

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PUSAT OLEH-OLEH NYENYES
DI PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Disusun Oleh:
Novrico Eriansyah
0613 4061 1789**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2017**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PUSAT OLEH-OLEH NYENYES
DI PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**Novrico Eriansyah
0613 4061 1789
Menyetujui,**

**Palembang, Juli 2017
Pembimbing II,**

Pembimbing I,

**Yusleli Herawati, S.E., M.M
NIP 196005071988112001**

**Lisnini, SE., M.Si
NIP 195904211989102001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**A. Jalaludin Sayuti, S.E., MhumRes.M
NIP 196008061989101001**

**Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata,**

**Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
Jalan Sriwijaya Negara, Palembang 30139
Telp.0711-353414 Fax. 0711-355918
Website: www.polisriwijaya.ac.id e-mail : info@polsri.ac.id



LEMBAR PENYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Novrico Eriansyah
N.P.M : 0613 4061 1789
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pusat oleh-Oleh Nyenyes
Di Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, 19 Juli 2017

Penulis,



Novrico Eriansyah

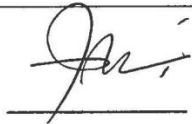


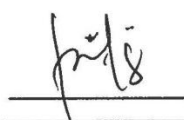
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Novrico Eriansyah
NPM : 061340611789
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pusat Oleh-Oleh
Di Palembang

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Pada Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan Dinyatakan **LULUS**

Pada Hari : Jumat
Tanggal 4 Agustus 2017

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Heri Setiawan, S.E., M.AB</u> Ketua		_____
2.	<u>Jusmawi Bustan, S.E., M.Si</u> Anggota		_____
3.	<u>Yusleli Herawati, S.E., M.M</u> Anggota		_____
4.	<u>Fetty Maretha, S.E., M.M</u> Anggota		_____

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Kamu tidak bisa kembali dan mengubah masa lalu, maka dari itu tataplah masa depan dan jangan buat kesalahan yang sama dua kali”

Penulis Persembahkan Kepada:

Kedua Orang Tua Kami Tercinta

Keluargaku Tercinta

Aprilya Lestari

Sahabat Tercinta

Almamaterku

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pusat oleh-oleh Nyenyas Palembang berdasarkan segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar dalam menghadapi persaingan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan pusat oleh-oleh Nyenyas Palembang berdasarkan segmentasi pasar yaitu Pusat oleh-oleh Nyenyas Palembang tidak membagi secara khusus segmentasi pasar mereka. Berdasarkan produk yang di tawarkan Nyenyas Palembang dapat menetapkan segmentasi pasar berdasarkan demografis, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, maupun pendapatan. Target pasar yang menjadi sasaran Nyenyas Palembang yaitu semua kalangan, pendekatan yang dapat dilakukan yaitu dengan pembidikan pasar berbasis diferensiasi produk. Produk yang diinginkan konsumen berdasarkan kebutuhan, serta dalam menghadapi pesaing dengan cara melakukan inovasi terhadap produk yang dijual. Strategi pembidikan pasar ini sering dilakukan ketika segmen pasar tidak dapat di identifikasikan dengan jelas. Nyenyas Palembang memposisikan pada pasar sebagai brand kaos kebanggaan Sumatera Selatan. Cara yang dilakukan Nyenyas Palembang yaitu menentukan produk yang relevan serta memposisikan produk yang dijual Nyenyas Palembang supaya dapat digunakan oleh semua kalangan.

Kata kunci : strategi pemasaran, segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, dan pusat oleh-oleh

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy conducted by Nyenyey Palembang center Based on market segmentation, target market, and market position in the face of competition. The method used in this research is qualitative research and data collection techniques used are interviews, observation, documentation and literature study.

The results of this study indicate that marketing strategy conducted by Nyenyey Palembang center based on market segmentati that Nyenyey Palembang souvenir center does not divide specifically their market segmentation. Targeted market target Nyenyey Palembang is all circles, the approach that can be done is by market-based product differentiation. Products that consumers want based on needs, as well as in the face of competitors by way of innovating the products sold. This marketing strategy is often done when the market segment can not be clearly identified. Nyenyey Palembang positioned on the market as a brand T-shirt pride of South Sumatra. Nyenyey Palembang positioned on the market as a brand T-shirt pride of South Sumatra. How to do Nyenyey Palembang is determining the relevant products and positioning products sold Nyenyey Palembang in order to be used by all circles.

Keywords: Marketing strategy, segmentation, targeting, positioning, and souvenirs center

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Pusat Oleh-Oleh Nyenyek di Palembang”.

Tujuan penyusunan Skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan diploma IV pada jurusan Administrasi Bisnis program studi Usaha Jasa Perjalanan Wisata di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis mengumpulkan data dari pengamatan langsung ke perusahaan, melakukan wawancara pada pihak yang mempunyai wewenang untuk memberikan informasi berkaitan langsung dengan penulisan skripsi, dan riset pustaka sebagai bahan acuan penulisan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, baik segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan skripsi ini.

Terakhir penullis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis juga.

Palembang, 19 Juli 2017

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, nasehat dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikana rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak A. Jalaludin Sayuti, S.E., MhumRes.M selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Ibu Yusleli Herawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
6. Ibu Lisnini, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
7. Ibu Faiza selaku *Sales Marketing* Nyenyas Palembang.
8. Bapak Ardiansyah selaku Kepala Toko Nyenyas Palembang.
9. Seluruh karyawan Nyenyas Palembang yang telah banyak membantu penulis.
10. Seluruh karyawan dan dosen pengajar Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan kepada penulis.
11. Orang Tua tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil.

12. Aprilya Lestari yang selalu membantu dan memberikan semangat, saran, selalu setia menemani dan memberikan doa, serta kasih sayang.
13. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan dikelas 8BPB yang memberi dukungan, semangat, dan keceriaan yang telah diberikan kepada penulis.
14. Sahabat penulis Wahyu, Idham, Panji, Rio, Andre, Galan yang telah banyak memberikan masukan tentang proposal skripsi ini.
15. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Amin.

Palembang, 19 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRSAK	vi
ABSTRACK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Manajemen	10

2.2. Pengertian Strategi.....	11
2.3. Pengertian Pemasaran.....	12
2.4. Strategi Pemasaran	14
2.4.1. Segmentasi Pasar	15
2.4.2. Penetapan Target Pasar (<i>Targeting</i>)	17
2.4.3. Posisi Pasar(<i>Positioning</i>).....	19
2.4.4. Bauran Pemasaran	21
2.5. Pariwisata	24
2.5.1. Pengertian Pariwisata	24
2.5.2. Industri Pariwisata	25
2.5.3. Pengertian Produk Industri Pariwisata	25
2.6. Industri Fashion/Mode.....	26
2.7. Penelitian Terdahulu.....	29
2.8. Kerangka Pemikiran	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian.....	32
3.2. Lokasi Penelitian	32
3.3. Objek dan Subjek Penelitian	32
3.4. Jenis dan Sumber Data	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data	33
3.6. Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil.....	37
-----------------	----

4.1.1. Analisis Terhadap Produk Nyenyès Palembang.....	37
4.1.2. Analisis Terhadap Harga Nyenyès Palembang	45
4.1.3. Analisis Terhadap Lokasi <i>Outlet</i> Nyenyès Palembang	47
4.1.4. Analisis Terhadap Promosi Nyenyès Palembang.....	48
4.2. Pembahasan	52
4.2.1. Segmentasi Pasar Pusat Oleh-Oleh Nyenyès Palembang.....	52
4.2.2. Target pasar (<i>targeting</i>) Pusat Oleh-Oleh Nyenyès Palembang.....	55
4.2.3. Posisi pasar (<i>Positioning</i>) Pusat Oleh-Oleh Nyenyès Palembang.....	57

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Palembang	2
Tabel 1.2. Pertumbuhan Usaha Cenderamata Sumatera Selatan	4
Tabel 1.3. Daftar Usaha Cenderamata di Palembang	6
Tabel 1.4. Daftar Penjualan pada Pusat Oleh-Oleh Nyenyes.....	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	29
Tabel 4.1. Daftar Harga Produk Nyenyes Palembang	45
Tabel 4.2. Daftar Lokasi <i>Outlet</i> Nyenyes Palembang.....	47
Tabel 4.3. Penjualan Nyenyes Palembang	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1. Kaos Mangcek.....	38
Gambar 4.2. Kaos Bikcek	39
Gambar 4.3. Kaos Budak Kecil.....	40
Gambar 4.4. Tas Nyenyas Palembang	41
Gambar 4.5. Topi, Tanjak dan Sandal Nyenyas Palembang.....	42
Gambar 4.6. Aksesoris Nyenyas Palembang	43
Gambar 4.7. Miniatur Ampera Nyenyas Palembang	44
Gambar 4.8. Instagram Nyenyas Palembang	50
Gambar 4.9. Contoh Promo Nyenyas Palembang.....	51