



© 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



STRATEGI PEMASARAN PRODUK NASI BAKAR LUKMAN

Disusun oleh:

MUHAMMAD LUKMAN IBRAHIM SALIM

NIM 2308311010

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK WARGA
NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
PROGRAM DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JULI 2026**



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



STRATEGI PEMASARAN PRODUK NASI BAKAR LUKMAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Disusun oleh:

MUHAMMAD LUKMAN IBRAHIM SALIM

NIM 2308311010

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK WARGA

NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS

PROGRAM DIPLOMA TIGA

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JULI 2026



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 mengumunkan 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 : Muhammad Lukman Ibrahim Salim

NIM : 2308311010

Tanggal : 1 Juli 2026

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



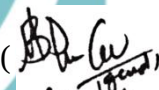
LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Lukman Ibrahim Salim
NIM : 2308311010
Program Studi : D-3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Nasi Bakar Lukman

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 - Manajemen Pemasaran Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Genesa Vernanda, S.Pd., M.Pd. ()
Anggota Penguji 1 : Tika Dwi Ariyanti, S.Psi., M.Psi., Psikolog ()
Anggota Penguji 2 : Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di: Depok

Tanggal: 1 Juli 2026



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si.

NIP 197009131999031002

- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : Muhammad Lukman Ibrahim Salim
Nomor Induk Mahasiswa : 2308311010
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / D-3 Manajemen Pemasaran Judul
Laporan Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Nasi Bakar Lukman

Disetujui oleh :
Pembimbing

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

NIP: 198811142019121001

Kepala Program Studi

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

NIP 198811142019121001

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan tugas akhir yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Nasi Bakar pada Usaha Kuliner Lokal dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat penyelesaian pendidikan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini tidak terlepas dari berbagai kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, kendala tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M., selaku Kepala Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Jakarta, dan selaku Dosen Pembimbing atas kesabaran dan bimbingan Bapak dalam membantu saya menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini
4. Bapak M. Jamal Al-Bakri, S. Psi., M.M. selaku Pembimbing Akademik selama penulis berkuliah di D-3 MP-WNBK.
5. Seluruh dosen Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir, serta seluruh staf administrasi yang telah membantu kelancaran proses pembelajaran.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Ir. Achmad Junus Salim dan Ibu Rosa Elvina Saad, S.E., yang selalu menjadi sumber doa, semangat, cinta, kasih sayang, serta kesabaran tanpa batas. Segala dukungan dan ketulusan beliau berdua adalah kekuatan terbesar bagi penulis dalam menapaki setiap langkah kehidupan.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Kakak Muhammad Reza Iskandar Salim yang senantiasa menjadi teladan dan sumber inspirasi, yang dengan tulus memberikan semangat, dukungan, serta kasih sayang tanpa henti.
8. Teman-teman Angkatan 2023, khususnya kelas 6A, yang selalu saling mendukung dan memberi semangat sehingga penulis dapat melalui perkuliahan dan menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.

Akhir kata, penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun pembaca, serta menjadi tambahan pengetahuan dalam bidang yang relevan. Penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk dikirimkan melalui surat elektronik muhammad.lukman.ibrahim.salim.ak23@stu.pnj.ac.id demi perbaikan di masa mendatang.

Depok, Juli 2026

Muhammad Lukman Ibrahim Salim

**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 mengumunkan 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 : Muhammad Lukman Ibrahim Salim

NIM : 2308311010

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:

“Strategi Pemasaran Produk Nasi Bakar Lukman”

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 pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 1 Juli 2026

Yang menyatakan,

Muhammad Lukman Ibrahim Salim



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Laporan tugas akhir ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran, tingkat penjualan, dan respon pasar terhadap produk Nasi Bakar Lukman. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui observasi, survei Google Form terhadap 47 responden, dokumentasi penjualan, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui Instagram, WhatsApp, pemasaran langsung di kampus, dan kegiatan bazaar cukup efektif meningkatkan penjualan. Penjualan tertinggi terjadi pada kegiatan Halal bi Halal alumni FEUI 1985 dengan jumlah 70 porsi. Hasil survei juga menunjukkan bahwa seluruh responden pernah membeli nasi bakar dan sebagian besar mengetahui produk melalui komunikasi pribadi serta media sosial. Dengan demikian, kombinasi pemasaran digital dan pemasaran langsung dinilai efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk Nasi Bakar Lukman.

Kata kunci: strategi pemasaran, nasi bakar, promosi digital, penjualan, usaha kuliner

ABSTRACT

This final project report aims to determine the marketing strategies, sales performance, and market responses toward Nasi Bakar Lukman products. The method used in this study is descriptive with quantitative and qualitative approaches through observation, Google Form surveys involving 47 respondents, sales documentation, and literature studies. The results show that marketing strategies through Instagram, WhatsApp, direct selling on campus, and bazaar activities were effective in increasing sales. The highest sales occurred during the FEUI 1985 alumni Halal bi Halal event, reaching 70 portions sold. The survey results also indicate that all respondents had previously purchased nasi bakar, and most respondents became familiar with the product through personal communication and social media. Therefore, the combination of digital marketing and direct marketing is considered effective in expanding market reach and increasing product sales.

Keywords: marketing strategy, nasi bakar, digital promotion, sales, culinary business



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	1
1.2 Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	2
1.3 Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	2
1.4 Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	3
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Nasi Bakar.....	5
2.2 Penjualan Barang.....	5
2.2.1 Tujuan Penjualan Barang.....	6
2.2.2 Fungsi Penjualan Barang.....	6
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Barang.....	7
2.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 4P.....	7
2.4 Segmentasi, Penentuan Sasaran, dan Posisi Produk (STP).....	8
2.5 Perilaku Konsumen terhadap Produk Kuliner Tradisional.....	9
2.6 Strategi Promosi Digital pada Produk Kuliner Lokal.....	10
BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA.....	12
3.1 Profil Usaha.....	12
3.1.1 Jenis Usaha.....	12
3.1.2 Nama usaha.....	12
3.1.3 Gambar produk beserta label.....	13
3.1.4 Deskripsi / Spesifikasi barang yang dijual.....	15
3.2 Perencanaan Usaha (Business Plan).....	15

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 mengumunkan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.1 Menentukan Produk atau Jasa yang Akan Dijadikan Pilihan Dalam Usaha.....	16
3.2.2 Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats).....	17
3.2.3 Program Loyalitas Pelanggan.....	18
3.2.4 Sumber Daya Usaha.....	22
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
4.1 Strategi Pemasaran Nasi Bakar Lukman.....	25
4.1.1 Segmentasi dan Target Pasar.....	25
4.1.2 Strategi Promosi Digital (Instagram dan WhatsApp).....	25
4.1.3 Pemasaran Langsung di Lingkungan Kampus.....	26
4.1.4 Pemasaran melalui Kegiatan Bazaar.....	27
4.1.5 Keterkaitan dengan Bauran Pemasaran (4P).....	28
4.2 Data Penjualan Semester 5 dan 6.....	29
BAB V PENUTUP.....	33
5.1 Simpulan.....	33
5.2 Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN.....	36



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Harga Pokok Penjualan.....	15
Tabel 4.1 Data Penjualan Selama Semester 5.....	30
Tabel 4.2 Data Penjualan Selama Semester 6.....	30





DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Nasi Bakar Lukman.....	13
Gambar 3.2	Label Nasi Bakar Lukman.....	13
Gambar 3.3	Nota Nasi Bakar Lukman.....	14
Gambar 3.4	Poster Nasi Bakar Lukman.....	14
Gambar 3.5	Diagram Hasil Survei Pasar.....	17
Gambar 3.6	Diagram Linear Survei Pasar.....	17
Gambar 3.7	Iklan Digital pada Instagram.....	19
Gambar 3.8	Testimoni Pelanggan Nasi Bakar Lukman.....	20
Gambar 3.9	Aktivitas Pemasaran pada Bazar Kampus Politeknik Negeri Jakarta (Desember 2024).....	22
Gambar 3.10	Aktivitas Pemasaran pada Bazar Kampus Politeknik Negeri Jakarta (Desember 2025)	22
Gambar 3.11	Flowchart Proses Penjualan Nasi Bakar Lukman.....	24
Gambar 4.1	Penjualan Setelah Posting Iklan di Instagram.....	26
Gambar 4.2	Aktivitas Pemasaran Langsung di Kampus Politeknik Negeri Jakarta.....	26
Gambar 4.3	Aktivitas Pemasaran pada Bazar Cosmii Kampus STAN Bintaro (Oktober 2025)	27
Gambar 4.3	Aktivitas Pemasaran pada Bazar LazFest SMA Lazuardi Sawangan (Oktober 2025)	27
Gambar 4.5	Aktivitas Pemasaran pada Acara Halal Bi Halal FEUI 1985 (April 2026)	28

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Google Form.....	36
---------------------------------------	----





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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penulisan Laporan Tugas Akhir

Usaha kuliner merupakan salah satu sektor yang memiliki tingkat persaingan tinggi, khususnya pada produk makanan tradisional yang telah banyak dikenal masyarakat. Salah satu produk kuliner yang cukup populer adalah nasi bakar, yaitu nasi yang dibungkus daun pisang dan dibakar sehingga menghasilkan aroma khas serta cita rasa yang unik. Meskipun produk ini sudah dikenal luas, keberhasilan penjualannya sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang tepat.

Menurut Kotler dan Keller (2021), strategi pemasaran merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan melalui pengelolaan produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Oleh karena itu, setiap kegiatan pemasaran perlu direncanakan berdasarkan kondisi pasar dan didukung oleh data yang akurat.

Selain strategi pemasaran, pemahaman terhadap perilaku konsumen juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Schiffman dan Wisenblit (2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan, preferensi, pengalaman, serta informasi yang diterima konsumen. Dengan memahami karakteristik konsumen, pelaku usaha dapat menyusun strategi promosi yang lebih efektif dan sesuai dengan target pasar.

Usaha “Nasi Bakar Lukman” merupakan usaha berbasis *reseller* yang memasarkan produk nasi bakar dari produsen lokal. Berdasarkan hasil survei awal terhadap 47 responden, seluruh responden pernah membeli nasi bakar, yang menunjukkan bahwa produk ini memiliki pasar yang jelas. Namun demikian, tingginya minat terhadap nasi bakar tidak serta-merta menjamin keberhasilan penjualan tanpa adanya perencanaan pemasaran yang terarah dan berbasis data.

Dalam praktiknya, pemasaran Nasi Bakar Lukman masih mengandalkan promosi melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram serta komunikasi dari mulut ke mulut. Kondisi riil menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan belum sepenuhnya terstruktur berdasarkan analisis laporan penjualan,



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

hasil survei pasar, maupun analisis kekuatan dan kelemahan usaha. Padahal secara ideal, setiap kegiatan pemasaran seharusnya didasarkan pada data penjualan yang dianalisis secara sistematis, hasil survei pasar yang terukur, serta evaluasi strategi melalui analisis SWOT agar keputusan bisnis lebih efektif dan efisien.

Sebagai mahasiswa Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran, penulis perlu menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata. Oleh karena itu, penulis memilih bidang kajian strategi pemasaran pada usaha Nasi Bakar Lukman untuk dianalisis secara komprehensif. Melalui penyusunan laporan tugas akhir ini, diharapkan dapat diketahui kondisi penjualan, dan respon pasar, sehingga dapat dirumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat. Berdasarkan uraian tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Nasi Bakar Lukman” sebagai bentuk penerapan ilmu manajemen pemasaran dalam kegiatan usaha nyata.

1.2 Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir

Tujuan penulisan laporan tugas akhir merupakan hal-hal apa yang ingin dicapai oleh penulis melalui kajian yang dilakukan. Tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk:

1. Mengetahui tingkat penjualan Nasi Bakar Lukman
2. Mengetahui strategi pemasaran Nasi Bakar Lukman
3. Menganalisis hasil survei pasar untuk mengetahui preferensi dan minat konsumen.

1.3 Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir

Penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, laporan ini menjadi sarana penerapan ilmu manajemen pemasaran secara langsung dalam kegiatan usaha.
- b. Bagi usaha Nasi Bakar Lukman, hasil kajian dapat digunakan sebagai dasar dalam memperbaiki strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. Bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), laporan ini dapat menjadi referensi dalam menyusun strategi pemasaran berbasis analisis data.

2. Manfaat Teoretis

- a. Menambah wawasan mengenai penerapan konsep bauran pemasaran (4P), segmentasi pasar (STP), serta analisis SWOT pada usaha kuliner.
- b. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pemasaran khususnya pada usaha kuliner tradisional berbasis reseller.

1.4 Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir

Metode penulisan laporan tugas akhir ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan memanfaatkan data kuantitatif dan kualitatif.

1. Jenis Data

- a. Data primer, diperoleh melalui survei pasar menggunakan kuesioner Google Form, observasi langsung, serta survei kepuasan pelanggan.
- b. Data sekunder, diperoleh dari literatur, buku, jurnal ilmiah, dan referensi yang relevan dengan strategi pemasaran.

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, dilakukan dengan memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan mencatat tanggapan mereka.
- b. Survei, dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 47 responden untuk mengetahui minat dan preferensi konsumen.
- c. Dokumentasi, berupa pencatatan laporan hasil penjualan dan bukti transaksi.

3. Metode Analisis Data

Analisis deskriptif terhadap laporan hasil penjualan untuk mengetahui tren dan perkembangan penjualan.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bab ini berisi latar belakang penulisan, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang mendukung penulisan laporan, meliputi konsep nasi bakar sebagai produk kuliner, penjualan barang, bauran pemasaran (4P), segmentasi pasar (STP), perilaku konsumen, serta strategi promosi digital.

BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA

Bab ini menjelaskan profil usaha Nasi Bakar Lukman, deskripsi produk, perencanaan usaha, hasil survei pasar, analisis SWOT, serta sumber daya usaha.

BAB IV PEMBAHASAN

Berisi laporan hasil penjualan, analisis laporan penjualan, laporan hasil survei pasar, serta analisis hasil survei pasar sebagai dasar perumusan strategi pemasaran.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan yang menjawab tujuan penulisan serta saran yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha di masa mendatang.

**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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan pada usaha Nasi Bakar Lukman, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat penjualan Nasi Bakar Lukman mengalami fluktuasi selama Semester 5 dan Semester 6. Penjualan tertinggi terjadi pada kegiatan Halal bi Halal alumni FEUI 1985 dengan jumlah penjualan sebanyak 70 porsi. Tingkat penjualan dipengaruhi oleh kegiatan promosi dan event tertentu yang melibatkan banyak konsumen.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Nasi Bakar Lukman dilakukan melalui kombinasi pemasaran digital dan pemasaran langsung. Promosi digital dilakukan melalui Instagram dan WhatsApp, sedangkan pemasaran langsung dilakukan di lingkungan kampus dan kegiatan bazaar. Strategi tersebut cukup efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.
3. Berdasarkan hasil survei pasar terhadap 47 responden, seluruh responden pernah membeli nasi bakar dan sebagian besar mengetahui produk melalui komunikasi pribadi serta media sosial. Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap produk nasi bakar cukup tinggi dan promosi melalui komunikasi personal masih efektif dalam menarik perhatian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan usaha Nasi Bakar Lukman ke depannya:

1. Menambah variasi produk atau menyesuaikan tingkat kepedasan agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan preferensi yang berbeda.
2. Meningkatkan konsistensi promosi di media sosial, terutama Instagram, dengan menampilkan konten yang menarik seperti foto produk, testimoni pelanggan, dan aktivitas penjualan.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Memperluas metode pembayaran digital agar lebih memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi.
4. Memanfaatkan lebih banyak kegiatan bazaar atau event sebagai sarana promosi karena terbukti dapat meningkatkan penjualan secara signifikan.
5. Melakukan pencatatan dan analisis penjualan secara rutin agar strategi pemasaran dapat terus diperbaiki berdasarkan data yang ada.
6. Memasukkan dan menjual produk melalui marketplace.
7. Membuat akun media sosial khusus untuk penjualan produk.





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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

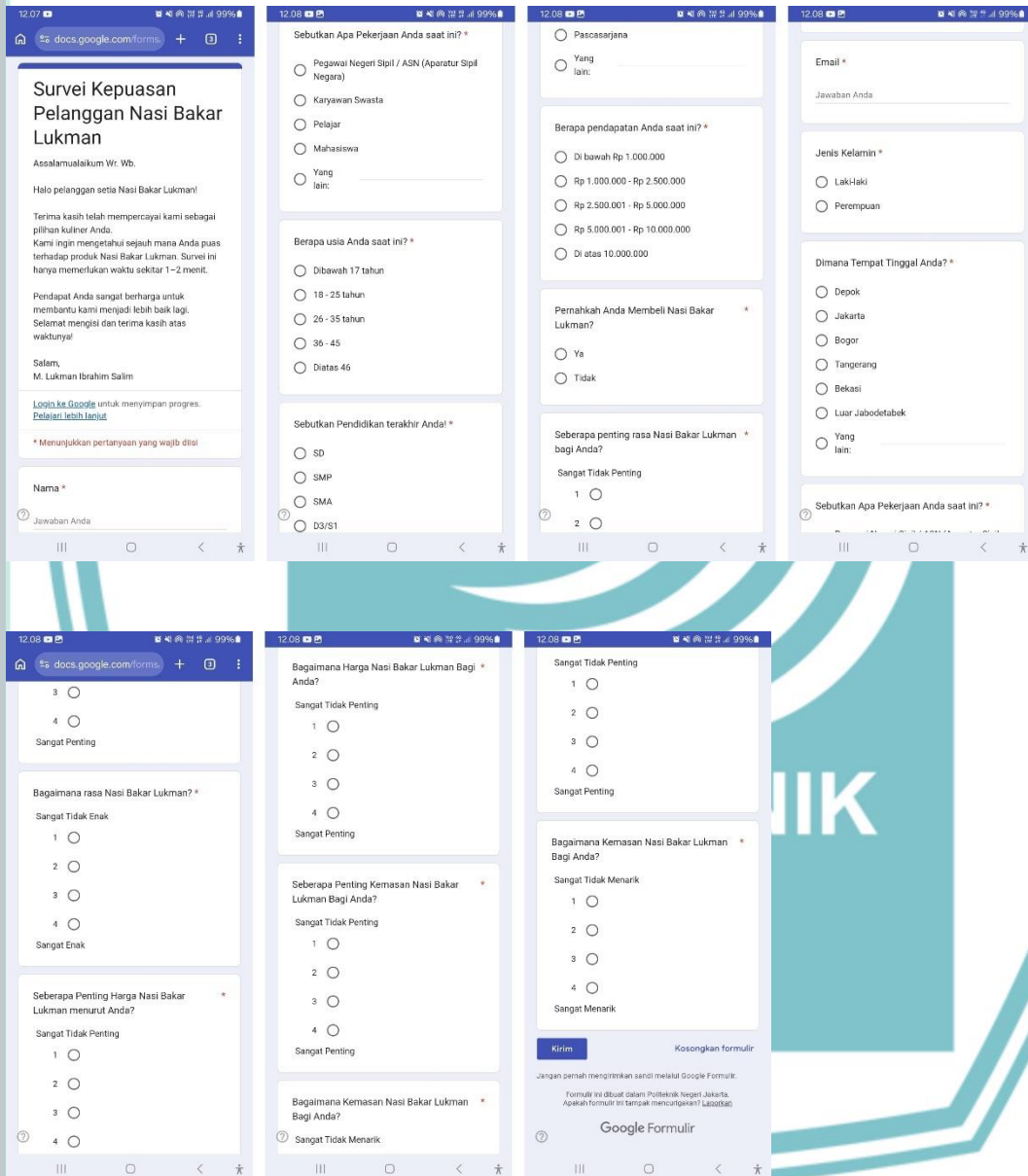
- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing management (16th ed.). Harlow, England: Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Hoboken, NJ: Wiley.
- Mukti, K. S. A., Rohmawati, N., & Sulistiyani. (2018). Analisis kandungan karbohidrat, glukosa, dan uji daya terima pada nasi bakar, nasi panggang, dan nasi biasa. Jurnal Agroteknologi, 12(1), 90–99.
<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/86353>
- Mulyani, S. (2020). Kuliner Tradisional Indonesia. Yogyakarta: Deepublish.
- Rahmawati, N., & Hidayat, A. (2021). Inovasi produk kuliner lokal sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 23(1), 12–20.
- Rangkuti, F. (2019). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior (12th ed.). Harlow, England: Pearson.
- Setyawan, D., & Putri, A. R. (2020). Pengaruh promosi digital terhadap peningkatan penjualan produk UMKM kuliner di Surabaya. Jurnal Pemasaran Indonesia, 15(2), 77–89.
- Sunyoto, D. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryana. (2017). Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, B. (2019). Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Wahyuni, R., & Sari, D. P. (2020). Pengaruh rekomendasi sosial terhadap minat beli produk kuliner tradisional. Jurnal Ekonomi Kreatif, 5(1), 45–53.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Google Form

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



The screenshot displays a Google Form titled "Survei Kepuasan Pelanggan Nasi Bakar Lukman". The form is designed to collect feedback from customers. It begins with a greeting and a brief introduction from M. Lukman Ibrahim Salim. The form includes several sections with multiple-choice questions:

- Sebutkan Apa Pekerjaan Anda saat ini? *** (What is your current job? *): Options include Pegawai Negeri Sipil / ASN (Aparatur Sipil Negara), Karyawan Swasta, Pelajar, Mahasiswa, and Yang lain: (Other:).
- Berapa pendapatan Anda saat ini? *** (What is your current income? *): Options range from Di bawah Rp 1.000.000 to Di atas 10.000.000.
- Berapa usia Anda saat ini? *** (What is your current age? *): Options range from Dibawah 17 tahun to Diatas 46.
- Sebutkan Pendidikan terakhir Anda! *** (What is your highest education? *): Options include SD, SMP, SMA, and D3/S1.
- Pernahkah Anda Membeli Nasi Bakar Lukman? *** (Have you ever bought Nasi Bakar Lukman? *): Options are Ya (Yes) and Tidak (No).
- Seberapa penting rasa Nasi Bakar Lukman bagi Anda? *** (How important is the taste of Nasi Bakar Lukman to you? *): A scale from 1 (Sangat Tidak Penting) to 5 (Sangat Penting).
- Dimana Tempat Tinggal Anda? *** (Where do you live? *): Options include Depok, Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Luar Jabodetabek, and Yang lain: (Other:).
- Sebutkan Apa Pekerjaan Anda saat ini? *** (What is your current job? *): This question is repeated at the bottom of the form.
- Bagaimana Harga Nasi Bakar Lukman Bagi Anda? *** (How is the price of Nasi Bakar Lukman to you? *): A scale from 1 (Sangat Tidak Penting) to 5 (Sangat Penting).
- Bagaimana rasa Nasi Bakar Lukman? *** (How is the taste of Nasi Bakar Lukman? *): A scale from 1 (Sangat Tidak Enak) to 5 (Sangat Enak).
- Seberapa Penting Kemasan Nasi Bakar Lukman Bagi Anda? *** (How important is the packaging of Nasi Bakar Lukman to you? *): A scale from 1 (Sangat Tidak Penting) to 5 (Sangat Penting).
- Seberapa Penting Harga Nasi Bakar Lukman menurut Anda? *** (How important is the price of Nasi Bakar Lukman according to you? *): A scale from 1 (Sangat Tidak Penting) to 5 (Sangat Penting).
- Bagaimana Kemasan Nasi Bakar Lukman Bagi Anda? *** (How is the packaging of Nasi Bakar Lukman to you? *): A scale from 1 (Sangat Tidak Menarik) to 5 (Sangat Menarik).

The form concludes with a "Kirim" (Send) button and a "Kosongkan formulir" (Clear form) link. A footer note states: "Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir. Formulir ini dibuat dengan Politeknik Negeri Jakarta. Apakah formulir ini tampak mencurigakan? Laporkan" (Never send passwords through Google Forms. This form was created with Politeknik Negeri Jakarta. Does this form look suspicious? Report).