

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT
PEMBELIAN PADA PT HABIBI DUTA ABADI**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**AISYAH RAHMA DINA
062230601339**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2025

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT
PEMBELIAN PADA PT HABIBI DUTA ABADI**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

AISYAH RAHMA DINA

062230601339

Menyetujui,

Palembang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sari L.Z. Ridho, S.E., MEc., CHE.
NIP 197705212006042001

Frianka Anindea, M.M.
NIP 199209252022032007

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Koordinator Bidang Studi
DIII Administrasi Bisnis,**

Dr. Sari L.Z. Ridho, S.E., MEc., CHE.
NIP 197705212006042001

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisyah Rahma Dina
NPM : 062230601339
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan
Minat Penjualan Pada PT Habibi Duta Abadi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/menyalin 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 bekepentingan.

Palembang, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Aisyah Rahma Dina
NPM 062230601339

LEMBAR PENGESAHAN

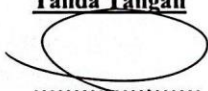
Nama : Aisyah Rahma Dina
NPM : 062230601339
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan
Minat Pembelian Pada PT Habibi Duta Abadi

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi 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.	Fernando Africano, S.E.I, M.Si Ketua Penguji		21-7-2025
2.	Dyi Riana, S.E., M.AB Anggota Penguji		21-7-2025
3.	Rizal Afif Abdullah Napitupulu, M.S.M Anggota Penguji		21-7-2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah-lelah itu
Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan
dirimu serupa yang kau impikan., mungkin tida akan selau berjalan lancar.
Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

*“Good has perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and
it takes a lot of faith, but it’s a worth to wait.”*

“Bila esok nanti sudah lebih baik, jangan lupakan masa-masa sulitmu.
Ceritakan kembali pada dunia, caramu merubah peluh jadi senyuman.”

(Admesh kamelang)

PERSEMBAHAN

“Laporan Akhir ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada kedua
orang tua, saudara-saudaraku, sahabat, teman-teman yang selalu memberikan
support dan almamater Politeknik Negeri Sriwijaya.”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pembelian Pada PT Habibi Duta Abadi”**. Laporan akhir ini disusun sebagai upaya untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar pada program studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan dalam pembuatan laporan akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Dalam Penulisan laporan akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik dalam penguraian kata-kata dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan akhir ini kedepannya. Semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik bagi perusahaan dan khususnya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang,.....



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan baik dan sesuai jadwal yang di tentukan. Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah membantu penyusunan Laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, MT. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari ZR, S.E., M.EC., CHE. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.A.B. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Sari Lestari ZR, S.E., M.EC., CHE. Dan Ibu Frianka Anindea, M.M. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, masukan, waktu dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Bapak Ahmad Habibi S.Tr.Par., M.Par., selaku *Head Of Public Relatiion & Research Development Officer* PT Habibi Duta Abadi Palembang yang telah memberikan izin dan bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
7. Seluruh Dosen pengajar dan staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama penulis mengikuti perkuliahan.
8. Kepada cinta pertama dan panutanku, Bapak Pirwanto terimakasih selalu berjuang untuk memenuhi kebutuhan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik, memotivasi, dan memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
9. Kepada Pintu Surgaku, Ibu Puspa terimakasih yang tidak henti-hentinya karena selalu memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan

studynya. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi Bapak dan Mamak.

10. Kepada saudaraku, yang tak kalah penting kehadirannya, Ayuk Widia Susanti dan Adek Kelvin Rinaldo. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan selalu berkontribusi dalam setiap proses penulis. Terimakasih telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah dan mengajarkan arti kesabaran.
11. Dan terimakasih kepada teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2022, terutama kelas NM yang saling memberikan dukungan, semangat dan rasa kekeluargaan kepada penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terkait dengan memberikan doa, serta dukungan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan-Nya Aamiin.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

PT Habibi Duta Abadi adalah sebuah perusahaan yang bergerak di sektor layanan perjalanan wisata dan berkomitmen untuk memberikan pengalaman perjalanan terbaik bagi konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen terhadap layanan yang ditawarkan. Salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan adalah kurang efektifnya metode pemasaran yang digunakan di platform media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode naratif, serta dianalisis menggunakan konsep bauran pemasaran 7P, yang mencakup produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil observasi langsung, wawancara, serta dokumentasi yang dilakukan di PT Habibi Duta Abadi. Sementara itu, data sekunder berasal dari referensi tertulis seperti buku dan literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang paling menonjol adalah strategi promosi. Implementasi strategi promosi ini dilakukan melalui pendekatan langsung ke sekolah-sekolah, lembaga-lembaga, serta melalui media sosial dan media cetak. Strategi promosi yang diterapkan oleh PT Habibi Duta Abadi terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

Kata Kunci: *Strategi, Bauran Pemasaran, Minat, Penjualan, Promosi*

ABSTRACT

PT Habibi Duta Abadi is a company engaged in the tourism service industry, committed to delivering the best possible travel experiences for its customers. This study aims to examine the marketing strategies implemented by the company to increase consumer purchasing interest in its services. One of the challenges faced by the company is the ineffective use of Instagram as a marketing platform. The research adopts a qualitative approach with a narrative method and is analyzed using the 7P marketing mix framework, which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence.

This research utilizes two types of data sources: primary and secondary data. Primary data were obtained through direct observation, interviews, and documentation conducted at PT Habibi Duta Abadi. Meanwhile, secondary data were collected from written references such as books and other relevant literature related to the research topic. The data collection techniques employed include observation, interviews, and documentation. Based on data analysis and discussion, it can be concluded that the most prominent marketing strategy is promotion. The implementation of this promotional strategy includes outreach to schools and institutions, as well as the use of social media and print media. The promotional efforts carried out by PT Habibi Duta Abadi have proven to positively influence consumer interest in making purchases.

Keywords: *Strategy, Marketing Mix, Interest, Sales, Promotion.*

DAFTAR ISI

	Halaman
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 TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
1.5 Metode Penelitian	6
1.5.1 Pendekatan Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
a. Data Primer	6
b. Data Sekunder	6
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	7
1.5.3.1 Studi Pustaka	7
1.5.3.2 Riset Lapangan	7
a. Wawancara (<i>Interview</i>)	7
b. Dokumentasi	8
1.5.4 Analisis Data	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran	10
2.2 Manajemen Pemasaran	11
2.3 Strategi	13
2.4 Strategi Pemasaran	14
2.5 Bauran Pemasaran	15
2.5.1 Konsep-Konsep Bauran Pemasaran	15
2.5.2 Ancaman Strategi Pemasaran	19
2.5.3 Menghdapi Persaingan	21
2.6 Minat Pembelian	22
2.7 Jasa	23
2.8 <i>Tour and Travel</i>	23
2.9 Penelitian Yang Relevan	24
BAB III SEJARAH UMUM PERUSAHAAN	27
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	27
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	28
3.2.1 Visi Perusahaan	28
3.2.2 Misi Perusahaan	28
3.2.3 Tujuan Perusahan	29
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	29
3.3.1 Struktur Organisasi	29
3.3.2 Pembagian Tugas	30
3.4 Aktivitas Objek Penelitian.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.2 Pembahasan Penelitian	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Paket Wisata Domestik dan Luar Negeri	
PT Habibi Duta Abadi	2
Tabel 1.2 Jumlah Postingan Instagram	4
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan	24
Tabel 4.1 Karakteristik Informan	35

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Interaksi Media Sosial Instagram	3
Gambar 1.2 Media Sosial Instagram	3
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	28
Gambar 3.3 Struktur Organisasi	29
Gambar 4.1 Harga Paket Domestik	38
Gambar 4.2 Harga Paket Internasional	38
Gambar 4.3 Media Sosial Instagram	39
Gambar 4.4 Media Sosial Tiktok	40
Gambar 4.5 Google Maps Perusahaan	42
Gambar 4.6 Kantor Usaha PT Habibi Duta Abadi	42
Gambar 4.7 Tata Letak Ruangan	48

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Izin Pengambilan Data
3. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
4. Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
5. Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
7. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
8. Lembar Kunjungan Mahasiswa
9. Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
10. Lembar Revisi Laporan Akhir
11. Lembar Tanda Persetujuan Laporan Akhir
12. Lembar Wawancara Pengambilan Data
13. Dokumentasi