

**PERAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA RESTO RUMAHKITA.NYANTAI
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:

**JUNIA MAULINA
NPM 061930600711**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**PERAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA RESTO RUMAHKITA.NYANTAI
TANJUNG ENIM**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**JUNIA MAULINA
NPM 061930600711**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

**Afrizawati, S.E., M.Si
NIP 198004112006042002**

Pembimbing II,

**M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D
NIP 197801182005011002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

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

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

**Fetty Maretha, SE., M.M
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Junia Maulina
NPM : 061930600711
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran/Marketing
Judul Laporan Akhir : Peran Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Resto Rumahkita.Nyantai 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 saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

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

Palembang, Juli 2022

buat pernyataan,


Junia Maulina
NPM 061930600711

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kerjakanlah sesuatu dengan keikhlasan tanpa mengharapkan imbalan apapun”. (Junia Maulina)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NC 2019**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir tepat pada waktunya. Adapun maksud dan tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan akhir ini berjudul **“Peran Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Resto Rumahkita.Nyantai Tanjung Enim”** yang dimana didapatkan dari hasil berupa tanggapan konsumen tentang bauran promosi (*advertising, personal selling, sales promotion, public relation, direct marketing*) terhadap Resto Rumahkita.Nyantai.

Telepas dari semua itu, penulis menyadari bahwa sepenuhnya masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya karena ketebatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu dengan tangan terbuka penulis menerima segala saran kritik yang sifatnya positif dari pembaca demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Penulis juga berterima kasih atas bimbingan dan arahan dari pihak yang bersangkutan.

Palembang, Juli 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya serta Nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak terselesaikan tanpa bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Afrizawati, S.E., M.Si., selaku pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini
6. Bapak M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D., selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini
7. Ibu Yulia Medyo Tistha selaku pemilik usaha Resto Rumahkita.Nyantai yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penyelesaian laporan ini.
8. Bapak/Ibu dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama penulis kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.
9. Kedua orang penulis yaitu ayah Data Suyana dan ibu Parida yang telah memberikan doa dan dukungannya.
10. PT Bukit Asam Tanjung Enim yang telah memberikan saya beasiswa selama saya kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.

11. Teman-teman seperjuangan penulis di kelas 6 NC yang telah kebersamai selama 3 tahun ini.

12. Dan semua pihak yang telah membantu dan mendoakan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala yang telah diberikan oleh semua pihak mendapat limpahan oleh Allah SWT. Dan harapan penulis semoga Laporan Ahir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Laporan ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi apa yang paling berperan yang digunakan oleh Resto RumahKita.Nyantai dalam meningkatkan volume penjualan. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah metode campuran (*mix method*) dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, kuesioner, dan teknik analisis data. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik dan konsumen. Strategi promosi merupakan siasat perusahaan dalam menjual produknya agar menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk yang ditawarkan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa Tanggapan konsumen terhadap strategi promosi yang menggunakan bauran promosi (*promotion mix*) memiliki 5 unsur bauran yaitu periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan langsung (*direct marketing*). Resto Rumahkita.Nyantai telah melakukan penerapan atau implementasi dalam strategi promos dengan menggunakan bauran promosi yang jika didapat dari tanggapan konsumen bahwa bauran yang paling mempunyai peran adalah pemasaran langsung.

Kata Kunci: Strategi promosi, Bauran Promosi

ABSTRACT

This report aims to find out what promotional strategies have played the most role used by Resto RumahKita.Nyantai in increasing sales volume. The data collection technique in this research is a mixed method using interviews, documentation, questionnaires, and data analysis techniques. The subjects in this study are owners and consumers. A promotion strategy is a company's strategy in selling its products to attract the attention of consumers to make purchasing decisions for the products offered by the company. Based on the results of the study stated that consumer responses to promotional strategies that use the promotion mix have 5 elements of the mix, namely advertising (advertising), personal selling (personal selling), sales promotion (sales promotion), public relations (public relations), sales direct (direct marketing). Resto Rumahkita.Nyantai has implemented or implemented a promotional strategy using a promotional mix which, if obtained from consumer responses, that the mix that has the most role in direct marketing.

Keywords: Promotion Strategy, Promotional Mix

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Metodologi Penelitian	4
1.4.1 Metode Penelitian	4
1.4.2 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.4.3 Jenis dan Sumber Data	5
1.4.4 Teknik Pengumpulan Data	5
1.4.5 Populasi dan Sampel	7
1.4.6 Analisis Data	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Promosi	11
2.2.1 Definisi Promosi	11
2.2.2 Strategi Promosi	12
2.2.3 Tujuan Promosi	21
2.3 Volume Penjualan	21
2.4 Alur Pikir	23

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	24
3.2 Visi dan Misi	24
3.2.1 Visi	24
3.2.2 Misi	25
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	25
3.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan	25
3.3.2 Pembagian Tugas	26
3.4 Produk yang ditawarkan	26
3.5 Profil Responden	28
3.5.1 Profil Responden Wawancara	28
3.5.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	29
3.5.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Apakah Strategi Promosi yang Dilakuan Oleh Resto Rumahkita.Nyantai Dapat Berperan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	30
4.2 Bagaimana Implementasi Indikator Strategi Promosi Yang Dilakukan oleh Resto Rumahkita.Nyantai Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57

Halaman:

DAFTAR PUSTAKA 58

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 1.1 Data penjualan Resto Rumahkita.Nyantai Tanjung Enim	2
Tabel 1.2 Keterangan kriteria Interpretasi Skor	10
Tabel 3.1 Daftar makanan dan minuman	27
Tabel 3.2 Jumlah responden berdasarkan usia	29
Tabel 3.3 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	29
Tabel 4.1 Periklanan	34
Tabel 4.2 Penjualan perseorangan	38
Tabel 4.3 Promosi penjualan	42
Tabel 4.4 Hubungan masyarakat	46
Tabel 4.5 Penjualan langsung	50

DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar 2.1 Kerangka berpikir	23
Gambar 3.1 Gambar struktur organisasi Resto Rumahkita.Nyantai	26
Gambar 4.1 Gambar media instgram dan facebook	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Izin Pengambilan Data
3. Surat Balasan Perusahaan
4. Lembar Kesepakatan Pembimbing
5. Lembar Bimbingan
6. Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
7. Lembar Persetujuan Laporan Akhir
8. Lembar Revisi Laporan
9. Hasil Wawancara
10. Daftar Pernyataan Kuesioner
11. Hasil Dokumentasi
12. Surat Izin Usaha Perdagangan