

**PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PROMOSI  
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
PADA RESTORAN SAKURAKITA PALEMBANG**



**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan  
Diploma III Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Disusun Oleh:  
Tri Meilinda  
061530601158**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG**

**2018**

**PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PROMOSI  
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
PADA RESTORAN SAKURAKITA PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

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

Disusun Oleh:  
**TRI MEILINDA**  
0615 3060 1158

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. H. Markoni Badri, S.E., M.BA.**  
NIP 196103251989031001

**Lisnini, S.E., M.Si.**  
NIP 195904211989102001

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**



**Dr. As. Jafaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M.**  
NIP 196008061989101001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
Jalan Srijaya Negara Bukit Besar, Palembang 30139  
Telepon: 0711-353414 Email:



### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Meilinda  
NPM : 0615 3060 1158  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Alat  
Promosi Dalam Meningkatkan Volume  
Penjualan Pada Restoran Sakurakita 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 bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila laporan saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsukuensinya.

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

Palembang, 2018

Yang membuat pernyataan



Tri Meilinda  
0615 3060 1158

### LEMBAR PENGESAHAN





Nama Mahasiswa : Tri Meilinda  
NIM : 061530601158  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Akhir : Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Restoran Sakurakita Palembang,

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Prodi Administrasi Bisnis  
Dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at

Tanggal: 3 Agustus 2018

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Rini, S.E., M.A.B.</u> Ketua		8 Agustus 2018
2.	<u>Dra. Elvia Zahara, M.M.</u> Anggota		8 Agustus 2018
3.	<u>Dr. Paisal, S.E., M.Si.</u> Anggota		9 Agustus 2018
4.	<u>Purwati, S.E., M.M.</u> Anggota		3 Agustus 2018

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Sebuah usaha yang baik itu dimulai dari strategi promosi yang baik pula, jadikanlah strategi promosi sebagai tulang untuk tetap berdirinya usaha untuk kini dan masa depan, karena mempertahankan yang telah berdiri lebih sulit daripada membangunnya”

### **Kupersembahkan Untuk:**

- Kedua Orang Tuaku Tercinta
- Saudaraku Tersayang
- Kedua Pembimbingku
- Dosen-dosen ku
- Teman Seperjuangan 6ND
- Almamaterku yang kubanggakan

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir selesai tepat waktunya. Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana peranan media sosial instagram sebagai alat promosi dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, Sehingga judul laporan akhir ini yaitu **“Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Restoran Sakurakita Palembang”**.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan pada penyusunan laporan ini sehingga terdapat kekurangan dan kekeliruan baik dalam penulisan maupun penyajiannya. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar laporan ini menjadi lebih sempurna.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat berguna serta bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Palembang, Juli 2018

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak A. Jalaluddin Sayuti, S.E., Hum., Res. M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Dr. H. Markoni Badri, S.E.,MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan akhir.
5. Ibu Lisnini, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan akhir.
6. Ibu Nisya Intan Rachmani selaku pemilik Restoran Sakurakita Palembang.
7. Seluruh Karyawan di Restoran Sakurakita Palembang.
8. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Karyawan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
9. Kedua orang tua dan Saudaraku yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menuntut ilmu serta memberikan kasih dan sayangnya yang tulus selama ini.
10. Sahabatku di Ma'had Badar, yang telah senantiasa memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.

11. Teman-teman seperjuangan yang menjadi tempat berbagi dan berkeluh kesah (Dwi, Hind, Ernita, Desy, Anggun dll).

12. Rekan-rekan Kelas 6 ND dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan laporan ini.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT, dan harapan penulis semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin

Palembang, Juli 2018

Penulis



## **ABSTRAK**

Judul dari Laporan Akhir ini ialah Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Restoran Sakurakita Palembang. Tujuan penulisan laporan akhir ini yaitu untuk mengetahui apakah peranan media sosial instagram sebagai salah satu alat promosi dapat meningkatkan penjualan pada Restoran Sakurakita Palembang dan untuk mengetahui strategi promosi apa saja yang diterapkan pada Restoran Sakurakita Palembang dengan menggunakan media sosial instagram. Analisis data yang digunakan dalam laporan ini adalah deskriptif kualitatif, dan penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan riset kepustakaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram sebagai salah satu alat promosi sudah efektif dan efisien, dapat dilihat dari data penjualan perusahaan yang menunjukkan peningkatan dari awal penggunaan media sosial instagram hingga 2017 terjadi peningkatan volume penjualan. Media sosial instagram sangat berperan sebagai alat promosi karena dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan juga strategi promosi yang digunakan dalam media sosial instagram sudah baik, untuk tetap mempertahankan konsumen maka penulis menyarankan pihak perusahaan terus aktif terhadap penggunaan media sosial instagram, dan menambah alat promosi lain yang ada di instagram seperti instagram ads dan endorse selebgram.

**Kata kunci: Promosi, Media Sosial, Volume Penjualan**

## **ABSTRACT**

Title of this Final Report is the Role of Social Media Instagram as a Promotion Tool in Increasing Sales Volume at Sakurakita Restaurant Palembang. The purpose of writing this final report is to determine whether the role of social media instagram as one of the promotional tools can increase sales at Sakurakita Restaurant Palembang and to find out what promotion strategy applied to Sakurakita Palembang Restaurant by using social media instagram. The data analysis used in this report is descriptive qualitative, and this research is done by interview method, observation and library research. The results of this study show that the use of social media instagram as one of the promotional tool has been effective and efficient, can be seen from company sales data showing the increase from the beginning of the use of social media instagram until 2017 an increase in sales volume. Social media instagram very role as a promotional tool because it can interact directly with consumers and also promotional strategies used in social media instagram is good, to keep consumers so the authors suggest the company continues to be active against the use of social media instagram, and add other promotional tools which is in instagram like instagram ads and endorse selebgram.

**Keywords: Promotion, Social Media, Sales Volume**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Metodologi Penelitian .....	8
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....	8
1.5.4 Analisis Data .....	9

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Promosi .....	11
2.1.1 Pengertian Promosi .....	11
2.1.2 Tujuan Promosi .....	12
2.1.3 Fungsi Promosi .....	13

2.1.4 Strategi Promosi .....	16
2.1.5 Promosi Penjualan .....	16
2.1.6 Promotional Mix .....	16
2.2 Media Sosial .....	18
2.2.1 Pengertian Media Sosial .....	18
2.2.2 Peran Media Sosial .....	19
2.2.3 Fungsi Media Sosial .....	20
2.2.4 Tujuan Media Sosial .....	21
2.2.5 Macam-Macam Media Sosial .....	21
2.3 Instagram .....	22
2.3.1 Fitur Instagram .....	24
2.3.2 Strategi Promosi Melalui Instagram .....	27

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	30
3.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	32
3.3 Struktur Organisasi .....	32
3.4 Uraian Tugas .....	32
3.5 Produk yang dijual .....	35
3.6 Aktivitas Penjualan .....	36
3.6.1 Aktivitas Penjualan .....	36
3.6.2 Aktivitas Promosi .....	39
3.7 Hasil Wawancara Pada Restoran Sakurakita Palembang.....	40

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil .....	44
4.2 Pembahasan.....	45
4.2.1 Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Restoran Sakurakita Palembang .....	45
4.2.2 Strategi Promosi yang di Terapkan pada Restoran Sakurakita Palembang dengan Menggunakan Media Sosial .....	55
4.2.3 Perbandingan Tabel Total Target dan Realisasi Penjualan pada Restoran Sakurakita Palembang Sebelum dan Sesudah Menggunakan Media Sosial .....	60

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran .....	66

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
-----------------------------	-----------

## LAMPIRAN

### DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Pemesanan Melalui Media Sosial Instagram, Nomor Telepon dan Facebook .....	5
Tabel 3.1 Perbandingan Pemesanan Melalui Media Sosial Instagram, Nomor Telepon dan Facebook .....	35
Tabel 3.2 Target dan Realisasi Penjualan Sebelum Menggunakan Media Sosial Instagram Restoran Sakurakita Palembang Tahun 2012-2017 .....	37
Tabel 3.3 Target dan Realisasi Penjualan Sesudah Menggunakan Media Sosial Instagram Restoran Sakurakita Palembang Tahun 2012-2017 .....	37
Tabel 3.4 Hasil Wawancara pada Restoran Sakurakita Palembang .....	39
Tabel 4.1 Pemesanan Melalui Media Sosial Instagram, Nomor Telepon dan Facebook .....	59
Tabel 4.2 Target dan Realisasi Penjualan Sebelum Menggunakan Media Sosial Instagram Restoran Sakurakita Palembang Tahun 2012 .....	60
Tabel 4.3 Target dan Realisasi Penjualan Sebelum Menggunakan Media Sosial Instagram Restoran Sakurakita Palembang Tahun 2012-2017 .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Restoran Sakurakita Palembang .....	32
Gambar 4.1 Tampilan Profile Instagram Restoran Sakurakita .....	60
Gambar 4.2 Foto Menu Makanan yang dijual pada akun Instagram .....	62
Gambar 4.3 Contoh Foto Menu Baru dan Keterangan yang di upload pada Instagram .....	63
Gambar 4.4 Foto Konsumen pada Restoran Sakurakita Palembang .....	64
Gambar 4.5 Foto Syarat-syarat mengikuti Giveaway .....	68
Gambar 4.6 Informasi Diskon .....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 7 Surat Balasan Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Perusahaan