

**TINJAUAN PROMOSI PADA SITI NURBAYA FOOD UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN**

TUGAS AKHIR

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



FADHIL AZRA

2019-19134029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

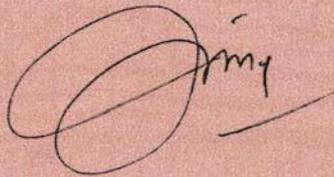
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN PROMOSI PADA SITI NURBAYA FOOD UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN**

Nama : Fadhil Azra
NIM/TM : 19134029
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi : Ekonomi

Padang, Februari 2023

Disetujui oleh,
Ketua Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan



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

Pembimbing Tugas Akhir



Rizki Sri Lasmini, SE, MM
NIP. 198809222019032011

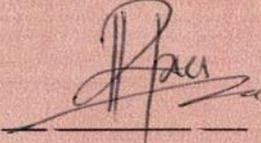
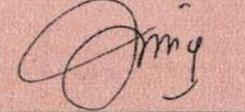
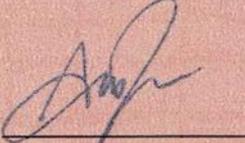
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN PROMOSI PADA SITI NURBAYA FOOD UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN**

Nama : Fadhil Azra
NIM/TM : 19134029
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi : Ekonomi

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

Padang, Februari 2023

| No. | Nama | Tim Penguji | Tanda Tangan |
|------------|---------------------------------|--------------------|---|
| 1 | Rizki Sri Lasmini, SE., MM | (Ketua) |  |
| 2 | Dina Patrisia, SE., M.Si., Ph.D | (Anggota) |  |
| 3 | Arief Maulana, SE., MM | (Anggota) |  |

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fadhil Azra
NIM/TM : 19134029/2019
Tempat/ Tanggal Lahir : Padang/ 30 Juni 2001
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Batipuh Panjang, Koto Tangah, Padang
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Promosi Pada Siti Nurbaya Food Untuk Meningkatkan Penjualan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik 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 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 ditandatangani 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 berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Februari 2023
Yang menyatakan



Fadhil Azra
NIM. 19134029

ABSTRAK

Judul : **Tinjauan Promosi Pada Siti Nurbaya Food Untuk Meningkatkan Penjualan**
Pembimbing : **Rizki Sri Lasmini, SE, MM**

Siti Nurbaya Food merupakan UMKM yang bergerak dibidang kuliner yang memproduksi aneka rendang dan dendeng daging sapi yang dipasarkan secara online maupun offline. Diketahui Siti Nurbaya Food mengalami ketidakstabilan penjualan pada usahanya. Salah satu cara untuk menstabilkan dan meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan promosi, semakin baik promosi yang dilakukan, kemungkinan peningkatan penjualan juga semakin besar. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau promosi yang dilakukan oleh Siti Nurbaya Food dalam menjalankan usahanya untuk meningkatkan jumlah penjualan.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan secara utuh serta mendalam mengenai realitas sosial serta bermacam fenomena yang terjadi pada masyarakat yang menjadi subjek penelitian, sehingga secara rinci tergambaran karakteristik, kepribadian, watak, serta model dari fenomena yang diteliti tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, observasi dan wawancara. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan pada Siti Nurbaya Food mengenai Tinjauan Promosi Pada Siti Nurbaya Food Untuk Meningkatkan Penjualan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dari 5 jenis promosi, terdapat 3 jenis promosi yang dilakukan oleh Siti Nurbaya Food pada tahun 2022. Promosi tersebut berupa periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*public relations*). Namun, masih kurang maksimal dalam hal penerapannya sehingga penjualan perusahaan tidak stabil. Siti Nurbaya Food tidak menggunakan 2 jenis promosi lain yaitu penjualan perseorangan (*personal selling*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) karena kurangnya SDM untuk melakukan jenis promosi tersebut. Dari beberapa variabel promosi tersebut bisa diamati kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan pada Siti Nurbaya Food.

Kata Kunci : **Promosi, Bauran Promosi, Penjualan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **Tinjauan Promosi Pada Siti Nurbaya Food Untuk Meningkatkan Penjualan**. Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan semestinya. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan dan selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi bimbingan, nasehat dan arahan bagi penulis selama penulis mengikuti studi.
3. Ibu Rizki Sri Lasmini, SE, MM selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir.

4. Kepada pimpinan dan karyawan Siti Nurbaya Food yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan kegiatan penelitian sehingga penulis lebih mudah menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun material dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi DIII Manajemen Perdagangan FE UNP.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

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, Februari 2023

Fadhil Azra

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR GAMBAR | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| A. Promosi | 7 |
| B. Tujuan Promosi | 7 |
| C. Bauran Promosi | 9 |
| D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi | 14 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 18 |
| A. Bentuk Penelitian | 18 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 18 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| C. Rancangan Penelitian | 18 |
| BAB IV PEMBAHASAN..... | 23 |
| A. Profil Perusahaan..... | 23 |
| B. Hasil Penelitian..... | 26 |
| C. Pembahasan | 31 |
| BAB V PENUTUP | 34 |
| A. Kesimpulan | 34 |
| B. Saran | 35 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 36 |
| LAMPIRAN..... | 37 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Toko Siti Nurbaya Food Tampak Depan | 24 |
| Gambar 2. Produk Siti Nurbaya Food..... | 24 |
| Gambar 3. Logo Brand Makanan Siti Nurbaya Food | 25 |
| Gambar 4. Struktur Organisasi Siti Nurbaya Food | 26 |
| Gambar 5. Facebook Ads Siti Nurbaya Food | 27 |
| Gambar 6. Akun Instagram Siti Nurbaya Food..... | 27 |
| Gambar 7. Akun Facebook Siti Nurbaya Food | 28 |
| Gambar 8. Website Siti Nurbaya Food..... | 28 |
| Gambar 9. Akun Tikok Siti Nurbaya Food | 28 |
| Gambar 10. Bentuk Promosi Berupa Potongan Harga..... | 29 |
| Gambar 11. Bentuk Promosi Berupa Beli 2 Gratis 1 | 30 |
| Gambar 12. Bentuk Promosi Berupa Sponsorship..... | 30 |

DAFTAR TABEL

Table 1. Jumlah Penjualan pada Siti Nurbaya Food dari Bulan Januari - Juni 3

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1. Surat Izin Penelitian..... | 38 |
| Lampiran 2. Hasil Wawancara | 39 |
| Lampiran 3. Foto Saat Wawancara | 40 |
| Lampiran 4. Kuesioner..... | 41 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam berbisnis, para pengusaha pasti ingin bisnisnya berjalan dengan baik dan diapresiasi oleh pelanggan. Para pengusaha akan selalu dihadapi dengan tantangan bagaimana memuaskan keinginan konsumen agar selalu loyal serta memberikan produk yang diinginkan konsumen, pelayanan yang diinginkan konsumen, tempat yang diinginkan konsumen, dan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, para pengusaha selalu berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat bersaing dengan para pesaingnya. Untuk memenuhi keinginan konsumen, maka para pelaku bisnis harus kreatif dan selalu *up to date* dengan perubahan agar tidak ketinggalan zaman dan memiliki strategi promosi yang baik.

Promosi dapat diartikan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan kesadaran, menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Promosi adalah salah satu langkah yang bisa dilakukan pelaku bisnis untuk membangun dan memperkuat bisnis. Melalui promosi, perusahaan dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, sehingga kesadaran konsumen terhadap suatu produk perusahaan dapat meningkat. Ada banyak cara dan media untuk melakukan promosi, bahkan metode untuk melakukannya terus berkembang. Beberapa contoh media promosi adalah media cetak, internet, televisi, radio, kupon, pameran, dan lain sebagainya.

Promosi adalah kegiatan pemasaran persuasif yang bertujuan membujuk, mempengaruhi dan mendorong orang untuk membeli produk dan jasa dengan memberikan informasi tentang produk. Informasi yang disampaikan adalah tentang keunggulan produk dan manfaat yang tersedia bagi konsumen. Dengan adanya pembelian maka bisnis akan berkembang yang ditandai dengan peningkatan penjualan. Dengan adanya tujuan tersebut, menjadikan konsumen bersedia membeli suatu merek tertentu serta mendorong tenaga penjualan untuk secara agresif menjualnya. Selain itu promosi mampu merangsang permintaan akan suatu produk.

Promosi digunakan sebagai alat komunikasi antara pelaku bisnis dengan konsumen, serta alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara pelaku bisnis dengan konsumen, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen agar membeli atau menggunakan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Seiring berjalannya waktu, keberadaan bisnis kuliner di masyarakat menjadi semakin berkembang. Hal ini dikarenakan oleh kebiasaan berbelanja masyarakat yang semakin selektif. Tidak hanya itu, karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap bisnis kuliner itu sendiri. Sejalan dengan itu, banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang kuliner yang berupa toko.

Dalam penelitian ini penulis ingin meneliti salah satu usaha kuliner yang berada di Sumatera Barat khususnya di Kota Padang, yaitu Siti Nurbaya Food. Siti Nurbaya Food merupakan Brand Makanan asli Padang yang memproduksi dan menjual berbagai makanan khas Minang seperti Aneka Rendang, Aneka Dendeng, Aneka Cabe, dan lain-lain. Kedai makanan ini beralamat di Jalan Damar I No. 6, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pihak Siti Nurbaya Food, diketahui bahwa adanya ketidakstabilan penjualan yang terjadi pada 6 bulan pertama di tahun 2022. Berikut data yang menunjukkan bahwa adanya ketidakstabilan penjualan pada produk Siti Nurbaya Food :

Table 1. Jumlah Penjualan pada Siti Nurbaya Food dari Bulan Januari - Juni

| No | Minggu | Penjualan Perbulan |
|-------|----------|--------------------|
| 1 | Januari | Rp. 321.130.250 |
| 2 | Februari | Rp. 320.439.800 |
| 3 | Maret | Rp. 493.680.740 |
| 4 | April | Rp. 576.046.500 |
| 5 | Mei | Rp. 350.284.250 |
| 6 | Juni | Rp. 369.994.500 |
| Total | | Rp 2.431.576.040 |

Sumber : Siti Nurbaya Food 2022

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa hasil penjualan pada Siti Nurbaya Food selama 6 bulan pertama tahun 2022 yaitu sebanyak Rp. 2.431.576.040. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan April yakni sebanyak Rp. 576.046.500 dan penjualan terendah terjadi pada bulan Februari yakni hanya sebesar Rp. 320.439.800. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa

penjualan pada Siti Nurbaya Food mengalami ketidakstabilan setiap bulan pada pendapatan penjualannya.

Salah satu cara untuk menstabilkan dan meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan promosi, semakin baik promosi yang dilakukan, kemungkinan peningkatan penjualan juga semakin besar. Siti Nurbaya Food telah melakukan kegiatan promosi bisnis. Hanya saja belum terlaksana dengan baik. Hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang masih belum mengetahui Siti Nurbaya Food ini. Sebanyak 13 dari 22 orang belum mengenal Siti Nurbaya Food tersebut. 9 dari 22 orang mengenal Siti Nurbaya Food melalui hubungan sosial (teman, keluarga, rekan kerja,dll), iklan (internet, radio, televisi, koran, majalah), dan melihat langsung toko Siti Nurbaya Food tersebut. Hal ini juga disebabkan karena Siti Nurbaya Food yang lokasinya sedikit masuk ke dalam dari jalan raya, sehingga konsumen sedikit kesulitan untuk mencari lokasi Siti Nurbaya Food tersebut.

Oleh karena itu, penulis terdorong untuk meninjau bagaimana promosi pada Siti Nurbaya Food dalam menghadapi ketidakstabilan penjualan pada produknya. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berkaitan dengan kegiatan promosi pada Siti Nurbaya Food, sehingga permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah **"Tinjauan Promosi Pada Siti Nurbaya Food Untuk Meningkatkan Penjualan"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana penerapan promosi pada Siti Nurbaya Food untuk meningkatkan penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk :

1. Meninjau promosi pada Siti Nurbaya Food untuk meningkatkan jumlah penjualan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis tentang promosi dalam mengembangkan bisnis kuliner serta memecahkan suatu permasalahan yang ada dan bisa mencari solusi yang tepat dan juga untuk mengetahui keunggulan dan seberapa besar manfaat bersaing dengan memperhatikan promosi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Siti Nurbaya Food dalam menghadapi masalah yang ada hubungannya dengan promosi yang dilakukan dan juga dapat membantu dalam pemecahan masalah tersebut.

3. Bagi Universitas

Sebagai bahan perpustakaan dan sumber studi bagi mahasiswa dimasa yang akan datang terutama dalam bidang penelitian promosi pada Siti Nurbaya Food.

4. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi masyarakat ilmiah yang bermanfaat melakukan penelitian pada bidang ini.