

**PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
PROMOSI DAN PENJUALAN PERCETAKAN DIGITAL
HOUSE KONVEKSI 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:

**M. BIMAS USSRI
NPM 062230601327**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2025**

**PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
PROMOSI DAN PENJUALAN PERCETAKAN DIGITAL
HOUSE KONVEKSI PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**M. BIMAS USSRI
NPM 062230601327**

Menyetujui,

Pembimbing I

**Fetty Maretha, SE.MM.
NIP 198203242008012009**

**Palembang, Juli 2025
Pembimbing II,**

**Fernando Africano, S.E.I., M.Si.
NIP 198704292020121004**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis,**

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Bimas Ussri
NIM : 062230601327
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Simulasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Peranan Media Sosial dalam Meningkatkan
Promosi dan Penjualan Percetakan Digital
House Konveksi 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 saya plagiat/salinan 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, 22 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



M. Bimas Ussri
NPM 062230601327

LEMBAR PENGESAHAN

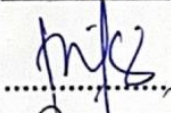
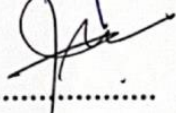
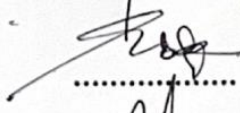
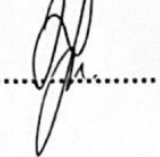
Nama : M. Bimas Ussri
NPM : 062230601327
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Simulasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Peranan Media Sosial dalam Meningkatkan Promosi dan Penjualan Percetakan Digital House Konveksi Palembang

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

Pada Hari: Jum'at

Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Fetty Maretha, SE.MM. Ketua Penguji		08 Agustus 2025
2.	Dr. Heri Setiawan, S.E., MAB., CPMA. Anggota Penguji		07 Agustus 2025
3.	Munparidi, S.E., M.Si. Anggota Penguji		5 Agustus 25
4.	Andriansyah Bari, S.IP., M.AB. Anggota Penguji		04 Agustus 2025

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan"

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Aku percaya bahwa tidak ada usaha yang sia-sia. Sekecil apa pun langkah hari ini, akan berarti besar di masa depan. Jika hari ini sulit, maka esok akan lebih kuat. Yang penting bukan sempurna, tapi terus berjuang.”

(Penulis)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua Tercinta**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat terdekat ku**
- **Dosen Jurusan Administrasi Bisnis**
- **Teman Seperjuangan**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat limpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Peranan Media Sosial dalam Meningkatkan Promosi dan Penjualan Percetakan Digital House Konveksi Palembang”.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis. Topik ini diangkat karena media sosial, khususnya Instagram, saat ini memiliki pengaruh besar dalam strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha, termasuk pada usaha percetakan. Penulis berusaha menjelaskan bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat promosi yang efektif dan menganalisis dampaknya terhadap peningkatan penjualan.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dapat menjadi acuan bagi penulis di masa yang akan datang dan penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk dan masukan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, SE, M.Ec, CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
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 D3 Administrasi Bisnis.
5. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Pembimbing I Penulis yang telah mengarahkan dan membantu Penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Fernando Africano, S.E.I., M.Si., selaku Pembimbing II Penulis yang telah mengarahkan dan membantu Penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Diki Kurniadi selaku pemilik Percetakan Digital House Konveksi Palembang yang telah memberikan kesempatan, bantuan serta dukungan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Almarhumah Mama tercinta yang meskipun telah tiada, kasih sayang, doa, dan nilai-nilai yang beliau tanamkan senantiasa menjadi kekuatan

dan motivasi dalam setiap langkah penulis, termasuk dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.

10. Papa tercinta yang memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti. Keteguhan dan kerja keras Ayah menjadi inspirasi besar bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini hingga tuntas.
11. Saudara-saudaraku tersayang Mba Vifhin dan Mba Shinta yang selalu memberikan dukungan, dorongan, dan semangat yang terus diberikan. Kehadiran dan perhatian mereka menjadi motivasi tersendiri bagi penulis untuk tetap maju dan menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan penuh semangat.
12. Sahabat dan orang terkasih yang selalu hadir memberi semangat, dorongan positif, dan menemani proses ini dengan penuh pengertian. Kehadiran dan perhatiannya menjadi salah satu motivasi besar dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
13. Teman-teman seperjuangan.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola promosi usaha, termasuk di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peranan media sosial, khususnya Instagram, dalam meningkatkan promosi dan penjualan pada Digital House Konveksi Palembang, sebuah UMKM yang bergerak di bidang jasa percetakan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memberikan dampak positif terhadap usaha, antara lain meningkatkan jangkauan konsumen tanpa batasan wilayah, menekan biaya promosi, memperkuat *Branding*, dan mendorong komunikasi dua arah antara pelaku usaha dan pelanggan. Selama periode promosi digital, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut akun, interaksi konsumen, serta pesanan yang diterima. Namun, beberapa hambatan yang dihadapi meliputi kurangnya pengetahuan digital pemilik usaha, konsistensi konten yang belum terjaga, dan persaingan yang ketat di *Platform* digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, jika dimanfaatkan secara optimal, menjadi alat promosi yang efektif dan efisien bagi UMKM. Pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara konsisten dapat mendukung pertumbuhan usaha dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Kata kunci: Instagram, promosi, penjualan, UMKM, media

ABSTRACT

The development of information technology has changed business promotion patterns, including in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) sector. This study aimed to analyze the role of social media, particularly Instagram, in increasing promotion and sales at Digital House Konveksi Palembang, an MSME engaged in printing services. This research used a descriptive qualitative method with observation, interviews, and documentation as data collection techniques. The results showed that the use of Instagram had a positive impact on the business, such as expanding customer reach beyond geographical limits, reducing promotion costs, strengthening branding, and encouraging two-way communication between business owners and customers. During the digital promotion period, there was a significant increase in account followers, consumer interaction, and the number of orders received. However, several obstacles were encountered, including the owner's lack of digital literacy, inconsistent content management, and intense competition on digital platforms. This study concluded that social media, if used optimally, could become an effective and efficient promotional tool for MSMEs. The consistent use of Instagram features supported business growth and increased customer loyalty in the long term.

Keywords: social media, Instagram, digital promotion, MSME, sales

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTO 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	1
1. 2 Rumusan Masalah	5
1. 3 Ruang Lingkup Permasalahan	5
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 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	8
1.5.4 Teknik Analisis Data	9
1.5.5 Alur Pelaksanaan Kegiatan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2. 1	Konsep Dasar Sistem Promosi Melalui Media Sosial	11
2.1.1	Pengertian Promosi	11
2.1.2	Tujuan dan Fungsi Promosi	11
2.1.3	Bentuk-Bentuk Promosi	12
2. 2	Konsep <i>Marketing Mix</i> dalam Promosi Media Sosial	12
2.2.1	Pengertian <i>Marketing Mix</i>	12
2.2.2	Peranan <i>Marketing Mix</i> dalam Promosi Media Sosial.....	14
2. 3	Media Sosial sebagai Sarana Promosi UMKM	15
2.3.1	Pengertian Media Sosial.....	15
2.3.2	Peranan Media Sosial dalam Meningkatkan Promosi dan Penjualan.....	16
2.3.3	Instagram sebagai Media Promosi	17
2. 4	Strategi Promosi Media Sosial.....	17
2.4.1	Strategi Promosi Melalui Instagram	18
2.4.2	<i>Testimoni</i> Pelanggan dalam Promosi	18
2. 5	Tujuan Sistem Promosi Media Sosial	19
2.5.1	Meningkatkan Visibilitas dan Jangkauan Usaha	19
2.5.2	Meningkatkan Penjualan dan Loyalitas Pelanggan	19
2. 6	Hambatan dalam Promosi Media Sosial	20

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3. 1	Sejarah Singkat Perusahaan	21
3.1.1	Nilai yang Dapat Mempengaruhi Calon Pelanggan.....	22
3.1.2	Layanan Perusahaan.....	23
3.1.3	Logo Perusahaan	24
3. 2	Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	25
3.2.1	Visi Perusahaan.....	25
3.2.2	Misi Perusahaan	25
3.2.3	Tujuan Perusahaan	25
3. 3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	26

3.3.1	Struktur Organisasi Perusahaan	26
3.3.2	Pembagian Tugas	26
3. 4	Aktivitas di Objek Penelitian Terkait dengan Topik	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4. 1	Hasil Penelitian	34
4.1.1	Menjangkau Konsumen Lebih Luas Tanpa Batasan Wilayah dan Waktu	34
4.1.2	Biaya Promosi yang Lebih murah.....	38
4.1.3	Interaksi Langsung dengan Konsumen	39
4.1.4	Penguatan Citra Merek (<i>Branding</i>).....	40
4.1.5	<i>Testimoni</i> Pelanggan	42
4.1.6	Hasil Wawancara	43
4.1.7	Peningkatan Jumlah Pemesanan	45
4. 2	Pembahasan	46
4.2.1	Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Promosi dan Penjualan.....	46
4.2.2	Hambatan Hambatan yang Dihadapi dalam Menggunakan Media Sosial	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5. 1	Kesimpulan	50
5. 2	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 1. 1	Data Penjualan Sebelum Dilakukan Promosi Media Sosial Secara Aktif pada Percetakan Digital House Konveksi Palembang.....	3
Tabel 4. 1	Data Penjualan Setelah Aktif Menggunakan Promosi Media Sosial	44

DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar 1. 1 Tampilan Awal Instagram Sebelum Dilakukan Promosi Digital Secara Aktif	4
Gambar 1. 2 Alur Pelaksanaan Kegiatan	10
Gambar 3. 1 Logo Digital House Konveksi Palembang	24
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Digital House Konveksi Palembang	26
Gambar 3. 3 Penulis Menyusun Tampilan Agar Lebih Tertata dan Menarik	28
Gambar 3. 4 Pengambilan Foto Produk dan di Posting Melalui Instagram sebagai Promosi	29
Gambar 3. 5 Konten Promosi dan Diskon untuk Menarik Pembeli	30
Gambar 3. 6 Teman dan Keluarga Membantu Mempromosikan Akun Instagram	31
Gambar 3. 7 <i>Testimoni</i> Pelanggan yang Telah menggunakan layanan @digitalhousekonveksi.plg	32
Gambar 3. 8 Penulis Sedang Merespons Calon Pembeli	33
Gambar 4. 1 Tampilan Akun Instagram Sebelum Dikelola	35
Gambar 4. 2 Tampilan Akun Instagram Setelah Dikelola	36
Gambar 4. 3 <i>Screenshoot Insight</i> Akun Instagram	37
Gambar 4. 4 <i>Screenshoot</i> Peningkatan Jumlah Tayangan dan <i>Like</i>	37
Gambar 4. 5 <i>Screenshoot Chat</i> dengan Pelanggan	40
Gambar 4. 6 Memposting Konten Menarik untuk Penguatan Citra Merek (<i>Branding</i>)	41
Gambar 4. 7 <i>Testimoni</i> dari Pelanggan yang Pesan <i>Goodie Bag Free</i> Sablon	42
Gambar 4. 8 <i>Testimoni</i> dari Pelanggan yang Mencetak <i>Banner</i>	43
Gambar 4. 9 Dokumentasi Wawancara Bersama Pemilik Toko	44
Gambar 4. 10 Dokumentasi Wawancara Bersama Pelanggan	45

DAFTAR LAMPIRAN

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