

**STRATEGI PROMOSI PADA UMKM TOKO BROWNIES NYONYAH
KENTEN PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**RANI
NPM 062230601394**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

**STRATEGI PROMOSI PADA UMKM TOKO BROWNIES NYONYAH
KENTEN PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**RANI
NPM 062230601394**

Menyetujui,

Palembang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I,

**Rini, S.E., M.AB.
NIP 196012281990032002**

Pembimbing II,

**Sunanto, S.E., M.M., Ak.C.A.
NIP 19781004203211008**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari L.Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 19770521006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis,**

**Dwi Riana, S.E., M.AB.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rani

NPM : 062230601394

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Pada UMKM Toko Brownies Nyonyah Kenten Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/Salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak pihak yang berkepentingan.

Palembang,2025

Yang membuat pernyataan,



NPM 062230601394

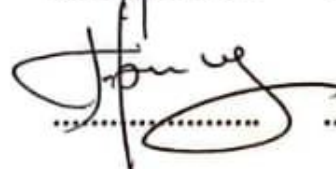
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rani
NPM 062230601394
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Pada UMKM Toko Brownies
Nyonyah Kenten Palembang

Telah dipertahankan dihadap Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. A. Jalaludin, S.S.E., M. Hum. Res. M Ketua Penguji		16 Agustus 2025
2.	Silvana Oktanisa, S.IP., M.Si Anggota Penguji		16 Agustus 2025
3.	Heni Yuvita, M.Si Anggota Penguji		16 Agustus 2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Nothing is impossible, the word it self tells “i’m possible’.
-Audrey Hepbrun.

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Keluarga ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman ku**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini yang berjudul “Strategi Promosi Manual Pada Toko UMKM Brownies Nyonyah Kenten Palembang”.

Laporan ini membahas mengenai strategi promosi manual yang diterapkan oleh Toko Brownies Nyonyah Kenten Palembang. Penulis berfokus pada empat bentuk promosi manual, yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan personal selling. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas strategi promosi manual dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan di tengah tantangan digitalisasi pemasaran.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan referensi yang berguna.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan, dukungan, dan bimbingan dari pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. H. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Sari Lesatari Zainal Ridho., M.Ec., CHE.,selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP.,M.AB, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E.,M.AB selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Rini, S.E.,M.ABselaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan kepada penulis selama penyusunan Laporan Akhir.
6. Bapak Sunanto, S.E.,M.M.,Ak.CA selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, koreksi dan motivasi selama penyusunan Laporan Akhir.
7. Bapak/Ibu Siti Riana Nurul Indah Owner Brownies Nyonyah yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
8. Karyawan Brownies Nyonyah yang telah membantu penulis menyelesaikan Laporan Akhir.
9. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Sriwijaya atas ilmu dan didikan yang telah diberikan selama ini.
10. Kedua Orang Tua dan Saudara yang telah membantu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis baik material maupun spiritual.
11. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis.

12. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis selalu diberikan perlindungan dari Allah SWT. Penulis juga berharap agar Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Palembang, 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi promosi manual yang diterapkan oleh UMKM Toko Brownies Nyonyah Kenten Palembang dengan tujuan mengetahui efektivitas empat bentuk promosi manual, yaitu periklanan, promosi penjualan, personal selling, dan publisitas. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi manual memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan serta peningkatan penjualan. Pendekatan personal dan interaksi langsung menjadi faktor pendukung utama dalam membangun hubungan baik dengan konsumen. Meskipun demikian, ditemukan kendala berupa jangkauan promosi yang terbatas serta pelaksanaan yang belum konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan strategi promosi yang lebih aktif, inovatif, dan terjadwal. Dengan pengembangan strategi yang tepat, UMKM ini diharapkan mampu memperkuat daya saing, mempertahankan pelanggan setia, dan menjangkau konsumen baru, terutama dengan memanfaatkan peluang yang tersedia di era digital.

Kata kunci: Promosi Manual, UMKM, Periklanan, *Personal Selling*, Publisitas

ABSTRACT

This study discusses the manual promotion strategies implemented by the MSME Toko Brownies Nyonyah Kenten Palembang, aiming to determine the effectiveness of four forms of manual promotion: advertising, sales promotion, personal selling, and publicity. The research method used is descriptive qualitative through observation, interviews, and documentation. The results show that manual promotion strategies have a positive impact on customer loyalty and increased sales. Personal approaches and direct interactions are key supporting factors in building strong relationships with customers. However, challenges were found in the form of limited promotion reach and inconsistent implementation. These conditions have hindered the potential to reach a wider market optimally. Therefore, there is a need to improve promotion strategies to be more active, innovative, and well-scheduled. With the right strategy development, this MSME is expected to strengthen its competitiveness, maintain loyal customers, and reach new consumers, particularly by leveraging opportunities available in the digital era.

Keywords: *Manual Promotion, UMKM, Advertising, Personal Selling, Publisitas*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian.....	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	6
a. Jenis Data	6
b. Sumber Data.....	6
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	6
1.5.4 Analisis Data.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi.....	9
2.1.1 Definisi Strategi.....	9
2.2 Promosi	9
2.2.1 Definisi Promosi	9
2.3 Tujuan Promosi.....	10

2.3.1 Definisi Tujuan Promosi.....	10
2.3.2 Bauran Promosi	11
2.3.3 Manfaat Promosi	12
2.4 Jenis-Jenis Promosi.....	12
2.5 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).....	15
2.5.1 Definisi UMKM	15
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	16
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	17
3.2.1 Visi	17
3.2.2 Misi.....	17
3.2.3 Tujuan.....	17
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	18
3.3.1 Struktur Organisasi.....	18
3.3.2 Pembagian Tugas.....	19
3.4 Promosi yang dilakukan oleh Toko Brownies Nyonyah.....	20
3.5 Aktivitas dan Objek Perusahaan Terkait Topik.....	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	27
4.1.1 Strategi Promosi Pada UMKM Brownies Nyonyah.....	28
4.1.2 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	29
4.1.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	36
4.1.4 Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>).....	38
4.1.5 Publisitas	40
4.2 Pembahasan	41
4.2.1 Strategi Promosi yang telah dilakukan secara umum	41
4.2.2 Perbandingan sebelum dan sesudah strategi promosi.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Data Penjualan Periode bulan Maret sampai Bulan Mei 2025	24
Tabel 4.1 Hasil Wawancara (<i>Personal Selling</i>).....	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Toko Brownies Nyonyah Kenten	17
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Pada Toko Brownies Nyonyah.....	19
Gambar 4.1 Akun Media Sosial Instagram	32
Gambar 4.2 Akun Media Sosial WhatsApp	34
Gambar 4.3 Media Promosi Spanduk	35
Gambar 4.4 Promo Diskon 10% Hari Kemerdekaan	38
Gambar 4.5 Ulasan dari konsumen	41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Permohonan Surat Pengantar
2. Surat Izin Pengambilan Data
3. Surat Balasan Izin Pengambilan Data dari Perusahaan
4. Lembar Kunjungan Mahasiswa
5. Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
6. Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
7. Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
8. Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
9. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
10. Lembar Revisi Proposal Laporan Akhir
11. Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian
12. Lembar Revisi Laporan Akhir