

TINJAUAN PROMOSI UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN PADA  
TIRAMISOO CAKERY

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan  
(DIII) sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

RIFDAH MAIMUN RIMAISON SYARIF

2019 – 19134077

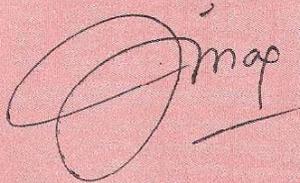
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN PROMOSI UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN PADA  
TIRAMISOO CAKERY

Nama : Rifdah Maimun Rimaison Syarif  
NIM/TM : 19134077 / 2019  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Fakultas Ekonomi

Disetujui Oleh,  
Ketua Program Studi  
DIII Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D  
NIP. 19751209 199903 2 001

Padang, November 2022  
Disetujui Oleh  
Pembimbing Tugas Akhir



Rizki Sri Lasmini, S.E, M.M  
NIP. 19880922 201903 3 011

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**TINJAUAN PROMOSI UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN PADA**  
**TIRAMISOO CAKERY**

Nama : Rifdah Maimun Rimaison Syarif

NIM/TM: 19134077 / 2019

Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)

Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir

Prodi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, November 2022

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Rizki Sri Lasmini, S.E, M.M	Ketua	 _____
Arief Maulana, S.E, M.M	Anggota	 _____
Halkadri Fitra, S.E, M.M Ak	Anggota	 _____

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifdah Maimun Rimaison Syarif  
NIM / Tahun Masuk : 19134077 / 2019  
Tempat / Tanggal Lahir : Padang, 20 Maret 2001  
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl. Pasar Alai No. 9H  
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Promosi Untuk Menarik Minat Konsumen  
Pada Tiramisoo Cakery

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau di terbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah di tanda tangani asli oleh pembimbing tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang telah berlaku di Fakultas Eknomi Universitas Negeri Padang.

Padang,      September 2022

Rifdah Maimun Rimaison Syarif

## ABSTRAK

**Judul : Tinjauan Promosi Untuk Menarik Minat Konsumen Pada Tiramisoo Cakery**

**Pembimbing : Rizki Sri Lasmini, S.E, M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan oleh Tiramisoo Cakery untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian ke toko. Jenis penelitian yang dilakukan adalah analisis deskriptif, dengan pengumpulan data langsung melalui observasi dan wawancara. Teknik pengumpulan data dalam penulisan tugas akhir digunakan dengan cara melakukan wawancara pada pemilik dan beberapa konsumen dari Tiramisoo Cakery. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2022. Penelitian ini dilakukan di Jl. S. Parman No. 90 D Lolong. Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa Tiramisoo Cakery hanya menerapkan *Sales Promotion* dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian ke toko. Promosi yang dilakukan oleh Tiramisoo Cakery dalam menarik minat konsumen untuk datang ke toko belum maksimal.

**Kata Kunci : *Sales Promotion*, Tiramisoo Cakery, Promosi**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Tinjauan Promosi Untuk Menarik Minat Konsumen Pada Tiramisoo Cakery”**. Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Tersusunnya Tugas Akhir ini tidak luput dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta nikmat kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan sebaiknya.
2. Kepada kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis selama menjalani proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Dekan Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

4. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan beserta para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Fakultas Ekonomi atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
5. Ibu Rizki Sri Lasmini, S.E, M.M selaku dosen Pembimbing Akademik dan Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Kepada pemilik Tiramisoo Cakery yang telah memberikan waktu dan kesediannya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
7. Kepada beberapa narasumber *Tiramisoo Cakery* yang sudah bersedia menjadi narasumber untuk melengkapi data pada Tugas Akhir penulis.
8. Kepada rekan – rekan seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi DIII Manajemen Perdagangan.
9. Kepada sahabat – sahabat saya Puteri Wulandari, Naddia Admi, Ristya Putri, Zamri, Hafis Maulana, Naufal Zaki, Uud, dan Ine yang sudah menyemangati saya selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
10. Kepada abang kandung saya Aditya Winanda yang sudah memberikan sebagian waktunya untuk menemani dan membantu saya dalam penyelesaian Tugas Akhir saya.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, karena terbatasnya kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan. Untuk

itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki pada karya ilmiah selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, September 2022

Rifdah Maimun Rimaison Syarif

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis .....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	8
Tinjauan Pustaka.....	8
A. Promosi .....	8
a. Tujuan Promosi .....	10
b. Fungsi Promosi.....	12
c. Bauran Promosi .....	12
d. Pendekatan Promosi agar Konsumen tertarik datang ke Toko.....	17
BAB III.....	19
PENDEKATAN PENELITIAN .....	19
A. Bentuk Penelitian .....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	20
C. Rancangan Penelitian.....	21
1. Jenis Penelitian .....	21
2. Tahapan/Prosedur Penelitian .....	22
3. Metode Pengumpulan Data .....	23

4. Sumber Data.....	24
5. Objek Penelitian .....	25
BAB IV .....	26
PEMBAHASAN .....	26
A. Profil Perusahaan.....	26
1. Sejarah Berdirinya Tiramisoo Cakery.....	26
B. Pembahasan.....	28
BAB V.....	38
PENUTUP .....	38
A. Kesimpulan .....	38
B. Saran .....	38
DAFTAR PUSTAKA .....	40
LAMPIRAN .....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penjualan Secara Online .....	4
--	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persentase penggunaan Media Sosial.....	3
Gambar 2. Toko Tiramisoo Cakery.....	28
Gambar 3. Postingan Tiramisoo Cakery melalui feeds .....	29
Gambar 4. Postingan Tiramisoo Cakery melalui Reels .....	30
Gambar 5. Promo diskon Tiramisoo Cakery .....	31
Gambar 6. Kegiatan Endorsement .....	32
Gambar 7. Promo melalui Instagram .....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Observasi .....	41
Lampiran 2. Lampiran Wawancara.....	42
Lampiran 3. Produk dari Tiramisoo Cakery .....	44
Lampiran 4. Dokumentasi dengan owner .....	45
Lampiran 5. Dokumentasi dengan narasumber .....	45

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

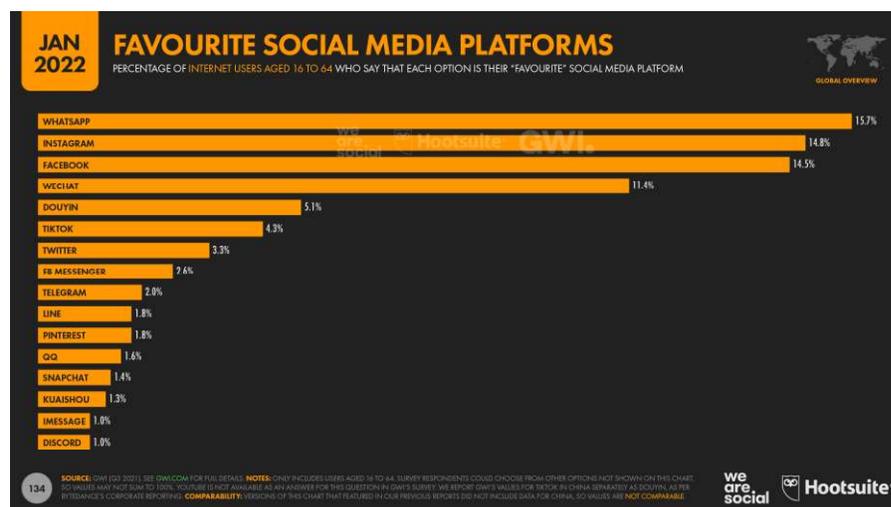
### **A. Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis yang cukup ketat, setiap harinya akan muncul pelaku usaha UMKM baru yang mengenalkan produknya dengan kualitas dan inovasi yang baru sehingga persaingan bisnis tidak dapat dihindarkan. Apabila pelaku usaha UMKM tidak melakukan promosi dengan kreatif dan inovatif maka pelaku usaha UMKM akan tertinggal dengan pelaku usaha UMKM yang baru. Hal ini dikarenakan bisnis yang dilakukan secara online lebih *praktis* dan *fleksible* (Safani Weni, 2021). Hanya bermodalkan *gadget* dan kelancaran jaringan, pelaku usaha UMKM bisa mempromosikan produk kapan saja dan dimana saja. Pengembangan pada produk barang dan jasa bukan hanya membutuhkan pengemasan yang kreatif dan inovatif, namun juga dibutuhkan promosi yang kreatif dan inovatif juga untuk mendukung ketertarikan bagi konsumen. Menarik konsumen dengan promosi membutuhkan strategi komunikasi yang tepat. Dalam bauran pemasaran, promosi merupakan salah satu bagian dari delapan model komunikasi pemasaran yang utama, yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, acara dan pengalaman, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, dan tenaga penjualan.

Setiap bisnis atau usaha memiliki tujuan agar usahanya lancar dan berkembang. Strategi komunikasi promosi menjadi salah satu hal yang penting

dalam hal promosi seperti mempromosikan produk secara *online*. Selain itu, pelayanan pada bisnis online juga salah satu hal untuk menarik minat konsumen. Salah satunya yaitu durasi kecepatan respon, tata bahasa yang digunakan pada saat berinteraksi dengan calon pembeli.

Perkembangan jaman semakin pesat pada pasar bisnis di Indonesia. Pasar bisnis di Indonesia sangat diuntungkan dan dibantu dengan adanya media sosial terutama Instagram. Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet pada bulan Januari tahun 2022. Jumlah penggunaan internet meningkat dibandingkan tahun 2021, pengguna internet pada tahun 2021 yaitu sebesar 202,6 juta pengguna. Saat ini, masyarakat Indonesia menggunakan banyak media sosial sebagai alat komunikasi dan juga bisnis. Berikut persentase penggunaan media sosial:



## **Gambar 1 Persentase penggunaan Media Sosial**

*Sumber Hootsuite*

Whatsapp memiliki pengguna paling banyak selama bulan januari pada tahun 2022 yaitu sebanyak 15,7% dan instagram pada posisi kedua yaitu sebanyak 14,8%. Instagram merupakan sebuah platform dimana para penggunanya bisa membagikan foto atau video. Instagram merupakan salah satu platform yang memiliki banyak peminat untuk memberikan informasi bagi penggunaan perseorangan atau bisnis. Pemanfaatan media sosial seperti instagram dapat memberikan kemudahan dalam proses pemasaran dan jual beli yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk memasarkan usahanya serta dapat meminimalkan biaya. Untuk melakukan hal tersebut diperlukan keseriusan dalam memanfaatkan media sosial seperti harus memberikan waktu lebih untuk mengelola promosi melalui media sosial.

Saat ini promosi tak lepas dari pemanfaatan Instagram. Berbagai produk dipromosikan secara *online*, di kemas semenarik mungkin untuk menarik minat konsumen. Pada saat ini persaingan dalam bisnis tidak dapat dihindarkan, hal tersebut membuat para pelaku usaha harus berfikir lebih keras untuk menciptakan produk yang tidak hanya lezat namun juga memiliki ciri khas untuk mendapatkan perhatian dari konsumen dan juga perlu adanya pihak – pihak yang membantu dalam bidang promosi.

Bisnis kuliner saat ini sangat berkembang di Indonesia, khususnya di Kota Padang, salah satunya yaitu Tiramisoo Cakery. Tiramisoo Cakery adalah salah satu UMKM yang berdiri pada tahun 2018. Tiramisoo Cakery merupakan salah satu UMKM yang pertama berdiri dan sampai saat ini mampu bertahan di era bisnis banyak bermunculan. Tiramisoo Cakery memiliki keunikan dan ciri khas sendiri yaitu pada saat tertentu Tiramisoo Cakery mengeluarkan produk yang membuat konsumen tertarik. Tiramisoo Cakery memulai penjualan secara online yaitu melalui media sosial. Pada awal berdiri, Tiramisoo Cakery melakukan berbagai promosi secara online. Dengan 4 tahun melakukan penjualan secara online, Tiramisoo Cakery mendapatkan pendapatan setiap tahunnya yaitu:

**Tabel 1 Data Penjualan Secara Online**

No	Tahun	Penjualan
1	2018	Rp 15.000.000
2	2019	Rp 10.000.000
3	2020	Rp 13.000.000
4	2021	Rp 12.000.000

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pendapatan dari tahun 2019 sampai saat ini menurun untuk penjualan secara online, sehingga pada awal tahun 2021 Tiramisoo Cakery memutuskan untuk melakukan penjualan secara offline atau membuka toko. Pada tahun 2021, keuntungan yang di dapatkan oleh

Tiramisoo Cakery sebesar Rp 16.000.000 dimana keuntungan secara online sebesar Rp 12.000.000 dan secara offline sebesar Rp 4.000.000. Dapat dilihat bahwa perbedaan pendapatan online dan offline sangat signifikan.

Dalam melakukan penjualan secara online Tiramisoo Cakery membutuhkan tenaga karyawan dan waktu yang lebih dalam proses pengemasan produk dan melakukan promosi di sosial media. Sedangkan penjualan secara offline lebih sedikit membutuhkan waktu dan tenaga karyawan karena kegiatan produksi secara offline tidak melakukan proses pengemasan produk yang cukup panjang. Oleh sebab itu, Tiramisoo Cakery perlu memaksimalkan promosi agar dapat menarik konsumen untuk datang ke toko membeli produk yang dijual oleh Tiramisoo Cakery. Sehingga adanya peningkatan penjualan tidak hanya secara online tetapi juga secara offline.

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian pada UMKM Tiramisoo Cakery dengan mengangkat judul yaitu **“Tinjauan Promosi untuk Menarik Minat Konsumen Pada Tiramisoo Cakery”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di paparkan diatas, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana promosi yang

dilakukan oleh Tiramisoo Cakery untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian ke toko?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumus penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu Untuk mengetahui bagaimana promosi dilakukan untuk menarik minat konsumen pada Tiramisoo Cakery.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian memiliki manfaat yang berbeda yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Hal yang diharapkan memberikan manfaat yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan teori atau keilmuan tentang pemasaran terutama tentang promosi.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Penulis**

Selain sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan pada Program Studi DIII Manajemen perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, penelitian ini juga berguna untuk menambah wawasan berfikir tentang promosi.

**b. Bagi Pelaku UMKM**

Sebagai masukan kepada pelaku UMKM dalam melakukan promosi untuk menarik minat konsumen.

**c. Bagi Fakultas**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pembandingan terhadap penelitian sejenis dan bisa digunakan dengan semestinya bagi rekan – rekan yang lain.

**d. Bagi Pembaca**

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi masyarakat yang memiliki minat untuk melakukan penelitian pada bidang yang sama.