

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MURABE *COFEE SHOP*
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**DELLI HALIMA THUSYADYA
NPM 0619 3060 1547**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MURABE COFEE SHOP
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**DELLI HALIMA THUSYADYA
NPM 0619 3060 1547**

Menyetujui,

**Palembang, Agustus 2022
Pembimbing II,**

Pembimbing I,

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

**Dr. Marieska Lapikawaty, S.E., M.M.
NIP 198103222003122001**

Menyetujui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

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

**Koordinator Prodi Jurusan
Administrasi Bisnis**

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
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 : Delli Halima Thusyadya
NIM : 0619 3060 1547
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Penerapan Strategi Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Murabe *Coffee Shop* Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan Akhir yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir tersebut bukanlah plagiat atau salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat atau menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir ini dan konsekuensinya.

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

Palembang, 2022
Yang Membuat Pernyataan,



Delli Halima Thusyadya
NPM 0619 3060 1547

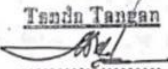

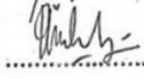
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Delli Halima Thusyadya
NPM : 0619 3060 1547
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Perkantoran
Judul Laporan Akhir : Penerapan Strategi Promosi Sebagai Upaya
Meningkatkan Penjualan Pada Murabe *Coffee*
Shop Palembang

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

Pada Hari :
Tanggal : Agustus 2022

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.Si Ketua Penguji	
2.	Al Hushori, S.E., M.AB Anggota Penguji		08/09 2022
3.	Mariskha Z., S.E., M.M Anggota Penguji		08/09/2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri. ~ QS. Al-Ankabut: 6”

*“Setiap kejadian dalam kehidupan adalah pembelajaran, pembelajaran yang memberikan kesan terbaik ataupun buruk.
Keduanya sama-sama memberikan hikmah dibalik semuanya. ”*

Kupersembahkan Kepada:

- ❖ **Mama dan Papa yang tidak pernah beristirahat dalam mendoakan, mendukung serta mengasihi.**
- ❖ **Teman-Teman Dbangku Perkuliahan**
- ❖ **Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan khadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Laporan Akhir ini penulis buat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul **“Penerapan Strategi Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Murabe *Coffee Shop* Palembang”** Laporan Akhir ini membahas tentang penerapan strategi promosi sebagai upaya meningkatkan penjualan pada Murabe *Coffee Shop* Palembang.

Penulis menyadari dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi penyajian bahasa maupun pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan di masa mendatang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua yang membacanya.

Palembang, Agustus 2022

Penulis



Delli Halima Thusyadya

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan, bimbingan, nasihat serta masukan berupa saran maupun ide. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Bapak Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., MSi. selaku pembimbing I yang telah membimbing, menasehati serta memberikan masukan berupa saran maupun ide dalam penyelesaian Laporan Akhir.
4. Ibu Dr. Marieska Lufikawaty, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah membimbing, menasehati serta memberikan masukan berupa saran maupun ide dalam penyelesaian Laporan Akhir.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Karyawan/Karyawati Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
6. Bapak Hazri selaku pemilik Murabe *Coffee Shop* yang telah membantu dalam memberikan data penelitian dalam penyelesaian Laporan Akhir.
7. Ibu dan Ayah, serta saudaraku Deri Agung Pratama dan kembaranku Della Iklima Sholeha yang telah memberikan penulis semangat serta dukungan tak terhingga dari awal hingga akhir, baik materil maupun non materil, serta doa yang dihaturkan untuk dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya.
8. Taufik Hidayat, yang telah menemani dari awal proses kuliah hingga akhir semester ini serta turut andil dalam memotivasi penulis dalam penggarapan Laporan Akhir ini, tanpanya saya pasti tidak semangat dalam usaha penggarapan dalam Laporan Akhir ini.

9. Serta teman seperjuangan saya yaitu kelas 6NF yang sudah memberikan support dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan ini.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang ikut membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia dan rahmat-Nya kepada kita semua Aamiin.

Palembang, Agustus 2022



Delli Halima Thusyadya
Penulis

ABSTRAK

Laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi promosi sebagai upaya meningkatkan penjualan pada Murabe *Coffee Shop*. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah dengan melakukan wawancara langsung. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data secara metode kualitatif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, strategi promosi Murabe *Coffee Shop* hanya melakukan strategi promosi dengan memberitahu tentang menu yang tersedia, info tentang jam tutup dan buka serta jadwal harian Murabe *Coffee Shop* melalui postingan *feeds* sosial media. Seiring berjalannya waktu, Murabe *Coffee Shop* mulai memaksimalkan penerapan strateginya dengan memanfaatkan fitur *instagram ads*, mengadakan *event tournament e-sport*, mendaftarkan Murabe *Coffee Shop* pada *google maps* serta melakukan penjualan langsung berupa produk kopi bubuk dalam kemasan siap konsumsi sehingga omset penjualan Murabe *Coffee Shop* melakukan peningkatan sebanyak 34%. Sehingga dengan terus memaksimalkan dan mengikuti perkembangan teknologi serta *trend* zaman dan aktif memanfaatkan media sosial guna menarik pengunjung Murabe *Coffee Shop*.

Kata Kunci: *Strategi, Promosi, Peningkatan Penjualan.*

ABSTRACT

This final report aims to find out how to implement promotional strategies as an effort to increase sales at Murabe Coffee Shop. The data collection method is used by conducting direct interviews. In this study the authors used data analysis qualitative method. Based on the research that has been done by the author, the promotion strategy of Murabe Coffee Shop only carries out a promotional strategy by informing about the available menus, information about closing and opening hours and the daily schedule of Murabe Coffee Shop through posting social media feeds. Over time, Murabe Coffee Shop began to maximize the implementation of its promotional strategy by utilizing the Instagram ads feature, holding e-sport tournament events, registering Murabe Coffee Shop on google maps and conducting direct sales in the form of powdered coffee products in ready-to-consume packaging so that the sales turnover of Murabe Coffee Shop increased by 34%. So that by continuing to maximize and follow technological developments and trends of the times and actively use social media to attract visitors to Murabe Coffee Shop.

Keywords: *Strategy, Promotion, Sales Increase.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan	4
1.4.1 Tujuan Penulisan.....	4
1.4.2 Manfaat Penulisan.....	4
1.5 Metodologi Penelitian.....	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.4 Metode Analisis Data	6

BAB II	TINJAUAN PUSATAKA	7
2.1	Konsep Dasar Pemasaran	7
2.1.1	Definisi Pemasaran	7
		Halaman
2.1.2	Bauran Pemasaran	7
2.1.3	Strategi Pemasaran	8
2.2	Konsep Dasar Strategi Promosi	9
2.2.1	Definisi Strategi Promosi	9
2.2.2	Indikator Strategi Promosi	9
2.2.3	Faktor Strategi Promosi	11
2.3	Konsep Dasar Penjualan	11
2.3.1	Definisi Penjualan	11
2.3.2	Tujuan Penjualan	11
2.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	12
2.4	<i>Coffee Shop</i>	13
BAB III	KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1	Sejarah Murabe <i>Coffee Shop</i>	13
3.2	Logo dan Motto	14
3.2.1	Logo Murabe <i>Coffee Shop</i>	14
3.2.2	Motto	15
3.3	Visi dan Misi Murabe <i>Coffee Shop</i>	15
3.3.1	Visi	15
3.3.2	Misi	15
3.4	Struktur Organisasi Murabe <i>Coffee Shop</i>	15
3.4.1	Struktur Organisasi	15
3.4.2	Rincian Pekerjaan	16
3.5	Produk dan Harga yang Ditawarkan Murabe <i>Coffee Shop</i>	16
3.6	Media Promosi pada Murabe <i>Coffee Shop</i>	18
BAB IV	PEMBAHASAN	20

4.1 Penerapan Strategi Promosi pada Murabe <i>Coffee Shop</i>	20
4.1.1 Iklan atau <i>Advertising</i>	20
4.1.2 Promosi Penjualan atau <i>Sales Promotion</i>	22
4.1.3 Publisitas	24
4.1.4 <i>Personal Selling</i> atau Penjualan Langsung	27
	Halaman
4.2 Setelah Memaksimalkan Strategi Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan pada Murabe <i>Coffee Shop</i>	29
4.3 Strategi Promosi Meningkatkan Penjualan	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Konsumsi Kopi di Kota Palembang	2
Tabel 3.1 Produk Minuman Murabe <i>Coffee Shop</i>	17
Tabel 3.2 Produk Makanan Murabe <i>Coffee Shop</i>	18
Tabel 4.1 Data Kerjasama Murabe <i>Coffee Shop</i>	28
Tabel 4.2 Realisasi Tabel Penjualan pada <i>Grand Opening</i> Murabe <i>Coffee Shop</i> Tahun 2018 Bulan Januari – Mei	32
Tabel 4.3 Realisasi Tabel Penjualan Murabe <i>Coffee Shop</i> Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan Kartu Nama Bisnis pada Tahun 2019 Bulan Januari – Mei	32
Tabel 4.4 Realisasi Tabel Penjualan Murabe <i>Coffee Shop</i> Memanfaatkan Pemesanan Via Whatsapp dan Instagram Tahun 2020 Bulan Januari – Mei	33
Tabel 4.5 Realisasi Tabel Penjualan Murabe <i>Coffee Shop</i> Memanfaatkan Penjualan Via <i>Whatsapp</i> dan Instagram Ditengah Ketatnya Peraturan PPKM di Tahun 2021 Bulan Januari – Mei	34
Tabel 4.6 Realisasi Tabel Penjualan Murabe <i>Coffee Shop</i> Sesudah Memaksimalkan Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan <i>Instagram Ads</i> , Berbagi Konten Reels Instagram dan Membuka <i>Event E-Sport</i> di Tahun 2022 Bulan Januari - Mei.....	35

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Logo <i>Murabe Coffee Shop</i>	14
Gambar 3.2 Struktur Organisasi <i>Murabe Coffee Shop</i>	15
Gambar 4.1 <i>Official Account Instagram Murabe Coffee Shop</i>	22
Gambar 4.2 Kupon Diskon.....	22
Gambar 4.3 Poster Diskon <i>Murabe Coffee Shop</i>	24
Gambar 4.4 Komunitas Motor <i>Sunday Morning</i> di <i>Murabe Coffee Shop</i>	25
Gambar 4.5 <i>Live Music</i> pada <i>Murabe Coffee Shop</i>	26
Gambar 4.6 <i>Murabe Coffee Shop</i> pada <i>Google</i>	28
Gambar 4.7 <i>Google Maps Murabe Coffee Shop</i>	27
Gambar 4.8 Kopi Bubuk Siap Konsumsi <i>Murabe Coffee Shop</i>	28
Gambar 4.9 Fitur <i>Instagram Ads Murabe Coffee Shop</i>	29
Gambar 4.10 Konten <i>Open Tournament Mobile Legend</i>	30
Gambar 4.11 Konten <i>Reels</i> pada Sosial Media <i>Instagram</i>	31
Gambar 4.12 Grafik Omset Penjualan <i>Murabe Coffee Shop</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2** Surat Balasan Izin Pengambilan Data (Lembar Disposisi)
- Lampiran 3** Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 4** Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5** Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6** Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7** Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8** Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 9** Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 10** Dokumentasi