



**PERANCANGAN STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM KULINER : STUDI
KASUS PEMPEK ALIEF**

**Ferda Erlinda
221250014**

**Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli
Madya Pada Program Studi Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS VOKASI DIPLOMA III
UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG**

2025

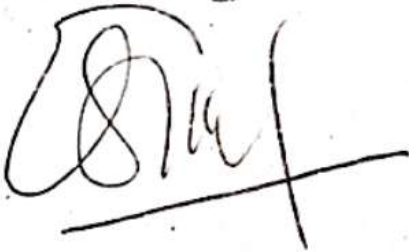
HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM KULINER: STUDI KASUS PEMPEK ALIEF

Ferda Erlinda

221250014

Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program
Studi Administrasi Bisnis

Pembimbing,



(Prof.Dr.Edi Surya Negara,M.Kom)

Palembang,
Fakultas Vokasi Diploma III
Universitas Bina Darma

Dekan Fakultas,



(Prof.Dr.Edi Surya Negara,M.Kom)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini berjudul "Perancangan Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Bagi UMKM Kuliner : Studi Kasus Pempek Alief" Oleh Ferda Erlinda "221250014" Telah dipertahankan didepan Komisi penguji pada hari Selasa Tanggal 19 Agustus 2025

Komisi Penguji

1. Prof.Dr.Edi Surya Negara, M.Kom ketua

(Edi)

2. Baibul Tujni, S.E.,M.M

Sekretaris

(Baibul)

3. Irwan Septayuda, S.E.,M.Si

Anggota

(Irwan)

Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Vokasi

Universitas Bina Darma

Ketua Prodi Administrasi Bisnis

Universitas Bina Darma
Fakultas Vokasi

(Yeni Widyanti)

(Yeni Widyanti,S.E.,M.Ak)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

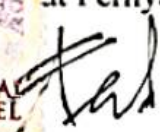
Nama : Ferda Erlinda

Nim : 221250014

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (Tugas Akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Ahli Madya) di Universitas Bina Darma atau perguruan tinggi lain;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Di dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar rujukan;
4. Saya bersedia tugas akhir yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat di akses public secara daring;
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Palembang,
at Pernyataan,

10000
METERAN
TEMPEL
BCD34ANX043698446

NIM : 221250014

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Tidak Usah membenarkan diri kesana kemari, agar enggan dikagumi, Jika Perkataan dan Prilaku mu benar dari hati, Maka diammu pun akan dihormati dan disegani

(Prabowo Subianto)

“Tiap orang punya mimpi, Tapi tidak semua bisa bangkitkan semangat tinggi”

(Najwa Shihab)

“PERSEMBAHAN”

Dengan selalu memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. *Bismillahirrahmanirrahim* Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Allah SWT yang sudah memberi kemudahan maupun pertolongan sehingga saya bisa menuntaskan Tugas Akhir ini dengan baik.
- ❖ Kedua orang tua saya tercinta Bapak Eric Prihadi yono dan Ibu Zubaidah yang senantiasa melangitkan doa – doa baik serta menjadi motivasi teruntuk saya pada saat menuntaskan Tugas Akhir ini.
- ❖ Keluarga Besar ku dan Saudara saya Tercinta Eriisa Anggraini dan Verly Erzuidah yang telah memberikan motivasi semangat dikala suka mau pun duka.
- ❖ Teruntuk Nurlela dan Nurmala yang senantiasa membantu dan meringankan beban saya disaat saya tidak semangat Terima kasih atas semangat dan dukungannya. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat jadi wawasan serta manfaat untuk orang lain. Aamiin.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong UMKM untuk beradaptasi melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efisien dan luas jangkauannya. Penelitian ini bertujuan merancang strategi penggunaan Instagram sebagai media pemasaran digital bagi UMKM kuliner Pempek Alief di Palembang. Sebelumnya, promosi usaha ini masih bergantung pada metode tradisional seperti dari mulut ke mulut dan belum aktif di media sosial. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti juga turut membuat dan mengelola akun Instagram resmi sebagai bagian dari implementasi strategi pemasaran digital. Beragam fitur Instagram seperti feed, story interaktif, reels, dan insight dimanfaatkan untuk menyusun konten yang menarik dan komunikatif. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan Instagram secara strategis mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperkuat brand awareness, dan memperluas pasar. Hasil ini menunjukkan bahwa Instagram efektif digunakan sebagai alat komunikasi dan promosi bagi UMKM kuliner yang ingin berkembang secara digital. Penelitian ini tidak hanya memberi kontribusi teoritis dalam bidang pemasaran digital, tetapi juga menyajikan strategi yang dapat langsung diterapkan oleh pelaku usaha agar mampu bersaing di tengah dinamika pasar digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: Instagram, UMKM Kuliner, Pemasaran Digital, Strategi Konten, Studi Kasus

ABSTRACT

The development of digital technology is encouraging MSMEs to adapt by utilizing social media as an efficient and far-reaching promotional tool. This study aims to design a strategy for using Instagram as a digital marketing medium for the culinary MSME Pempek Alief in Palembang. Previously, this business's promotion relied on traditional methods such as word of mouth and was not yet active on social media. The research method used a qualitative approach with a case study, through interviews, observation, and documentation. The researcher also created and managed an official Instagram account as part of the digital marketing strategy implementation. Various Instagram features, such as feeds, interactive stories, reels, and insights, were utilized to create engaging and communicative content. The findings indicate that strategic use of Instagram can increase customer engagement, strengthen brand awareness, and expand the market. These results demonstrate that Instagram is an effective communication and promotional tool for culinary MSMEs seeking digital growth. This study not only provides theoretical contributions to the field of digital marketing but also presents strategies that can be immediately implemented by business owners to compete amidst the ever-evolving dynamics of the digital market.

Keywords: Instagram, Culinary MSME, Digital Marketing, Content Strategy, Case Study

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ferda Erlinda
Tempat, tanggal lahir : Palembang, 20 Mei 2004
Alamat : Jl. K.H Azhari Lrg. Sukalillah
Agama : Islam
Email : ferdaerlinda@gmail.com
No Telp : 082183236190

Pendidikan Formal :
❖ Tahun 2010 - 2016 : SDN 101 PALEMBANG
❖ Tahun 2016 - 2019 : SMPN 16 PALEMBANG
❖ Tahun 2019 - 2022 : SMK MUHAMMADIYAH 2 PALEMBANG
❖ Tahun 2022 - 2025 : D3 UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG

Pengalaman Magang :
❖ Perum Bulog Divisi Bisnis Sumsel&Babel

Pengalaman Organisasi :

❖ Pernah menjadi pengurus Sekretaris Himpunan Mahasiswa Vokasi (HMV)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt beserta rasulnya atas limpahan rahmat, ridha dan kurnia nya sehingga saya bisa menyelesaikan laporan karya akhir ini sesuai harapan. Laporan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh ahli madya pada Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Bina Darma Palembang. Dengan judul Laporan yaitu **“Perancangan Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran Digital Bagi UMKM Kuliner : Studi Kasus Pada Pempek Alief”**.

Dalam proses pengerjaan laporan peneliti ini tidak di sangka bahwa butuh usaha yang keras dan juga niat yang sungguh-sungguh agar laporan penelitian ini diselesaikan, namun, penulis juga menyadari bahwa karya akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang senangtiasa bersedia meluangkan waktunya untuk mendukung dan membimbing penulis. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu baik secara materil dalam penulisan laporan penelitian.

Dengan segala hormat dan rasa syukur yang dalam, menyapaikan rasa terima kasih yang sebesar besarnya :

1. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd.,M.M. Selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Dr. Edi Surya Negara,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma Palembang sekaligus Dosen Pembimbing.
3. Yeni Widyanti, S.E.,N.Ak Selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universita Bina Darma Palembang.
4. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma Palembang yang telah membekali penulis dengan ilmu yang bermanfaat.
5. Orang tua tercinta dan tersayang ayahanda Eric Prihadi Yono, Ibunda Zubaidah yang telah memberikan curahan kasih dan sayang yang tulus,

dukungan dan doa untuk kemudahan dalam menyelesaikan gelar diploma ini.

6. Kakak – kakak dan adik-adikku yang telah memberikan dukungan sepenuhnya dan menjadi penghibur dikalah jenuh dalam pembuatan tugas akhir ini.
7. Kak padel dan kak riski, mentor yang telah memberi bimbingan, dorongan dan masukan yang sangat berarti dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, kehadiran dan arahnya menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
8. Seluruh sahabat teman-teman jurusan Administrasi Bisnis Universitas Bina Darma yang telah menjadi bagian dari perjalanan penuh cerita ini. Terima kasih atas kerja sama, semangat, tawa, dan kenangan indah yang tercipta selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
9. Serta terimakasih sebanyak-banyaknya untuk diri sendiri, yang telah mampu bertahan dalam menikmati proses TA ini. Terima kasih karena telah memilih untuk tidak menyerah, menikmati setiap proses, menghadapi segala tantangan, serta terus per caya bahwa usaha dan doa akan selalu berbuah hasil.

Dengan demikian kerendahan hati penulis menyadari masih banyak kekurangan pada penulisan laporan ini dan masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis memohon maaf jika ada serangkaian kata yang tidak baku pada penulisan laporan ini. Dan semoga laporan ini bisa dijadikan pedoman untuk semua mahasiswa terkhususnya mahasiswa administrasi bisnis.

**Palembang,
Penulis,**

**Ferda Erlinda
Nim : 221250014**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO & PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	6
1.4 Penelitian & Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
1.5 Metode Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Strategis Pemasaran.....	14
2.1.2 Pemasaran Digital	16
2.1.3 Media Sosial	17
2.1.4 Instagram sebagai Media Pemasaran.....	18
2.1.5 Tantangan dan Peluang Pemanfaat Instagram.....	21
2.2 Gambaran Umum.....	23
2.2.1 Sejarah Singkat UMKM	25
2.2.2 Visi dan Misi Pempek Alief.....	26

2.2.3 Struktur Organisasi.....	27
2.2.4 Produk yang ditawarkan oleh Pempek Al.....	28
2.2.5 Deskripsi Spesifik Lokasi Penelitian.....	30
2.2.6 Sistem Operasional dalam distribusi.....	30
2.2.7 Strategi Pemasaran dan Pemesanan melalui Whatap.....	32
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
3.1 Identifikasi Masalah dan Tujuan Penerapan.....	34
3.2 Instagram.....	36
3.2.1 Fungsi Akun Instagram.....	37
3.2.2 Manfaat Instagram.....	37
3.2.3 Fitur-Fitur Instagram.....	38
3.3 Konsep Promosi.....	41
3.4 Jenis-jenis Promosi.....	43
3.5 Pembuatan Akun Instagram.....	44
3.6 Strategi Pemanfaatan Instagram.....	46
3.7 Hasil Penggunaan Instagram.....	47
3.8 Hasil Analisis Wawancara.....	60
3.9 Evaluasi Strategi Pemanfaatan Instagram oleh Pempek Alief.....	64
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
4.1 Kesimpulan.....	66
4.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Penelitian	9
Gambar 1.2 Analisis SWOT pada Pempek Alief.....	10
Gambar 2.1 Lokasi Penelitian	25
Gambar 2.2 Suasana Kegiatan Produksi Pempek	31
Gambar 3.1 Logo Instagram.....	36
Gambar 3.2 Akun Baru Pempek Alief	45
Gambar 3.3 Tampilan Instagram setelah dikelola.....	48
Gambar 3.4 Feed Pempek Alief.....	49
Gambar 3.5 Insight Postingan Pertama Pempek Alief.....	50
Gambar 3.6 Komentar Feed Pempek Alief	51
Gambar 3.7 Stories Ig Q&A Pempek Alief.....	53
Gambar 3.8 Stories Polling Pempek Alief	54
Gambar 3.9 Insight Reel.....	56
Gambar 3.10 Dasbor Profesional Pempek Alief.....	57
Gambar 3.11 Insight Dasbor Pempek Alief	58
Gambar 3.12 DM Pemesanan Pempek Lewat Instagram.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Produk yang ditawarkan.....	29
Tabel 3.1 Strategi Pemasaran Instagram	46
Tabel 3.2 Analisi Komentar	52
Tabel 3.3 Jadwal Posting.....	60
Tabel 3.4 Data Informan	61
Tabel 3.5 Hasil Wawancara Informan Sebelum dan Sesudah menggunakan Ig....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pengajuan Judul.....	71
Lampiran 2 Lembar Konsultasi.....	72
Lampiran 3 Lembar Surat Pengantar Penelitian.....	75
Lampiran 4 Lembar Surat Izin Penelitian	76
Lampiran 5 Lembar Turnitin Tugas Akhir.....	77
Lampiran 6 Lembar SK Pembimbing.....	78
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara	79
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara	80
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara	81