

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P PADA TAS
HANDMADE DAN SOUVENIR SALRIZCRAFT
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH :

DINAR KHARISMA PUTRI

NPM 0623 3060 1243

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

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2026

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P PADA TAS
HANDMADE DAN SOUVENIR SALRIZCRAFT
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**DINAR KHARISMA PUTRI
NPM 0623 3060 1243**

Menyetujui,

Palembang, 24 Juli 2026

Pembimbing I,

**Al Hushori, S.E., MAB
NIP 197004142001121001**

Pembimbing II,

**Andriansyah/Bari, S.IP., M.AB
NIP 199104052022031009**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinar Kharisma Putri
NPM : 062230601243
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi Pemasaran 4P Pada Tas
Hanmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

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

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

Palembang, Juni 2026

Yang membuat pernyataan

The image shows an official stamp of the institution, featuring a crest and the text 'METERAI TEMPEL' and '17/CANX203313812'. A handwritten signature is written over the stamp.

Dinar Kharisma Putri

NPM 062330601243

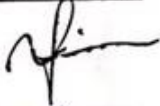
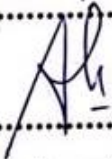
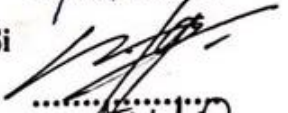
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dinar Kharisma P
NPM : 062230601243
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi Pemasaran 4P Pada Tas
Handmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang

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

Pada Hari: Jumat
Tanggal: 24 Juli 2026

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Paisal, S.E.,M.Si Ketua Penguji		03/ 8 2026
2.	Al Hushori, S.E.,MAB Anggota Penguji		31/ 7 2026
3.	Welan Mauli Angguna, S.Psi.,M.Si Anggota Penguji		03/ 8 2026
4.	Melisa Kurnia Asfitri, S.Psi.,M.Psi Anggota Penguji		09/ 8 2026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan mengasihani masa lalumu. Tataplah masa depan,
karena disanlah takdir dan impianmu yang sebenarnya sedang
menunggumu.” – Ali bin Abi Thalib

"Akan ada masanya kita menatap ke belakang, lalu tersenyum
bangga karena berhasil melewati badai dan menjemput masa
depan."

– Fiersa Besari , *“Waktu yang Salah”* (2018)

Kupersembahkan

Kepada:

- **Kedua Orang Tuaku**
- **Adikku**
- **Teman – teman kelas**
6 NC
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran 4P pada Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang” dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Laporan Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi pemasaran dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang, agar mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran 4P yang diterapkan pada Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi pemasaran yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) pada UMKM tersebut.

Penyusunan laporan akhir ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Isi laporan akhir ini terdiri atas lima bab, yaitu Bab I membahas pendahuluan, Bab II membahas landasan teori, Bab III membahas metode penelitian, Bab IV menyajikan hasil penelitian dan pembahasan, serta Bab V berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah

memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan laporan akhir ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang, serta pembaca pada umumnya.

Palembang, Juni 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini tidak lupa penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, anugerah, ilmu, kesehatan dan kesempatan dari-Nya sehingga penulis menyelesaikan Laporan Akhir yang penulis buat.
2. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T, selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
6. Bapak Al Hushori, S.E.,MAB, selaku Pembimbing I Laporan Akhir yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
7. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Pembimbing II Laporan Akhir yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
8. Ibu Rika Novalita S.T.,S.pd , selaku Pemilik Toko Tas Hanmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang
9. Seluruh Dosen Pengajar di Jurusan Admininistrasi Bisnis yang banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis selama penulis kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.
10. Cinta pertamaku Bapak Sukamto dan kepada pintu surgaku Ibunda Rica heryani, Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang yang

diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu menghantarkan penulis. Mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik untukku, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan laporan akhir ini. Semoga Bapak dan Ibu panjang umur dan sehat selalu.

11. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas 6 NC Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat serta dukungan kepada penulis.

Palembang, Juni 2026

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran 4P yang diterapkan pada UMKM Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang. Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Informan penelitian terdiri atas pemilik usaha, karyawan, dan konsumen yang dipilih secara purposive. Analisis dilakukan berdasarkan unsur bauran pemasaran yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft Palembang telah berjalan cukup baik. Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan desain yang beragam, harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, serta distribusi dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial. Namun, kegiatan promosi digital masih belum dimanfaatkan secara optimal sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan promosi melalui media digital agar produk lebih dikenal masyarakat, mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat, UMKM SalRizCraft Palembang diharapkan mampu mempertahankan eksistensi usahanya dan terus berkembang di masa mendatang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 4P, UMKM, SalRizCraft Palembang.

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategy based on the 4P marketing mix applied by the SalRizCraft Palembang Handmade Bag and Souvenir MSME. Marketing strategy plays an important role in increasing sales and maintaining business continuity amidst increasingly fierce competition. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. Data were obtained through interviews, documentation, and literature studies. Research informants consisted of business owners, employees, and consumers who were selected purposively. The analysis was conducted based on the marketing mix elements which include product, price, place, and promotion. The results of the study indicate that the marketing strategy implemented by the SalRizCraft Palembang Handmade Bag and Souvenir MSME has been running quite well. The products offered have good quality and diverse designs, prices are set according to product quality, and distribution is carried out directly or through social media. However, digital promotional activities have not been utilized optimally so that market reach is still limited. Therefore, it is necessary to increase promotion through digital media so that the product is better known to the public and able to reach a wider market. With the right marketing strategy, the SalRizCraft Palembang MSME is expected to be able to maintain its business existence and continue to grow in the future.

Keywords: Marketing Strategy, 4P Marketing Mix, MSMEs, SalRizCraft Palembang.

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	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Laporan Akhir	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Laporan Akhir	5
1.4.1 Tujuan Laporan Akhir	5
1.4.2 Manfaat Laporan Akhir	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Strategi	7
2.1.1 Pengertian strategi.....	7
2.1.2 Fungsi strategi	8
2.2 Pemasaran	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.3 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	17
BAB III METODE LAPORAN AKHIR	20
3.1 Profil Singkat Perusahaan / UMKM	20
3.1.1 Visi, Misi , dan Tujuan Perusahaan	21
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	22

3.1.2.1 Pembagian Tugas.....	24
3.1.3 Aktivitas Objek Perusahaan	26
3.2 Metode Laporan Akhir	27
3.2.1 Pendekatan Laporan Akhir.....	27
3.2.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.2.4 Keyinformant	31
3.2.5 Pengolahan Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil	37
4.2 Pembahasan.....	38
4.2.1 <i>Product</i> (Produk).....	38
4.2.2 <i>Price</i> (Harga).....	40
4.2.3 <i>Place</i> (Tempat).....	43
4.2.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft.....	6
Tabel 4.2 Daftar Harga produk Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Logo Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft.....	22
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Tas Handmade dan Souvenir SalRizCraft....	25
Gambar 4.1 Produk SalRizCraft	38
Gambar 4.3 Tempat Produksi & Distribusi	43
Gambar 4.3 Promosi Digital	45
Gambar 4.3 Promosi Langsung	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2. Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4. Surat Izin Usaha
- Lampiran 5. Lembar Kesepakatan Pembimbing 1
- Lampiran 6. Lembar Kesepakatan Pembimbing 2
- Lampiran 7. Lembar Bimbingan Pembimbing 1
- Lampiran 8. Lembar Bimbingan Pembimbing 2
- Lampiran 9. Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 10. Rekomendasi Sidang
- Lampiran 11. Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 12. Lembar Revisi Pelaksanaan Laporan Akhir
- Lampiran 13. Hasil Wawancara
- Lampiran 14. Dokumentasi