

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha
Mikro Kecil Menengah Kuliner Khas Kota Palembang
(Studi Kasus Pempek Edy di Pasar 26 Ilir)

Nama Mahasiswa : Ade Kristin

NPM : 201801001

Program Studi : Ekonomi Syariah

Palembang, 30 Agustus 2022

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

Saprda, SHL, M.H.I
NIDN. 2114118401

Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh,

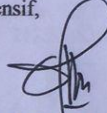
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha
Mikro Kecil Menengah Kuliner Khas Kota Palembang
(Studi Kasus Pempek Edy di Pasar 26 Ilir)

Nama Mahasiswa : Ade Kristin
NPM : 201801001
Program Studi : Ekonomi Syariah

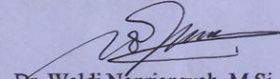
Telah dipertahankan dihadapan Penguji Ujian Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah STEBIS Indo Global Mandiri.

Penguji Ujian Komprehensif,

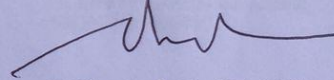
Ketua penguji :


Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302

Penguji I :

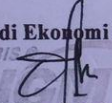

Dr. Waldi Nopriansyah, M.Si
NIDN. 2114118401

Penguji II :


H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

Palembang, 30 Agustus 2022
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Kaprodi Ekonomi Syariah


Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302

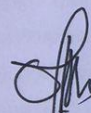
Ketua STEBIS IGM


H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

LEMBAR REVISI

Nama : Ade Kristin
NPM : 201801001
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha
Mikro Kecil Menengah Kuliner Khas Kota Palembang
(Studi Kasus Pempek Edy di Pasar 26 Ilir)

Ketua penguji :



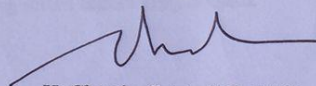
Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302

Penguji I :



Dr. Waldi Nopriansyah
NIDN. 2114118401

Penguji II :



H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

Palembang, 30 Agustus 2022

Kaprodi Ekonomi Syariah

STEBIS®

EKONOMI SYARIAH

Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Kristin
NPM : 201801001
Program Studi : Ekonomi Syariah (S1)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa naskah skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Kuliner Khas Kota Palembang (Studi Kasus Pempek Edy di Pasar 26 Ilir)” merupakan hasil karya saya sendiri dengan didampingi oleh dosen pembimbing dan bukan hasil penjiplakan/*plagiat*. Keseluruhan data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan serta kesimpulan yang ada didalam naskah skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa ada paksaan dari siapapun. Dan apabila dikemudian ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari STEBIS IGM Palembang sesuai aturan yang berlaku.

Palembang, 30 Agustus 2022

Penulis



Ade Kristin
NPM: 201801001

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik STEBIS IGM, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ade Kristin
NPM : 201801001
Program Studi : Ekonomi Syariah
Institusi : Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global
Mandiri (STEBIS IGM)
Judul Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STEBIS IGM **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Kuliner Khas Kota Palembang (Studi Kasus Pempek Edy di Pasar 26 Ilir). Berserta perangkat saya yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif STEBIS IGM berhak menyimpan, mengalihmedia/firmatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta,

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Palembang

Pada Tanggal : 30 Agustus 2022

Yang menyatakan



(Ade Kristin)

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT karena atas izin dan ridho-Nya yang telah memudahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sahudin dan Ibu Irianti yang telah memberikan dukungan serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT kepada penulis.
2. Kakak-kakak ku dan adik ku serta keluarga besarku, berkat doa, dukungan, dan motivasinya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Sahabat-sahabatku dekatku yang kucintai dan kusayangi yang telah memberikan saran/bantuannya, pemikiran, serta dorongan dan setia menjadi teman berjuang bersama suka maupun duka.
4. Rekan-rekan seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 STEBIS IGM, semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat dan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.
5. Almamaterku tercinta tempatku menimba Ilmu Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri (STEBIS IGM) semoga semakin maju, selalu jaya dan makin berkualitas.

ABSTRAK

Bisnis kuliner atau pempek Edy merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan karena makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan pokok manusia. Suatu perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat. Usaha meningkatkan penjualan ini sangat penting sekali bagi perusahaan, Salah satunya dengan merancang strategi pemasaran. Sebagian telah didefinisikan bahwa pemasaran memiliki terdiri dari produk, tempat, harga, dan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam perkembangan usaha mikro kecil menengah pada pempek Edy kuliner khas kota Palembang dan untuk mengetahui hambatan di strategi pemasaran dalam perkembangan usaha mikro kecil menengah kuliner khas kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode interview, observasi, dan dokumentasi. Hasil Penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pempek Edy untuk meningkatkan penjualan strategi produk, tempat, harga, promosi adalah produk merk dagang sendiri, mengutamakan kualitas produk, serta perkembangan produk dengan menambah menu. Tempat, pempek Edy tempat produknya melalui penjualan langsung, di tempat konsumen datang langsung untuk melakukan transaksi ditempat. Harga, pempek Edy menetapkan harga dengan cara target konsumen yang dituju, harga juga didasarkan pada kemampuan konsumen, dengan bahan baku jika bahan baku naik maka harga pempek ikut naik juga. Promosi, pempek Edy melakukan promosi melalui sosial media untuk mencapai tujuan promosi dengan baik. Hambatan strategi pemasaran pempek edy jika makanan pempek Edy dikirim keluar kota maka tidak bisa bertahan lama karena mudah basi jadi bisa memerlukan waktu yang cepat.

Kata Kunci: Pempek Edy Kuliner Khas Kota Palembang

ABSTRACT

The culinary business or Pempek Edy is one of the promising businesses because food ranks at the top in fulfilling basic human needs. A company expects that sales results can increase. Efforts to increase sales are very important for the company, one of which is by designing a marketing strategy. Some have defined that marketing has consisted of product, place, price, and promotion.

This study aims to determine the marketing strategy in the development of micro, small and medium enterprises in Pempek Edy culinary typical of the city of Palembang and to find out the obstacles in the marketing strategy in the development of micro, small and medium enterprises culinary typical of the city of Palembang. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques using interview, observation, and documentation methods. The results of the study concluded that Pempek Edy's marketing strategy to increase sales of product, place, price, promotion strategies was the product's own trademark, prioritizing product quality, and product development by adding menus. The place, Pempek Edy where the product is through direct sales, where consumers come directly to make transactions on the spot. Price, Pempek Edy sets the price by targeting the intended consumer, the price is also based on the ability of the consumer, with raw materials if the raw material increases then the price of pempek goes up too. Promotion, Pempek Edy conducts promotions through social media to achieve the promotion objectives well. The obstacle to Pempek Edy's marketing strategy is that if Edy's pempek food is sent out of town, it cannot last long because it spoils easily, so it can take time.

Keywords: Pempek Edy a Typical Culinary From Palembang

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif		Tidak dilambangkan
ب	Ba ^ʿ	B	Be
ت	Ta ^ʿ	T	Te
ث	Sa ^ʿ	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa ^ʿ	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha ^ʿ	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra ^ʿ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍāḍ	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

ط	Ṭaʿ	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zaʿ	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Faʿ	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Haʿ	H	Ha
ء	Hamzah	ˀ	Apostrof
ي	Yaʿ	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	„iddah
-----	---------	--------

3. Ta' Marbutah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
-----	---------	-------

جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karâmah al-aulyâ
--------------------------	---------	------------------

3. Bila ta^h marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	Zakâh al-fiṭri
-------------------	---------	----------------

dan dammah ditulis t atau h.

4. Vokal Pendek

_____	Fathah	Ditulis	A
فَعَلَ			fa‘ala
_____	Kasrah	Ditulis	I
نُكِرَ			Ŷukira
_____	Dammah	Ditulis	U
يَذْهَبُ			Yažhabu

5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّة	Ditulis	Â
		Ditulis	Jâhiliyyah
2	fathah + ya" mati تَنْسَى	Ditulis	Â
		Ditulis	Tansâ
3	kasrah + ya" mati كَرِيم	Ditulis	Î
		Ditulis	Karîm
4	dammah + wawu mati فُرُوض	Ditulis	Û
		Ditulis	Furûd

6. Vokal Rangkap

1	fathah + ya" mati بَيْنَكُمْ	Ditulis	ai
		ditulis	bainakum
2	fathah + wawu mati قَوْل	ditulis	au
		Ditulis	qaul

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat memenuhi syarat atas kelulusan program studi S1 Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri Palembang dengan menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Kuliner Khas Kota Palembang”**. Sholawat serta salam tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang mengikuti jejaknya yang selalu istiqomah di jalan-Nya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa semua proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Terima kasih kepada kedua orang tua dan saudara yang tercinta telah memberikan cinta, kasih sayang dan doa yang tulus sehingga saya selalu optimis untuk meraih kesuksesan dunia dan akhirat.
2. Kepada Bapak H. Chandra Satria, S.E., M.Si selaku Ketua STEBIS (Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang).

3. Kepada Bapak Amir Salim, S.E.I., M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang.
4. Kepada Ibu Saprida, M.H.I selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H. Chandra Satria, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam pembuatan tugas akhir ini.
5. Kepada segenap Dosen Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang yang telah banyak berperan aktif dalam menyumbangkan ilmu, wawasan dan pengetahuan kepada penulis.
6. Kepada Bapak Edy yang telah berkenan membantu terselesaikannya skripsi ini yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk melakukan penelitian sehingga dapat membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada teman seperjuangan prodi Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2018 yang masing-masing telah memberikan semangat satu sama lain sehingga dapat melaksanakan tugas akhir ini.

Penulis sadar bahwa dalam pembuatan tugas akhir ini masih banyak ketidak sempurnaan termasuk dalam penyusunan konsep yang telah diajukan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan sangat mengharapkan kritik dan saran agar penulis dapat memperbaiki di masa yang akan datang.

Akhirnya penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan bernilai ibadah di sisi Allah Swt, Aamiin Ya Rabbal Allamin

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Palembang, Agustus 2022

**Ade Kristin
201801001**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	II
LEMBAR REVISI	IV
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	V
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	VI
ABSTRAK	VII
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	IX
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	XV
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR GAMBAR.....	XVII
DAFTAR LAMPIRAN	XIX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.2. Pengertian Pemasaran	14

2.3. Faktor-Faktor Strategi Pemasaran.....	16
2.4. Pengertian Pemasaran Dalam Islam.....	17
2.5. Pengertian Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah	23
2.6. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah	25
2.7. Jenis-Jenis Usaha Mikro Kecil Menengah.....	26
2.8. Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah	27
2.9. Pengertian Kuliner Khas Kota Palembang.....	29
2.10. Jenis-Jenis Usaha Kuliner	29
2.11. Kelebihan Dan Kelemahan Usaha Kuliner	32
2.12. Penelitian Terdahulu	32
2.13. Karangka Berfikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.2. Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	44
3.3. Jenis Penelitian.....	44
3.4. Sumber Data	45
3.5. Teknik Pengumpulan Data	46
3.6. Populasi Dan Sampel	47
3.7. Teknik Analisis Data.....	47
3.8. Visi Dan Misi Pempek Edy.....	48
3.9. Tujuan Pempek Edy	48
3.10. Logo Pempek Edy	49
3.11. Struktur Organisasi Pempek Edy Kuliner Khas Kota Palembang	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	50
4.2. Penyajian Data Deskripsi Informan Penelitian	50
4.3. Analisis Strategi Pempek Edy Kuliner Khas Kota Palembang.....	51
4.4. Hambatan Pempek Edy Kuliner Khas Kota Palembang.....	57
4.5. Uji Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pempek Edy	58
4.6. Strategi Pemasaran Pempek Edy Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	63
BAB V PENUTUP.....	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1. Penelitian Terdahulu	32
2. Penyajian Data Identitas Kuesioner Penelitian	50
3. Menu Pempek Edy	54
4. Menu Makanan Tambahan Pempek Edy	55
5. Menu Minuman Pempek Edy.....	55
6. Matriks SWOT Eksternal	50
7. Matriks SWOT Internal.....	50
8. Strategi SO, ST, WO, WT.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Karangka Pemikiran	43
2. Logo Pempek Edy	49
3. Struktur Organisasi Pempek Edy Kuliner Khas Kota Palembang	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1. Wawancara Terhadap Pempek Edy.....	74