

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KONSUMEN PADA KOPILOKA SOCIAL SPACE
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:

**WAHYUNI PUTRI HIDAYATULLAH
NPM 061830601073**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2021**

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KONSUMEN PADA KOPILOKA SOCIAL SPACE
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:

**WAHYUNI PUTRI HIDAYATULLAH
NPM 061830601073**

Menyetujui,

**Palembang, Agustus 2021
Pembimbing II.**

Pembimbing I,

**Yahya, S.E., M.Si.
NIP 195805081990031002**

**Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.S.
NIP 19580508199003100**

Mengetahui,

**Mengetahui I,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Heri Setiawan, S.E., MAB.
NIP 197602222002121001**

**Mengetahui II,
Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., MM.
NIP 198203242008012009**



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyuni Putri Hidayatullah
NIM : 061830601073
Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis / DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah
Konsumen Pada Kopiloka Social Space
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, Juli 2021

nyataan,

METERAI TEMPEL
9526AJX335820068
Wahyuni Putri Hidayatullah
NPM 061830601073

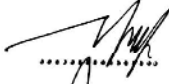



LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Wahyuni Putri Hidayatullah
NPM : 061830601073
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada Kopiloka Social Space Palembang

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

Pada hari: Kamis

Tanggal: 05 Agustus 2021

<u>No.</u>	<u>Nama Penguji</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Yahya, SE, M.Si</u> Ketua Penguji		6 Agustus 2021
2.	<u>Dr. Marieska Lufikawaty, SE.,MM</u> Anggota Penguji		6 Agustus 2021
3.	<u>H. Hendra Sastrawinata, SE.,MM</u> Anggota Penguji		6 Agustus 2021
4.	<u>Elisa, SE., M.Si</u> Anggota Penguji		6 Agustus 2021

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.”

~ Albert Einstein

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara Perempuan**
- **Sahabat-Sahabat Terbaik Ku**
- **Teman Seperjuangan 6 NF**
- **Almamater Tercinta**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, berkah dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Laporan akhir ini penulis buat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Politeknik Negeri Sriwijaya. Adapun judul laporan akhir yang dibahas yaitu **Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada Kopiloka Social Space Palembang.**

Penelitian ini di laksanakan pada Kopiloka Social Space Palembang, disini penulis ingin mengetahui bagaimana strategi periklanan, promosi penjualan dan publisitas yang digunakan pada Usaha Kopiloka Social Space.

Penulis menyadari dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangannya baik dari segi penyajian maupun pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan di masa yang akan mendatang.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, baik dari Usaha Kopiloka Social Space maupun bagi semua yang membacanya.

Palembang, Juli

2021

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami ucapkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini. Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat kurikulum pada Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Kami menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu. Penulis sangat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., MM selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Bapak Yahya, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penyusunan Laporan Akhir.
6. Bapak Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.S selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan, pengarahan, bimbingan, kritikan dan saran dalam penulisan Laporan Akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Sriwijaya atas ilmu serta didikan yang telah diberikan Selama ini
8. Seluruh Staff Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
9. Untuk Usaha Kopiloka Social Space yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian.
10. Bapak Deo Putra Fajar selaku owner dan Kopiloka Social Space yang telah membantu memberikan informasi mengenai Usaha Kopiloka Social Space.

11. Karyawan Kopiloka Social Space yang telah membantu dan telah memberi informasi Mengenai Usaha Kopiloka.
12. Ayahanda, Ibunda, Saudara Perempuan serta keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi, dukungan, semangat serta doa untuk keberhasilan penulis dalam pembuatan Laporan Akhir ini.
13. Teman-teman seperjuangan 6 NF Administrasi Bisnis yang sudah membantu dan berjuang bersama-sama dari awal sampai ke tahap akhir ini.
14. Untuk 4 serangkai Yole, Emje, Iyah, dan Tiffany yang telah memberikan masukan dalam pembuatan Laporan Akhir ini.
15. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan saya dalam pembuatan Laporan Akhir Ini, terima kasih atas semua bantuan kalian sehingga dapat terselesaikannya Laporan Akhir Yang telah penulis buat.

Untuk bantuan, dukungan, semangat dan doa yang telah diberikan, penulis sangat mengucapkan terima kasih banyak, tanpa adanya bantuan dan dukungan dari kalian penulis tidak dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini. Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Allah SWT.

Palembang, Juli

2021

Penulis

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN PADA KOPILOKA SOCIAL SPACE

Oleh:
Wahyuni Putri Hidayatullah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen pada Kopiloka Social Space Palembang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi pustaka. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh Kopiloka Social Space Palembang yaitu periklanan, publisitas dan promosi penjualan. Berdasarkan analisa data, strategi ini memberikan dampak pada peningkatan jumlah konsumen. Strategi yang sangat mempengaruhi peningkatan jumlah konsumen yaitu publisitas pada penggunaan sosial media. Melalui sosial media, usaha Kopiloka Social Space mendapatkan kemudahan dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktivitas maupun produk yang ada pada Kopiloka Social Space. Sosial media juga membuat setiap orang dapat bertukar informasi dengan mudah, sehingga kesempatan tersebut digunakan Kopiloka Social Space untuk menjangkau konsumen yang akan dituju.

Kata Kunci: *Periklanan, Publisitas, Promosi Penjualan, Sosial Media, Peningkatan Jumlah Konsumen.*

ABSTRACT

THE STRATEGY OF PROMOTION IN INCREASING THE NUMBER OF CONSUMERS IN THE SOCIAL SPACE KOPILOKA

By:
Wahyuni Putri Hidayatullah

This study aims to determine The Promotion Strategy in Increasing the Number of Consumers at the Palembang Kopiloka Social Space. The data analysis method used is qualitative descriptive analysis. Collecting data uses interview and literature study. The results of the study indicate that the promotional strategy used by the Palembang Kopiloka social space are advertising, publicity and sales promotion. Based on data analysis, the strategies have an impact on increasing the number of consumers. The strategy that greatly affects in increasing the number of consumers is publicity on the use of media social. Through media social, Palembang Kopiloka social space has the easier way of providing the information to the public about the activities and the products that are available at Palembang Kopiloka social space. Media Social also makes everyone easier to exchange some information, so this opportunity is used by Kopiloka social space to reach the target consumers.

Keywords: Advertising, Publicity, Sales Promotion, Media Social, and Increasing the number of consumers.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	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 I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.4 Analisa Data	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.1 Bauran Pemasaran	9
2.2 Pengertian Promosi	10
2.2.1 Tujuan Promosi	10
2.2.2 Fungsi Promosi	11
2.3 Strategi	12
2.3.1 Strategi Promosi	12
2.4 Pengertian Konsumen	14

2.4.1	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	15
-------	--	----

BAB III KEADAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	17
3.2	Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	18
3.2.1	Visi Perusahaan	18
3.2.2	Misi Perusahaan	18
3.2.3	Logo Perusahaan	18
3.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	19
3.3.1	Struktur Organisasi Perusahaan	19
3.3.2	Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan	20
3.4	Macam-macam Produk Kopiloka	22
3.5	Aktivitas Promosi yang Dilakukan Oleh Kopiloka.....	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Penerapan Strategi Promosi Melalui Periklanan	29
4.2	Analisis Penerapan Strategi Promosi Melalui Periklanan.....	31
4.2.1	Penerapan Strategi Promosi Melalui Instagram	31
4.2.2	Penerapan Strategi Promosi Melalui Gojek	34
4.3	Analisis Penerapan Strategi Promosi Melalui Promosi Penjualan.....	36

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1	Kesimpulan	41
5.2	Saran	41

DAFTAR PUSTAKA	43
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Target dan Realisasi Konsumen Kopiloka Social Space Palembang	3
Tabel 3.1 Produk Minuman Kopiloka	22
Tabel 3.2 Produk Makanan Kopiloka	24
Tabel 4.1 Data Penjualan dan Konsumen Usaha Kopiloka Social Space Palembang	28
Tabel 4.2 Biaya Promosi Jumlah Konsumen Dari Papan Nama	30
Tabel 4.3 Biaya Promosi Jumlah Konsumen Dari Instagram	31
Tabel 4.4 Biaya Promosi Jumlah Konsumen Dari Media Gojek	34
Tabel 4.5 Biaya Promosi pada Promosi Penjualan	38
Tabel 4.6 Biaya Promosi Jumlah Konsumen Dari Promosi Penjualan	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Komponen-komponen Analisis	
Data Model Interaktif.....	7
Gambar 3.1 Logo Kopiloka Social Space	18
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kopiloka Social Space	20
Gambar 4.1 Papan Nama	29
Gambar 4.2 Postingan Instagram	32
Gambar 4.3 Akun Instagram	33
Gambar 4.4 Gojek	35
Gambar 4.6 Kupon	36
Gambar 4.7 Paket Harga	37
Gambar 4.8 Hadiah	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Tanda Persetujuan Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 3 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Surat Balasan Dari Perusahaan
- Lampiran 5 Surat kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 6 Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 8 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 9 Kartu Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
- Lampiran 10 Daftar wawancara
- Lampiran 11 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 12 Lembar Persetujuan Laporan Akhir