

**PENGARUH PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
PLATFORM WHATSAPP TERHADAP PENJUALAN
PEMPEK UMIABI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

Disusun oleh.

RESTI APRIYENTI

21612010010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
PALEMBANG**

2025

**PENGARUH PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
PLATFORM WHATSAPP TERHADAP PENJUALAN
PEMPEK UMIABI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1) Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

Disusun oleh.
RESTI APRIYENTI
21612010010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
PALEMBANG**

2025

PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN PLATFORM
WHATSAPP TERHADAP PENJUALAN PEMPEK UMIABI
KOTA PALEMBANG**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan.

Nama : Resti Apriyenti
Nim : 21612010010

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan pada :

Hari : Senin
Tanggal : 21 juli 2025

Pj. Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Sumatera Selatan



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D

NIDN. 0015097701

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang cepat telah mendorong pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak promosi menggunakan platform *Whatsapp Business* terhadap penjualan pempek umiabi di Kota Palembang. *Whatsapp* dipilih karena dapat menghubungi konsumen secara langsung dan efisien melalui fitur komunikasi pesan pribadi dan story. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang telah melakukan pembelian pempek umiabi melalui *Whatsapp Business*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan syarat responden yang aktif dan memiliki pengalaman pembelian. Analisis data dilakukan melalui regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan lewat *Whatsapp Business* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Whatsapp* tidak hanya berfungsi secara efisien sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform pemasaran yang cerdas dalam meningkatkan kemampuan beli konsumen. Karena itu, UMKM, terutama Pempek UmiAbi, disarankan untuk terus memperluas konten promosi yang menarik serta tepat sasaran melalui platform ini. Penelitian ini juga bisa menjadi acuan bagi pelaku UMKM lainnya dalam menyusun strategi pemasaran digital yang lebih responsif terhadap perubahan pasar yang berbasis teknologi.

Kata Kunci : Promosi, Platform *Whatsapp*, Penjualan

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has encouraged micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to use social media as a promotional tool. This study aims to analyze the impact of promotions using the Whatsapp Business platform on sales of pempek umiabi in Palembang City. Whatsapp was chosen because it can contact consumers directly and efficiently through personal message and story communication features. This study uses a quantitative approach through a survey method. Data were collected by distributing questionnaires to 85 respondents who had purchased pempek umiabi through Whatsapp Business. The sampling method used was purposive sampling with the condition that respondents were active and had purchasing experience. Data analysis was carried out through simple linear regression using the SPSS version 25 program. The results of the study show that promotions carried out through Whatsapp Business have a positive and significant effect on increasing sales. This finding shows that Whatsapp not only functions efficiently as a means of communication, but also as a smart marketing platform in increasing consumer purchasing power. Therefore, MSMEs, especially Pempek UmiAbi, are advised to continue to expand attractive and targeted promotional content through this platform. This study can also be a reference for other MSMEs in developing digital marketing strategies that are more responsive to technology-based market changes.

Keywords: *Promotion, Whatsapp Platform, Sales*