

**TINJAUAN PROMOSI PENJUALAN PADA KINI CHEESE TEA DI  
KOTA PARIAMAN**

**TUGAS AKHIR**

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



**Oleh :**

**TARI FITRIA WULANDARI**

**20134080/2020**

**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**“TINJAUAN PROMOSI PENJUALAN PADA KINI CHEESE TEA  
DI KOTA PARIAMAN”**

Oleh:

Nama : Tari Fitria Wulandari  
BP/NIM : 2020/20134080  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 13 September 2023

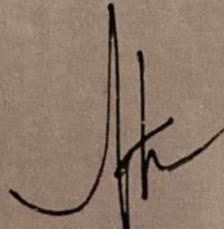
Disetujui Oleh:

Koordinator Prodi DIII  
Manajemen Perdagangan



Yuki Fitria, SE, MM  
NIP : 198207222010122002

Pembimbing Tugas Akhir



Astra Prima Budiarti, SE, BBA, Hons, MM  
NIP : 172012

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**"TINJAUAN PROMOSI PENJUALAN PADA KINI CHEESE TEA  
DI KOTA PARIAMAN"**

Nama : Tari Fitria Wulandari  
TM/NIM : 2020/20134080  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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

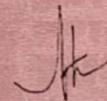
Padang, 11 Oktober 2023

**Nama Penguji**

**Tim Penguji Tanda Tangan**

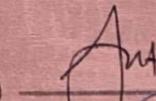
1. Astra Prima Budiarti, SE, BBA, Hons, MM

(Ketua)



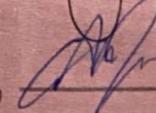
2. Yunita Engriani, SE, MM

(Anggota 1)



3. Arief Maulana, SE, MM

(Anggota 2)



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tari Fitria Wulandari  
BP/NIM : 2020/20134080  
Tempat/Tanggal Lahir : Kurai Taji, 02 Januari 2002  
Alamat : Palak Aneh, Sumatera Barat  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Promosi Penjualan Pada Kini Cheese Tea Di Kota Pariaman

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 atas 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 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Padang, 11 Oktober 2023  
Yang Menyatakan



Tari Fitria Wulandari  
NIM : 20134080

## ABSTRAK

**Tari Fitria Wulandari : Tinjauan Promosi Penjualan Pada Kini Cheese Tea  
Di Kota Pariaman**

**Nim : 20134080**

**Pembimbing : Astra Prima Budiarti, SE, BBA, Hons, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi yang diterapkan oleh Kini Cheese Tea untuk meningkatkan penjualannya. Lokasi penelitian ini beralamat di Jl. H. Agus Salim, Kp. Baru, Kec. Pariaman Tengah, Kota Pariaman, Sumatera Barat. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi dan wawancara langsung kepada pemilik Kini Cheese Tea. Dari penelitian ini menjelaskan bahwa Kini Cheese Tea mempunyai promosi penjualan dengan menggunakan variabel-variabel promosi penjualan seperti: *coupons* (kupon), *rebates* (potongan harga), dan *price pack-off-deals* (kesepakatan harga kemasan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *coupons* (kupon) yang diberikan Kini Cheese Tea sudah digantikan dengan promosi lain, 2) *rebates* (potongan harga) dilakukan dengan memberikan potongan harga kepada konsumen di setiap hari jum'at, 3) *Price pack/cents-off-deals* (kesepakatan harga kemasan) dilakukan dengan memberikan tambahan extra produk seperti *buy 2 get 1* yang baru diterapkan dalam dua minggu terakhir tepatnya tiap hari jum'at.

**Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kini Cheese Tea**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur penulis hadiratkan kepada Allah SWT yang mana telah memberikan rahmat dan karunianya kepada kita semua dan juga kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Tinjauan Promosi Penjualan Pada Kini Cheese Tea di Kota Pariaman”**. Dan tidak lupa shalawat serta salam untuk nabi besar Muhammad SAW yang mana telah membawa umat dari zaman jahiliyyah (kebodohan) hingga zaman penuh ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan seperti saat ini.

Dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik itu yang berupa moril maupun materi, Penulis juga banyak mendapatkan bantuan, petunjuk, dan saran dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu.
2. Kepada orang tua yaitu bapak Syamsul Bahri dan Ibu Yasnimar yang selalu mendukung dan mendoakan untuk kelancaran setiap urusan. Karena tanpa dukungan dan do'a dari orang tua penulis tidak dapat menyelesaikan laporan ini.

3. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Yuki Fitria, SE, MM. selaku Ketua Prodi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Rini Sarianti, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dengan sangat baik selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Negeri Padang.
6. Ibu Astra Prima Budiarti, SE, BBA, Hons, MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan serta nasehat kepada penulis dalam berbagai hal yang berkaitan dengan penulisan Tugas Akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Bapak dan Ibu staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam kelancaran administrasi dan perolehan buku-buku penunjang proposal penelitian ini.
8. Wulan Dara Mulya Ninsi dan Mustika Rani sebagai teman yang selalu menjadi sumber salah satu penyemangat penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Kakak tingkat dan Teman-teman khusus nya Program Studi Manajemen Perdagangan Angkatan 2020 yang banyak memberikan saran, bantuan dan dorongan dalam penyelesaian proposal ini.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan dan tidak bisa disebutkan.

Semoga segala bantuan, dukungan, masukan dan nasihat serta ilmu yang sudah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT serta hendaknya membawa berkat dan manfaat bagi penulis. Akhir kata penulis berharap Proyek Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak, terutama bagi penulis sendiri, Aamiin.

Pariaman, September 2023

Tari Fitria Wulandari

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Masalah .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Pemasaran .....	9
B. Promosi.....	16
C. Promosi Penjualan.....	21
<b>BAB III PENDEKATAN PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Bentuk Penelitian .....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Rancangan Penelitian .....	28
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Profil Kini Cheese Tea.....	33
B. Pembahasan.....	42
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>47</b>
A. Kesimpulan .....	47
B. Saran.....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Data Penjualan Produk Kini Cheese Tea di Pariaman.....	5
---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kini Cheese Tea Tampak Depan.....	34
Gambar 2. Suasana Kini Cheese Tea.....	35
Gambar 3. Logo Kini Cheese Tea.....	35
Gambar 4. Paket Usaha 1 Kini Cheese Tea .....	38
Gambar 5. Paket Usaha 2 Kini Cheese Tea .....	38
Gambar 6. Paket Usaha 2 Kini Cheese Tea .....	39
Gambar 7. Menu Kini Cheese Tea.....	40
Gambar 8. Struktur Organisasi Kini Cheese Tea.....	41
Gambar 9. Coupons (kupon) Kini Cheese Tea .....	43
Gambar 10. Rebates Kini Cheese Tea .....	44
Gambar 11. Promo Kini Cheese Tea .....	46

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Izin Observasi .....	52
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara.....	53
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara .....	55

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada zaman modern ini semakin banyak bisnis kuliner yang bermunculan di pasaran. Hal tersebut dapat ditandai dengan banyaknya restoran, cafe dan bermacam-macam bentuk stand makanan dan minuman yang bermunculan dengan ciri khas masing masing. Berkembangnya usaha kuliner makanan juga membuat kuliner minuman yang ada di Indonesia semakin memiliki banyak peminat salah satunya minuman yang saat ini menjadi trend yaitu minuman dengan campuran *cream cheese* sebagai topping utama, inovasi peluang usaha minuman seperti ini dinilai cukup menarik untuk dijalankan, dikarenakan mengingat untuk minuman sejenis ini memiliki peminat yang cukup banyak di tengah pasar yang ada.

Kehadiran Kini Cheese Tea pada awalnya sangat fenomena, khususnya di kalangan para remaja. Kini Cheese Tea sudah ada sebelumnya, namun kehadiran Kini Cheese Tea sekarang ini berbeda dengan Kini Cheese Tea yang sebelumnya. Banyak faktor yang membedakan Kini Cheese Tea yang dulu dengan Kini Cheese Tea sekarang, kemasan yang berbeda dengan konsep yang lebih menarik, pilihan rasa yang ditawarkan oleh Kini Cheese Tea juga bermacam-macam, kita juga bisa memilih rasa buah untuk rasa asam ataupun untuk sekedar merasa lebih segar. Para pengusaha yang menjalankan bisnis Kini Cheese Tea ini menggunakan strategi dalam hal promosi untuk mendatangkan pengunjung. Promosi yang ditawarkan

bermacam-macam dan menarik sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk mencoba minuman kini cheese tea. Misalnya dengan memberikan potongan harga (*discount*), memberikan *buy 2 get 1 free*, memberikan kupon kepada konsumen ketika mencapai pembelian pada transaksi tertentu, dan masih banyak lagi. Selain itu, para pengusaha juga memperhatikan tempat untuk para pengunjung menikmati minuman Kini Cheese Tea yang mereka tawarkan. Hal ini juga merupakan salah satu dari strategi para pengusaha untuk mendatangkan pengunjung mencoba minuman Kini Cheese Tea mereka. Selain dapat mencoba minuman Kini Cheese Tea mereka, para pengunjung dapat beristirahat atau bahkan sekedar menghabiskan waktu luang dengan teman-teman mereka.

Hadir dengan konsep seperti cafe, Kini Cheese Tea menyediakan berbagai macam pilihan *bubble tea*, *cheese tea* dan *flavoured tea* beserta pilihan topping yang dapat konsumen pilih sesuai dengan keinginan konsumen. Tidak hanya menyediakan minuman cheese tea saja, namun Kini Cheese Tea juga menyediakan makanan kecil untuk dinikmati bersama cheese tea. Konsep yang dimiliki Kini Cheese Tea inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para remaja. Konsep Kini Cheese Tea mengikuti perkembangan jaman dimana menghadirkan konsep cafe yang sedang berkembang, dan dengan harga yang terjangkau, konsumen dapat menikmati makanan dan minuman cheese tea. sehingga tidak heran jika Kini Cheese Tea selalu ramai dikunjungi oleh para remaja.

Promosi penjualan produk-produk perusahaan yang efektif dan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan maka kegiatan promosi penjualan tersebut akan menentukan keputusan pelanggan untuk membeli atau tidak membeli produk-produk yang dipromosikan oleh perusahaan. Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena promosi penjualan merupakan salah satu upaya perusahaan dalam memengaruhi para pelanggan untuk membeli produk-produk perusahaan sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan (Chang (2017); Yan dkk (2018)). Promosi penjualan memainkan peranan yang signifikan terhadap keputusan pembelian melalui alat-alat promosi seperti penawaran harga premium, diskon, dan melalui acara-acara pameran produk (Neha dan Manoj (2013); Natalia dan Mulyana (2014); Chitra dan Mahalakshmi (2016); Santoso dan Samboro (2017)) (Leni Anggriani & Hamali Yusuf, 2020).

Adapun fenomena yang terjadi pada Kini Cheese Tea yaitu terdapat pada tahun 2020 penjualan kini cheese tea mengalami penurunan yang sangat drastis karena pada tahun tersebut lagi maraknya virus Covid-19 yang angkanya terus-menerus meningkat dan dengan diberlakukannya aturan pembatasan jarak antar manusia atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang memiliki pengaruh terhadap kebijakan atas kini cheese tea dalam melayani konsumen dengan beberapa protokol yang harus dilakukan, seperti mencuci tangan, cek suhu, jaga jarak, memakai masker, serta diberikan tenggat waktu untuk menikmati minuman tersebut.

Dengan berjalannya waktu, penjualan Kini Cheese Tea mulai membaik dengan adanya promosi penjualan. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kini Cheese Tea yaitu mengadakan promosi Jum'at Berkah (memberikan potongan harga pada pembelian di hari jum'at). Dengan adanya promosi tersebut, konsumen dapat tertarik untuk mencoba dan membeli produk yang ditawarkan. Salah satu media promosi Kini Cheese Tea yang paling sering penulis temukan adalah Instagram. Dalam media tersebut perusahaan seringkali memberikan informasi kepada penggunaan Instagram sebagai bentuk promosi agar konsumen dapat tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga perusahaan dapat mencapai target yang diinginkannya.

Promosi penjualan sangat berpengaruh terhadap rasa ingin tahu konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan untuk dapat menarik minat pembeli konsumen tersebut. Frekuensi, kualitas, kuantitas dan kesesuaian promosi penjualan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena promosi penjualan bukan hanya mengandalkan tampilan promosi tetapi juga menilai dari tolak ukur dan nilai yang disajikan saat promosi. Dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan, maka dengan cepat masyarakat akan mengetahui kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh suatu produk.

**Tabel 1. Data Penjualan Produk Kini Cheese Tea di Pariaman**

No	Tahun	Penjualan (cup)
1	2019	30.200
2	2020	25.050
3	2021	34.750
4	2022	36.430
5	2023	21.580
<b>Total</b>		<b>148.010</b>

*Sumber: Data olahan dari Tahun 2019 – Tahun 2023*

Berdasarkan Tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa penjualan di Kini Cheese Tea di Pariaman pada awal tahun 2019 pada umumnya stabil. Pada tahun 2020 penjualan Kini Cheese Tea mengalami penurunan dikarenakan virus Covid-19. Pada tahun 2021 dan tahun 2022 penjualan mengalami peningkatan yang sangat pesat setiap tahunnya dikarenakan Kini Cheese Tea menerapkan promosi penjualan. Pada tahun 2023 penjualannya sedikit dikarenakan pada tahun tersebut penjualannya dimulai dari januari - juli (7 bulan) saja.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen adalah promosi penjualan, dimana promosi merupakan suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya yaitu untuk memperkenalkan sesuatu (barang atau jasa) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan

komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, pembujukan, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang atau jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli.

Perkembangan industri food & beverage (F&B) di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat dengan pertumbuhannya diproyeksikan 5-7 persen hingga akhir 2023 (Kompas, 2023). Hal ini tidak luput dari perubahan gaya hidup masyarakat terutama di kota besar yang menyukai makanan dan minuman cepat saji. Ditambah lagi dengan masifnya penggunaan platform digital yang berdampak pada transformasi digitalisasi memberikan peluang bisnis F&B untuk mempromosikan produknya kepada pengguna internet (Maliha et al., 2023). Dengan pesatnya perkembangan F&B di Indonesia menjadi peluang bagi merek ternama seperti Kini Cheese Tea untuk menguasai pangsa pasar di Indonesia dan memanfaatkan digitalisasi untuk menyebarkan konten promosi yang menarik bagi konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Tinjauan Promosi Penjualan Pada Kini Cheese Tea di Kota Pariaman”**.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat diambil adalah bagaimana promosi penjualan pada Kini Cheese Tea di Kota Pariaman?

**C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi penjualan pada Kini Cheese Tea di Kota Pariaman.

**D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama penulis menempuh kuliah ke dalam dunia kerja sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan dilapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen perdagangan serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai citra merek dalam bidang manajemen perdagangan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat mengetahui keinginan konsumen sehingga perusahaan dapat memenuhi keinginan pasar dengan berinovasi dalam menciptakan produk yang sesuai di kalangan konsumen.

### 3. Bagi Akademis

Bagi pembaca dan pelaku bisnis selanjutnya, diharapkan bahwa laporanbusiness plan ini dapat dijadikan sebagai referensi bisnis yang dapat dijalankan dan mempunyai kredibilitas untuk dapat merealisasikan konsepteorimanajemen dengan realita ide bisnis yang telah dijalankan.