

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KONSUMEN PADA KOPI FOLK SPACE
TANJUNG ENIM**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**M AIDIL AKBAR
NPM 061930601530**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KONSUMEN PADA KOPI FOLK SPACE
TANJUNG ENIM**



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

OLEH:

**M AIDIL AKBAR
NPM 061930601530**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si.
NIP 197301312001121002**

Pembimbing II,

**Munparidi, S.E., M.Si.
NIP 1965112519900422001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

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

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M Aidil Akbar
NPM : 061930601530
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah
Konsumen Pada Kopi Folk Space Tanjung Enim

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, Juli 2022

nyataan,

M. Aidil Akbar
NPM 061930601530


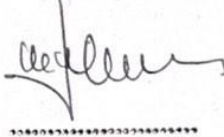

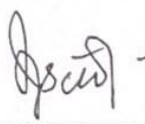
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : M. Aidil Akbar
NIM : 061930601530
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah
Konsumen pada Kopi Folk Space Tanjung Enim

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

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 12 Agustus 2022

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Abd Hamid, S.E., M.M. Ketua Penguji		12/8/2022
2.	Titi Andriyani, S.E., M.Si. Anggota Penguji		12/8/2022
3.	Dr. Hadi Janhari, S.E., M.Si. Anggota Penguji		12/8/2022
4.	Lisaini, S.E., M.Si. Anggota Penguji		12/8/2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.” (Hr. Tirmidzi)

Kegagalan tidak akan menjadi kegagalan bila dijadikan sebuah pelajaran.(Fatimah Syahira)

“Kamu harus bisa menerima berbagai keputusan yang mengecewakan, tapi jangan pernah putus harapan” (Martin Luther King)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tuaku Tercinta**
- **Saudara-saudaraku Tersayang**
- **Dosen dan Staff**
Jurusan Administrasi Bisnis
- **Teman Seperjuangan**
- **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhannahu Wa Ta'ala Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada Kopi Folk Space Tanjung Enim”.

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini untuk mengetahui Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada Kopi Folk Space Tanjung Enim. Pembuatan laporan akhir ini untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan diploma III pada Jurusan administrasi Bisnis program studi Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik segi penyajian maupun segi pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Palembang, 2022
Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini. Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat kurikulum pada Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Kami menyadari bahwa penulisan laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penyusunan Laporan Akhir.
6. Bapak Munparidi, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penyusunan Laporan Akhir
7. Saudara Agil Setiawan selaku Owner Kopi Folk Space Tanjung Enim yang telah membantu dalam pemberian informasi mengenai Kopi Folk Space.
8. Karyawan Kopi Folk Space Tanjung Enim yang telah memberi informasi mengenai Toko.
9. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik

Negeri Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama penulis kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.

10. Kedua Orang Tuaku tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayang untuk penulis serta memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
11. Kepada Saudaraku dan Kakakku yang telah memberikan dukungan dan doanya.
12. Kepada Muthia Fadhila Ramadhan yang telah memberikan dukungan dan menjadi tempat keluh kesah selama mengerjakan laporan akhir ini.
13. Kepada Keluarga Savorman yang telah memberikan dukungan dan doannya.
14. Sahabat dan seluruh teman-teman di kelas 6 NE Administrasi Bisnis yang sudah berjuang bersama-sama dari awal hingga akhir.
15. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan saya, terima kasih atas semua bantuan kalian walaupun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, doa dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis. Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Allah SWT.

Palembang, 2022
Penulis

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN PADA KOPI FOLK SPACE TANJUNG ENIM

Oleh :
M Aidil Akbar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Promosi yang dilaksanakan pada Kopi Folk Space Tanjung Enim. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan Kopi Folk Space Tanjung Enim bertujuan untuk menjelaskan kondisi yang sebenarnya secara nyata serta data hasil dari wawancara dengan Saudara Agil Setiawan selaku Owner Kopi Folk Space Tanjung Enim. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh Kopi Folk Space Tanjung Enim yaitu periklanan, publisitas dan promosi penjualan. Berdasarkan analisa data, strategi ini memberikan dampak pada peningkatan jumlah konsumen. Strategi yang sangat mempengaruhi peningkatan jumlah konsumen yaitu publisitas pada penggunaan sosial media. Melalui sosial media, usaha Kopi Folk Space mendapatkan kemudahan dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktivitas maupun produk yang ada pada Kopi Folk Space. Sosial media juga membuat setiap orang dapat bertukar informasi dengan mudah, sehingga kesempatan tersebut digunakan Kopi Folk Space untuk menjangkau konsumen yang akan dituju.

***Kata kunci:** Periklanan, Publisitas, Promosi penjualan, Sosial Media, Peningkatan Jumlah Konsumen*

ABSTRACT

THE STRATEGY OF PROMOTION IN INCREASING THE NUMBER OF CUNSUMER IN THE FOLK SPACE TANJUG ENIM

By :
M Aidil Akbar

This study aims to determine the Promotion Strategy implemented at the Tanjung Enim Folk Space Coffee. The data analysis method used is descriptive qualitative analysis. Based on the descriptive analysis conducted by the Tanjung Enim Folk Space Coffee, it aims to explain the actual conditions in real terms as well as the data from the interview with Agil Setiawan as the Tanjung Enim Folk Space Coffee Owner. The results of the study indicate that the promotional strategies used by Kopi Folk Space Tanjung Enim are advertising, publicity and sales promotion. Based on data analysis, this strategy has an impact on increasing the number of consumers. The strategy that greatly affects the increase in the number of consumers is publicity on the use of social media. Through social media, Kopi Folk Space's businesses find it easy to provide information to the public about activities and products at Kopi Folk Space. Social media also makes it easy for everyone to exchange information, so that Kopi Folk Space can use this opportunity to reach the intended consumers.

Keywords: *Advertising, Publicity, Sales Promotion, Social Media, Increasing Number of Consumers*

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metodologi Penulisan	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.4 Analisa Data	6
1.5.5 Dimensi Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10

Halaman:

2.1.2 Bauran Pemasaran	11
2.2 Promosi.....	12
2.2.1 Pengertian Promosi.....	12
2.2.2 Tujuan Promosi	12
2.2.3 Fungsi Promosi.....	13
2.3 Strategi.....	14
2.3.1 Strategi Promosi	15
2.3.2 Bauran Promosi	15
2.3.3 Implementasi Strategi.....	16
2.3.4 Evaluasi Strategi.....	16
2.4 Pengertian Konsumen.....	17
2.4.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	18

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	20
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	21
3.2.1 Visi Kopi Folk Space.....	21
3.2.2 Misi Kopi Folk Space.....	21
3.2.3 Logo Perusahaan	21
3.3 Struktur Organisasi	22
3.3.1 Pengertian Struktur Organisasi	22
3.3.2 Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab.....	23
3.4 Macam-Macam Produk Kopi Folk Space	24
3.5 Aktivitas Promosi yang dilakukan Kopi Folk Space	27

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Analisis Penerapan Strategi Promosi Melalui Periklanan.....	30
4.2 Analisis Penerapan Strategi Promosi Melalui Publisitas.....	33
4.2.1 Penerapan Strategi Promosi Melalui Instagram.....	33
4.2.2 Penerapan Strategi Promosi Melalui Grab.....	36
4.3 Analisis Penerapan Strategi Promosi Melalui Penjualan.....	39

Halaman:

BAB V PENUTUP

4.1 Kesimpulan.....	43
4.2 Saran	44

DAFTAR PUSTAKA	45
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Konsumen
Kopi Folk

Space 3

Tabel 1.2 Tabel Dimensi

Penelitian

.....

9

Tabel 3.1 Produk Minuman Kopi Folk

Space

.....

24

Tabel 3.2 Produk Makanan Kopi Folk

Space

.....

27

Tabel 4.1 Data Penjualan dan Konsumen

Dari Papan

Nama 29

Tabel 4.2 Biaya Promosi Jumlah Konsumen

Dari Papan

Nama

.....

31

Tabel 4.3 Biaya Promosi Jumlah Konsumen

Dari

Instagram 33

Tabel 4.4 Biaya Promosi Jumlah Konsumen

Dari Media
Grab

.....
37

Tabel 4.5 Biaya Promosi pada Promosi
Penjualan

.....
41

DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar 1.1 Komponen-komponen Analisis
Data Model
Interaktif 8

Gambar 3.1 Logo Kopi Folk
Space

.....
21

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kopi Folk
Space

.....
22

Gambar 4.1 Papan
Nama

.....
30

Gambar 4.2 Postingan
Instagram

.....
34

Gambar 4.3 Akun
Instagram

.....
35

Gambar 4.4
Grab

.....
38

Gambar 4.5 Potongan

Harga

.....

40

DAFTAR GRAFIK

Halaman:

Grafik 4.1 Hasil Perbandingan dari Metode Bauran Promosi Kopi Folk
Space

.....

14

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Tanda Persetujuan Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 3 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Surat Balasan
- Lampiran 5 Surat Kesepakatan Pembimbing I
- Lampiran 6 Surat Kesepakatan Pembimbing II
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 8 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 9 Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 10 Daftar Wawancara
- Lampiran 11 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 12 Lembar Persetujuan Laporan Akhir