

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Kerupuk Kemplang Maulana 88 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:

**Faizah Addien Nabihah
NPM 062230601231**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2025

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus pada Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**FAIZAH ADDIEN NABIHAH
NPM 062230601231**

Menyetujui,

Palembang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

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

**Agung Anggoro Seto, S.E., M., Si
NIP 198906012019031016**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Dwi Riana, S.E., M.AB
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faizah Addien Nabihah
NPM : 062230601231
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan
(Studi Kasus Pada Kerupuk Kemplang Maulana 88 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 2025

Yang membuat pernyataan,


Faizah Addien Nabihah

NPM 062230601231

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faizah Addien Nabihah

NPM : 062230601231

Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

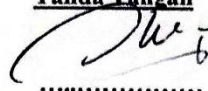
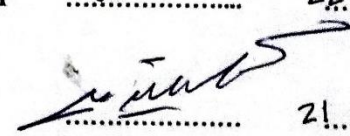
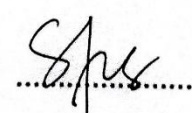
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan
(Studi Kasus pada Kerupuk Kemplang Maulana 88
Palembang)

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

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	M. Riska Maulana Effendi, S.E., M.Si Ketua Penguji		22 Juli 2025
2.	Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M Anggota Penguji		22 Juli 2025
3.	Haris Wilianto, S.H., M.H Anggota Penguji		21 Juli 2025
4.	Silvana Oktanisa, S.IP., M.Psi Anggota Penguji		22 Juli 2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kesuksesan dalam penjualan bukan tentang seberapa banyak yang ditawarkan,
tapi seberapa cerdas strategi promosi yang diterapkan”

-Faizah Addien Nabihah-

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Adik-adik ku**
- **Teman-teman terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 ND**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat serta karunia-Nya berupa pengetahuan hidayat sehingga laporan Akhir ini dapat selesai tepat pada waktunya. Sholawat beriring salam dicurahkan kepada hadirat Rasulullah SAW sebagai suri tauladan seluruh umat manusia yang telah berjuang dan membawa kita kejalan yang benar. Dalam laporan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moral maupun materi dalam mengerjakan Laporan Akhir ini.

Laporan ini berjudul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang)”. Laporan ini membahas mengenai peran strategi promosi, khususnya Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Pribadi, dalam mendorong peningkatan penjualan produk. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha dalam mengoptimalkan strategi promosi mereka

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak terkait.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan pihak-pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini saya banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T, selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak M. Riska Maulana Effendi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I Laporan Akhir serta Bapak Agung Anggoro Seto, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II Laporan Akhir yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
5. Seluruh Dosen Pengajar di Jurusan Admininistrasi Bisnis yang banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis selama penulis kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.
6. Bapak Khaiqal, selaku Pemilik saat ini usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang dan Bapak Maulana, selaku Pemilik sebelumnya usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang serta Seluruh Karyawan Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang yang telah memberikan bantuan dan dukungan.
7. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung, mendoakan, memberikan semangat serta bantuan baik berupa moril maupun materil, serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya untuk penulis dan motivasi dalam penyelesaian Laporan Akhir ini.

8. Seluruh Sahabat Penulis yang masih setia menemani dikala suka maupun duka serta selalu mendukung penulis.
9. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas ND Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat serta dukungan kepada penulis.

Semoga Allah SWT. dapat melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membahas segala kebaikan dan pengorbanan dari semua pihak yang mendukung dan membantu penulis selama ini. Semoga Laporan Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Penetapan strategi promosi yang tepat merupakan salah satu wujud upaya perusahaan untuk memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung kepada pelaku usaha, karyawan serta konsumen. Lalu observasi dengan mengamati perilaku dan situasi promosi yang digunakan dan dokumentasi yang dilakukan langsung di tempat Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan seperti diskon, bundling dan hadiah langsung memberikan dorongan pembelian yang signifikan dalam jangka pendek, sementara Penjualan Pribadi berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan melalui interaksi langsung. Periklanan juga efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau pasar yang lebih luas. Sinergi antara ketiga elemen promosi tersebut mampu meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Beberapa kendala yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi kurangnya pemanfaatan media digital secara optimal, keterbatasan anggaran promosi, serta kurangnya tenaga penjual yang profesional. Penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan mengoptimalkan program promosi sesuai momen strategis dan meningkatkan kemampuan tenaga penjual agar dapat memberikan pelayanan yang lebih personal dan efektif.

Kata kunci: Kemplang, Kerupuk, Strategi Promosi, Volume Penjualan

ABSTRACT

Determining the right promotional strategy is one of the company's efforts to win the competition. This study aims to determine the promotional strategy in increasing sales volume at Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang. This study uses a promotional mix approach (advertising, sales promotion, personal selling, public relations and direct marketing. The method used is qualitative with a case study approach. Data were collected directly to business actors, employees and consumers. Then observation by observing the behavior and promotional situations used and documentation carried out directly at the Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang location. The results of the study indicate that Sales Promotions such as discounts, bundling and direct gifts provide significant purchases in the short term, while Personal Selling helps significantly in building customer trust and loyalty through direct interaction. Advertising is also effective in increasing brand awareness and reaching a wider market. The synergy between the three promotional elements is able to increase sales volume significantly. Some of the obstacles found in this study include the lack of optimal use of digital media, limited promotional budget, and the lack of professional sales staff. This study recommends that companies optimize promotional programs according to strategic moments and improve the capabilities of sales staff to provide more personal and effective services.

Keywords: Kerupuk, Kemplang, Promotion Strategy, Sales Volume

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKHIR	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
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 Penelitian.....	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.
1.4.2.1 Manfaat Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
1.5.2.1 Data Primer	Error! Bookmark not defined.
1.5.2.2 Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.1 Riset Lapangan (<i>Field Research</i>)	Error! Bookmark not defined.
a. Wawancara	Error! Bookmark not defined.
b. Observasi.....	Error! Bookmark not defined.

c. Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.2 Riset Kepustakaan (<i>Library Research</i>) ..	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 <i>Keyinformant</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1.5.5.1 Studi Kasus.....	Error! Bookmark not defined.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengertian Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Tujuan Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.4 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.4.4 Hubungan Masyarakat dan Publisitas (<i>Public Relation and</i>	Error! Bookmark not defined.
<i>Publicity</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.4.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.5 Strategi Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Pengertian Strategi promosi	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Fungsi Strategi Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.6.1 Pengertian Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.6.2 Pengertian Volume Penjualan	Error! Bookmark not defined.

BAB III SEJARAH 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 Tujuan Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.

3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Pembagian Tugas.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.1 Pemilik usaha/owner	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.2 Bagian Keuangan	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.3 Bagian Admin.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.4 Penjaga Toko.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Produk dan Harga	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada	Error! Bookmark not defined.
Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	Error! Bookmark not defined.
a. Media Cetak	Error! Bookmark not defined.
b. Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2 Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)...	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Efektivitas Strategi Promosi terhadap Volume Penjualan	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Upaya Pengembangan Strategi Promosi	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Dampak Strategi Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan	Error! Bookmark not defined.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Karyawan Kerupuk Kemplang Maulana 88.....	26
Tabel 3.2	Nama Produk dan Harga Pada Kerupuk Kemplang Maulana 88.....	30
Tabel 4.1	Volume Penjualan Kerupuk Kemplang Maulana 88.....	33
Tabel 4.2	Volume Penjualan 1 Tahun Terakhir	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tempat Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88.....	3
Gambar 3.1	Lokasi Usaha.....	24
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Kerupuk Kemplang Maulana 88	27
Gambar 4.1	Spanduk Depan Toko dan Signboard.....	36
Gambar 4.2	Foto Profil Tokopedia	39
Gambar 4.3	Foto Profil Owner	40
Gambar 4.4	Pendekatan Langsung dengan Pelanggan.....	42
Gambar 4.5	Kupon Gratis.....	44
Gambar 4.6	Kerupuk/Kemplang Bonus	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2** Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3** Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4** Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5** Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6** Lembar Konsultasi Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7** Lembar Konsultasi Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8** Lembar Rekomendasi Seminar Proposal
- Lampiran 9** Lembar Revisi Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 10** Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 11** Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 12** Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 13** Lembar Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 14** Lembar Wawancara Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang
- Lampiran 15** Surat Izin Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang
- Lampiran 16** Dokumentasi Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang