., C.A
NIP 199008232022032008**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

**Dr. Sari Lestari Z.R., S.E., M.Ec., CHE
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
D-IV Manajemen Bisnis**

**Ketu Purnamasari, S.E., M.Si
NIP 198907262019032015**

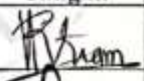
LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : Amirah Zahra
NPM : 0622406328
Jurusan/Prodi : Administrasi Bisnis/Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Pemasaran *Digital* sebagai Strategi Penerapan Pemasaran UMKM Rumah Daun Palembang
Relevansi Matakuliah : *Digital Marketing*

Telah dipertahankan dihadapan Dosen Penguji Pada Ujian Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis

Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Senin
Tanggal: 29 Juni 2026

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Purwati, S.E., M.M Ketua Penguji		29/6/2026
2	Yusnizal Firdaus, S.E., M.M Anggota Penguji I		29/6/2026
3	Andriansyah, S.IP., M.AB Anggota Penguji II		29/6/2026
4	Yesita Astarina, S.E., M.Si Anggota Penguji III		29/6/2026

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Nama : Amirah Zahra
NPM : 062240632823
Jurusan/Prodi : Administrasi Bisnis/Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Pemasaran *Digital* sebagai Strategi Penerapan Pemasaran UMKM Rumah Daun Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang,

2026

Penulis



Amirah Zahra

NPM 062240632823

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Kesuksesan bukanlah tentang seberapa cepat mencapai tujuan, melainkan tentang kemampuan untuk terus melangkah, bangkit dari kegagalan, belajar dari kesalahan, dan tidak menyerah dalam menghadapi tantangan."

"Terkadang, keputusan terbaik bukanlah keputusan yang paling aman, melainkan keputusan yang memberi kesempatan untuk tumbuh, belajar, dan mencapai hal yang sebelumnya dianggap mustahil"

Saya Persembahkan Untuk:

- 1. Ayah dan Bunda Tercinta**
- 2. Kakak dan Abang Tersayang**
- 3. Sahabat dan Teman Seperjuangan**
- 4. Almamater**

ABSTRAK

Analisis Pemasaran *Digital* sebagai Strategi Penerapan Pemasaran UMKM Rumah Daun Palembang

Amirah Zahra
NPM 062240632823

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *digital marketing*, strategi yang digunakan, serta kendala yang dihadapi UMKM Rumah Daun Palembang dalam memasarkan produk kain jumputan. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Rumah Daun Palembang telah menerapkan *digital marketing* melalui Instagram, *WhatsApp Business*, dan *website* sebagai media promosi dan komunikasi dengan konsumen. Strategi yang digunakan meliputi *social media marketing*, *content marketing*, dan *messenger marketing*. Penerapan *digital marketing* memberikan dampak positif berupa perluasan jangkauan pasar, kemudahan akses informasi produk, serta peningkatan interaksi dengan konsumen. Namun, masih terdapat kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya konsistensi dalam pembuatan konten, dan belum optimalnya pemanfaatan fitur *digital marketing*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* berperan penting dalam mendukung pemasaran dan pengembangan UMKM Rumah Daun Palembang, sehingga diperlukan pengelolaan yang lebih terencana dan berkelanjutan agar hasil yang diperoleh lebih optimal.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Strategi Pemasaran, UMKM, Rumah Daun Palembang.

ABSTRACT
Digital Marketing Analysis as a Marketing Strategy for MSMEs
Rumah Daun Palembang

Amirah Zahra
NPM 062240632823

This study aims to examine the implementation of digital marketing, the strategies used, and the challenges faced by Rumah Daun Palembang MSME in marketing its jumputan fabric products. This research employed a descriptive qualitative method, with data collected through observation, interviews, and documentation. The results show that Rumah Daun Palembang has implemented digital marketing through Instagram, WhatsApp Business, and a website as promotional and communication media. The strategies applied include social media marketing, content marketing, and messenger marketing. The implementation of digital marketing has had a positive impact by expanding market reach, improving product information accessibility, and increasing interaction with customers. However, several challenges remain, including limited human resources with digital marketing skills, lack of consistency in content creation, and the suboptimal use of digital marketing features. Based on the findings, it can be concluded that digital marketing plays an important role in supporting the marketing and development of Rumah Daun Palembang MSME. Therefore, more planned and sustainable digital marketing management is needed to achieve optimal results.

Keywords: Digital Marketing, Marketing Strategy, MSMEs, Rumah Daun Palembang.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran *Digital* sebagai Strategi Penerapan Pemasaran UMKM Rumah Daun Palembang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu langkah awal dan syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi D4 Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran *digital (digital marketing)* yang telah dijalankan oleh UMKM Rumah Daun Palembang. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk mengidentifikasi berbagai peluang, hambatan, serta merumuskan rekomendasi strategi pemasaran *digital* yang paling efektif dan relevan guna meningkatkan volume penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing bisnis dalam ekosistem digital.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Palembang, 17 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENYETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Bauran Pemasaran 4P.....	14
2.1.3 Aspek-Aspek Kewirausahaan	14
2.1.4 <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.5 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.6 Karakteristik <i>Digital Marketing</i>	17

2.1.7 Kelebihan <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.8 Kekurangan <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.9 Indikator <i>Digital Marketing</i>	19
2.1.10 Faktor yang Memengaruhi Efektivitas <i>Digital Marketing</i>	20
2.1.11 Penelitian Terdahulu	21
2.1.12 Kerangka Berpikir	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Definisi Konsep	28
3.3 Fokus Penelitian	30
3.4 Informan Penelitian	30
3.4.1 Kriteria Informan	31
3.4.2 <i>Key Informant</i>	31
3.4.3 Informan Pendukung	31
3.5 Sumber Data	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Teknik Keabsahan Data	33
3.8 Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah UMKM Jemputan Rumah Daun Palembang	37
4.1.2 Logo Rumah Daun	41
4.1.3 Visi dan Misi	41
4.1.4 Aspek Produksi.....	42
4.1.5 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM).....	45
4.1.6 Aspek Keuangan.....	46
4.1.7 Aspek Pemasaran	49
4.1.8 Aplikasi yang Digunakan Sebagai Sarana Pemasaran (<i>Digital Marketing</i>).....	51
4.1.9 Analisis SWOT pada UMKM Rumah Daun	55

4.2 Hasil	60
4.3 Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Data Karyawan	6
Tabel 1. 2 Data Penjualan Jumputan Rumah Daun selama 3 Tahun.....	6
Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 <i>Matriks SWOT</i>	36
Tabel 4. 1 Data Karyawan	47
Tabel 4. 2 Harga Pokok Produksi	49
Tabel 4. 3 Pendapatan 3 Tahun Rumah Daun Palembang.....	50
Tabel 4. 4 <i>Matriks SWOT</i>	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Nomor Induk Berusaha.....	3
Gambar 1. 2 Instagram Pesaing	2
Gambar 1. 3 Interaksi pada kolom komentar pesaing	2
Gambar 1. 4 Sorotan pada instagram pesaing	3
Gambar 1. 5 <i>Feeds</i> pada instagram pesaing.....	3
Gambar 1. 6 Intagram Rumah Daun	5
Gambar 4. 1 Produk Sabun Alami Rumah Daun	39
Gambar 4. 2 Produk Ecoprint Rumah Daun	40
Gambar 4. 3 Produk Ecoprint Rumah Daun	40
Gambar 4. 4 Produk Jumputan Rumah Daun.....	41
Gambar 4. 5 Produk Kain Jumputan Rumah Daun.....	41
Gambar 4. 6 Logo Rumah Daun.....	43
Gambar 4. 7 Alur Pembuatan Jumputan Rumah Daun menggunakan Pewarna Kimia.....	45
Gambar 4. 8 Alur Pembuatan Jumputan Rumah Daun menggunakan Pewarna Alam	46
Gambar 4. 9 Profil Instagram Rumah Daun.....	52
Gambar 4. 10 Profil Instagram Rumah Daun.....	53
Gambar 4. 11 Profil <i>WhatsApp Business</i> Rumah Daun	54
Gambar 4. 12 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	56
Gambar 4. 13 <i>Feeds</i> Instagram Rumah Daun.....	63
Gambar 4. 14 <i>Feeds</i> Instagram Rumah Daun.....	63
Gambar 4. 15 <i>Feeds</i> Instagram Rumah Daun.....	64
Gambar 4. 16 <i>Feeds</i> Instagram Rumah Daun.....	64
Gambar 4. 17 <i>Catalog Whatsapp Business</i> Rumah Daun	65
Gambar 4. 18 <i>Catalog Whatsapp Business</i> Rumah Daun	65
Gambar 4. 19 <i>Catalog Whatsapp Business</i> Rumah Daun	66
Gambar 4. 20 <i>Catalog Whatsapp Business</i> Rumah Daun	66
Gambar 4. 21 <i>Catalog Whatsapp Business</i> Rumah Daun	66
Gambar 4. 22 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	67
Gambar 4. 23 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	67
Gambar 4. 24 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	68
Gambar 4. 25 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	68
Gambar 4. 26 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	68
Gambar 4. 27 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	69
Gambar 4. 28 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	69
Gambar 4. 29 Tampilan <i>Website</i> Rumah Daun.....	69

Gambar 4. 30 Tampilan Instagram Rumah Daun Sebelum Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	72
Gambar 4. 31 Tampilan Instagram Rumah Daun Sebelum Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	73
Gambar 4. 32 Tampilan Instagram Rumah Daun Sebelum Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	74
Gambar 4. 33 Tampilan Instagram Rumah Daun Setelah Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	74
Gambar 4. 34 Tampilan Instagram Rumah Daun Setelah Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	75
Gambar 4. 35 Tampilan Instagram Rumah Daun Setelah Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	75
Gambar 4. 36 Tampilan Instagram Rumah Daun Setelah Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	76
Gambar 4. 37 Komunikasi Dengan Konsumen Melalui <i>WhatsApp Bussiness</i>	77
Gambar 4. 38 Komunikasi Dengan Konsumen Melalui <i>WhatsApp Bussiness</i>	77
Gambar 4. 39 Komunikasi Dengan Konsumen Melalui <i>WhatsApp Bussiness</i>	78
Gambar 4. 40 Komunikasi Dengan Konsumen Melalui <i>WhatsApp Bussiness</i>	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Pengambilan Data
- Lampiran 4 Lembar Wawancara
- Lampiran 5 Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan
- Lampiran 7 Surat Izin Usaha Rumah Daun
- Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Sidang Skripsi
- Lampiran 9 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 10 Berita Acara Serah Terima
- Lampiran 11 Surat Pernyataan Penggunaan Rancangan
- Lampiran 12 Perjanjian Rancangan
- Lampiran 13 Lembar Revisi Skripsi
- Lampiran 14 Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi
- Lampiran 15 Dokumentasi