

**ANALISIS STRATEGI PRODUK DAN PROMOSI
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI WISATAWAN
PADA OBJEK WISATA BELANJA KRIYA SRIWIJAYA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Nama : Imam Faisal Adi Negara
NPM : 061740611608**

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

2021

**ANALISIS STRATEGI PRODUK DAN PROMOSI
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI WISATAWAN PADA
OBJEK WISATA BELANJA KRIYA SRIWIJAYA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Nama : Imam Faisal Adi Negara
NPM : 061740611608**

Pembimbing I,

**Lisnini, S.E., M.Si
NIP 195904211989102001**

Menyetujui,

Pembimbing II,

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

Mengetahui,

Ketua Jurusan

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

Ketua Program Studi

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**

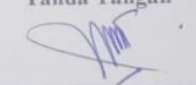
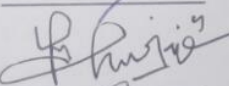
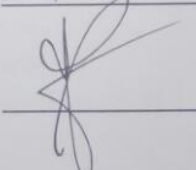
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Imam Faisal Adi Negara
NPM : 061740611608
Jurusan/Prodi : Administrasi Bisnis/ DIV Usaha Perjalanan Wisata
Mata Kuliah : Pemasaran Pariwisata
Judul : Analisis Strategi Produk dan Promosi dalam meningkatkan Minat Beli Wisatawan pada Objek Wisata Belanja Kriya Sriwijaya Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
dan dinyatakan **LULUS**

Pada Hari: Rabu
Tanggal: 28 Juli 2021

TIM PENGUJI

| No. | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|-----|---|--|-----------------------|
| 1. | <u>Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si</u> Ketua |  | <u>5 Agustus 2021</u> |
| 2. | <u>Yuseli Herawati, S.E., M.M.</u> Anggota |  | <u>9 Agustus 2021</u> |
| 3. | <u>Rini, S.E., M.AB</u> Anggota |  | <u>9 Agustus 2021</u> |

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

N a m a : Imam Faisal Adi Negara
N.P.M : 061740611608
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Analisis Strategi Produk dan Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Wisatawan pada Objek Wisata Belanja Kriya Sriwijaya 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, 23 Juli 2021


Imam Faisal Adi Negara

Abstrak

Nama Mahasiswa : Imam Faisal Adi Negara

**Judul : Analisis Strategi Produk dan Promosi dalam
Meningkatkan Minat Beli Wisatawan pada Objek
Wisata Belanja Kriya Sriwijaya Palembang**

(Total Halaman : xiii+71+Lampiran)

Penelitian ini bertujuan Untuk Mengetahui penerapan Strategi Produk dan Promosi yang dilakukan Kriya Sriwijaya sebagai objek wisata belanja di Kota Palembang dalam meningkatkan minat beli wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Produk yang diterapkan oleh Kriya Sriwijaya dalam meningkatkan minat beli wisatawan sudah sangat baik. Kriya Sriwijaya menerapkan strategi bauran produk diantaranya dengan melakukan perluasan bauran produk, mengurangi bauran produk yang dianggap kurang menguntungkan dengan cara mengembalikan produk-produk yang kurang diminati oleh wisatawan kepada pengrajin, memposisikan produk dengan cara menetapkan segmen pasar, serta melakukan trading up dan trading down. Strategi Promosi yang diterapkan Kriya Sriwijaya selama ini diantaranya dengan menjalankan fungsi *Advertising*, *Sales promotion*, *public relation* dan *direct marketing*. Namun, Strategi Promosi yang diterapkan Kriya Sriwijaya selama ini belum maksimal, Dampak dari Belum maksimalnya Penerapan Strategi Promosi yang dilakukan oleh Kriya Sriwijaya adalah menurunnya omzet penjualan Kriya Sriwijaya dalam beberapa bulan terakhir. Kriya Sriwijaya hendaknya selalu berupaya untuk mempertahankan kualitas produknya. Selain itu, hendaknya Kriya Sriwijaya menjalankan fungsi *personal selling* yang belum mereka jalankan selama ini ketika covid-19 mulai mereda di Kota Palembang.

Kata Kunci: Strategi Produk, Promosi, Kriya Sriwijaya, Objek Wisata Belanja, Minat Beli Wisatawan

Motto dan persembahan

“Dan Carilah (Pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah di anugerahkan allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu didunia”

(Q.S. Al-Qashas : 77)

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya, Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Q.S. Al-Baqarah : 153)

“Jadikan akhirat dihatimu, dunia ditanganmu, dan kematian dipelupuk matamu.”

(Al-Imam As-Syafi'i)

Saya Persembahkan Kepada :

- **Kedua Orangtua Tercinta**
- **Saudara-saudara Tersayang**
- **Para sahabat Seperjuangan**
- **Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang**

UCAPAN TERIMAKASIH



Alhamdulillah puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Produk dan Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Wisatawan pada Objek Wisata Belanja Kriya Sriwijaya Palembang”** dengan tepat waktu. Tujuan dari penyusunan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan diploma IV pada jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.

Selama menyelesaikan Skripsi ini penulis banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Carlos R.S, S.T., M.T., selaku Pembantu Direktur I Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Nelly Maslina, S.E., M.Si., Ak selaku Pembantu Direktur II Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Ahmad Zamheri, S.T., M.T selaku Pembantu Direktur III Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Drs Zakaria, M.Pd.selaku Pembantu Direktur IV Politeknik Negeri Sriwijaya.
6. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Sriwijaya.
7. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., MM selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

8. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya
9. Ibu Lisnini, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dalam Penyusunan Skripsi.
10. Ibu Yusleli, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II dalam Penyusunan Skripsi
11. Ibu Ir. Hj. Ernila Rizar, M.M selaku Kepala Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan.
12. Mama tersayang yang senantiasa memberikan doa restu dan dukungan kepada saya.
13. Teman-teman seperjuangan Jurusan Administrasi Bisnis khususnya kelas 8 BPA.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Palembang, 14 Juli 2021

Peneliti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadirat Allah subhanahu Wata'ala, karena berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Produk dan Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Wisatawan pada Objek Wisata Belanja Kriya Sriwijaya Palembang" tepat waktu.

Skripsi ini berisi tentang latar belakang dan hasil penelitian yang dilakukan penulis di Kriya Sriwijaya sejak 5 April, peneliti melakukan observasi, wawancara dan analisis data pada kriya Sriwijaya sebagai objek skripsi.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan terutama dalam pemilihan kalimat dan cara penulisannya. Untuk itu Peneliti meminta saran dan masukan yang membangun dari semua pembaca agar Skripsi ini menjadi sempurna.

Akhir kata Peneliti mengucapkan, terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu Peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini, semoga diberi balasan dan pahala yang terbaik oleh Allah subhanahu Wata'ala.

Palembang, 14 Juli 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| ABSTRAK | iv |
| MOTTO | v |
| UCAPAN TERIMAKASIH..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Batasan Masalah | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| 2.1 Analisis Strategi | 11 |
| 2.1.1 Pengertian Analisis | 11 |
| 2.1.2 Pengertian Strategi | 11 |
| 2.2 Produk | 12 |
| 2.2.1 Pengertian Produk..... | 12 |
| 2.2.2 Tingkatan Produk..... | 13 |

| | |
|--|----|
| 2.2.3 Klasifikasi Produk..... | 13 |
| 2.2.4 Strategi Bauran Produk..... | 15 |
| 2.3 Promosi | 17 |
| 2.3.1 Pengertian Promosi..... | 17 |
| 2.3.2 Tujuan Promosi..... | 17 |
| 2.3.3 Dimensi dan Indikator Promosi | 18 |
| 2.4 Minat Beli Wisatawan..... | 19 |
| 2.4.1 Definisi Minat Beli | 19 |
| 2.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli | 19 |
| 2.4.3 Indikator Minat Beli..... | 20 |
| 2.4.4 Wisatawan..... | 20 |
| 2.5 Objek Wisata Belanja | 21 |
| 2.5.1 Pengertian Objek Wisata | 21 |
| 2.5.2 Wisata Belanja | 21 |
| 2.6 Industri Kreatif..... | 21 |
| 2.6.1 Pengertian Industri Kreatif | 21 |
| 2.6.2 Kerajinan Tangan ((Kriya)..... | 22 |
| 2.7 Penelitian Terdahulu | 23 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.1 Jenis Penelitian | 29 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 29 |
| 3.3 Sumber Data | 30 |
| 3.3.1 Data Primer..... | 30 |
| 3.3.2 Data Skunder | 30 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| 3.4.1 Wawancara | 31 |
| 3.4.2 Dokumentasi..... | 32 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 4.1 Peresmian Kriya Sriwijaya oleh Gubernur Sumatera Selatan | 36 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kriya Sriwijaya | 38 |
| Gambar 4.3 Logo Kriya Sriwijaya | 38 |
| Gambar 4.4 Penghargaan Produk Kriya Sriwijaya | 40 |
| Gambar 4.5 Jenis Produk Kriya Sriwijaya | 42 |
| Gambar 4.6 Perubahan Desain Produk Tas Rotan Kelly | 46 |
| Gambar 4.7 Packaging Produk Kriya Sriwijaya | 47 |
| Gambar 4.8 Periklanan Melalui Media Cetak (Koran) | 52 |
| Gambar 4.9 Iklan Berbayar Melalui Instagram | 52 |
| Gambar 4.10 Pamflet Event Malam Karya Kriya Sriwijaya (PF3) 2020 | 54 |
| Gambar 4.11 Dokumentasi Event Malam Karya Kriya Sriwijaya (PF3) 2020 .. | 54 |
| Gambar 4.12 Dokumentasi Event Festival Serat Alam & Lomba Cindramata.. | 56 |
| Gambar 4.13 Dokumentasi Event Parade Fashion Show Sewet Karya KS | 57 |
| Gambar 4.14 Pamflet Kriya Sriwijaya Ramadhan Sale Diskon Up To 50% .. | 59 |
| Gambar 4.15 Sponsor Partnership Acara Pemilihan Bujang Gasi Kampus ... | 61 |
| Gambar 4.16 Akun Instagram Kriya Sriwijaya..... | 62 |
| Gambar 4.17 Foto Produk Pada Akun Instagram Kriya Sriwijaya..... | 63 |
| Gambar 4.18 Postingan Salah Satu Finalis Pemilihan Bujang Gasi Kampus . | 64 |
| Gambar 4.19 Postingan Foto Produk di Facebook Kriya Sriwijaya | 65 |
| Gambar 4.20 Chanel Youtube Kriya Sriwijaya | 66 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Produk Terjual, Hasil dan Target Penjualan Kriya Sriwijaya | 5 |
| Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu | 23 |
| Tabel 4.1 Penglompokan Jenis Produk Kriya Sriwijaya | 43 |
| Tabel 4.2 Data Produk Terjual Kriya Sriwijaya | 50 |
| Tabel 4.3 Jeis Promosi dan Omzet Penjualan Kriya Sriwijaya | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

Jenis Produk Kriya Sriwijaya

Data Produk Terjual Kriya Sriwijaya

Dokumentasi Penelitian

Daftar Pustaka

- Adi, Bangun Wibowo. 2015. *Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarmasin*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ahmad, Komaruddin. 2004. *Analisis Dasar-Dasar Manajemen Investasi dan Portofolio*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Andriani, dkk. 2018. “Strategi Promosi UMKM Kampung Rajut Binong Jati Sebagai Kawasan Wisata Belanja”, *JURNAL ABDIMAS BSI*, Vol. 1, No. 2:305-310.
- David, Fred R. 2011. *Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Denkin, Norman K. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ferdinand. 2016. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Handayani, Esti. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Produk Terhadap Tingkat Penjualan”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol. 16 No. 01
- Hernimawati. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Howkins, John. 2015. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. UK: Penguin Books Limited.
- Kadjim. 2011. “*Kerajinan Dari Bahan Sekitar Kita*”, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2021. Subsektor Ekonomi Kreatif. Diakses 15 April 2021, dari <https://www.kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>
- Kotler, Keller, dan Hermawan. 2012. *Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran: Edisi Dua Belas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kristinae, Vivvy. 2018. “Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan”, *Eksis*, Vol 13, No 1
- Liliwari, Mandaru dan Daga, 2020. “Strategi Perancangan Komunikasi Visual Promosi Karya Seni Ukir Kayu Motif Khas Timor”, *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume IX, No. 1:1559-1575.
- Murtadana, Ricky. 2014. *Pengaruh Komparatif Sikap terhadap Iklan Soft dan Hard Copy pada Minat Beli Konsumen*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma

- Ramlah, dkk. 2018. "Analisis Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Minat Pembeli Pada Usaha Kain Tenun Salmah Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol 10, No.7
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. *Undang Undang tentang Kepariwisataaan, UU No. 10 Tahun 2009*. Jakarta: Direktorat Jenderal Hukum dan HAM
- Riduan dan Kuncoro. 2010. *Cara menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rusmanawan, Uus. 2019. *Teknik Penulisan Tugas Akhir dan Skripsi Pemrograman*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo
- Samiyati. 2018. "Strategi Promosi Perpustakaan Seni", *Jurnal Bahasa*, Vol 3, No.11
- Simatupang, Togar. 2017. *Pendidikan Kreatif Menuju Generasi Kreatif dan Kemajuan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William. 2011, *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh. Erlangga: Jakarta.
- Sudiyanto dan Rismansyah, 2019. "Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pt. Hti Bumi Persada Banyuasin", *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 4, Januari 2017 : 83-91
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani dan Sagiyanto. 2017. "Strategi Komunitas Betawi Dalam Mempromosikan Tradisi Palang Pintu (Studi Kasus Pada Event Festival Palang Pintu Xi)", *Jurnal Komunikasi*, Volume VIII Nomor 2
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Utama, Gusti. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Denpasar: Andi
- Wibisaputra Adiztya. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3Kg Di PT. Candi Agung Pratama Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang
- Wiradi. 2015. *Analisis Sosial*. Bandung: Yayasan AKATIGA.
- Yusuf. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana