

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA KOPILOKA 3.0 PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**SEPTIARA DWI AUDINA
NPM 061830601070**

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

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA KOPILOKA 3.0 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:

**Septiara Dwi Audina
NIM 061830601070**

Menyetujui,

Pembimbing I

**Mariskha Z, SE., MM
NIP. 197805192006042001**

**Palembang, Agustus 2021
Pembimbing II**

**Yumnizal Firdaus, SE., MM
NIP. 19631022198803101**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

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

**Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis**

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septiara Dwi Audina
NIM : 061830601070
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis DIII
Judul Laporan Akhir : Tinjauan Bauran Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Kopiloka 3.0 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 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 dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2021



Septiara Dwi Audina
NPM 061830601070

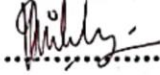

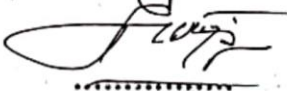

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Septiara Dwi Audina
NIM : 061830601070
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Tinjauan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan
Pada Kopiloka 3.0 Palembang

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

Pada hari:

Tanggal:

<u>No.</u>	<u>Nama Penguji</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1	<u>Mariskha Z, SE.,MM</u> Ketua Penguji		15/ 2021 / 9
2	<u>Dra. Esya Aliadi.,M.M</u> Anggota Penguji		15/ 2021 / 9
3	<u>Jusmawi Bustan, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		15/ 2021 / 9
4	<u>Dr. Sari Lestari Zainal Ridho., S.E., M.Ec</u> Anggota Penguji		15/ 2021 / 9

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Hidupmu Akan Menjadi Cerita Setelah Engkau Tiada, Maka Jadilah Cerita Yang Baik Selama Engkau Masih Ada.

Abaikanlah Mereka Yang Membencimu. Hidup Ini Tentang Kebaikan Diri dan Hidupmu, Bukan Tentang Kekejian Hati Mereka.

-Be You Do You-

Kupersembahkan kepada:

- ❖ **Kedua Orang Tua**
- ❖ **Saudara-saudari ku**
- ❖ **Teman-teman kelas 6 NF 2021**
- ❖ **Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya**
- ❖ **Kedua Pembimbing Laporan Akhir**
- ❖ **Kopiloka 3.0 Palembang**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan Ridho-nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir dengan judul “**Tinjauan Bauran Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Kopiloka 3.0 Palembang**)”. Tujuan laporan akhir ini disusun untuk mengetahui bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Kopiloka 3.0 dalam meningkatkan penjualan dan mengetahui permasalahan apa saja dalam penggunaan media promosi yang dilakukan Kopiloka 3.0 Palembang. Pembuatan laporan akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat menyelesaikan Pendidikan Diploma DIII pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini terdiri dari 5 bab, dimana bab pertama berisikan latar belakang pemilihan judul, bab kedua berisi tentang tinjauan pustaka, bab ketiga berisikan tentang gambaran umum perusahaan, bab keempat berisikan hasil dan pembahasan, bab kelima kesimpulan dan saran.

Penulis menyadari laporan akhir ini terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan dan penyajiannya. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis di masa yang akan datang.

Palembang, Juli 2021

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Akhir ini tidak akan berjalan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan dan saran serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, SE., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., sebagai KPS. Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Ibu Mariskha Z, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini
6. Bapak Yusnizal Firdaus, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Kedua Orang Tuaku Tercinta (Bapak Suyuno Sumardi dan Ibu Nurayfa) teruntuk kedua orangtuaku tersayang terima kasih untuk semua hal-hal baik yang telah engkau berikan selama ini. Karya ini saya persembahkan untuk kalian sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian.
8. Kepada Kakak Perempuan (Yova Eka Pratiwi) dan Adik Laki-Laki (M. Alfi Tri Rachmanda) Terima kasih atas segala dukungan dan selalu memberikan semangat. Karya ini saya persembahkan untuk kalian.
9. Usaha Kopiloka 3.0 Palembang yang telah bersedia mengizinkan saya melakukan penelitian.

10. Kepada Bapak Bimo Brata Adhitya, ST. MT selaku pemilik usaha kedai Kopiloka 3.0 Palembang, Bapak M. Bandi Tiya selaku Manager, Ibu Nurul Bermawi selaku Koordinator SDM dan Digital Marketing yang telah membantu, dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan kewajiban terakhir di Polsri
11. Teman-teman seperjuangan kelas 6NF.
12. Semua pihak yang telah membantu, memberikan pemikiran, dukungan semangat dan doa demi terwujudnya Laporan Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang, Juni 2021

Penulis

ABSTRAK

TINJAUAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA KOPILOKA 3.0 PALEMBANG

Oleh:

Septiara Dwi Audina

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Kopiloka 3.0 Palembang dan mengetahui permasalahan apa saja dalam penggunaan media promosi yang dilakukan Kopiloka 3.0 Palembang. Metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka . dari metode tersebut penulis dapat mengetahui bahwa bauran promosi yang digunakan pada Kopiloka 3.0 adalah media sosial Instagram, *personal selling* dan informasi mulut ke mulut. Data yang penulis peroleh dari observasi, wawancara, dan studi pustaka kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Masalah yang ditimbulkan adalah bauran promosi *personal selling* ini, kadang mengalami keberhasilan dan kadang juga mengalami ketidakberhasilan. Sehingga saran yang penulis berikan adalah menambahkan sistem bauran promosi, seperti secara digital dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* dengan fitur layanan iklan di *Instagram ads* dan untuk secara langsung sebaiknya Kopiloka 3.0 melakukan pemasangan spanduk berupa promo dan menu variasi baru di depan kedai dan Sebaiknya ditambahkan jenis bauran promosi yaitu Kegiatan *events*, kegiatan *events* dapat diadakan setiap satu tahun sekali, agar konsumen dan calon konsumen lebih banyak mengenal produk yang mereka jual.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Media Sosial Instagram, *Personal Selling*, Informasi Mulut ke Mulut.

ABSTRACT

REVIEW OF THE PROMOTION MIX IN INCREASING SALES IN KOPILOKA 3.0 PALEMBANG

By:

Septiara Dwi Audina

This study aims to find out what promotional mix is used by Kopiloka 3.0 Palembang and find out what problems are in the use of promotional media by Kopiloka 3.0 Palembang. qualitative research methods with data collection techniques in the form of observation, interviews, and literature study. from the author's method, it can be seen that the promotional mix used in Kopiloka 3.0 is Instagram social media, personal selling and word of mouth information. The data that the author obtained from observations, interviews, and literature studies were then analyzed using descriptive analysis methods. The problem is this personal selling promotion mix, sometimes experiencing success and sometimes also experiencing failure. So the advice that the author gives is to add a promotional mix system, such as digitally by utilizing Instagram social media with the advertising service feature on Instagram ads and directly, Kopiloka 3.0 should install banners in the form of promos and new variation menus in front of the shop and add the type of mix, namely Activities activities, activities can be held once a year, so that consumers and potential consumers get to know more about the products they sell.

Keywords: Promotional Mix, Instagram Social Media, Personal Selling, Word of Mouth Information.

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	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
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	4
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.4 Metode Analisis Data	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Tujuan Pemasaran	7
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	8
2.2 Promosi	8
2.2.1 Pengertian Promosi	8
2.2.2 Tujuan Promosi.....	9
2.3 Bauran Promosi	12
2.3.1 Pengertian Bauran Promosi	12

2.4	Media Sosial.....	13
2.4.1	Pengertian Media Sosial.....	13
2.4.2	Instagram.....	14
2.5	Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	15
2.5.1	Tujuan Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	15
2.5.2	Jenis-Jenis Penjualan Personal.....	16
2.5.3	Proses Penjualan Promosi.....	17
2.6	Informasi Mulut ke Mulut.....	18
2.7	Penjualan.....	18
2.7.1	Pengertian Penjualan.....	18
2.7.2	Tujuan Penjualan.....	19
2.7.3	Faktor-Faktor Penjualan.....	19

BAB III KEADAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	21
3.2	Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	23
3.2.1	Visi Perusahaan.....	23
3.2.2	Misi Perusahaan.....	23
3.3	Logo Perusahaan.....	23
3.4	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	23
3.4.1	Struktur Organisasi.....	23
3.4.2	Pembagian Tugas.....	25
3.5	Produk-Produk yang dihasilkan.....	26
3.5.1	Jenis Produk Minuman.....	26
3.5.2	Jenis Produk Makanan.....	30
3.6	Promosi yang digunakan Kopiloka 3.0.....	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil.....	31
4.1.1	Bauran Promosi yang digunakan pada Kopiloka 3.0 Palembang.....	31
4.2	Permasalahan dalam Penggunaan Media Promosi pada Kopiloka 3.0 Palembang.....	36

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN -LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kategori Pelanggan Konveksi Percetakan PD. Volunteer Design Baturaja	3

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	21
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kopiloka 3.0 Palembang	22
Gambar 3.3 Kopiloka Signature	25
Gambar 3.4 Manual Brew	25
Gambar 3.5 Powder Based	26
Gambar 3.6 Espresso Based	26
Gambar 3.7 Non Coffe	27
Gambar 3.8 Tea	27
Gambar 3.9 Makan Kenyang	28
Gamabr 3.10 Roti Bakar	28
Gambar 3.11 Mie	29
Gambar 3.12 Cemilan Loka	29
Gambar 4.1 Media Sosial	33
Gambar 4.2 Personal Selling	35
Gambar 4.3 Informasi mulut ke mulut	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir
- Lampiran 3 Lembar Konsultasi
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir
- Lampiran 5 Lembar Konsultasi
- Lampiran 6 Lembar Persetujuan Laporan Akhir
- Lampiran 7 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 8 Lembar Hasil Wawancara