

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM KRIPIK
CEK ELLA PALEMBANG MELALUI PERANCANGAN
PEMASARAN *DIGITAL (DIGITAL MARKETING)***



SKRIPSI

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

Oleh:

**PUTRI JOFA NADHIRAH
NPM 062240632867**

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

2026

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM KRIPIK CEK
ELLA PALEMBANG MELALUI PERANCANGAN PEMASARAN
DIGITAL (DIGITAL MARKETING)**



SKRIPSI

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

Oleh:

**Putri Jofa Nadhirah
NPM 062240632867**

Menyetujui,

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

Pembimbing I,

**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M
NIP. 197504212001122001**

**Mahmud Junianto, S.Psi., M.Psi
NIP 199606042022031018**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Koordinator Program Studi
DIV Manajemen Bisnis,**

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

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

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Putri Jofa Nadhirah
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D IV Manajemen Bisnis
NPM : 062240632867
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM
Kripik Cek Ella Palembang Melalui
Perancangan Pemasaran *Digital*
(*Digital Marketing*)

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

Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 24 Juli 2026

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Claudia Nurcahaya, S.E., M.M Ketua Penguji		24 Juli 2026
2.	Raras Risia Yogasnumurti, S.E., M.M Anggota Penguji		24 Juli 2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Jofa Nadhirah
NPM : 062240632867
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIV Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM
Kripik Cek Ella Palembang Melalui Perancangan
Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Dengan ini menyatakan bahwa:

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

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

Palembang, 10 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Putri Jofa Nadhirah

NPM 062240632867

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“ Sharing is caring let's help each other grow.”

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

Q.S Al Insyirah: 5-6

KUPERSEMBAHKAN KEPADA:

- Kepada Orang Tuaku Tercinta
- Saudari ku Tercinta
- Kedua Dosen Pembimbingku
- Teman-Teman Seperjuangan
khususnya kelas 8 MBB
- Almamater Tercinta

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur Penulis Panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-nya sehingga dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan baik. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan ini khususnya 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 Adminisrrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Ketu Purnamasari, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi DIV Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M dan Bapak Mahmud Junianto, S.Psi., M.Psi selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
6. Bapak A. Rahman dan Ibu Siti Ramlah selaku pemilik Kripik Cek Ella Palembang yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan mengambil data untuk menunjang penulisan skripsi ini.
7. Kepada Kedua Orang Tua ku Tercinta, Jon Herdi dan Faridah, penulis mengucapkan Terima kasih yang sedalam-dalamnya atas setiap doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang yang tidak pernah berkurang, serta segala pengorbanan, dukungan, dan perjuangan yang telah diberikan. Setiap Langkah yang penulis tempuh hingga berada pada titik ini tidak terlepas dari cinta dan ketulusan Ayah dan Ibu. Semoga setiap usaha dan pengorbanan yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan dapat dibalas dengan kebahagiaan serta keberkahan dari Allah SWT. Penulis menyayangi Ayah dan Ibu dengan sepenuh hati.

8. Saudara Penulis yaitu Zahrah Jofa Nurrahmani, Terima kasih sudah menjadi saudara, teman, musuh, yang terbaik dalam waktu bersamaan. Terima kasih sudah menemani, mendoakan penulis saat pengerjaan skripsi ini dan memberi dukungan kepada penulis. Terima kasih selalu berada disisi penulis pada saat senang maupun susah. Terima kasih sudah mau direpotkan dan dibebankan.
9. Sahabat – sahabat penulis yaitu Talitha Aurellia Azzahrah, Helen Rhaina Maharani, Monica Pinkan Aria, Rahmiani Putri, dan Annisa Fadhilah Putri, Terima kasih karena telah hadir sebagai bagian penting dalam perjalanan ini. Terima Kasih atas setiap doa, dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang telah diberikan. Terima kasih karena selalu menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan tawa di tengah proses yang penuh tantangan. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasan bagi penulis untuk tetap bertahan, bangkit dan percaya bahwa setiap perjuangan akan berhasil dengan hasil yang indah. Serta, teman seperjuangan 8 MBB. Terima kasih sudah menjadi teman kelas yang supportif selama 4 tahun berada di bangku perkuliahan ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Atas segala bantuan dari semua pihak, penulis ucapkan terima kasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu. Skripsi ini berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Kripik Cek Ella Palembang Melalui Perancangan Pemasaran *Digital (Digital Marketing)*”, yang membahas tentang strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT dan Business Model Canvas, serta merancang strategi pemasaran digital untuk usaha Kripik Cek Ella Palembang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Karena itulah, penulis berharap skripsi ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat dan meningkatkan kualitas penulisan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi dunia pendidikan, khususnya di Jurusan Administrasi Bisnis, dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua.

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus ditujukan kepada dosen pembimbing, teman-teman, serta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi. Semoga segala usaha dan kerja keras kita mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dan menjadi sumber inspirasi bagi para pembaca.

Palembang, 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Kewirausahaan	8

2.1.2 Pengertian Kewirausahaan <i>Digital</i>	8
2.1.3 Aspek Pengembangan Usaha.....	9
2.1.3.1 Aspek Produksi	9
2.1.3.2 Aspek Keuangan	10
2.1.3.3 Aspek Sumber Daya Manusia	10
2.1.3.4 Aspek Pemasaran	11
2.1.4 Pengertian Pemasaran <i>Digital</i>	11
2.1.5 Tujuan Pemasaran <i>Digital</i>	12
2.1.6 Komponen Pemasaran <i>Digital</i>	14
2.1.7 BMC	16
2.1.8 Analisis SWOT	18
2.1.8.1 Matriks SWOT	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Definisi Konsep	27
3.3 Fokus Penelitian	28
3.4 Informan Penelitian	29
3.4.1 Kriteria Informan.....	29
3.4.2 Key Informant	30
3.5 Sumber Data	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.7 Teknik Keabsahan Data	33
3.8 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil.....	35
4.1.1 Identitas Usaha Kripik Cek Ella	35
4.1.2 Aspek Produksi.....	38
4.1.3 Aspek Keuangan.....	43
4.1.4 Aspek Sumber Daya Manusia	46
4.1.5 Aspek Pemasaran.....	48
4.1.6 Perancangan Calendar Posting dan Social Media Marketing	55

4.2	Pembahasan	57
4.2.1	Aspek Produksi, Keuangan, Sumber Daya Manusia, Pemasaran.....	57
4.2.2	BMC	60
4.2.3	Analisis SWOT	65
4.2.4	Pembuatan Calendar Posting	77
4.2.5	Pembuatan Konten Media Sosial (Instagram dan Tiktok)....	77
4.2.6	Implementasi Media Sosial Tiktok.....	83
4.2.7	Implementasi Media Sosial Instagram	90
4.2.8	Implementasi <i>Digital Marketing</i> pada Kripik Cek Ella Palembang	94
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....		100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Produksi	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT	21
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4. 1 Jumlah Pendapatan 2021-2025.....	44
Tabel 4. 3 Daftar Gaji Karyawan Kripik Cek Ella Palembang	44
Tabel 4. 4 Biaya Pengeluaran Kripik Cek Ella Palembang Tahun 2025.....	45
Tabel 4. 5 Sumber Pemodalan Tahun 2025	46
Tabel 4. 6 Data Karyawan di Kripik Cek Ella	48
Tabel 4. 7 Daftar Menu Produk Kripik Cek Ella	51
Tabel 4. 8 Daftar harga Produk Kripik Cek Ella	52
Tabel 4. 9 Perancangan Calendar Posting	56
Tabel 4. 10 Perancangan Social Media Marketing.....	57
Tabel 4. 11 Calendar Posting.....	77
Tabel 4. 12 Video Konten 1	78
Tabel 4. 13 Video Konten 2.....	79
Tabel 4. 14 Video Konten 3.....	80
Tabel 4. 15 Video Konten 4.....	81
Tabel 4. 16 Video Konten 5.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia 2021-2025	1
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kripik Cek Ella	37
Gambar 4.2 Pengupasan.....	40
Gambar 4.3 Pemotongan Kentang	41
Gambar 4.4 Tahap Penggorengan	42
Gambar 4.5 Proses Produksi	42
Gambar 4.6 Kripik Pisang Cek Ella.....	49
Gambar 4.7 Keripik Selo Cek Ella.....	50
Gambar 4.8 Kripik Kentang Cek Ella.....	50
Gambar 4.9 Toko Kripik Cek.....	53
Gambar 4.10 Sosial Media Keripik Cek Ella 2022.....	54
Gambar 4.11 Business Model Canvas.....	64
Gambar 4.12 Konten 1	78
Gambar 4.13 Konten 2	79
Gambar 4.14 Konten 3	80
Gambar 4.15 Konten 4	81
Gambar 4.16 Konten 5	82
Gambar 4.17 Akun Tiktok Kripik Cek Ella	84
Gambar 4.18 Postingan di Akun Tiktok Kripik Cek Ella	85
Gambar 4.19 Hasil Insgiht Akun Tiktok Kripik Cek Ella.....	86
Gambar 4.20 Insight Video FYP	87

Gambar 4.21 Komentar pada Video FYP di Tiktok	88
Gambar 4.22 Penonton Pada Video FYP	89
Gambar 4.23 Akun Instagram Kripik Cek Ella	91
Gambar 4.24 Postingan Instagram Kripik Cek Ella	92
Gambar 4.25 Insight Akun Instagram	93
Gambar 4.26 Insight Postingan FYP	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data	104
Lampiran 2 Surat Pengantar Izin Pengambilan Data	105
Lampiran 3 Surat Izin Pengambilan Data	106
Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Pembimbing I.....	107
Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Pembimbing II	108
Lampiran 6 Lembar Bimbingan Pembimbing I	109
Lampiran 7 Lembar Bimbingan Pembimbing II.....	110
Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa	111
Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi.....	112
Lampiran 10 Lembar Revisi Skripsi	113
Lampiran 11 Pelaksanaan Revisi Skripsi	115
Lampiran 12 Hasil Wawancara Pengambilan Data.....	116
Lampiran 13 Hasil Sosial Media Kripik Cek Ella	119
Lampiran 14 Dokumentasi Bersama Pemilik Kripik Cek Ella	120

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Kripik Cek Ella Palembang Melalui Perancangan Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Putri Jofa Nadhirah
NPM 062240632867

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek kewirausahaan pada UMKM Kripik Cek Ella Palembang dengan menitikberatkan pada pengembangan usaha melalui penerapan strategi pemasaran digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC). Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara serta data sekunder yang bersumber dari dokumentasi, jurnal, dan buku yang relevan. Strategi pemasaran digital yang menjadi fokus penelitian adalah pemanfaatan media sosial TikTok dan Instagram sebagai sarana promosi dan pengembangan pasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial perlu dioptimalkan untuk meningkatkan popularitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing terhadap kompetitor. Berdasarkan analisis Business Model Canvas, Kripik Cek Ella Palembang memiliki sembilan elemen utama, meliputi segmen pelanggan yang mencakup berbagai kelompok usia, proposisi nilai yang menonjolkan cita rasa dan variasi produk, hingga struktur biaya yang terdiri atas biaya listrik, air, gaji karyawan, operasional kendaraan, dan biaya operasional lainnya. Penelitian ini juga menemukan bahwa pemasaran digital yang dilakukan oleh Kripik Cek Ella Palembang belum dimanfaatkan secara maksimal, khususnya melalui media sosial. Oleh karena itu, disusun rancangan strategi digital marketing yang berfokus pada pemanfaatan Instagram dan TikTok melalui penyajian konten video yang menarik dan relevan bagi target audiens. Implementasi strategi tersebut menunjukkan hasil yang positif, ditandai dengan keberhasilan dalam menjangkau audiens yang sesuai dengan target pasar serta membangun keterlibatan dan loyalitas audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Sebagian besar audiens yang berhasil dijangkau berasal dari wilayah Palembang dengan karakteristik demografis yang beragam pada masing-masing platform. Pada TikTok, audiens didominasi oleh perempuan usia muda, sedangkan pada Instagram juga didominasi oleh kelompok perempuan muda.

Kata Kunci: Kripik Cek Ella Palembang, Pemasaran Digital, Tiktok, Instagram.

ABSTRACT

Business Development Strategy of Cek Ella Chips MSME in Palembang Through Digital Marketing

Putri Jofa Nadhirah
NPM 062240632867

This study aims to analyze entrepreneurship practices in Kripik Cek Ella Palembang, with a particular focus on business development through digital marketing strategies. A qualitative research method was employed, utilizing SWOT Analysis and the Business Model Canvas (BMC) as analytical frameworks. Primary data were collected through interviews, while secondary data were obtained from documentation, journals, and relevant literature. The digital marketing platforms examined in this study were TikTok and Instagram, which serve as promotional and market expansion tools. The findings indicate that social media utilization needs to be optimized to enhance brand awareness, expand market reach, and strengthen competitiveness in the marketplace. Based on the Business Model Canvas analysis, Kripik Cek Ella Palembang possesses nine key business elements, including customer segments that encompass all age groups, a value proposition emphasizing distinctive taste and product variety, and a cost structure consisting of water and electricity bills, employee salaries, vehicle operational expenses, and other operational costs. The study also reveals that Kripik Cek Ella Palembang has not yet fully maximized the potential of digital marketing, particularly through social media platforms. Therefore, a digital marketing strategy was proposed, focusing on the use of Instagram and TikTok through the creation of engaging and relevant video content tailored to the target audience. The implementation of this strategy produced positive outcomes, as evidenced by its success in reaching a relevant audience and fostering audience engagement and loyalty toward the published content. Most of the audience reached originated from the Palembang area, with demographic characteristics varying across platforms. On TikTok, the audience was predominantly composed of young women, while Instagram was similarly dominated by female users within the younger age demographic,

Keywords: *Kripik Cek Ella Palembang, Digital Marketing, TikTok, Instagram.*