

**STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM PENINGKATAN
PENJUALAN PADA MAG CAFE**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program

Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya



Oleh :

REZIZA OKTARINANDA

BP/NIM : 2018/18134088

PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN
MAG CAFFE

Nama : Reziza Oktarinanda
Nim : 18134088
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2022

Diketahui oleh
Koordinator Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan

Disetujui oleh
Pembimbing



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D
NIP: 197512091999032001



Astri Yuza Sari, SE, MM
NIDN: 0017059008

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

STRATEGI BAURAN PROMOSI
DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA MAG CAFE

Nama : Reziza Oktarinanda

BP/NIM : 2018/18134088

Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)

Fakultas : Ekonomi

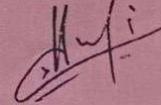
Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, 18 Januari 2022

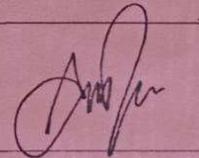
Nama

Tanda tangan

1. Astri Yuza Sari, SE, MM (Ketua)



2. Arief Maulana, SE, MM (Anggota)



3. Dr. Rosyeni Rasyid, SE, ME (Anggota)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reziza Oktarinanda
Tahun Masuk/NIM : 2018/18134088
Tempat Tanggal Lahir : Padang Japang/26 Oktober 1999
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Keahlian : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Judul Tugas Akhir : Strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Pada Mag Cafe

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun diperguruan 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 ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran 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 berlaku.

Padang, 09 november 2021
Yang menyatakan



Reziza Oktarinanda
NIM : 18134088

ABSTRAK

**Reziza Oktarinanda : Strategi Bauran Promosi Dalam peningkatan Penjualan
Pada Mag Cafe**

Pembimbing : Astri Yuza Asri, SE, MM

Mag Cafe merupakan bisnis yang bergerak dibidang *Food and Drink* yang didirikan sejak tahun 2019 di Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota. Seiring dengan usaha kuliner atau makanan di Kabupaten Lima Puluh Kota yang sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat akan sangat menunjang usaha kuliner atau makanan. Penelitian ini membahas tentang Strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Pada Mag Cafe.

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah Metode kualitatif dan jenis penelitian Deskriptif. Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi dan penelitian ini menggunakan wawancara terhadap internal Mag Cafe.

Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa periklanan Mag Cafe menggunakan media sosial melalui Instagram. Promosi penjualan melalui beli satu gratis satu. Pemasaran interaktif melalui media Whatsapp. Hubungan masyarakat melalui kegiatan “Mari Berbagi Bersama” telah menarik minat beli konsumen untuk datang dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Pemasaran langsung baristalah yang melakukan pemasaran langsung terhadap konsumen yang datang. Penjualan pribadi dengan cara memamerkan beberapa produk yang di jual melalui Mag Cafe kepada konsumen secara langsung.

Kata Kunci : Strategi Bauran Promosi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, ridho dan kurnia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “**Strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Pada Mag Cafe**”. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua saya yang saya hormati dan saya banggakan karena selalu memberikan motivasi dan dukungan serta selalu mendoakan keberhasilan saya.
2. Ibu Astri Yuza Astri, SE, MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir dan yang telah memberikan ilmu, pengarahan dan masukan serta meluangkan waktu kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
3. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Sc, P.hD sebagai ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kebutuhan dalam penelitian Tugas Akhir ini.

4. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Muhammad Anggi selaku owner dari Mag Cafe yang telah memberikan izin dan bersedia usahanya penulis jadikan bahan untuk kepentingan penulisan Tugas Akhir.
6. Kepada saudara dan teman-teman saya yang telah mendengarkan keluh kesah serta cerita tentang dunia perkuliahan dan teman-teman seangkatan Prodi Manajemen Perdagangan angkatan 2018 yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sesegera mungkin.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan Tugas Akhir ini dan penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Padang, 09 November 2021

penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I	
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN MASALAH	5
D. MANFAAT MASALAH	6
BAB II	
A. PROMOSI.....	7
B. BAURAN PROMOSI.....	10
C. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROMOSI.....	14
BAB III	
A. BENTUK PENELITIAN	16
B. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	16
C. RENCANA PENELITIAN	17
BAB IV	
A. PROFIL PERUSAHAAN	20
B. PEMBAHASAN	26
BAB V	
A. KESIMPULAN.....	32
B. SARAN	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan	4
Tabel 2. Jenis-jenis produk	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. lokasi Mag Cafe	16
Gambar 2. Struktur Organisasi Mag Cafe.....	21
Gambar 3. Logo perusahaan	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Pertanyaan Wawancara.....	39
Lampiran 1. 2 Surat Izin Penelitian.....	38
Lampiran 1. 3 Proses wawancara.....	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan bisnis kuliner sekarang ini telah berkembang sangat pesat. Dengan didorong oleh kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah. Pelaku usaha bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan pada perubahan yang terjadi dan menempatkan keputusan pelanggan sebagai tujuan utama, misalnya dalam penyajian cemilan dan minuman (*food service*). Usaha kuliner merupakan bisnis yang tidak mudah dikarenakan membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas dalam pengembangannya sehingga dibutuhkan strategi yang tepat agar konsumen dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Konsumen yang menginginkan inovasi baru dibidang kuliner dalam memilih cemilan, tidak hanya mempertimbangkan jenis cemilan yang akan dikonsumsi namun juga memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh produsen, pelayanan merupakan faktor yang paling penting dalam menarik minat konsumen. Dengan pelayanan yang baik dan memuaskan untuk pelanggan, maka dapat dilakukan oleh pengusaha dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan, dengan cara menarik pelanggan baru, serta menguasai pangsa pasar.

Penjualan menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan mengingat penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Untuk

membekali pengetahuan mengenai strategi promosi, sebuah perusahaan akan bisa bertahan apabila penjualan selalu meningkat. Promosi merupakan salah satu aspek yang penting untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Promosi berpengaruh terhadap usaha untuk mencapai penjualan yang maksimal, meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik maka tingkat penjualan tidak akan memadai. Perusahaan perlu mengadakan promosi untuk memperkenalkan produknya pada pembeli dan masyarakat sehingga mereka tertarik untuk memiliki produk yang ditawarkan.

Promosi yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri dipikiran konsumen sehingga penilaian konsumen terhadap produk secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan image terhadap produk itu. Menurut Kotler Keller (2009) Promosi merupakan kegiatan yang diajukan untuk mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan perusahaan kepada mereka lalu menjadi senang dan membeli produk kita yang ditawarkan. Dengan melalui promosi perusahaan akan mudah untuk mendapatkan konsumen baru dan mendapatkan penjualan.

Promosi juga diartikan sebagai komunikasi yang membangun dan menjaga hubungan dengan cara memberi informasi dan memersuasi masyarakat untuk melihat suatu organisasi secara positif dan menerima produknya (Hult et al., 2012). Kegiatan promosi yang dijalankan oleh Mag Cafe memiliki peran

yang sangat besar terhadap meningkatnya penjualan produknya, promosi yang dilakukan Mag Cafe tidak terlepas dari komunikasi yang baik antara pemilik Cafe dengan konsumennya. Dengan adanya promosi yang akurat, Mag Cafe dapat meningkatkan penjualannya dan menguasai pangsa pasar yang ada di sekitar lokasi penjualannya. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Tujuan promosi adalah memodifikasi tingkah laku konsumen, memberitahukan produk kepada konsumen, membujuk dan memotivasi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan, dan mengingatkan konsumen tentang produk agar tidak beralih ke produk lain. Promosi yang dilakukan pemasar untuk mengetahui pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran, merupakan usaha mengkonsumsikan informasi yang bermanfaat tentang suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli. Promosi adalah cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam usaha memberikan informasi tentang produk atau jasa perusahaan untuk mempengaruhi konsumen yang melakukan pembelian dan untuk membuat konsumen tetap ingat dan tetap setia kepada produk yang ditawarkan.

Mag Cafe memiliki beberapa ukuran produk, terdiri dari level kecil, sedang dan besar. Selain produk minuman Mag Cafe juga memiliki cemilan sehingga yang datang ke Mag Cafe tidak merasa bosan karna ada banyak jenis

ceimilan yang bisa dipesan disini.

Selain itu sebagian besar industri-industri masih cemas tentang bagaimana memasarkan produk dan bagaimana dapat bertahan dalam pasar yang penuh persaingan dan ditambah lagi di saat masa pandemi ini. Dari ketentuan yang dihadapi Mag Cafe tersebut, maka umpan balik dari pelanggan atau konsumen yang mengenai efektifitas promosi penjualan cukup penting, untuk membantu kelangsungan hidup perusahaan. Pada umumnya perusahaan menerapkan bauran promosi secara terpadu agar dapat meningkatkan volume penjualan disamping kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Salah satu bauran promosi yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah yang berhubungan dengan promosi yang memegang peranan penting dalam usahanya meningkatkan tingkat penjualan melalui satu proses bauran promosi.

DATA PENJUALAN MAG CAFE		
Bulan	Jumlah	persentase
Juni	3.425.000	
Juli	2.750.000	19,71%
Agustus	3.101.000	12,76%
September	3.325.000	9,45%

Tabel 1. Data Penjualan

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui bauran promosi untuk meningkatkan penjualan dengan judul ” **Strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatkan Penjualan Pada Mag Cafe**”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, untuk memudahkan dalam penyelesaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu: Bagaimana bauran promosi untuk meningkatkan penjualan pada Mag Cafe.

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pada Mag Cafe.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai salah satu syarat kelulusan Diploma III Manajemen Perdagangan Universitas Negeri Padang.
 - b. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis di bidang perdagangan.
 - c. Sebagai penerapan ilmu yang didapat dibangku kuliah.

2. Bagi Pembaca

Menjadi salah satu referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebagai bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan kebijaksanaan perusahaan untuk kemajuan perusahaan.