

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA KOPILOKA SUMSEL PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**SARWONO
NPM 061930601537**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2022

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA KOPILOKA SUMSEL PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III Pada
Jurusan Administrasi Bisnis**

Politeknik Negeri Sriwijaya

Disusun Oleh:

**SARWONO
NPM 061930601537**

Menyetujui,

Palembang, Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

**M. Riska Maulana Eff, SE., M.Si
NIP 197812162006041003**

**Dr. Dewi Fadila, SE., M.M
NIP 197504212001122001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Koordinator Prodi Jurusan

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

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

SURAT PERYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarwono
NPM : 061930601537
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ DIII Administrasi BisnisMata
Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi poromosi dalam meningkatkan penjualan pada Kopiloka Sumsul 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 diketahuioleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2022
Yang membuat pernyataan,

Sarwono
NPM 061930601537

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Sarwono
NIM : 061930601537
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi dalam meningkatkan penjualan pada Kopiloka Sumsel Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada hari:

Tanggal :

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Pisial, S.E., M.Si</u> Ketua Penguji	_____	_____
2.	<u>Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M</u> Anggota Penguji	_____	_____
3.	<u>Elisa, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji	_____	_____

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang beriman dan berbuat kebajikan, bahwa untuk mereka (disediakan) surga-surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai. Setiap kali mereka diberi rezeki buah-buahan dari surga, mereka berkata, “Inilah rezeki yang diberikan kepada kami dahulu.” Mereka telah diberi (buah-buahan) yang serupa. Dan di sana mereka (memperoleh) pasangan-pasangan yang suci. Mereka kekal di dalamnya. (Q.S Al-Baqarah : 25)

**Kerja keras ada di balik mimpi yang besar. Iringi kerja keras itu dengan untaian doa pada Sang Pencipta karena tidak ada satu pun dapat terjadi kecuali atas kehendaknya
(Penulis)**

Kupersembahkan Untuk:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara**
- **Teman-teman kelas 6 NE 2019**
- **Para Dosen-dosen dan staff adm**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan kasih, karunia dan rahmat-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan baik.

Laporan Akhir ini berjudul. “Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada Kopiloka Sumsel Palembang”

Pada laporan ini penulis meneliti tentang. Strategi apa saja yang digunakan Kopiloka dalam meningkatkan hasil penjualan.

Saya menyadari bahwa Laporan Akhir ini tidak luput dari kekurangan dan kelemahan. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk membangun kesempurnaan pada Laporan ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi para pembaca.

Palembang, Juli 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan laporan akhir ini kami mengucapkan syukur kepada Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penulisan laporan akhir ini juga terwujud berkat adanya bimbingan, saran dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami ingin menyampaikan ucapan 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, SE., MM selaku Seketaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha S.E., M.M selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak M. Riska Maulana Eff, SE., M.Si. Selaku Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaga untuk membimbing, memberikan arahan, nasihat serta ilmu dalam penyelesaian Laporan ini.
6. Ibu Dr. Dewi Fadila, SE.,M.M Selaku Pembimbing II yang telah Memberikan Masukan, Saran serta nasihat dalam Penyelesaian Laporan ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Bapak Dedy Sutendy. Selaku pemilik Kopiloka sumsel Palembang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan kegiatan penelitian di. Kopiloka sumsel palembang
9. Orang tua dan saudara yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada saya baik materil maupun spiritual
10. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan di kelas 6 NE yang memberikan semangat, keceriaan dan dukungan kepada penulis
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan ini.

Kami berharap laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada kami mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu wa ta'ala. Aamii.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada Kopiloka Sumsel Palembang.

Penelitian dilakukan di *cafe* Kopiloka yang berlokasi di Jalan Demang Labar Daun, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30151. Pengambilan data dilakukan oleh peneliti secara langsung ke lapangan dan tanya jawab dengan. Bapak Dedy Sutendy selaku pemilik usaha Koploka sumsel tentang data yang diperlukan. Hasilnya kegiatan promosi dapat dilakukan dalam beberapa macam seperti melalui iklan, Promosi *personal selling* dan *media social*.

Strategi promosi yang dilakukan kopiloka sumsel dalam meningkatkan penjualan adalah Promosi melalui periklanan seperti. *Brosur*, Papan Nama, *Poster* kemudian promosi penjualan belih 2 (dua) gratis 1 (satu), *Discount*, *Cashback*, *GrabFood*, *Public Relation* dan melalui *media social instagram*.

Kata Kunci: Promosi Penjualan *Publisitas*, Pemasaran melalui *social media*.

ABSTRAK

The goal to be achieved by the author in this study is to find out how the promotion strategy in increasing sales at Kopiloka Sumsel Palembang.

The research was conducted at the Kopiloka cafe located on Jalan Demang Labar Daun, Kec. Ilir Bar. I, Palembang City, South Sumatra 30151. Data collection was carried out by researchers directly in the field and asked questions with. Mr. Dedy Sutendy as the owner of the South Sumatra Koploka business regarding the required data. As a result, promotional activities can be carried out in several ways, such as through advertising, personal selling promotions and social media.

The promotional strategy that is carried out by the South Sumatra Kopiloka in increasing sales is promotion through advertising such as. Brochures, Signboards, Posters then promotion of buying and selling 2 (two) free 1 (one), Discount, Cashback, GrabFood, Public Relations and through social media Instagram.

Keywords: Publicity Sales Promotion, Marketing through social media.

DAFTAR ISI

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 GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Ruang Lingkup penelitian.....	4
1.5.2 Jenis Sumber Data.....	4
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.4 Analisis Data.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Pengertian Promosi.....	7
2.1.3 Tujuan Promosi.....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	11
2.2 Media Sosial.....	12
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	12
2.2.2 <i>Instagram</i> (IG).....	13

2.2.3 Pengertian Brosur.....	14
2.3 Penjualan.....	14
2.3.1 Pengertian Penjualan.....	15
2.3.2 Konsep Penjualan.....	15
2.3.3 Tujuan Penjualan.....	16
2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	17
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN.....	19
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	21
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	21
3.2.1 Visi.....	21
3.2.2 Misi.....	21
3.3 Logo Perusahaan	21
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	21
3.4.1 Struktur Organisasi.....	23
3.5 Data-data.....	25
3.5.1 Produk-produk yang dihasilkan.....	23
3.5.2 Promosi yang digunakan Kopiloka Sumsel.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Strategi Promosi Periklanan.....	31
4.1.1 Penerapan Promosi Brosur	31
4.1.2 Penerapan Promosi Papan Nama	32
4.1.3 Penerapan Promosi Poster.....	34
4.2 Stertegi Promosi Penjualan	35
4.2.1. Penerapan Promosi Beli 2 (dua) Gratis 1 (satu).....	35
4.2.2. Penerapan Promosi <i>Discount</i>	36
4.2.3. Penerapan Promosi <i>Cashback</i>	37
4.2.4. Penerapan Promosi <i>GrabFood</i>	38
4.3 Penerapan Strategi Promosi <i>Personal Selling</i>	39
4.3.1 Penerapan Promosi <i>Diret Marketing</i>	40
4.4. Strategi Promosi <i>Public Relation Human</i>	41
4.4.1 Penerapan Promosi Koran	41
4.4.2 Peneran Promosi <i>Festival</i>	42
4.5. Penerapan Promosi <i>Instagram</i>	44
4.5.1 Penerapan Promosi Melalui <i>Link Tree</i>	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Konsumsi Bulan Januari – Mei.....	1
Gambar 3.1 Logo Perusahaan.....	21
Gambar 3.2 Sruktur Organisasi Kopiloka Sumsel Palembang.....	22
Gambar 3.4 <i>Espresso Based</i>	26
Gambar 3.5 <i>Manual Brew</i>	26
Gambar 3.6 Kopiloka <i>Signature</i>	27
Gambar 3.7 Produk Biji Kopi.....	28
Gambar 4.1 Brosur atau Poster.....	32
Gambar 4.2 Promosi Papan Nama.....	33
Gambar 4.3 Promosi Poster.....	34
Gambar 4.4 Promosi Beli 2 (dua) Gratis 1 (satu).....	36
Gambar 4.5 <i>Cashback</i>	38
Gambar 4.6 <i>Grab Food</i>	39
Gambar 4.7 <i>Direct Marketing</i>	40
Gambar 4.8 Koran.....	42
Gambar 4.9 <i>Festival</i>	43
Gambar 4.10 <i>Instagram</i>	44
Gambar 4.11 <i>LinkTree</i>	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Produk Minuman Kopiloka Sumsel.....	24
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan Pengambilan Data
Lampiran 2	Surat Izin Pengambilan Data
Lampiran 3	Surat Balasan Dari Kopiloka Sumsel Palembang
Lampiran 4	Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
Lampiran 5	Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
Lampiran 6	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
Lampiran 7	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
Lampiran 8	Lembar Kunjungan Mahasiswa
Lampiran 9	Daftar Wawancara
Lampiran 10	Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 11	Lembar Tanda Persetujuan Revisi