

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM PENCAPAIAN TARGET
PENJUALAN PADA YONGMI PETSHOP**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Akademik
Pada Program Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH :

**NIKMATURRAHMAH
062130601557**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTASI BISNIS
PALEMBANG
2024**

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM PENCAPAIAN TARGET
PENJUALAN PADA YONGMI PETSHOP**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**NIKMATURRAHMAH
NPM 062139601557**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D
NIP 197801182005011002**

**Dr. Sari Lestari Z, M.Ec., CHE
NIP 198103222003122001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

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

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

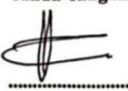
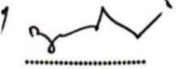
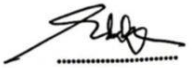
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nikmaturrahmah
NPM : 062130601557
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Penerapan Strategi Promosi Dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Yongmi Petshop

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

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 02 Agustus 2024

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D</u> Ketua Penguji		<u>23 - 7 - 2024</u>
2.	<u>Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M</u> Anggota Penguji		<u>23 - 7 - 2024</u>
3.	<u>Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M</u> Anggota Penguji		<u>23 - 7 - 2024</u>
4.	<u>Munparidi, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		<u>23 - 7 - 2024</u>

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nikmaturrahmah

NPM : 062130601557

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Administrasi Penjualan

Judul Laporan Akhir : Penerapan Strategi Promosi Dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Yongmi Petshop

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 tidak diketahui oleh pihak pihak yang berkepentingan.

Palembang, 02 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan,



Nikmaturrahmah
NPM 062130601557

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Setiap proses ada harganya. Nikmati lelahnya dan perpanjang kesabaranmu. Apa yang kamu investasikan untuk meraih impian mungkin tak selalu mulus, tapi rintangan-rintangan itu akan menjadi cerita yang berharga."

(Boy Chandra)

Kupersembahkan kepada:

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Penerapan Strategi Promosi Dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Yongmi Petshop”** 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 Yongmi Petshop.

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.

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, S.E.,M.AB.,CPMA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., MM, selaku Sektretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., MM, selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak M. Yusuf, S.E.,M.Si.,Ph.D Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dan nasihat sehingga mampu membimbing penulis dengan baik selama menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E. M.Ec.,CHE Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan nasihat sehingga mampu membimbing penulis dengan baik selama menyelesaikan Laporan Akhir.
7. Bapak Garnawan Pringgondani selaku Owner Yongmi Petshop yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melakukan penelitian Laporan Akhir di Yongmi Petshop.
8. Terima kasih kepada ayah dan ibu saya yang senantiasa memberikan limpahan kasih sayang, doa, dukungan moril serta materil selama ini. Terima kasih atas limpahan dan kasih sayang, juga kesabarannya yang tidak pernah usang membangkitkan kembali semangat hidup penulis.
9. Kakakku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan motivasi saat masuk kuliah sampai penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir.

10. Sahabat-sahabat tercintaku “BP” (Nia, Jujun, Yana dan Atya), Bids (Dita, Denta, Farah, Ulpa, Juni, Eno, Nadya), Siti Nursakinah, Sumantar Natawijaya, terima kasih atas kebersamaan suka, duka, dan tawa yang tidak pernah terlupakan. Terima kasih juga atas segala masukan dan bantuan yang telah kalian berikan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
11. 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.
12. Terima kasih kepada saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai dan terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah serta senantiasa menikmati prosesnya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih 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

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Yongmi Petshop, serta mengetahui strategi promosi yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan target penjualan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deksriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam laporan ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan riset kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan strategi promosi yang dilakukan oleh Yongmi Petshop adalah penerapan strategi promosi dalam pencapaian target penjualan. Yang pertama yaitu melalui periklanan seperti spanduk dan billboard yang kedua melalui informasi dari mulut ke mulut (*Worth of Mouth*) yang ketiga melalui promosi menggunakan media sosial. Dalam pengaplikasian startegi promosi, Yongmi Petshop akan tetap mempertahankan startegi konvensional dan media sosial yang sudah dijalani, namun Yongmi Petshop akan selalu memperbaiki kualitas dan juga mengikuti perkembangan teknologi dan tren pemasaran agar mampu beradaptasi dengan teknologi yang terbaru guna untuk membantu meningkatkan daya saing dan kesempatan dalam mencapai target penjualan. Faktor-faktor seperti kecocokan strategi dengan karakteristik pasar target, inovasi dalam penerapan promosi, dan respons konsumen terhadap strategi ini menjadi kunci kesuksesan dalam mencapai tujuan penjualan yang telah ditargetkan. Penelitian ini memberikan wawasan yang penting bagi pemilik usaha dan praktisi di industri ritel hewan peliharaan untuk merancang strategi promosi.

Kata kunci: Strategi, promosi, Target, penjualan, media sosial

ABSTRAK

The purpose of this study was to determine the application of promotional strategies carried out by Yongmi Petshop and to find out the right promotional strategy to use in increasing sales targets. The analysis technique used is qualitative descriptive analysis. The data used in this report are primary and secondary. The data collection methods used are interviews and library research. The results showed that the stages of the promotional strategy carried out by Yongmi Petshop are the application of promotional strategies in achieving sales targets. The first is through advertising such as banners and billboards, the second is through word-of-mouth information (word of mouth); and the third is through social media promotions. In applying promotional strategies, Yongmi Petshop will continue to maintain conventional strategy and social media that have been undertaken, but Yongmi Petshop will always improve quality and also keep up with technological developments and marketing trends to be able to adapt to the latest technology to help increase competitiveness and opportunities in achieving sales targets. Factors such as the fit of the strategy with the characteristics of the target market, innovation in the implementation of promotions, and consumer response to this strategy are key to success in achieving targeted sales goals. This research provides important insights for business owners and practitioners in the pet retail industry to design promotional strategies.

Keywords: strategy, promotion, target, sales, social media

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metodologi Penelitian	6
1.5.1 Ruang lingkup Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	7
1.5.4 Analisa Data	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Strategi Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran	12

2.1.4	Tujuan Pemasaran	13
2.1.5	Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	13
2.2	Promosi	16
2.2.1	Pengertian Promosi	16
2.2.2	Tujuan Promosi	16
2.2.3	Fungsi Promosi	17
2.2.4	Bauran Promosi	18
2.2.5	Media Promosi	19
2.2.6	Indikator Promosi	19
2.3	Penjualan	20
2.3.1	Pengertian Penjualan	20
2.3.2	Strategi Penjualan	21
2.3.3	Tujuan Penjualan	22

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2	Visi, Misi dan Motto Perusahaan	23
3.2.1	Visi Perusahaan	23
3.2.2	Misi Perusahaan	24
3.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	24
3.3.1	Struktur Organisasi Perusahaan	24
3.3.2	Pembagian Tugas	25
3.4	Strategi Promosi Yongmi Petshop	26
3.5	Biaya Promosi	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Target dan Realisasi Penjualan Yongmi Petshop	29
4.2	Tahapan Strategi Promosi oleh Yongmi Petshop	31
4.3	Pembahasan	37
4.3.1	Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial Instagram	37
4.3.2	Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial Facebook	39
4.3.3	Peran Media Sosial Instagram dan Facebook Yongmi Petshop dalam Meningkatkan Target Penjualan	40
4.3.4	Insight Instagram Yongmi Petshop	41
4.3.4.1	Akun yang dijangkau	41
4.4	Realisasi Penjualan	44
4.5	Evaluasi Insight Instagram Yongmi Petshop	45

BAB V KESIMPULAN SARAN

5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	50

DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Yongmi Petshop	4
Table 3.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Yongmi Petshop	23
Table 4.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Yongmi Petshop	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Yongmi Petshop Palembang	24
Gambar 4.1 Spanduk Yongmi Petshop	33
Gambar 4.2 Billboard Yongmi Petshop	34
Gambar 4.3 Feeds Instagram Yongmi Petshop	36
Gambar 4.4 Facebook Yongmi Petshop	37
Gambar 4.5.1 Akun yang dijangkau	41
Gambar 4.5.2 Jangkauan Kota	42
Gambar 4.5.3 Jangkauan Negara	42
Gambar 4.5.4 Rentang Usia	43
Gambar 4.5.5 Akun yang dijangkau	44
Gambar 4.6.1 Akun yang dijangkau	45
Gambar 4.6.2 Akun yang dijangkau	46
Gambar 4.6.3 Akun yang dijangkau	47
Gambar 4.6.4 Akun yang dijangkau	47

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 1
5. Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
7. Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
8. Lembar Kunjungan Mahasiswa
9. Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
10. Lembar Revisi Laporan Akhir
11. Daftar Wawancara Dengan Pemilik, karyawan dan konsumen Yongmi
Petshop
12. Hasil Dokumentasi