

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(STUDI KASUS *KAFE RETURN SPACE AND COFFEE*
PALEMBANG)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**MUHAMMAD RAHMAT SIGIT WASKITO
NPM 061930600678**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(STUDI KASUS *KAFE RETURN SPACE AND COFFEE*
PALEMBANG)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**MUHAMMAD RAHMAT SIGIT WASKITO
NPM 061930600678**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

**Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.S.
NIP 195808171993031001**

Pembimbing II,

**Titi Andriyani, S.E., M.Si.
NIP 197310192001122002**

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., MM.
NIP 19820324200801200**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, 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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

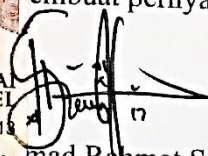
Nama : Muhammad Rahmat Sigit Waskito
NPM : 061930600678
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Return Space and Coffee Palembang)

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

embuat pernyataan,

METERAL TEMPEL
A DB1AJX953823015
Muhammad Rahmat Sigit Waskito

NPM 061930600678

LEMBAR PENGESAHAN

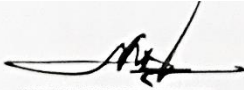

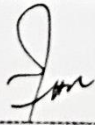
Nama : Muhammad Rahmat Sigit Waskito
NPM : 061930600678
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Return Space and Coffee Palembang)

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

Pada Hari:

Tanggal:

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1	<u>Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.Si.</u> Ketua Penguji		28 AGUSTUS 2022
2	<u>M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D</u> Anggota Penguji		28 AGUSTUS 2022
3	<u>Ummasyroh, S.E., M.Ed.M</u> Anggota Penguji		28 AGUSTUS 2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan pernah berpikir kamu tidak bisa melakukannya. Jika kamu yakin bisa melakukannya pasti kamu akan melewatinya”. (M Rahmat Sigit)

Kupersembahkan kepada:

- **Ayah dan Ibu Tercinta**
- **Saudaraku**
- **Kakek dan Nenekku**
- **Para Dosen dan Staff
Administrasi Jurusan
Administrasi Bisnis**
- **Sahabat-sahabat terbaik saya**
- **Teman-teman kelas 6 NA 2022**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga Laporan Akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan pendidikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Return Space and Coffee Palembang)”. Laporan Akhir ini membahas tentang efektivitas promosi melalui media sosial yang sudah digunakan *Return Space and Coffee* Palembang dalam meningkatkan volume penjualan dan bagaimana agar promosi melalui media sosial tersebut bisa efektif dalam meningkatkan volume penjualan di *Return Space and Coffee* Palembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dan telah membantu dalam penulisan laporan akhir ini. Semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan *Return Space and Coffee* Palembang.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Saya menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.S., dan Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Laporan Akhir, yang telah bersedia memberikan tenaga, waktu dan pikiran dalam membantu penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
4. Semua dosen, staff administrasi, karyawan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu, Bapak, Kakak, Nenek, Kakek dan keluarga, atas do'a, cinta, kasih sayang, semangat dan bantuan baik moril maupun materil selama penulis menimba ilmu di POLSRI.
6. Pimpinan dan Rekan-rekan kerja di *Return Space and Coffee*
7. Sahabat-sahabatku, Gugu, Adhit, Duta, Ais, Keke, terima kasih atas do'a, kasih sayang, persahabatan, perhatian, dukungan dan kebersamaan yang selalu kalian berikan.
8. Tim Dance PF Entertainment, Grup Menerka Gerimis, Grup Rumpay dan anak-anak didikku yang selalu membantuku dan menyemangatiku.
9. Teman-teman penari terimakasih telah menjadi sumber senyuman, canda, tawa, motivasi, inspirasi, penyemangat dan pelepas jenuh bagi penulis.

10. The Boyz terimakasih atas lagu-lagu yang menjadi penghibur dan penyemangat penulis
11. Teman seperjuangan di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya terutama kelas 6NA.
12. Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya.

Harapan dari penulis mudah-mudahan laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya bagi pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT memberikan imbalan setimpal kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan serta motivasi yang telah siberikan kepada penulis.

Palembang, Agustus 2022
Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas promosi melalui media sosial yang sudah digunakan Return Space and Coffee Palembang dalam meningkatkan volume penjualan dan bagaimana agar promosi melalui media sosial bisa efektif. Sumber data diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan riset lapangan dan riset kepustakaan. Riset lapangan dilakukan dengan mewawancarai pemilik, staff, karyawan dan 30 pelanggan serta melakukan observasi berperan serta dan dokumentasi. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi penulis, diketahui penyebab promosi yang dilakukan kurang efektif yaitu konten kurang memuat informasi mengenai tempat dan produk yang ditawarkan, konten promosi lebih cenderung bersifat hiburan, jarak waktu upload antara konten yang baru dengan konten sebelumnya terlalu lama, fokus bagian marketing menjadi terpecah karena memiliki pekerjaan lain diluar kafe. Agar promosi yang dilakukan dapat efektif, pertama adalah adanya persiapan sebelum pembuatan konten. Kedua adalah hal penting saat mengupload konten promosi. Terakhir adalah setelah konten diupload.

Kata Kunci: *Promosi, Konten Pemasaran , Volume Penjualan*

ABSTRACT

This study aimed to determine the effectiveness of promotion through social media that has been used by Return Space and Coffee Palembang in increasing sales volume and how promotion through social media can be effective. Data sources are obtained from primary and secondary data sources. The method of collecting data was carried out with field research and literature research. Field research was conducted by interviewing owners, staff, employees and 30 customers as well as conducting participatory observations and documentation. Based on the results of interviews and author observations, it was known that the causes of promotions carried out are less effective, namely content that does not contain information about the place and products offered, promotional content is more likely to be entertaining, the upload time gap between new content and previous content was too long, the focus of the marketing department becomes divided because it has other jobs outside the café. To make the promotion that is carried out in the effect off, the main thing was that there was preparation before create the content. Second was the important thing when uploading promotional content. Lastly was after the content is uploaded.

Keywords: *Promotion, Content Marketing, sales increase*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	9
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Tujuan Penelitian	9
1.4.2 Manfaat Penelitian	10
1.5 Metodologi Penelitian	10
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	11
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	11
1.5.4 Analisis Data	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Pengertian Kewirausahaan	15

	Halaman
2.2 Pengertian Promosi	16
2.2.1 Bauran Promosi	17
2.2.2 Tujuan Promosi	18
2.3 Pengertian Digital Marketing	19
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	21
3.1 Sejarah Singkat <i>Return Space and Coffee</i>	21
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	22
3.3 Logo Perusahaan	22
3.4 Struktur Perusahaan	23
3.5 Aktivitas Perusahaan	24
3.6 Promosi Melalui Media Sosial yang Sudah Digunakan	28
3.6.1 Instagram	28
3.6.2 Tiktok	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial yang Sudah Digunakan untuk Meningkatkan Volume Penjualan	30
a. Volume Penjualan	30
b. Efektivitas konten promosi yang sudah dilakukan.....	32
c. Faktor Penyebab Promosi Kurang Efektif	35
4.2 Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial	42
a. Hal penting dalam membuat konten promosi	42
b. Hal penting saat mengupload konten promosi di media sosial	48
c. Hal penting setelah konten promosi di upload	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Aturan PPKM Level 3 dan 4	2
Gambar 1.2 Jumlah Konsumsi Kopi Nasional.....	3
Gambar 1.3 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia	4
Gambar 1.4 Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital	5
Gambar 1.5 Alasan Utama Orang di Indonesia Menggunakan Internet	6
Gambar 1.6 Penjualan Kotor <i>Return Space and Coffee</i>	9
Gambar 3.1 Album NCT 127 <i>Cherry Bomb</i>	21
Gambar 3.2 Logo <i>Return Space and Coffee</i>	22
Gambar 3.3 Struktur Organisasi <i>Return Space and Coffee</i>	23
Gambar 3.4 Interior yang ada pada <i>Return Space and Coffee</i>	24
Gambar 3.5 Eksterior yang ada pada <i>Return Space and Coffee</i>	25
Gambar 3.6 Menu Makanan <i>Return Space and Coffee</i>	25
Gambar 3.7 Menu Minuman <i>Return Space and Coffee</i>	26
Gambar 3.8 Akun Instagram <i>Return Space and Coffee</i>	26
Gambar 3.9 Akun Tiktok <i>Return Space and Coffee</i>	27
Gambar 3.10 Konten Video di Akun Tiktok <i>Return Space and Coffee</i>	27
Gambar 3.11 Data <i>Insight</i> akun Instagram <i>Return Space and Coffee</i>	28
Gambar 3.12 Data analisis akun Tiktok <i>Return Space and Coffee</i>	29
Gambar 4.1 Wawancara Penulis dengan Pemilik dan Bagian Keuangan Return Space and Coffeee Melalui Google Meet	31
Gambar 4.2 Hasil Wawancara Penulis dengan Pemilik dan Bagian Keuangan Return Space and Coffee	32
Gambar 4.3 Data <i>Insight</i> Content Interactions pada Akun Instagram Milik Return Space and Coffee	33
Gambar 4.4 Hasil Wawancara dengan Pelanggan (17 Pelanggan yang Mengikuti Akun Instagram dan Tiktok Return Space and Coffee)	34
Gambar 4.5 Konten Terakhir pada Akun Tiktok Return Space and Coffee	34

Gambar 4.6	Data aktivitas akun Tiktok Return Space and Coffee	35
Gambar 4.7	Hasil Wawancara Penulis dengan Pelanggan	36
Gambar 4.8	Wawancara dengan Head Barista Return Space and Coffee ...	37
Gambar 4.9	Wawancara dengan Bagian Marketing Return Space and Coffee	37
Gambar 4.10	Jarak Waktu Upload Konten Instagram Return Space and Coffee	38
Gambar 4.11	Jarak Waktu Upload Konten Tiktok Return Space	39
Gambar 4.12	Wawancara Penulis dengan bagian Event and Relationship Return Space and Coffee	40
Gambar 4.13	Dokumentasi Proses Wawancara	41
Gambar 4.14	Produk-Produk yang Akan dibuat Konten	43
Gambar 4.15	Desain Konsep Foto Produk	44
Gambar 4.16	Desain Konsep Video Singkat	44
Gambar 4.17	Proses Produksi Konten Foto Produk	45
Gambar 4.18	Proses Produksi Konten Video Singkat	45
Gambar 4.19	Hasil Produksi Konten Foto Produk	46
Gambar 4.20	Hasil Produksi Konten Video Singkat	47
Gambar 4.21	Bagian yang Perlu di Revisi Pada Foto Produk	48

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Kesepakatan Bimbingan
2. Lembar Bimbingan
3. Surat Permohonan Pengantar Penelitian
4. Surat Izin Pengambilan Data
5. Surat Persetujuan dari Perusahaan Penelitian
6. Lembar Kunjungan Mahasiswa
7. Lembar Konsep Desain Konten
8. Lembar Wawancara
9. Lembar Revisi
10. Lembar Tanda Persetujuan Revisi