

**ANALISIS PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
PECEL LELE KURNIA MUARA RUPIT**



LAPORAN AKHIR

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

Oleh:

**FIKRI IRIANTO
NPM 061930601524**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**ANALISIS PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
PECEL LELE KURNIA MUARA RUPIT**



LAPORAN AKHIR

Oleh:

**FIKRI IRIANTO
NPM 061930601524**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Munparidi, S.E., M.Si.
NIP 196511251994031002**

**Titi Andriyani, S.E., M.Si.
NIP 197310162001122002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B.
NIP 197602222002121001**

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

LEMBAR PENGESAHAN

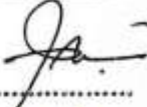

Nama : Fikri Irianto
NIM : 061930601524
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis Promosi Menggunakan Media Sosial
Dalam Peningkatan Volume Penjualan Pada
Pecel Lele Kurnia Muara Rupit

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

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 18 Agustus 2022

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B.		5/9/2022
2.	Fetty Maretha, S.E., M.M.		5/9/2022
3.	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.		30/08/2022
4.	Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si.		30/08/2022



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN LAPORAN AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikri Irianto
NPM : 061930601524
Kelas : 6 NE
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis Promosi Menggunakan Media Sosial Dalam Peningkatan Volume Penjualan Pada Pecel Lele Kurnia Muara Rupit

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, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Fikri Irianto
NPM 061930601524

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Jangan Pernah menyerah pada apa yang sebenarnya kamu ingin lakukan.
Seseorang dengan mimpi besar lebih bertenaga daripada orang dengan semua
kenyataan” -Albert Einstein*

Kupersembahkan kepada:

- ❖ **Kedua Orang Tua**
- ❖ **Saudara-saudari ku**
- ❖ **Teman Seperjuangan 6 NE**
- ❖ **Almamater Politeknik Negeri
Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan akhir dengan baik. Laporan ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan Pendidikan Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan akhir ini yang berjudul “Tinjauan Terhadap Promosi Menggunakan Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pecel Lele Kurnia Muara Rupit”. Laporan akhir ini membahas tentang promosi menggunakan media sosial *Facebook* dan *WhastApp* dalam meningkatkan volume penjualan .

Saya menyadari bahwa dalam penulisan laporan akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi penyusunan laporan yang lebih baik kedepannya.

Akhir kata, penulis berharap agar laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, baik pembaca maupun penulis. Semoga apa yang telah kita lakukan bernilai ibadah.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapatkan bantuan, bimbingan, kritik dan saran serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan ini khususnya 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 Kurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Munparidi, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Haidir selaku pemilik Pecel Lele Kurnia Muara Rupit.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmunya.
9. Kedua orang tua saya beserta Saudara-saudara saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan pada penulis dalam menuntut ilmu.
10. Teman-teman di kelas 6 NE Administrasi Bisnis yang sudah berjuang bersama dari awal hingga akhir ini.

11. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.

Semoga bantuan dan jerih payah dari semua pihak akan dibalas dan mendapat berkah dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi menggunakan media sosial *Facebook* dan *WhastApp* dalam meningkatkan volume penjualan pada Warung Pecel Lele Kurnia Muara Rupit. Metodologi penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara kepada pemilik warung dan data sekunder penulis diperoleh mulai dari buku, jurnal online, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah riset lapangan, serta riset kepustakaan. Metode analisis yang digunakan penulis data yang diperoleh dari perusahaan yaitu metode analisis kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian Pecel Lele Kurnia telah menggunakan 2 strategi promosi melalui sosial media yaitu *WhatsApp* dan *Facebook*. Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwasanya Pecel Lele Kurnia dapat meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan sosial media *WhatsApp* dan *Facebook*, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya sosial media berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada Pecel Lele Kurnia Muara Rupit.

Kata kunci: Sosial Media, Peningkatan Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine the promotion using social media Facebook and WhastApp in increasing sales volume at Warung Pecel Lele Kurnia Muara Rupit. The research methodology uses primary data obtained from interviews with shop owners and secondary data from authors obtained from books, online journals, articles, news and previous research as supporting data and complementary data. The data collection method that the author uses is field research, as well as library research. The analytical method used by the author of the data obtained from the company is descriptive qualitative analysis method. From the research results Pecel Lele Kurnia has used 2 promotional strategies through social media, namely WhatsApp and Facebook. From the results of the research conducted, it can be concluded that Pecel Lele Kurnia can increase sales volume by using social media WhatsApp and Facebook, so it can be concluded that social media has an effect on increasing sales volume on Pecel Lele Kurnia Muara Rupit.

Keywords: Social Media, Increasing Sales Volume

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL...	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metodologi Penelitian	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	8
1.5.4 Analisis Data	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Strategi Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.2 Konsep Promosi	12
2.2.1 Pengertian Promosi	12

2.2.2 Tujuan Promosi	12
	Halaman:
2.2.3 Bauran Promosi	13
2.2.4 Media Sosial	16
2.3 Volume Penjualan	19
2.3.1 Pengertian Volume Penjualan	19
2.3.2 Indikator Volume Penjualan	19
2.3.3 Cara Meningkatkan Volume Penjualan	20

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	22
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	23
3.2.1 Visi Perusahaan	23
3.2.2 Misi Perusahaan	24
3.3 Struktur Organisasi	24
3.4 Uraian Pembagian Tugas	24
3.5 Aktivitas Warung Pecel Lele Kurnia	25
3.5.1 Jenis Produk dan Harga Pecel Lele Kurnia	25
3.5.2 Jumlah Pegawai	27
3.5.3 Aktivitas Pembelian dan Pengelolaan Makanan Pecel Lele Kurnia	28
3.6 Jumlah Omset Penjualan Pecel Lele Kurnia Tahun 2018 - 2012 ..	28
3.7 Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pecel Lele Kurnia	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penerapan Strategi Promosi pada Pecel Lele Kurnia	33
4.1.1 Penggunaan Media Promosi <i>Whastapp</i>	33
4.1.1 Penggunaan <i>Facebook</i> Sebagai Media Promosi	35
4.2 Peningkatan Volume Penjualan Menggunakan Media <i>Whasapp</i> dan <i>Facebook</i>	35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 1.1 Omzet Penjualan Pecel Lele Kurnia Tahun 2021	2
Tabel 3.1 Jenis Produk dan Harga Pecel Lele Kurnia	25
Tabel 3.2 Jumlah Pegawai Pecel Lele Kurnia	26
Tabel 3.3 Jumlah Omset Penjualan Pecel Lele Kurnia Tahun 2018 - 2019	28
Tabel 3.4 Hasil Wawancara Dengan Pemilik	29
Tabel 4.1 Peningkatan Volume Penjualan Sebelum dan Setelah Menggunakan Promosi <i>WhatsApp</i> Sebagai Media promosi	37
Tabel 4.2 Peningkatan Volume Penjualan Sebelum dan Setelah Menggunakan Promosi <i>Facebook</i> Sebagai Promosi	49

DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar 1.1 Promosi Pecel Lele Kurnia Melalui <i>Facebook</i>	3
Gambar 1.2 Promosi Pecel Lele Kurnia Melalui <i>WhatsApp</i>	4
Gambar 1.3 Interior dan Eksterior Warung Pecel Lele Kurnia	5
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pecel Lele Kurnia	23
Gambar 3.2 Karyawan Pecel Lele Kurnia.....	26
Gambar 4.1 Pemesanan Pecel Lele Kurnia Melalai <i>Whastapp</i>	34
Gambar 4.2 Promosi Menggunakan <i>Facebook</i>	36
Gambar 4.3 Pemesanan Pada <i>Facebook</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Permohonan Surat Pengantar
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data dari Perusahaan
- Lampiran 4 Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 6 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 7 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 8 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 10 Daftar Wawancara dengan Pemilik Pecel Lele Kurnia
- Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir