

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA TOKO SINGGALANG  
PARFUME PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

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

**OLEH:**

**TRIASNIKA APRILIANANTI  
NPM 061930601539**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2022**

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA TOKO SINGGALANG  
PARFUME PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**TRIASNIKA APRILIANANTI  
NPM 061930601539**

**Menyetujui,**

**Palembang, 16 Agustus 2022**

**Pembimbing II**

**Pembimbing I**

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si.  
NIP 197301312001121002**

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

**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., M.M  
NIP 198203242008012009**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI  
**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**  
JalanSrijaya 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 : Triasnika Apriliananti  
NPM : 061930601539  
Kelas : 6 NE  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Singgalang Parfume 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, Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Triasnika Apriliananti  
NPM 061930601539

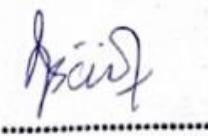


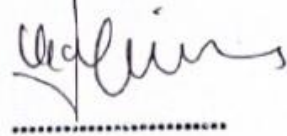
## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Triasnika Apriliananti  
NIM : 061930601539  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Singgalang Parfume Palembang

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

Pada Hari: Jum'at  
Tanggal: 12 Agustus 2022

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Lisnini, S.E., M.Si. Ketua Penguji	 .....	<u>12 Agustus 2022</u> .....
2.	Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si. Anggota Penguji	 .....	<u>12 Agustus 2022</u> .....
3.	Abd Hamid, S.E., M.M. Anggota Penguji	 .....	<u>12 Agustus 2022</u> .....
4.	Titi Andriyani, S.E., M.Si. Anggota Penguji	 .....	<u>12 Agustus 2022</u> .....

## **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*

*“Jangan pernah menyesali sehari dalam hidupmu. Hari-hari baik memberimu  
kebahagiaan dan hari-hari buruk memberimu pengalaman”*

**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 dan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan DIII Administrasi Bisnis.

Laporan akhir ini yang berjudul **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Singgalang Parfume Palembang”**. Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan Toko Singgalang Parfume dalam meningkatkan 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,      Juli 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 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 Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis.
5. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.S., selaku Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Riandi selaku pemilik Toko Singgalang Parfume Palembang.
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 saya dalam menuntut ilmu.
10. Sahabat serta teman-teman seperjuangan saya yaitu Ayu Febiola Putri, Oktaria Dwi Monica, Silvi Indriani yang selalu memberi motivasi dan semangat.

11. Teman-teman di kelas 6 NE Administrasi Bisnis yang sudah berjuang bersama dari awal hingga akhir ini.

12. 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, Juli 2022

Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada Toko Singgalang Parfume Palembang. Metodologi penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara kepada pemilik toko 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, berupa observasi dan wawancara serta melalui riset kepustakaan. Metode analisis yang digunakan penulis data yang diperoleh dari perusahaan yaitu metode analisis kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian Toko Singgalang Parfume telah menggunakan 3 strategi promosi yaitu periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Untuk periklanan menggunakan papan nama, instagram dan google bisnisku. Kemudian untuk promosi penjualan menggunakan kupon dan hadiah. Untuk hubungan masyarakat yang digunakan yaitu dengan membagikan *souvenir*. Strategi promosi yang paling efektif dilakukan Toko Singgalang Parfume adalah promosi penjualan yaitu dengan memanfaatkan kupon dan hadiah karena melalui media ini penjualan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada periklanan yang dilakukan Toko Singgalang Parfume sudah dilaksanakan tetapi dengan kata lain upaya yang dilakukan belum optimal karena pada setiap tahunnya mengalami fluktuasi kadang tercapai target kadang tidak.

*Kata kunci: Strategi Promosi, Penjualan*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the promotion strategy in increasing sales at the Singgalang Parfume Palembang store. 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, in the form of observations and interviews as well as through 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, the Singgalang Parfume Store has used 3 promotional strategies, namely advertising, sales promotion and public relations. For advertising use signage, instagram and google my business. Then for sales promotion using coupons and gifts. For public relations, it is used by distributing souvenirs. The most effective promotional strategy carried out by the Singgalang Parfume Store is sales promotion, namely by utilizing coupons and gifts because through this media sales have increased every year. In the advertising carried out by the Singgalang Parfume Store, it has been implemented but in other words the efforts made have not been optimal because each year it fluctuates, sometimes the target is achieved, sometimes not.*

*Keywords: Promotion Strategy, Sales*

## DAFTAR ISI

Halaman:

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Metodologi Penelitian .....	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.5.4 Analisis Data .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	10
2.2 Strategi Promosi .....	12
2.2.1 Pengertian Strategi .....	12
2.2.2 Pengertian Promosi .....	12

**Halaman:**

2.2.3 Tujuan Promosi .....	13
2.2.4 Bauran Promosi .....	15
2.2.5 Media Promosi .....	19
2.3 Promosi Penjualan .....	20
2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan .....	20
2.3.2 Dimensi Promosi Penjualan .....	21
2.4 Penjualan .....	23
2.4.1 Pengertian Penjualan .....	23
2.4.2 Tujuan Penjualan .....	23
2.4.3 Jenis-Jenis Penjualan .....	24
2.4.4 Tahap-Tahap Penjualan .....	25
2.4.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	26

**BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	29
3.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan .....	30
3.2.1 Visi Perusahaan .....	30
3.2.2 Misi Perusahaan .....	30
3.2.3 Logo Perusahaan .....	30
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	31
3.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	31
3.3.2 Pembagian Tugas .....	31
3.4 Macam-Macam Aroma Parfum pada Toko Singgalang .....	32
3.5 Aktivitas Promosi yang Dilakukan oleh Toko Singgalang .....	35

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Parfum .....	37
4.1.1 Strategi Promosi Melalui Periklanan .....	38
4.1.2 Strategi Promosi Melalui Promosi Penjualan .....	44
4.1.3 Strategi Promosi Melalui Hubungan Masyarakat .....	48

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran .....	50

**DAFTAR PUSTAKA .....** 52

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

### Halaman:

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penjualan pada Toko Singgalang Parfume 2017-2021 .....	3
Tabel 3.1 Aroma Singgalang Parfume .....	33
Tabel 3.2 Daftar Harga Singgalang Parfume .....	35
Tabel 4.1 Biaya Promosi pada Toko Singgalang Parfume Melalui Papan Nama Tahun 2017-2021 .....	40
Tabel 4.2 Biaya Kuota Internet pada Toko Singgalang Parfume Tahun 2017-2021 .....	44
Tabel 4.3 Biaya Promosi pada Toko Singgalang Parfume Melalui Promosi Penjualan Tahun 2017-2021 .....	47

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman:

Gambar 3.1 Logo Perusahaan .....	30
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Toko Singgalang Parfume .....	31
Gambar 4.1 Papan Nama Toko Singgalang Parfume .....	39
Gambar 4.2 Akun Instagram Toko Singgalang Parfume .....	41
Gambar 4.3 Caption dan Hastag .....	42
Gambar 4.4 Akun Google Bisnisku Toko Singgalang Parfume .....	43
Gambar 4.5 Kupon .....	45
Gambar 4.6 Hadiah .....	47
Gambar 4.7 Souvenir .....	48

## **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 Usaha Toko Singgalang Parfume
- Lampiran 11 Lembar Persetujuan Rivisi Laporan Akhir