

**EVALUASI STRATEGI PROMOSI PADA TOKO ORACLE&CO
PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

CITRA NURHALIZA

NPM 062230601367

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2025

**EVALUASI STRATEGI PROMOSI PADA TOKO ORACLE&CO
PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**CITRA NURHALIZA
NPM 062230601367**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Mariskha Z, S.E., M.M.
NIP 197805192006042001**

**Palembang, 1 Agustus 2025
Pembimbing II,**

**Septini Kumalaputri, S.E., M.B.A.
NIP 199109032022032013**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

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

**Dwi Riana, S.E., M.AB.
NIP 19901020202203201**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citra Nurhaliza
NPM : 062230601367
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Evaluasi Strategi Promosi pada Toko Oraqle&Co Palembang 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.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak pihak yang berkepentingan.

Palembang, 1 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Citra Nurhaliza
NPM 062230601367

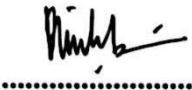
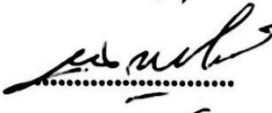
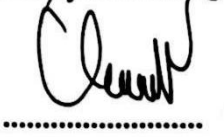
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Citra Nurhaliza
NPM : 062230601367
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Evaluasi Strategi Promosi pada Toko
Oraqle&Co. Palembang dalam meningkatkan
Volume Penjualan

**Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian 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.	Mariskha Z, S.E., M.M Ketua Penguji		21/7-2025
2.	Hendra Sastrawinata, S.E., M.M Anggota Penguji		21/7-2025
3.	Haris Wilianto, S.H., M.H Anggota Penguji		21/7-2025
4.	Welan Mauli Angguna, S.Psi., M.Si Anggota Penguji		
5.	Claudia Nurcahaya, S.E., M.M Anggota Penguji		22/7-2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Ilmu tanpa amal adalah sia-sia, amal tanpa ilmu adalah bencana."

Al-Ghazali

Kupersembahkan Kepada :

- **Kepada Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas NN**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul “Evaluasi Strategi Promosi pada Toko Oraql&Co Palembang dalam meningkatkan Volume Penjualan” ini dengan baik.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi, serta sebagai bentuk penerapan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan menjadi referensi yang berguna di kemudian hari.

Palembang 16 Jui 2025

Penulis,



Citra Nurhaliza

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, pengarahan, dorongan dan saran dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T. , selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB, selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Mariskha Z, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu penulis melalui bimbingan, saran, dan arahan yang sangat berarti selama proses penyusunan laporan ini. Penulis merasa sangat terbantu dengan masukan-masukan yang Ibu berikan, terutama dalam memperjelas arah penulisan dan menyempurnakan isi laporan. Terima kasih atas waktunya yang telah Ibu luangkan, juga atas kesabaran dalam membimbing dari awal hingga akhir.
6. Ibu Septini Kumalaputri, S.E.,M.B.A., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh perhatian telah memberikan panduan dan solusi saat penulis mengalami kebingungan maupun kendala dalam proses penyusunan. Setiap masukan dari Ibu sangat membantu penulis untuk memperbaiki bagian bagian laporan yang masih kurang tepat. Terima kasih atas bimbingan yang Ibu berikan, serta atas dorongan semangat yang membuat penulis bisa menyelesaikan laporan ini dengan lebih percaya diri.
7. Oraql&Co. Palembang yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan pengambilan data wawancara serta mendukung kelancaran proses

penelitian. Dukungan dari pihak Oraqle&Co. Palembang, baik kepala Toko, Kasir, dan Pramuniaga, sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan ini.

8. Kepada ayah, ibu, dan kakak, yang senantiasa memberikan penulis doa, dukungan, serta semangat, baik secara material maupun spiritual.
9. Terimakasih untuk Maisya Shabilla, Nurazizah Tirta Putri dan Anggun Atallaridha yang telah kebersamai penulis selama proses penulisan tugas akhir ini. Terimakasih sudah menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang terkadang tidak terduga, menjadi pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi orang yang selalu memberikan semangat dan meyakinkan penulis bahwa segala masalah yang dihadapi selama proses tugas akhir akan berakhir. Terimakasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan akhir ini. Saya menyadari bahwa laporan ini belum sempurna dan masih terdapat kekurangan serta kesalahan baik dari segi materi maupun penyajiannya. Karena itu, saya berharap saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca.

Palembang.....¹⁶ Juli 2025
Penulis

ABSTRAK

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, strategi promosi menjadi elemen penting dalam meningkatkan visibilitas merek dan volume penjualan, khususnya di sektor ritel pakaian. Oraqle&Co. Palembang sebagai salah satu pelaku industri fashion lokal menghadapi tantangan berupa lemahnya aktivitas promosi digital dan kurangnya konsistensi dalam kampanye pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas strategi promosi yang telah diterapkan oleh Oraqle&Co. Palembang serta mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan agar dapat menunjang pertumbuhan penjualan secara optimal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan masih belum optimal, terutama dalam pemanfaatan media sosial dan digital marketing. Meskipun terdapat peningkatan volume penjualan setelah pandemi, namun tidak sebanding dengan penurunan laba yang terjadi dalam tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukkan perlunya penyusunan strategi promosi yang lebih terstruktur, menarik, dan sesuai dengan preferensi pasar. Evaluasi ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen dalam merancang promosi yang lebih efektif ke depannya.

Kata Kunci: strategi promosi, volume penjualan, evaluasi, pemasaran digital.

ABSTRACT

In an era of increasingly competitive business, promotional strategies are a crucial element in increasing brand visibility and sales volume, particularly in the apparel retail sector. Oraql&Co. Palembang, as a player in the local fashion industry, faces challenges such as weak digital promotional activities and a lack of consistency in marketing campaigns. The purpose of this study is to evaluate the effectiveness of Oraql&Co. Palembang's promotional strategies and identify aspects that need improvement to support optimal sales growth. This study used a qualitative descriptive method with a case study approach and collected data through interviews, observations, and sales documentation. The results indicate that the promotional strategies implemented are still suboptimal, particularly in the utilization of social media and digital marketing. Although sales volume has increased after the pandemic, it is not commensurate with the decline in profits that has occurred over the past three years. This indicates the need for a more structured, engaging, and market-focused promotional strategy. This evaluation is expected to provide management with input in designing more effective promotions going forward.

Keywords: promotional strategy, sales volume, evaluation, digital marketing.

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 GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.5.1 Pendekatan Penelitian	7
1.5.2 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5.3 Jenis dan Sumber Data.....	8
1.5.4 Teknik Pengumpulan Data	8
1.5.5 <i>Keyinforman</i>	10
1.5.6 Teknik Analisis Data	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Evaluasi	13
2.1.1 Pengertian Evaluasi	13
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Evaluasi	14
2.2 Strategi Promosi	16
2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Promosi	17

2.4 Promosi.....	19
2.5 Indikator Promosi.....	20
2.6 Indikator Personal Selling	22
2.7 Volume Penjualan	23
2.7.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	24

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

1.1 Sejarah Singkat Oraqle&Co	26
1.2 Visi dan Misi Perusahaan	27
1.2.1 Visi Perusahaan	27
1.2.2 Misi Perusahaan	27
1.3 Struktur Organisasi.....	28
1.4 Jenis Produk Yang Dijual Oleh Oraqle&Co	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	34
4.1.1 Strategi promosi yang diterapkan pada toko Oraqle&Co	34
4.1.2 Hasil Wawancara	39
4.2 Pembahasan	41

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43

DAFTAR PUSTAKA	45
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Persentase Volume Penjualan Oraql&Co	4
Gambar 1.2 Grafik Persentase Laba Oraql&Co	4
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Toko Oraql&Co.....	29
Gambar 3.2 Produk Oraql&Co.....	33
Gambar 4.1 Akun Media Sosial dan Program Promosi Oraql&Co	38

DAFTAR LAMPIRAN

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