

**IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MELALUI IKLAN
BERBAYAR PADA SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DI SURYABIOOFFICIAL
(Studi Pada Apotek Surya Bio Medika)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

FATICHAH PUTRI WULANSARI

NPM. 18042010074

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA IMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MELALUI IKLAN
BERBAYAR PADA SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DI SURYABIOOFFICIAL
(Studi Pada Apotek Surya Blo Medika)**

Disusun Oleh :

FATICHAH PUTRI WULANSARI
NPM. 18042010074

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dra. Sonja Andarini M.Si
NIP. 196503219930920001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU BUDAYA, SOSIAL, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MELALUI IKLAN
BERBAYAR PADA SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DI SURYABIOOFFICIAL
(Studi Pada Apotek Surya Blo Medika)**

FATICHAH PUTRI WULANSARI

NPM. 18042010074

**Telah dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Politik Dan Ilmu Sosial**

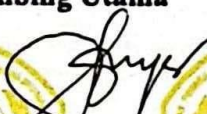
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran Jawa Timur"

Pada Tanggal 03 Juni 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji


Dra. Sonja Andarini M. Si
NIP. 196503219930920001

1. Ketua


Sumainah Fauziah, S.A.B, M.A.B.
NIP. 199312072022032015

2. Sekretaris


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.A.B.
NPT. 21219920526338

3. Anggota


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503219930920001

Mengetahui,

**DEKAN
Fakultas Ilmu Budaya, Sosial, dan Politik**


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 19680418202121106

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FATICHAH PUTRI WULANSARI
NPM : 18042010074
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir (Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 27 MEI 2025

Yang membuat pernyataan



FATICHAH PUTRI WULANSARI
NPM. 18042010074

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Marketing Melalui Iklan Berbayar Pada Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan di Suryabioofficial (Studi pada Apotek Surya Bio Medika)” dengan baik meskipun banyak kekurangan didalamnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan terwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini M.Si selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis, sehingga terselesaikannya skripsi ini. Pada kesempatan yang baik ini, penulis juga akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A. selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
4. Kedua orang tua, adik, dan keluarga besar yang banyak memberikan dukungan secara moril maupun materiil.
5. Ibu Silvia Owner Suryabioofficial yang telah memberikan izin melaksanakan

penelitian dan memberikan banyak sumber data untuk penelitian ini.

6. Rendah Oktavianti N. sahabat baik sejak SMP sampai sekarang terimakasih atas doa-doa baik dan dukungannya.
7. Virara Aprilia P. teman saya sejak awal perkuliahan sampai sekarang terimakasih atas doa-doa baik dan dukungannya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	23
2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
2.1.1 Penelitian Pertama	23
2.1.2 Penelitian Kedua.....	26
2.1.3 Penelitian Ketiga.....	28
2.2 Landasan Teori	30
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	30
2.2.1.1 Pengertian Manajemen	30
2.2.1.2 Pengertian Strategi.....	33
2.2.1.3 Pengertian Pemasaran.....	40
2.2.1.4 Pengertian Manajemen Strategi.....	42
2.2.1.5 Pengertian Strategi Pemasaran	47
2.2.1.6 Pengertian Strategi Pemasaran	50
2.2.2 Bauran Pemasaran	53

2.2.2.1	Marketing Mix.....	55
2.2.3	<i>Digital marketing</i>	63
2.2.3.1	Pengertian <i>Digital marketing</i>	63
2.2.3.2	Jenis <i>Digital marketing</i>	65
2.2.3.3	Strategi <i>Digital marketing</i>	69
2.2.3.4	<i>Marketplace</i>	72
2.2.4	Volume Penjualan	74
2.2.4.1	Pengertian Penjualan	74
2.2.4.2	Pengertian Volume Penjualan	76
2.2.5	Segmentasi, Targeting, Positioning	78
2.2.5.1	Segmentasi	78
2.2.5.2	Targeting	81
2.2.5.3	<i>Positioning</i>	82
2.2.6	Analisis SWOT	83
2.2.6.1	Pengertian Analisis SWOT.....	83
2.2.6.2	Matriks EFE Matrik IFE.....	85
2.2.6.3	Matriks SWOT	88
2.3	Kerangka Berpikir	92
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		94
3.1	Jenis Penelitian.....	94
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	95
3.3	Informan Penelitian	96
3.4	Penentuan Informan.....	98
3.5	Teknik Pengumpulan Data	98
3.5.1	Metode Observasi.....	99
3.5.2	Metode Wawancara.....	99
3.5.3	Metode Studi Dokumen.....	100
3.6	Instrumen Penelitian.....	100
3.7	Jenis dan Sumber Data	102
3.8	Alat Analisis Data.....	103
3.9	Keabsahan Data	107

3.10	Daftar Pertanyaan	109
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		111
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	111
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	111
4.1.2	Sejarah Apotek Surya Bio Medika	112
4.1.3	Gambaran Perusahaan.....	113
4.1.3.1	Visi dan Misi	113
4.1.3.2	Layanan yang Ditawarkan	114
4.1.3.3	Struktur Organisasi dan Sumber Daya Manusia	114
4.1.3.4	Lokasi dan Aksesibilitas.....	115
4.1.3.5	Komitmen terhadap Kualitas	115
4.1.3.6	Kontak dan Informasi Lainnya	115
4.2	Penyajian Data.....	115
4.2.1	Data Penjualan Suryabioofficial.....	115
4.2.2	Data Informan.....	117
4.2.3	Hasil Wawancara.....	118
4.3	Hasil Penelitian	119
4.3.1	Analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	119
4.3.2	Analisis EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	120
4.3.3	Diagram SWOT	121
4.3.4	Matriks SWOT dan Strategi Alternatif	122
4.3.4.1	Matriks SWOT	122
4.3.4.2	Strategi yang dapat diterapkan	122
4.4	Pembahasan Penelitian	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		133
5.1	Kesimpulan.....	133
5.2	Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA		137
LAMPIRAN.....		141

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Target dan Penjualan suryabioofficial	14
Tabel 2.1 Matriks SWOT	90
Tabel 3.1 Tabel Pertanyaan.....	109
Tabel 4.1 Data Penjualan, Target, dan Pencapaian Suryabioofficial	116
Tabel 4.2 Data Informan Suryabioofficial.....	117
Tabel 4.3 Hasil Matriks IFAS	119
Tabel 4.4 Hasil Matriks EFAS	120
Tabel 4.5 Hasil Matriks SWOT Suryabioofficial	122
Tabel 4.6 Strategi yang dapat dilakukan Suryabioofficial	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Berdasarkan Data Yang Diolah Penulis.....	93
Gambar 3.1	Alur Analisis Data 1	103
Gambar 3.2	Diagram Matriks SWOT.....	106
Gambar 4.1	Susunan Perusahaan.....	114
Gambar 4.2	Diagram SWOT Suryabioofficial berdasarkan hasil Matriks IFAS dan EFAS	121

ABSTRAK

Implementasi Strategi Marketing Melalui Iklan Berbayar Pada Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan di Suryabioofficial (Studi pada Apotek

Surya Bio Medika Fatichah Putri

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Budaya, Sosial, dan Politik

UPN “Veteran” Jawa Timur

18042010074@student.upnjatim.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital melalui iklan berbayar di Shopee dalam meningkatkan penjualan Apotek Suryabioofficial. Semakin ketatnya persaingan di *marketplace* mendorong pelaku usaha memanfaatkan fitur Shopee Ads dan promosi berbasis algoritma untuk meningkatkan visibilitas produk. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan administrator *marketplace* dan kepala administrasi Apotek Suryabioofficial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan berbayar berdampak positif terhadap peningkatan penjualan jangka pendek. Namun, strategi berbasis *marketplace* saja belum cukup untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, diversifikasi strategi diperlukan melalui media sosial, edukasi konsumen, dan kolaborasi dengan influencer. Selain itu, optimalisasi manajemen stok sangat penting untuk menghindari kendala pemesanan saat promosi besar. Analisis SWOT menempatkan Apotek Suryabioofficial pada posisi Strengths-Opportunities (SO), sehingga strategi agresif seperti perluasan promosi dan program loyalitas pelanggan layak diterapkan untuk meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: *Digital marketing*; iklan berbayar; Shopee Ads; strategi pemasaran; SWOT

ABSTRACT

Implementasi Strategi Marketing Melalui Iklan Berbayar Pada Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan di Suryabioofficial (Studi pada Apotek Surya Bio Medika Business Administration Study Program, Faculty of Social, Cultural, and Political Sciences

UPN "Veteran" East Java

18042010074@student.upnjatim.ac.id

This study aims to analyze digital marketing strategies through the use of paid advertising (Shopee Ads) to increase sales at Suryabioofficial Pharmacy. The intense competition within marketplace platforms encourages business actors to utilize algorithm-based promotional features to enhance product visibility and competitiveness. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the marketplace administrator and the head of administration at Suryabioofficial Pharmacy. The results indicate that paid advertising has a positive impact on short-term sales growth. However, relying solely on marketplace-based strategies is insufficient to ensure long-term business sustainability. Therefore, diversification of strategies is necessary, including the use of social media, consumer education, and collaboration with influencers. Additionally, optimizing stock management is essential to avoid ordering disruptions during major promotional periods. SWOT analysis places Suryabioofficial Pharmacy in the Strengths-Opportunities (SO) quadrant, suggesting that aggressive strategies such as expanded promotional programs and customer loyalty initiatives are appropriate to enhance business competitiveness.

Keywords: digital marketing, paid advertising, Shopee Ads, marketing strategy, SWOT analysis.