

**STRATEGI PROMOSI MELALUI INSTAGRAM SARANA
WEDDING ORGANIZER DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendiidkan Diploma III Jurusan Administrasu Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**RAHMA DITA
NPM 062130601560**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2024**

**STRATEGI PROMOSI MELALUI INSTAGRAM SARANA
WEDDING ORGANIZER DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**RAHMA DITA
NPM 062130601560**

Menyetujui,

Palembang, 02 Agustus 2024

Pembimbing I,

**M. Riska Maulana Effendi, S.E., M.Si
NIP 197812162006041003**

Pembimbing II,

**Rini, S.E., M.AB
NIP 196012281990032002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

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

**Koordinator Program Studi
D.III Administrasi Bisnis**

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Dita
NPM : 062130601560
Jurusan/Program Studi : DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Melalui Instagram Sarana *Wedding Organizer* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan

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.

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

Palembang, 02 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Rahma Dita

NPM 062130601560

LEMBAR PENGESAHAN

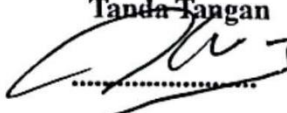
Nama : Rahma Dita
NPM : 062130601560
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Melalui Instagram Sarana
Wedding Organizer Dalam Meningkatkan Volume
Penjualan

Telah dipertabangkan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi D3 Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 02 Agustus 2024

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>M. Riska Maulana Effendi, S.E., M.Si</u> Ketua Penguji		<u>23/07/2024</u>
2.	<u>Dra. Esya Alhadi., M.M</u> Anggota Penguji		<u>23/07/2024</u>
3.	<u>Purwati, S.E., M.M</u> Anggota Penguji		<u>23/07/2024</u>
4.	<u>Silvana Oktanisa S.Ip., M.Si</u> Anggota Penguji		<u>23/07/2024</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“ Promosi Seperti Kehidupan, Setiap Langkah Kecil Membawa Hasil Besar.
Dalam Setiap Usaha yang Dilakukan dengan Konsistensi dan Kesabaran,
Terdapat Potensi untuk Mengubah Hal Kecil Menjadi Pencapaian yang
Luar Biasa.**

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NF 2024**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Strategi Promosi Melalui Instagram Sarana Wedding Organizer Dalam Meningkatkan Volume Penjualan”** tepat pada waktunya.

Penulis Laporan Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Diploma III (D3) di Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis. Laporan ini dibuat berdasarkan data yang diperoleh dari usaha Sarana *Wedding Organizer*.

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik, akan tetapi penulis menyadari terdapat kelemahan dan kekurangan baik dalam penyajian maupun isi dari penulisan Laporan Akhir ini. Hal ini terjadi karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kita semua.

Akhir kata, penulis berharap agar Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis.

Palembang, 02 Agustus 2024

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini saya 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. Beny Bandanadjaja, S.T., M.T selaku PLT Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, SE.,M.AB.,CPMA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., MM, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., MM selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Riska Maulana Effendi, S.E., M.Si Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dan nasihat sehingga mampu membimbing penulis dengan baik selama menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Ibu Rini, S.E., M.AB Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan nasihat sehingga mampu membimbing penulis dengan baik selama menyelesaikan Laporan Akhir.
7. Seluruh Dosen DIII Administrasi Bisnis, yang telah memberikan ilmu serta pembelajaran berharga kepada penulis selama menjalankan studi, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak serta Ibu Dosen.
8. Ibu Sheila Andriani Rizky, S.Pd. selaku Owner usaha Sarana *Wedding Organizer* yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melakukan penelitian Laporan Akhir di Sarana Wedding Organizer.
9. Seluruh karyawan Sarana *Wedding Organizer* yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian dalam Laporan Akhir ini.
10. Terima kasih kepada mama dan papa saya yang senantiasa memberi limpahan kasih sayang, doa, dukungan moril serta materil selama ini. Terima kasih atas

limpahan dan kasih sayang, juga kesabarannya yang tidak pernah usai membangkitkan kembali semangat hidup penulis.

11. Kakakku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan motivasi saat masuk kuliah sampai penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
12. Sahabat-sahabat tercintaku “BG” (Dinda, Nindi, dan Putri), Bids (Nikma, Denta, Ulpa, Farah, Eno, Nadya dan Juni), Siti Nursakinah dan Candra Rusli, terima kasih atas kebersamaan suka, duka, dan tawa yang tidak akan pernah terlupakan. Terima kasih juga atas segala masukan dan bantuan yang telah kalian berikan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
13. Sahabat seperjuangan Kelas 6NF yang telah bersama-sama untuk menggapai cita-cita, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan kenangan indah.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang dengan tulus telah memberikan bantuan dalam proses penyusunan Laporan Akhir ini.
15. Terima kasih kepada diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah terlibat memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga amal ibadah dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat limpahan balasan dari Allah SWT.

Palembang, 02 Agustus 2024

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi melalui Instagram yang diterapkan Sarana *Wedding Organizer* untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Kualitatif. Adapun sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer yaitu berupa observasi dan hasil wawancara bersama pemilik dan staff Sarana *Wedding Organizer* serta data sekunder berupa dokumentasi dan riset kepustakaan. Dari hasil penelitian ini maka didapatkanlah bagaimana target dan realisasi penjualan yang diperoleh oleh Sarana *Wedding Organizer*, strategi promosi yang diterapkan dalam mencapai target penjualan, serta hambatan dan upaya penanggulangan yang terjadi pada penggunaan Instagram sebagai media promosi. Penggunaan Instagram sebagai media promosi yang diterapkan oleh Sarana *Wedding Organizer* belum cukup maksimal karena belum pernah menggunakan Instagram Ads untuk mempromosikan jasa yang ditawarkan. Selain itu, konten yang diposting belum cukup menarik interaksi dari pengikut di Instagram. Sarana *Wedding Organizer* juga belum memanfaatkan website sebagai sarana promosi yang dapat meningkatkan target penjualan. Untuk meningkatkan efektivitas promosi, Sarana *Wedding Organizer* dapat mulai menggunakan Instagram Ads untuk memperluas jangkauan promosi, memanfaatkan website untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan profesional, serta mengevaluasi konten-konten pada akun Instagram @sarana_wedding agar lebih optimal dalam menarik lebih banyak minat calon konsumen sehingga target penjualan yang diharapkan dapat tercapai.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Instagram, Sarana Wedding Organizer, Target Penjualan, Konten

ABSTRACT

This study aims to determine how the promotion strategy through Instagram applied by Sarana Wedding Organizer to achieve the sales target that has been set. The research method used is Qualitative Method. The data sources in this study consist of primary data in the form of observations and interviews with the owners and staff of Sarana Wedding Organizer as well as secondary data in the form of documentation and library research. From the results of this study, it is obtained how the target and realization of sales obtained by Sarana Wedding Organizer, promotional strategies applied in achieving sales targets, as well as obstacles and countermeasures that occur in the use of Instagram as a promotional medium. The use of Instagram as a promotional media applied by Sarana Wedding Organizer has not been maximized enough because it has never used Instagram Ads to promote the services offered. In addition, the content posted has not attracted enough interaction from followers on Instagram. Sarana Wedding Organizer also has not utilized the website as a promotional tool that can increase sales targets. To increase the effectiveness of promotions, Sarana Wedding Organizer can start using Instagram Ads to expand the reach of promotions, utilize the website to provide more complete and professional information, and evaluate the content on the @sarana_wedding Instagram account to be more optimal in attracting followers.

Key Word : Promotion Strategy, Instagram, Sarana Wedding Organizer, Sales Target, Content

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Pihak Yang Kompeten (Keyinformant)	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Fungsi Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Tujuan Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Bauran Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pemasaran Digital.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengertian Pemasaran Digital	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Pengertian Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Pemasaran Melalui Media Sosial.....	21
2.4 Strategi Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Media Sosial Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Kelebihan Instagram Sebagai Media Promosi Bisnis	Error! Bookmark not defined.
2.7 Volume Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.1 Pengertian Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.2 Tujuan Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.7.3 Tingkat Penjualan	Error! Bookmark not defined.

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Visi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Misi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Motto Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Tujuan Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.

3.3	Logo dan Brand Sarana Wedding Organizer ..	Error! Bookmark not defined.
3.4	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas Sarana <i>Wedding Organizer</i>	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Struktur Organisasi Sarana Wedding Organizer	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Pembagian Tugas Pada Sarana <i>Wedding Organizer</i>	Error! Bookmark not defined.
3.5	Promosi Sarana Wedding Organizer Melalui Media Sosial Instagram	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Target Dan Realisasi Penjualan Pada Usaha Sarana Wedding Organizer	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Strategi Promosi Melalui Instagram dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Sarana Wedding Organizer	37
4.2	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Hambatan Dalam Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Dan Solusinya	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
5.2	SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 1.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Pada Sarana <i>Wedding Organizer</i> Dari Tahun 2020-2024	4
Tabel 4.1 Target dan Presentase Kenaikan Realisasi Penjualan Pada Sarana <i>Wedding Organizer</i> Dari Tahun 2020-2024	36

DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @sarana_wedding	2
Gambar 1.2 Engagement Sarana Wedding Organizer, 2024	3
Gambar 3. 1 Kantor Sarana <i>Wedding Organizer</i> ...	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 2 Logo Perusahaan Sarana <i>Wedding Organizer</i> .	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi Sarana <i>Wedding Organizer</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.4 Instgaram @sarana_wedding	33
Gambar 3.5 Postingan Instagram @sarana_wedding	33
Gambar 4. 7 Interaksi <i>Like</i> dan Komentar Pada Postingan..	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
3. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
4. Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
5. Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
6. Lembar Konsultasi Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
7. Lembar Konsultasi Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
8. Lembar Kunjungan Mahasiswa
9. Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
10. Lembar Revisi Laporan Akhir
11. Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
12. Hasil Wawancara Pengambilan Data Dengan Pemilik Usaha Sarana *Wedding Organizer*
13. Hasil Dokumentasi