

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM BIDANG
PENGADAAN BARANG BERBASIS E-KATALOG UNTUK
MENINGKATKAN OMZET PERUSAHAAN PADA PT. HITA PRADANA
NAWASENA SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh :

JULIA LAILY AGUSTIN
NPM. 21042010231

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

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI BISNIS DALAM BIDANG PENGADAAN
BARANG BERBASIS E-KATALOG UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME OMZET PERUSAHAAN PADA PT. HITA PRADANA
NAWASENA SIDOARJO**

Disusun Oleh :

JULIA LAILY AGUSTIN
NPM. 21042010231

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB

NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM BIDANG
PENGADAAN BARANG BERBASIS E-KATALOG UNTUK
MENINGKATKAN OMZET PERUSAHAAN PADA PT. HITA PRADANA
NAWASENA SIDOARJO

Disusun Oleh :

JULIA LAILY AGUSTIN
NPM. 21042010231

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 12 September 2025

PEMBIMBING UTAMA


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

TIM PENGUJI :

1. Ketua


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., MA
NPT. 21119771204337

3. Anggota


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Julia Laily Agustin
NPM : 21042010231
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : 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, 12 September 2025

Yang membuat pernyataan



Julia Laily Agustin
NPM. 21042010231

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat serta hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Bidang Pengadaan Barang Berbasis E-Katalog Untuk Meningkatkan Omzet Perusahaan Pada PT. Hita Pradana Nawasena Sidoarjo”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB. selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segala perhatian dan bantuannya dengan memberikan saran, arahan serta nasihat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis juga ini menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan, doa restu serta motivasi kepada saya agar terus maju dan percaya diri sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Teman-teman penulis yang selalu membantu dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap agar proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Strategi Pemasaran	20
2.2.2 Konsep Pemasaran	24
2.2.3 Pengadaan Barang	29
2.2.4 E-Katalog dalam Bisnis	33
2.3 Kerangka Berpikir.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Fokus Penelitian.....	42
3.3 Lokasi Penelitian.....	42
3.4 Objek dan Informan Penelitian.....	42
3.4.1 Objek Penelitian	42
3.4.2 Informan Penelitian	43
3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1 Sumber Data	44
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Profil Perusahaan.....	56
4.1.2 Logo Perusahaan	58
4.1.3 Struktur Organisasi.....	58

4.2 Penyajian Data	59
4.2.1 Analisis SWOT.....	77
4.2.2 Tahap Analisis Faktor Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) dan EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	80
4.2.3 Diagram SWOT.....	90
4.2.4 Matriks SWOT	90
4.2.5 Matriks Internal Eksternal	92
4.2.6 Matriks Alternatif Strategi SWOT	93
4.3 Pembahasan	99
4.3.1 Kendala yang Dihadapi	102
4.3.2 Perbandingan Hasil Penelitian pada PT. Hita Pradana Nawasena Sidoarjo dengan Penelitian Terdahulu	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan PT. Hita Pradana Nawasena	58
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Hita Pradana Nawasena.....	58
Gambar 4. 3 Diagram Matriks SWOT PT. HPN	91
Gambar 4. 4 Matriks Internal - Eksternal	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Omzet PT. HITA PRADANA NAWASENA Pada Bulan Juli Hingga Oktober	4
Tabel 1. 2 Tahapan Proses Pengadaan Barang	5
Tabel 1. 3 Hasil Jumlah Penyedia Pengadaan Barang & Jasa di Indonesia Tahun 2024	6
Tabel 1. 4 Hasil Jumlah Penyedia Yang Terkena Kasus Pidana Korupsi Tahun 2020-2023	7
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Tabel IFAS (<i>Internal Analysis Summary</i>)	50
Tabel 3. 2 Tabel EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	52
Tabel 3. 3 Tabel Matriks SWOT	53
Tabel 4. 1 Hasil Rata – Rata Kuisioner Responden IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	81
Tabel 4. 2 Hasil IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	82
Tabel 4. 3 Hasil Rata – Rata Kuisioner Responden EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	86
Tabel 4. 4 Hasil EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	87
Tabel 4. 5 Total Skor Faktor Strategi (<i>Internal & Eksternal</i>).....	90
Tabel 4. 6 Matriks Alternatif Strategi SWOT.....	94
Tabel 4. 7 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara	127
Lampiran 2 : Hasil Wawancara	135
Lampiran 3 : Dokumentasi Contoh Platform Produk, Pesanan, dan Proses Negosiasi Pada E-Katalog.....	155
Lampiran 4 : Dokumen Kegiatan Wawancara.....	156

ABSTRAK

JULIA LAILY AGUSTIN, 21042010231, Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Bidang Pengadaan Barang Berbasis E-Katalog Untuk Meningkatkan Omzet Perusahaan Pada PT. Hita Pradana Nawasena Sidoarjo

Persaingan bisnis pada sektor pengadaan barang pemerintah berbasis e-katalog menjadi tantangan tersendiri bagi PT. Hita Pradana Nawasena. Ketidakstabilan omzet yang dihadapi perusahaan mendorong perlunya evaluasi dan perumusan strategi bisnis yang tepat untuk menjaga keberlangsungan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar, khususnya dalam meningkatkan volume omzet melalui pendekatan yang terstruktur. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan alat matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil analisis menunjukkan bahwa skor total faktor internal (IFAS) sebesar 3,49 dan faktor eksternal (EFAS) sebesar 2,76, yang memetakan perusahaan ke dalam Kuadran I pada diagram SWOT, yaitu posisi strategis agresif (Growth Oriented Strategy). Posisi ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dominan, seperti reputasi profesional dan relasi strategis, serta peluang eksternal yang besar dari perluasan pasar e-katalog. Namun demikian, penelitian juga menemukan adanya tantangan signifikan berupa kelemahan operasional, terutama pada visibilitas stok vendor yang belum real-time, yang dapat menghambat efisiensi dalam rantai pasok dan mempengaruhi kecepatan pelayanan. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan melakukan penguatan manajemen rantai pasok, serta mengadopsi teknologi informasi terkini guna mengoptimalkan proses operasional dan meningkatkan daya saing di pasar e-katalog. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar strategis dalam pengambilan keputusan bisnis ke depan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, E-Katalog, Analisis SWOT, Volume Omzet

ABSTRACT

JULIA LAILY AGUSTIN, 21042010231, *Implementation Of Marketing Strategies In The Field Of E-Catalog-Based Procurement Of Goods To Increase Company Turnover At PT. Hita Pradana Nawasena Sidoarjo*

Business competition in the government goods procurement sector based on the e-catalog system presents a distinct challenge for PT. Hita Pradana Nawasena. The company's unstable revenue has prompted the need for thorough evaluation and the formulation of appropriate business strategies to ensure sustainability and improve overall performance. This study aims to analyze the implementation of the business strategies adopted by the company in responding to market dynamics, particularly in increasing revenue volume through a structured approach. The research method employed is descriptive qualitative, with data collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed using the SWOT matrix (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The analysis results show that the total score of internal factors (IFAS) is 3.49 and external factors (EFAS) is 2.76, placing the company in Quadrant I of the SWOT diagram, indicating an aggressive strategic position (Growth Oriented Strategy). This position reflects that the company possesses dominant internal strengths, such as a strong professional reputation and strategic relationships, as well as significant external opportunities from the expanding e-catalog market. However, the study also identified significant challenges in the form of operational weaknesses, particularly in the lack of real-time visibility of vendor stock, which can hinder supply chain efficiency and affect service responsiveness. Therefore, it is recommended that the company strengthen its supply chain management and adopt up-to-date information technology to optimize operational processes and enhance competitiveness in the e-catalog market. These findings are expected to serve as a strategic foundation for future business decision-making.

Keywords: *Business Strategy, E-Catalog, SWOT Analysis, Revenue Volume*