

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*