

WAHYU IMAM SYAIFUDDIN, 22.240.0150

PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI KREATIF PADA RUMAH
MAKAN NAJWA BERKAH 2 SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN
KEWIRAUSAHAAN, dibawah Much. Rifqi Maulana, M.Kom dan Wachid
Darmawan, M.Kom.

ABSTRAK

Usaha kuliner merupakan sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Pekalongan. Rumah Makan Najwa Berkah 2 sebagai salah satu pelaku usaha kuliner menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar akibat strategi promosi yang masih konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi promosi kreatif berbasis digital yang mampu meningkatkan daya saing dan kewirausahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada Rumah Makan Najwa Berkah 2 selama periode tiga bulan. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha. Strategi promosi yang dikembangkan meliputi kombinasi antara media digital (TikTok, Instagram, WhatsApp Business) dan promosi konvensional (banner, brosur, word of mouth). Implementasi promosi digital dilakukan melalui pembuatan konten visual, storytelling kuliner, dan kolaborasi dengan food vlogger lokal. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan visibilitas usaha, interaksi pelanggan di media sosial, serta kenaikan penjualan rata-rata setelah penerapan strategi promosi kreatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa promosi berbasis digital mampu memperkuat citra merek, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong semangat kewirausahaan pelaku UMKM kuliner di era digital.

Kata Kunci : *strategi promosi, promosi kreatif, kewirausahaan, media sosial, UMKM kuliner.*

WAHYU IMAM SYAIFUDDIN, 22.240.0150

PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI KREATIF PADA RUMAH
MAKAN NAJWA BERKAH 2 SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN
KEWIRAUSAHAAN, dibawah Much. Rifqi Maulana, M.Kom dan Wachid
Darmawan, M.Kom.

ABSTRACT

The culinary business sector has significant potential to support local economic growth, including in Pekalongan Regency. Rumah Makan Najwa Berkah 2, as one of the culinary enterprises, faces challenges in expanding its market reach due to the use of conventional promotional strategies. This study aims to develop a creative, digitally based promotional strategy to enhance competitiveness and entrepreneurship. The research employs a descriptive qualitative method with a case study approach conducted over three months. A SWOT analysis was used to identify the business's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The proposed promotional strategy combines digital media (TikTok, Instagram, WhatsApp Business) with conventional media (banners, brochures, and word of mouth). The implementation of digital promotion involves the creation of visual content, culinary storytelling, and collaboration with local food vloggers. The results show an increase in business visibility, social media engagement, and average sales after the implementation of the creative promotion strategy. The study concludes that digital-based promotion effectively strengthens brand image, expands market reach, and fosters entrepreneurial spirit among culinary MSME owners in the digital era.

Keywords : promotion strategy, creative promotion, entrepreneurship, social media, culinary MSMEs.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar walaupun dengan segala keterbatasan waktu dan pengetahuan yang dimiliki.

Dalam penyusunan skripsi ini tidaklah lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak semenjak awal sampai dengan penyelesaian. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. P.A Christianto, M.Kom., selaku Rektor Institut Widya Pratama Pekalongan.
2. Prastuti Sulistyorini, ST. , M.Kom., selaku dekan Fakultas Teknik Informatika.
3. Devi Sugianti, M.Kom., selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika.
4. Much. Rifqi Maulana, M.Kom dan Wachid Darmawan, M.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Institut Widya Pratama yang telah mendidik dan bersedia memberikan ilmunya.
6. Kedua orang tua penulis tercinta, yang telah menjadi orang tua terbaik. Terima kasih yang tiada terhingga atas limpahan kasih sayang, doa yang tak pernah putus, dukungan moril maupun materi, motivasi, nasehat, perhatian, serta pengorbanan yang diberikan, sehingga penulis senantiasa bersyukur memiliki keluarga yang luar biasa.
7. Teman-teman penulis yang penulis banggakan, terima kasih atas bantuan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun tata penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penyusun sendiri, bagi pengembangan ilmu pengetahuan, maupun bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Pekalongan,.....,.....,.....

WAHYU IMAM SYAIFUDDIN