© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENJUALAN ES TEH MANIS DUMBO SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE* DI AREA POLITEKNIK NEGERI JAKARTA DAN BINTARO SEKTOR 9 KOTA TANGERANG SELATAN

Disusun oleh:

YODHA DIPTAMA SANGADI

2208311011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS

PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENJUALAN ES TEH MANIS DUMBO SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE* DI AREA POLITEKNIK NEGERI JAKARTA DAN BINTARO SEKTOR 9 KOTA TANGERANG SELATAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Disusun oleh:

YODHA DIPTAMA SANGADI

2208311011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS

PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di Laporan Tugas Akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Yodha Diptama Sangadi

NIM : 2208311011

Tanda tangan :

Tanggal : 20 Juni 2025

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Yodha Diptama Sangadi
NIM	:	2208311011
Program Studi	:	D-3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Tugas Akhir	:	Penjualan Es Teh Manis Dumbo Secara *Online* dan *Offline* di Area Politeknik Negeri Jakarta dan Bintaro Sektor 9 Kota Tangerang Selatan.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji	: Eva Fitria, S.E., M.Si.	( )
Anggota Penguji 1	: Sigit Yudhanarto, S.E., S.Psi, M.M.	( )
Anggota Penguji 2	: Tika Dwi Ariyanti, M.Psi., Psikolog	( )

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di: Depok

Tanggal: 20 Juni 2025

.

Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.

NIP 19640415 199003 2002

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun	:	Yodha Diptama Sangadi
Nomor Induk Mahasiswa	:	2208311011
Jurusan/Program Studi	:	Akuntansi / D-3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Tugas Akhir	:	Penjualan Es Teh Manis Dumbo Secara *Online* dan *Offline* di Area Politeknik Negeri Jakarta dan Bintaro Sektor 9 Kota Tangerang Selatan.

Disetujui oleh:

Pembimbing

Tika Dwi Ariyanti, M.Psi., Psikolog

NIP 199102162018032001

Kepala Program Studi

Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M.

NIP 198811142019121001

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Alhamdullillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Penjualan Es Teh Manis Dumbo Secara *Online* dan *Offline* di Area Politeknik Negeri Jakarta dan Bintaro Sektor 9 Kota Tangerang Selatan". Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya, Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Tidak lupa, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M., selaku Kepala Program Studi D-III Manajemen Pemasaran.
4. Ibu Tika Dwi Ariyanti, M.Psi., Psikolog., selaku dosen pembimbing.
5. Para Dosen pengajar dan Staf Administrasi Prodi D-3 Manajemen Pemasaran.
6. Orang tua, Eyang Mah, serta kakak-kakak tercinta.
7. Teman-teman yang senantiasa mendukung dengan kerjasama dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini belum sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Pembaca dapat menyampaikannya melalui e-mail: yodhasangadi@gmail.com. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Depok, 20 Juni 2025

Yodha Diptama Sangadi

NIM: 2208311011

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Yodha Diptama Sangadi
NIM	:	2208311011
Program Studi	:	D-3 Manajemen Pemasaran
Jurusan	:	Akuntansi
Jenis Karya	:	Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Penjualan Es Teh Manis Dumbo Secara *Online* dan *Offline* di Area Politeknik Negeri Jakarta dan Bintaro Sektor 9 Kota Tangerang Selatan.

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian penyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada tanggal: 20 Juni 2025

Yang menyatakan

Yodha Diptama Sangadi

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Yodha Diptama Sangadi
D-3 Manajemen Pemasaran, Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta
Penjualan Es Teh Manis Dumbo Secara *Online* dan *Offline*
di Area Politeknik Negeri dan Bintaro Sektor 9 Kota Tangerang Selatan

Laporan ini membahas hasil survei pasar, penjualan, dan analisis usaha Es Teh Manis Dumbo yang dijual secara langsung dan tidak langsung melalui media sosial di wilayah Politeknik Negeri Jakarta dan Bintaro Sektor 9. Metode yang digunakan adalah deskriptif, dengan kuesioner dan pencatatan penjualan selama 9 Februari hingga 26 Mei 2025. Hasil survei menunjukkan rasa, kemasan, dan harga sesuai harapan konsumen. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret 2025 karena Ramadhan, sementara penjualan terendah terjadi di awal usaha dan saat digunakan harga spesial. Produk ini memiliki daya tarik tersendiri dan potensi pasar yang menjanjikan untuk dikembangkan.

Kata kunci: Survei Pasar, Penjualan, Es Teh Manis Dumbo.

ABSTRACT

Yodha Diptama Sangadi
D-3 Marketing Management, Accounting, Jakarta State Polytechnic
Es Teh Manis Dumbo Sales are Online and Offline in the Jakarta State Polytechnic Area and Bintaro Sector 9 in South Tangerang City

This report discusses the results of market surveys, sales, and business analysis of Es Teh Manis Dumbo *sold offline in personal selling and online through social media in the areas of Jakarta State Polytechnic and Bintaro Sector 9. The method used is descriptive, with questionnaires and sales recording from February 9 to May 26, 2025. The survey results show that taste, packaging, and price meet consumer expectations. The highest sales occurred in March 2025 due to Ramadan, while the lowest sales happened at the beginning of the business and during the special price period. This product has its own charm and promising market potential for development.*

Keywords: Market Survey, Saling, Es Teh Manis Dumbo

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Lembar Pernyataan Orisinalitas ii
Lembar Pengesahan iii
Lembar Persetujuan Laporan Tugas Akhir iv
Kata Pengantar v
Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah Untuk Kepentingan Akademis vi
Abstrak/*Abstract* vii
Daftar Isi viii
Daftar Tabel ix
Daftar Gambar x
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Tujuan 2
1.3. Manfaat 2
1.4. Metode 3
1.5. Sistematika 3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 4
2.1. Es Teh Manis Dumbo 4
2.2. Penjualan 5
2.3. Bauran Pemasaran 7
BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA 12
3.1. Profil Usaha 12
3.2 Pelaksanaan Usaha 15
BAB IV PEMBAHASAN 30
4.1 Laporan Hasil Penjualan dari Produk Es Teh Manis Dumbo 30
4.2 Analisis Laporan Hasil Penjualan dari Produk Es Teh Manis Dumbo 32
4.3 Hasil Survey Pasar dari Produk Es Teh Manis Dumbo 34
BAB V PENUTUP 36
5.1 Kesimpulan 36
5.2 Saran 36

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Peralatan yang Dibutuhkan..... 17
Tabel 3.2. Perlengkapan yang Dibutuhkan dalam Satu Bulan..... 17
Tabel 3.3. Biaya Tetap untuk Satu ulan..... 17
Tabel 3.4. Biaya Tidak Tetap untuk 228 Gelas..... 18
Tabel 3.5. Rekapitulasi untuk Satu Bulan..... 20
Tabel 4.1. Hasil Penjualan dari Produk Es Teh Manis Dumbo..... 31
Tabel 4.2. Hasil Penjualan Per-Minggu dari Produk Es Teh Manis Dumbo... 32
Tabel 4.3. Hasil Penjualan Per-Bulan dari Produk Es Teh Manis Dumbo..... 33
Tabel 4.4. Hasil Survey Pasar dari Produk Es Teh Manis Dumbo..... 35

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Logo Produk Es Teh Manis Dumbo..... 13
Gambar 3.2. Label Produk Es Teh Manis Dumbo..... 13
Gambar 3.3. Tampak Depan Produk Es Teh Manis Dumbo..... 13
Gambar 3.4. Tampak Belakang Produk Es Teh Manis Dumbo..... 14
Gambar 3.5. Tampak Atas Produk Es Teh Manis Dumbo..... 14
Gambar 3.6. Grafik Hasil Survey..... 16
Gambar 3.7. *Flyer* Produk Es Teh Manis Dumbo..... 21
Gambar 3.8. *Flyer* Produk Es Teh Manis Dumbo di Instagram..... 24
Gambar 3.9. *Caption* Penjualan Es Teh Manis Dumbo (Contoh Program Ramadhan) 24
Gambar 3.10. Hasil Tampilan di Instagram..... 25
Gambar 3.11. *Flyer* Ramadhan Es Teh Manis Dumbo di Status WhatsApp.... 25
Gambar 3.12. Tulisan di Status WhatsApp (Contoh Program Ramadhan)..... 26
Gambar 3.13. Promosi di WhatsApp Grup (Contoh Program Ramadhan)..... 26
Gambar 3.14. *Flow Chart* Proses Produksi..... 27
Gambar 4.1. Grafik Hasil Penjualan Per-Minggu dari Produk Es Teh Manis Dumbo..... 33
Gambar 4.2. Grafik Hasil Penjualan Per-Bulan dari Produk Es Teh Manis Dumbo..... 34

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Es teh adalah minuman yang sangat digemari di Indonesia dan sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Menurut Haidar, *co-founder* Es Teh Indonesia, dalam KumparanFood (2021) yaitu pada webinar "Bebas Sengketa Merek Dagang dan HKI Lainnya" di Festival UMKM Kumparan 2021, teh menempati posisi kedua sebagai komoditas yang paling banyak dikonsumsi setelah air putih, sedangkan kopi berada di posisi ketiga. Ia juga mengungkapkan bahwa es teh lebih disukai dibandingkan kopi. Alasan lain yang membuat es teh sangat disukai, karena proses pembuatannya yang mudah dan murah. Es Teh juga berpotensi untuk memperoleh keuntungan yang besar. Hal ini dikonfirmasi dengan penelitian terhadap merek Es Teh Jumbo dari Solo. Menurut Rizkita et al., (2024) data menunjukkan bahwa rata-rata penjual Es Teh Jumbo mendapat keuntungan bersih sekitar Rp300.000 sampai Rp500.000 per hari.

Keluarga penulis juga pernah melihat proses penjualan es teh manis yang besar dan dingin yang terjual dengan cepat pada satu kesempatan. Pada saat yang lain penulis juga membuat survey pasar terhadap produk yang paling masyarakat butuhkan saat ini. Hasil dari survey pasar tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan yang paling tinggi adalah produk minuman. Berdasarkan fakta-fakta diatas, penulis melihat perlunya menyediakan produk minuman. Penulis pun memilih membuat produk es teh manis dengan merk Es Teh Manis Dumbo dan memilih nama *Yodha's Tea House* sebagai nama produsen.

Penulis memulai berjualan produk Es Teh Manis Dumbo ini di bulan Oktober 2024, yaitu di Semester 5. Saat itu, produk menggunakan kemasan dengan penutup plastik lepasan. Namun, penutup ini ternyata mudah lepas dan kurang nyaman bagi. pelanggan, sehingga penulis memutuskan untuk menggunakan penutup baru. Pada bulan Februari 2025, yaitu di Semester 6,

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penulis memulai penjualan produk dengan menggunakan kemasan baru, yaitu kemasan dengan penutup plastik yang dipasang menggunakan mesin *press cup*. Namun, perubahan ini menyebabkan berubahnya harga jual dan harga pokok penjualan dari kemasan sebelumnya. Hal tersebut membuat penulis memutuskan untuk membatasi tugas akhir ini hanya pada penjualan produk dengan kemasan baru yang dilakukan sejak tanggal 9 Februari sampai dengan 26 Mei 2025.

Penulis menyusun tulisan ini untuk mengetahui apakah Es Teh Manis Dumbo mampu bersaing dengan produk minuman lain di area Politeknik Negeri Jakarta dan Bintaro Sektor 9 Kota Tangerang Selatan. Penulis melakukan analisis terhadap cara penjualan dan survey pasar untuk mengetahui rasa, kemasan, dan harga yang tepat untuk produk. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat membantu penulis meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha secara lebih terarah. Oleh karena itu, penulis menentukan judul untuk tulisan ini yaitu "Penjualan Es Teh Manis Dumbo Secara *Online* dan *Offline* di Area Politeknik Negeri Jakarta dan Bintaro Sektor 9 Kota Tangerang Selatan".

1.2 Tujuan

Tujuan penulisan laporan tugas akhir adalah sebagai berikut

1) Untuk mengetahui hasil penjualan dari produk Es Teh Manis Dumbo dengan membuat laporan hasil penjualan.
2) Untuk menganalisis laporan hasil penjualan Es Teh Manis Dumbo.
3) Untuk mengetahui hasil survey pasar dari produk Es Teh Manis Dumbo.

1.3 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah:

1) Sebagai pengalaman untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama berkuliah di Program Studi Manajemen Pemasaran.
2) Sebagai pengalaman untuk memulai wirausaha setelah lulus.

3) Memberi referensi kepada masyarakat untuk memulai wirausaha.
4) Sebagai syarat kelulusan kuliah di Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

1.4 Metode

Penulisan tugas akhir ini menggunakan metode penulisan deskriptif. Metode penulisan deskriptif yaitu menggambarkan kondisi usaha produk Es Teh Manis Dumbo dengan cara mencatat penjualan, analisis hasil penjualan, dan hasil survey pasar.

1.5 Sistematika

Sistematika penulisan tugas akhir adalah sebagai berikut: BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan ini menjelaskan mengenai latar belakang, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka meliputi informasi bahan pustaka yang memuat teori-teori yang digunakan dalam penulisan tugas akhir.

BAB III. PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA

Profil dan pelaksanaan usaha, menjelaskan informasi usaha yang dilakukan, bagaimana rencana dan pelaksanaan usaha. Semua perhitungan usaha juga ada di sini.

BAB IV. PEMBAHASAN

Pembahasan memuat penjelasan untuk setiap tujuan penulisan tugas akhir.

BAB V. PENUTUP

Penutup terdiri dari dua bagian, yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan ringkasan atau inti dari setiap pembahasan yang menjadi jawaban atas tujuan penulisan laporan tugas akhir. Saran memuat masukan- masukan yang diberikan berupa penyelesaian masalah atas hasil laporan tugas akhir.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penulis memperoleh pengalaman dan pemahaman melakukan penjualan produk Es Teh Manis Dumbo secara *offline* dan *online*. Penjualan *offline* dilakukan secara *personal selling*, sedangkan penjualan *online* dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, yaitu Instagram dan WhatsApp. Penulis berhasil mencatat dan mengetahui hasil penjualan produk Es Teh Manis Dumbo serta membuat laporan hasil penjualannya yang berlangsung dari tanggal 9 Februari sampai dengan 26 Mei 2025.

Penulis juga membuat analisis laporan hasil penjualan secara mingguan dan bulanan. Hasil analisis menunjukkan bahwa penjualan terendah terjadi pada masa awal usaha dan ketika menggunakan harga spesial untuk menarik pelanggan. Sementara itu, penjualan tertinggi terjadi saat bulan Ramadhan, didorong tingginya permintaan dari pelanggan yang membeli dalam jumlah besar untuk program berbagi. Dalam proses tugas akhir ini, penulis menemukan bahwa produk ini memiliki keunikan, yaitu sering dibeli dalam jumlah banyak untuk kebutuhan sedekah atau acara khusus. Hal ini menunjukkan bahwa produk Es Teh Manis Dumbo mempunyai daya tarik tersendiri, karena tidak hanya dibeli untuk konsumsi pribadi, tetapi juga untuk kebutuhan bersama. Permintaan dalam jumlah besar ini menjadi tanda bahwa produk memiliki peluang pasar yang baik dan bisa terus dikembangkan.

Penulis juga berhasil membuat hasil survey pasar terhadap produk Es Teh Manis Dumbo. Hasil survey pasar menunjukkan bahwa kualitas rasa, kemasan, dan harga Es Teh Manis Dumbo Rp5000 sudah sesuai dan dapat diterima oleh pasar.

5.2 Saran

Dalam rangka meningkatkan penjualan produk Es Teh Manis Dumbo, berikut adalah saran untuk perbaikan dan pengembangan yang dapat dilakukan:

1. Meningkatkan kemampuan berproduksi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Membeli perlengkapan yang lebih memadai seperti lemari pendingin berukuran besar, *cooler box* yang lebih besar untuk *personal selling*.
3. Menambah waktu aktivitas penjualan untuk meningkatkan keuntungan.
4. Menyediakan kemasan berbentuk dus untuk memudahkan pengiriman, terutama dalam jumlah besar.
5. Memperluas jangkauan pemasaran, baik secara *offline* maupun *online*.
6. Memanfaatkan platform digital lain seperti *GoFood* dan *GrabFood*.
7. Memberi pilihan ukuran, misalnya ukuran 220 ml.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Daftar Pustaka

Abdullah, T., Francis, T. (2016). Manajemen Pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Abubakar, Rusyidi. (2018). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta Akbarina, Farida. (2018). Pengantar Bisnis. Malang: Polinema Press.

Alma, Buchari. (2021). Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Arief, Muhammad. (2017). Peran Penjualan dalam Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Vol 8, No. 2., 164-171*

Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis pengaruh marketing mix (7P) terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). Industrial Online Journal, 6 (1).

Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 1(1).

Dharmmesta, Basu Swasta. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE. Firmansyah, Anang. (2018). Pengantar Manajemen, Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.

Hurriyati, Ratih. (2019). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Penerbit CV. Bandung: Alfabeta

Indrasari, Meithiana, Dr. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

Kotler. P. & Armstrong. G. (2019). *Principles of Marketing. 14th Ed*. Jakarta: Prentice Hall.

KumparanFood. (2021). Asal-usul Es Teh Manis jadi Minuman Sejuta Umat di Indonesia

Kusumawardani, Yuliastini, Rahayu, & Sari. (2022). Pemanfaatan Jenis-jenis Media BK di Sekolah Pada Pembelajaran Daring. Jurnal Universitas PGRI Mahadewa Indonesia

Lestari. D. A. & Nurwahyudi. M. R. (2023). Peran *Marketing Mix* Pada Upaya Meningkatkan Penjualan di Pt Medeq Mandiri Utama. Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik).

https://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/issue/

Liedfray, Waani, & Lasut. (2022). Peran Media Sosial dalam Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. Jurnal Ilmiah Society

Melinia. Fasa. M. I. & Suharto. (2021). Implementasi Marketing Mix Strategy Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Aneka Keripik Sungkai Jaya Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)

Mulyadi. (2016). Sistem Akuntansi Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat Nafarin, M. (2015). Penganggaran Perusahaan Edisi Tiga. Jakarta: Salemba Empat Nurhayaty, M. (2022). Strategi *Mix Marketing* (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) 7P di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. Jurnal Media Teknologi, 8(2), 119 - 127

Pranajaya, & Wicaksono. H. (2017). Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp (WA) di Kalangan Pelajar (Studi kasus di MTs *Al Muddatsiriyah* dan MTs Jakarta Pusat). Prosiding SNaPP2017 Sosial. Ekonomi. dan Humaniora. Vol 7. No. 1, 98-109.

Rafika, Laila Ayu, et al., (2023), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Teh Raja. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Vol 23, 96 – 108.*

Rizkita, Angga, et al., (2024), Pengaruh Harga dan Ukuran Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Es Teh Solo Jumbo (Studi pada Mahasiswa Muslim Banten). *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, Vol 2, No. 4, 84–100*

Rohman, Nur Zaini, et al., (2015). "Pengaruh Keteraturan Konsumsi Teh Manis Terhadap Kelelahan Pekerja (Studi di Pabrik Tahu Eco Kelurahan Jomblang Kecamatan Candisari Kota Semarang)." *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*.. pp. 47–57,jurnal.unimus.ac.id/index.php/jkmi/article/view/2389.

Simamora, Henry (2015). Manajemen Sumberdaya Manusia. Yogyakarta: STIEY Sukarnoto, T, et al., (2021). Era Digitalisasi Media

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pemasaran *Online* Pengembangan Usaha Mikro Kecil. Jurnal Pengabdian Masyarakat.

Sumiyati, Yatimatun. (2021). Akuntansi Keuangan SMK/MAK Kelas XI. Edisi ke2. Jakarta: PT Gramedia.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. Jurnal ECOBISMA, 6(2), h. 83-88.

Taufik, M. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing pada Es Teh Manis Indonesia cabang Lamongan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS), 3*(2), 247-250.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset

Wijayanti. Titik. (2024). *Marketing Plan* Dalam Bisnis. Jakarta: PT Gramedia

Widyaputri. Suwu. & Tumiwa. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram dalam Pemasaran Bisnis *Online Shop* di Kota Manado, Jurnal Ilmiah Society

Zeithaml, V.A. dan M.J. Bitner. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 7th Edition.* New York: Mc Graw-Hill.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta