

**PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI
INSTAGRAM PADA UMKM FRENCH BAKERY & BISTRO**



SKRIPSI

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

Oleh:

**MUHAMMAD RAFLI
NPM 062240632864**

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

2026

**PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI
INSTAGRAM PADA UMKM FRENCH BAKERY & BISTRO**



SKRIPSI

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

Oleh:

**MUHAMMAD RAFLI
NPM 062240632864**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA
NIP 197602222002121001**

Palembang, 29 Juni 2026

Pembimbing II,

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

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

**Koordinator Program Studi
DIV Manajemen Bisnis,**

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

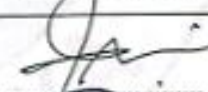
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Rafli
NPM : 062240632864
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIV Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Penerapan Strategi Digital Marketing Melalui Instagram Pada Umkm French Bakery & Bistro

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Jurusan 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.	Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA Ketua Penguji		19/8 2026
2.	Dr. Divianto, S.E., M.M Anggota Penguji		5/8 2026
3.	Fernando Africano, S.E.I., M.Si Anggota Penguji		19/8 2026
4.	Mahmud Junianto, S.Psi., M.Psi Anggota Penguji		09 Agustus 2026

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rafli

NPM : 062240632864

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIV Manajemen Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Judul Skripsi : Penerapan Strategi Digital Marketing Melalui Instagram
Pada Umkm French Bakery & Bistro

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 skripsi 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, 20 Agustus 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Rafli
NPM 062240632864

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kesuksesan Bukan Tentang Seberapa Cepat Melangkah, Tetapi Tentang Tidak Pernah Berhenti Melangkah”

(Muhammad Rafli)

“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan. Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

Saya persembahkan kepada:

- **Kedua orang tua dan keluarga**
- **Dosen dan pembimbing**
- **Teman-teman seperjuangan**
- **Semua pihak yang terlibat**
- **Almamater tercinta**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong UMKM untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, yaitu salah satunya melalui Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *digital marketing* melalui Instagram pada UMKM French Bakery & Bistro serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa French Bakery & Bistro di bagian faktor internal yang berpengaruh dari faktor kekuatan yaitu konten promosi dengan *influencer* meningkatkan interaksi dengan audiens (0,451) dan faktor kelemahan yaitu konten dengan tingkat interaksi tinggi belum di manfaatkan kembali sebagai strategi konten berikutnya dan pengelolaan akun instagram oleh beberapa pihak menyebabkan pengelolaan media sosial belum optimal, yang masing-masing memperoleh skor (0,407). Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh dari faktor peluang yaitu tren penggunaan *influencer marketing* menjadi peluang dalam meningkatkan promosi usaha dengan skor sebesar (0,490) dan faktor ancaman yaitu persaingan promosi digital membuat French Bakery & Bistro harus berinovasi memperoleh skor tertinggi sebesar (0,511). Artinya UMKM French Bakery & Bistro berada di kuadran III dalam diagram SWOT (-0,336 ; 0,275) yang berarti mereka memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan *digital marketing* melalui instagram. Namun ada beberapa kelemahan internal yang harus dibenahi agar mereka dapat memaksimalkan peluang yang tersedia.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Instagram, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT.

ABSTRACT

The development of digital technology encourages MSMEs to utilize social media as a marketing tool, one of which is through Instagram. This study aims to analyze the implementation of digital marketing strategies through Instagram on MSMEs French Bakery & Bistro and identify supporting and inhibiting factors. This study uses a qualitative method with a case study approach. The results of the study indicate that French Bakery & Bistro in the internal factors that influence the strength factor is promotional content with influencers increasing interaction with the audience (0.451) and the weakness factor is content with a high level of interaction that has not been reused as a subsequent content strategy and the management of Instagram accounts by several parties causes social media management to be less than optimal, each of which obtained a score of (0.407). While the external factors that influence the opportunity factor are the trend of using influencer marketing as an opportunity to increase business promotion with a score of (0.490) and the threat factor is digital promotional competition making French Bakery & Bistro have to innovate to obtain the highest score of (0.511). This means that the French Bakery & Bistro MSME is in quadrant III of the SWOT diagram (-0.336; 0.275), indicating they have significant opportunities to develop digital marketing through Instagram. However, there are several internal weaknesses that must be addressed to maximize the available opportunities.

Keywords: *Digital Marketing, Instagram, Marketing Strategy, SWOT Analysis.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar. Adapun judul skripsi ini yaitu **"Penerapan Strategi Digital Marketing Melalui Instagram Pada Umkm French Bakery & Bistro"**. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk sebagai menyelesaikan Pendidikan di Program Studi DIV Manajemen Bisnis pada jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Alasan mengambil judul tersebut karena French bakery & Bistro merupakan UMKM yang sudah lama berdiri dan telah menggunakan instagram sebagai media promosi. Namun, belum diketahui lebih mendalam bagaimana strategi *digital marketing* tersebut diterapkan, mulai dari perencanaan konten, konsistensi unggahan, interaksi dengan audiens, hingga pemanfaatan fitur instagram. Selain itu terdapat fluktuasi omzet dan upaya menjangkau segmen pasar yang lebih muda. Oleh karena itu saya tertarik untuk menganalisis penerapan strategi *digital marketing* melalui instagram serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya menggunakan analisis SWOT.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan kekeliruan dalam pembuatan skripsi ini. Maka dari itu, penulis membutuhkan saran dan kritik yang dapat membangun dalam perbaikan kesalahan tersebut, penulis sangat berharap skripsi ini memiliki manfaat bagi para pembaca. Atas perhatiannya, penulis ucapkan terima kasih.

Palembang, Juni 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya doa, bimbingan, bantuan, serta saran dan masukan dari berbagai macam pihak yang terlibat. Bantuan saran serta masukan dari berbagai macam pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan beribu-ribu terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, pada kesempatan ini dengan penuh rasa syukur dan hormat saya sampaikan ucapan 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 Ketu Purnamasari, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi DIV Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Heri Setiawan, S. E., M.AB selaku dosen pembimbing I penulis yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dwi Riana, S. E., M.AB selaku dosen pembimbing II penulis yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen, dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang sangat berperan penting dan memberikan ilmu serta pengalaman yang sangat berguna untuk penulis.
8. Ibu Lika dame selaku supervisor French Bakery & Bistro yang telah bersedia menjadi perwakilan wawancara pengganti pemilik usaha dan telah memberikan akses berupa data dan informasi yang diperlukan selama skripsi ini.
9. Bapak Zulhamdi Setia Darma selaku karyawan French Bakery & Bistro yang sudah kenal dekat dengan saya yang mau merekomendasikan saya untuk menjadikan French Bakery sebagai objek penelitian saya dan berusaha

meyakinkan karyawan disana untuk mengizinkan saya menjadikan tempat tersebut untuk menjadi objek penelitian saya.

10. kedua orang tua saya tersayang, Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang tulus kepada penulis, kedua orang tua penulis selalu mengusahakan penulis untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi walaupun kedua orang tua penulis tidak pernah merasakan pendidikan di perkuliahan, tapi tidak ingin penulis tidak merasakan pendidikan di perkuliahan mereka ingin penulis lebih dari yang mereka dapatkan dan berharap dengan adanya pendidikan tinggi penulis mendapatkan ilmu dan mencapai kesuksesan yang lebih dari apa yang mereka harapkan kepada penulis, penulis berharap dan berdoa untuk kedua orang tua agar panjang umur dan bisa melihat kesuksesan penulis setelah lanjut ke jenjang kerja.
11. Kedua kakak perempuan saya, serta sahabat saya dinda yang menjadi semangat dan motivasi saya dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Keberadaan mereka membuat penulis ingin berkembang lebih dari pada mereka, penulis berharap bisa membuat mereka bahagia atas pencapaian yang telah penulis perjuangkan hingga saat ini.
12. Rekan seperjuangan 8MBB Prodi Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis POLSRI, terkhusus para sahabat yang selama di masa perkuliahan selalu membantu penulis, Rico Surya Ibrano, Subakti Pratama dan Anis Jabborov, meskipun sesudah ini akan saling memilih jalannya kehidupan masing-masing yang berbeda, semoga persahabatan/pertemanan ini selalu teringat dan terjaga untuk selamanya.
13. Para rekan perbasketan saya di perkuliahan, terima kasih telah mendukung dan memberikan motivasi semangat dalam menyelesaikan skripsi saya, semoga pertemanan ini selalu terjaga selamanya dan apa yang diinginkan tercapai di kemudian hari.
14. Untuk seluruh pihak yang telah memberikan dan ikut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang mana tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat menjadi langkah awal dalam berkontribusi untuk ilmu pemasaran digital dan sebagai langkah penulis untuk meraih cita-cita serta kesuksesan di masa yang akan datang. Atas segala dukungan dan bantuan dari seluruh pihak, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya. Semoga kebaikan kalian semua dibalas kebaikan oleh Allah SWT, Aamiin Ya Rabbal Alaamiin.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Konsep Strategi Dalam Pemasaran.....	9
2.1.2 Digital Marketing.....	9
2.1.3 Social Media Marketing.....	11
2.1.4 Content Marketing	13
2.1.5 Analisis SWOT	13
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22

3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Definisi Konsep	22
3.3 Fokus Penelitian.....	23
3.4 Informan Penelitian.....	24
3.3.1 Kriteria Informan.....	24
3.3.2 Key Informant	25
3.3.3 Informan Pendukung	25
3.4 Sumber Data	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Populasi dan Sampel.....	28
3.6.1 Populasi	28
3.6.2 Sampel	28
3.7 Teknik Keabsahan Data	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1 Analisis SWOT.....	31
3.8.2 Penentuan Bobot.....	32
3.8.3 Penentuan Rating.....	32
3.8.4 Penentuan Skor.....	33
3.8.5 Matriks IFAS dan EFAS	34
3.8.6 Diagram SWOT.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Identitas Usaha French Bakery & Bistro	36
4.1.2 Perencanaan Konten Digital Marketing.....	38
4.1.3Konsistensi Unggahan	39
4.1.4Interaksi dengan Audiens.....	40
4.1.5Pemanfaatan Fitur Instagram	41
4.1.6Analisis SWOT	44
4.1.7Analisis Matriks Internal Factor Analysis Strategi (IFAS).....	47
4.1.8Analisis Matriks Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS) .	51

4.1.9 Analisis Kuadran SWOT	55
4.2 Pembahasan	66
4.2.1 Penerapan Strategi Digital Marketing Melalui Instagram pada UMKM French Bakery & Bistro.....	66
4.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Digital Marketing Melalui Instagram pada UMKM French Bakery & Bistro	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSATAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 French Bakery & Bistro	5
Gambar 1.2 Media Sosial French Bakery & Bistro	5
Gambar 4.1 Logo French Bakery & Bistro	37
Gambar 4.2 Postingan Event Instagram French Bakery	38
Gambar 4.3 Konten Bersama <i>Influencer</i>	44
Gambar 4.4 Kuadran SWOT French Bakery & Bistro	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Kriteria UMKM.....	2
Tabel 2. 2 Omzet French Bakery & Bistro.....	4
Tabel 2.3 Matriks SWOT.....	14
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	29
Tabel 3.2 Format Analisis SWOT untuk Faktor Internal dan Eksternal	33
Tabel 3.3 Matriks SWOT IFAS dan EFAS.....	34
Tabel 4.1 Tabel Engagement Rate Konten Biasa	42
Tabel 4.2 Tabel Engagement Rate Konten <i>Influencer</i>	42
Tabel 4.3 Matriks <i>Internal Factory Analysis Strategi</i> (IFAS).....	47
Tabel 4.4 Matriks <i>Eksternal Factory Analysis Strategi</i> (EFAS)	50
Tabel 4.5 Matriks IFAS & EFAS SWOT	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kesepakatan bimbingan skripsi (pembimbing I)

Lampiran 2 Kesepakatan bimbingan skripsi (pembimbing II)

Lampiran 3 Lembar Bimbingan Skripsi (Pembimbing I)

Lampiran 4 Lembar Bimbingan Skripsi (Pembimbing II)

Lampiran 5 Rekomendasi Ujian Skripsi

Lampiran 6 Lembar Revisi Skripsi

Lampiran 7 Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi

Lampiran 8 Hasil wawancara pengambilan data

Lampiran 9 Dokumentasi

Lampiran 10 Perhitungan ifas efas

Lampiran 11 Lembar pengisian kuisisioner untuk konsumen dan karyawan French
bakery & bistro

Lampiran 12 Data kuesioner