



## **Strategi Meningkatkan Penjualan Dengan Melakukan Promosi Melalui Media Sosial Pada Usaha Kerupuk Azizah Lubuk Kilangan Padang**

**Aziza Rahmawati Syakila<sup>1</sup>, Dela Aulan<sup>2</sup>, Tiffa Aprilia<sup>3</sup>, Vicky Brama Kumbara<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Aziza Rahmawati Syakila

**E-mail:** [azizarahmawati2904@gmail.com](mailto:azizarahmawati2904@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan penjualan dengan melakukan promosi melalui media sosial pada usaha Kerupuk Azizah di Lubuk Kilangan, Padang. Fokus utama Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang kami lakukan ini adalah untuk mengkaji Strategi meningkat penjualan dengan melakukan promosi melalui media sosial. Dengan menganalisis praktik-praktik pelatihan, pengembangan karir, serta kompensasi dan insentif, kami berupaya memperoleh wawasan yang mendalam tentang bagaimana Strategi meningkat penjualan dengan melakukan promosi melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa dengan promosi di media sosial dapat meningkatkan penjualan pada bisnis tersebut dan banyak yang tertarik dengan produk tersebut, sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap usaha. Rekomendasi praktis yang diberikan diharapkan dapat membantu usaha lain dalam menghadapi tantangan serupa dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

**Kata kunci**– deskripsi produk, strategi, promosi media sosial

### **Abstract**

This research aims to analyze strategies to increase sales by carrying out promotions via social media at the Azizah Crackers business in Lubuk Kilangan, Padang. The main focus of our Field Work Practices (FWP) is to examine strategies for increasing sales by carrying out promotions via social media. By analyzing training practices, career development, as well as compensation and incentives, we seek to gain in-depth insight into how strategies increase sales by promoting via social media. The results of the activity show that promotions on social media can increase sales in the business and many people are interested in the product, so it can have a positive impact on the business. It is hoped that the practical recommendations provided will help other businesses face similar challenges and increase their competitiveness in an increasingly competitive market.

**Keywords** -product descriptions, strategies, social media promotions

## PENDAHULUAN

Sumatra barat sebagai suatu provinsi yang memiliki banyak tempat wisata dan berbagai macam makanannya, juga memiliki oleh-oleh cemilan khas seperti kerupuk sanjai yang di produksi oleh UMKM, dan juga industri rumah tangga lainnya (*home industry*). Cemilan sanjai ini umumnya dapat kita jumpai pada beberapa daerah di Sumatera Barat, salah satunya kota Padang. Padang merupakan salah satu kota di Sumatera Barat yang banyak memproduksi makanan khas Sumatera Barat seperti kerupuk sanjai. Salah satunya adalah Kerupuk Azizah yang berada di Kota Padang. Kerupuk merupakan makanan cemilan seperti kerupuk yang terbuat dari singkong yang mempunyai cita rasa tersendiri, sanjai merupakan salah satu makanan khas dari Sumatera Barat. Tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan dalam dunia bisnis kian ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk memasarkan produk dan jasa yang mampu menarik perhatian calon konsumen. Hal ini menuntut pengusaha untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran yang digunakan untuk menghadapi persaingan

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu (**Fauzan, n.d.**). Strategi pemasaran merupakan pernyataan mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Penetapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang di dapatkan. Faktor kualitas produk, lokasi dan kualitas layanan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan penjualan dengan melakukan promosi melalui media sosial pada usaha 'Kerupuk Azizah' di Lubuk Kilangan, Padang. Fokus utama Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang kami lakukan ini adalah untuk mengkaji Strategi meningkat penjualan dengan melakukan promosi melalui media sosial. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu usaha lain dalam menghadapi tantangan serupa dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

## METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan meliputi beberapa tahapan berikut:

1. Persiapan : persiapan dari kegiatan ini mencakup beberapa prosedur yaitu ; menyiapkan materi, survey lokasi, mengurus surat perizinan, membuat proposal dan persetujuan lokasi Praktek Kerja Lapangan (PKL)
2. *Screening* : setelah melakukan persiapan, *screening* kemudian menjadi agenda selajutnya yaitu; menyiapkan pembicaraan, memastikan semua alat dibawa ke lokasi, memastikan semua kebutuhan acara, seperti transportasi, dan spanduk
3. Implementasi Kegiatan : Kegiatan ini berkaitan dengan pelaksanaan PKL dengan waktu yang telah terjadwal, yaitu; Pembukaan PKL oleh mahasiswa, Sosialisasi materi Pkl strategi pengembangan kemampuan tenaga kerja dalam meningkatkan hasil produksi dan pendapatan pada usaha Kerupuk Azizah dan penutup (dokoumentasi dan administrasi)
4. Evaluasi : Kegiatan ini bagaian untuk menjadi inovasi dan perbaikan secara terus menerus di masa mendatang, sehubungan dengan pencapaian atau keterbatasan yang masih ada pada saat pelaksanaan PKL
5. Laporan : Terakhir dari kegiatan ini adalah pembuatan laporan dari pelaksanaan PKL yang telah dilakukan untuk menjadi bagian dan dokumentasi bukti dari pelaksanaan kegiatan ini kepada beberapa pihak seperti LPPM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil yang dicapai

Kegiatan praktek kerja lapangan ini merupakan salah satu matakuliah wajib di ikuti oleh seluruh mahasiswa semester 6 yang terdiri dari 2 SKS. Kegiatan ini berjudul “Strategi penjualan dengan melakukan promosi melalui media sosial pada usaha Kerupuk Azizah”, yang beralamat di di jalan bukit ngalau, RT 3, Rw 4, kel. Batu Gadang, Kec. Lubuk Kilangan, Padang, Sumatra Barat. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan penjualan di Usaha ini serta memperkenalkan produk yang dimiliki kepada masyarakat luas, yang nantinya dapat dikenal dan banyak diminati oleh masyarakat.

### 2. Luaran yang akan dicapai

Dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini luaran yang akan di capai adalah dengan adanya kegiatan ini agar dapat memberikan informasi bagi masyarakat akan usaha yang di kembangkan oleh Usaha Kerupuk Azizah dengan melakukan promosi melalui media sosial. Kegiatan PKL ini diharapkan bisa memberikan informasi konkrit mengenai manajemen rantai pasok yang efisien pada pelaku usaha sebenarnya.

### 3. Rencana tahapan selanjutnya

Setelah berakhirnya kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini diharapkan kepada pemilik Usaha Kerupuk Azizah untuk terus meningkatkan promosi melalui Media Sosial, hal ini dilakukan untuk memperluas dalam hal pemasaran produk agar produk dapat diminati dan dapat dikenal oleh khlayak masyarakat luas. Dan juga dapat meningkatkan profitabilitas bisnis kerupuk azizah tersebut. Karena perkembangan teknologi yang semakin maju saat ini juga dapat mempermudah pemilik maupun konsumen dalam transaksi jual beli bisnis dengan memanfaatkan media sosial yang ada, sehingga dapat memberikan kesempatan kepada pemilik bisnis untuk semakin mengembangkan bisnisnya, sehingga semakin di kenal di Sumatera Barat terutama di kota Padang.

### Gambar kegiatan selama acara



**Gambar 1.**

Wawancara dengan pemilik bisnis



**Gambar 2.**

promosi yang kami lakukan di media sosial



**Gambar 3.**

Dokumentasi dengan pemilik usaha



**Gambar 4.**

gambar jeni-jenis produk

## **KESIMPULAN**

Setelah melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) kurang lebih kami mengumpulkan laporan ini. PKL dilaksanakan di Usaha Kerupuk Azizah di jalan bukit ngalau, RT 3, Rw 4, kel. Batu Gadang, Kec. Lubuk Kilangan, Padang, Sumatra Barat. Penulis dapat menyimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan PKL sangat berguna dimana Kegiatan PKL ini memberikan manfaat bagi anggota kelompok kami. Dengan adanya PKL ini, penulis dapat menerapkan pengetahuan dan kemampuan penulis yang dimiliki di bidang ekonomi serta mendapatkan ilmu tambahan yang tidak didapat selama kegiatan perkuliahan. Usaha Kerupuk Azizah memiliki produk yang terbaik, dengan bahan yang terbaik sehingga produk yang di pasarkan dapat terjamin kualitasnya hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan adanya promosi atau pemasaran yang baik melalui media sosial, Usaha Kerupuk Azizah dapat memiliki pemasukan lebih daripada promosi melalui mulut kemulut.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Dr. Vicky Brama Kumbara, SE, B.Ba, MM selaku dosen pembimbing atas bimbingan, dukungan, dan arahan yang telah diberikan selama proses penulisan artikel ini. Ucapan terimakasih pun disampaikan kepada ibu Yeni, pemilik usaha “Kerupuk Azizah” yang telah memberikan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan artikel ini. Tanpa bantuan serta kerjasama dari semua pihak yang terlibat, baik dari pihak akademis maupun dari praktis di lapangan, artikel ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi usaha-usaha yang lain juga.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Fauzan, R. (n.d.). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Menggunakan Blue Ocean Strategy. 1–12.
- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(2), 01-10.
- Mahelda, Selvia, Dea Ananda, Oktrisa Pratiwi, Vira Ardila, and Vivi Nila Sari. 2024. “Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis : Studi Kasus Pada UMKM Kumau Laundry Lubuk Begalung Padang” 1 (9): 1008–12.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21-34.
- Syaipudin, Latif, and Idah Nurfaizy Awwalin. 2022. “Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan.” *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1 (01): 31–42. <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/smb/article/view/22>.