

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GUNA MEMASUKI PASAR
ONLINE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN SELAMA PANDEMI
COVID-19**

(Studi Kasus pada Bisnis Retail Toko “Bintang” di Kabupaten Lumajang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



DISUSUN OLEH :

AZRIL FIKRI HAWARI
NPM : 18042010064

KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GUNA MEMASUKI PASAR ONLINE
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN SELAMA PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus pada Bisnis Ritel Toko "Bintang" di Kabupaten Lumajang)


Disusun Oleh :

Azril Fikri Hawari
NPM. 18042010064

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dra. Ety Dwi Susanti M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195807011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GUNA MEMASUKI PASAR
ONLINE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN SELAMA PANDEMI
COVID-19**

(Studi Kasus pada Bisnis Retail Toko "Bintang" di Kabupaten Lumajang)

Disusun Oleh :

Azril Fikri Hawari

18042010064

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi
program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pemasangan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal 24 Juni 2022

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si

NIP. 19685011994032001

TIM PENGUJI

1. Ketua

Budi Pradono S. Sos. M.M

NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris

Dra. Siti Ning Farida M.Si

NIP. 196407291990032001

3. Anggota

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si

NIP. 19685011994032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Egi Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 1958070011987031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat serta petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Guna Memasuki Pasar *Online* dalam Menghadapi Persaingan selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Bisnis Retail Toko “Bintang” di Kabupaten Lumajang).

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini. Pada kesempatan penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yth :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno MS.CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida M.Si selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta dukungan kepada penulis.
4. Orang tua serta keluarga penulis yang telah selalu mendukung penulis baik secara materiil maupun non materiil.
5. Pihak dari Toko “Bintang” yang telah bersedia menjadi objek penelitian pada laporan skripsi ini.
6. Firdania May Arofah selaku rekan serta orang terdekat penulis yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini.

7. Fujiono, Hendrik Agil Saputra, Ninda Renatta, Bagus Rachmatri, dan teman – teman lain dari Administrasi Bisnis yang telah mendukung dan menyemangati yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
8. Seluruh rekan penulis di NCT : Pitik *eSports* yang telah mendorong penulis dalam penyelesaian laporan skripsi ini.
9. Seluruh rekan serta pihak – pihak yang turut berpartisipasi dalam penyusunan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam laporan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Maka dari itu, diperlukan adanya kritik serta saran dari pihak pembaca. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta pembaca pada umumnya.

Surabaya, 28 Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Strategi.....	13
2.2.2 Pemasaran.....	20
2.2.3 Pasar <i>Online</i>	31
2.2.4 Analisis SWOT.....	35
2.2.5 Kerangka Berpikir	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	41

3.3 Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel	42
3.4 Objek dan Informan Penelitian	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Analisis SWOT	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Profil Perusahaan	55
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	55
4.1.3 Logo Perusahaan	56
4.1.4 Struktur Organisasi	57
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	58
4.2.1 Hasil.....	58
4.2.2 Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

3.1 Jadwal Penelitian.....	42
3.2 Matrik IFAS	49
3.3 Matrik EFAS	51
4.1 Data Informan	59
4.2 Hasil IFAS.....	67
4.3 Hasil EFAS	68
4.4 Rumusan Matriks SWOT.....	70
4.5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	70
4.6 Rumusan Strategi Alternatif SWOT	71

DAFTAR GAMBAR

1.1 Data Transaksi Toko “Bintang” Tahun 2018 – 2021	6
3.1 Diagram Analisis SWOT	52
3.2 Matrik SWOT	53
4.1 Logo Perusahaan	56
4.2 Struktur Organisasi Toko “Bintang”	57
4.3 Diagram Analisis SWOT	69

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Wawancara dengan Masing – Masing Informan	82
Perhitungan Bobot IFAS & EFAS	101

ABSTRAK

AZRIL FIKRI HAWARI, 18042010064, Analisis Strategi Pemasaran Guna Memasuki Pasar Online Dalam Menghadapi Persaingan Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Bisnis Retail Toko “Bintang” Di Kabupaten Lumajang)

Penelitian ini bertujuan mengetahui analisis strategi pemasaran guna memasuki pasar online dalam menghadapi persaingan selama pandemi covid-19. Jenis penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini menggunakan observasi, metode *in-dept interview* atau wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Sumber data dari penelitian ini adalah pemilik atau owner, pegawai atau karyawan, serta konsumen yang telah melakukan transaksi pada Toko “Bintang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan teknik analisis SWOT Toko “Bintang” berada pada posisi kuadran II. Dimana dalam hal ini faktor kekuatan lebih dominan dibandingkan dengan kelemahan sedangkan disaat yang bersamaan ancaman yang datang dari luar dinilai cukup besar jika dibandingkan dengan peluang yang ada. Sehingga dengan demikian strategi yang dinilai paling efektif untuk diterapkan adalah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi dapat diterapkan oleh Toko “Bintang” dalam rangka mempertahankan kegiatan bisnisnya dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk membendung serta menghadapi ancaman yang datang dari luar perusahaan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pasar Online, Persaingan Selama Pandemi Covid-19

ABSTRACT

AZRIL FIKRI HAWARI, 18042010064, Analysis of Marketing Strategies to Enter The Online Market in Facing Competition During The Covid-19 Pandemic (Case Study On The “Bintang” Store Retail Business In Lumajang Regency)

This study aims to determine the analysis of marketing strategies to enter the online market in the face of competition during the covid-19 pandemic. The type of research conducted is descriptive method. Data collection techniques in this study used observation, in-dept interview methods or in-depth interviews, and documentation. Sources of data from this study are the owner, employee, as well as consumers who have made transactions at the "Bintang" Store. The results showed that by using the SWOT analysis technique, the "Bintang" store was in quadrant II position. Where in this case the strength factor is more dominant than the weakness while at the same time the threats that come from outside are considered quite large when compared to the existing opportunities. Thus, the strategy that is considered the most effective to be implemented is the diversification strategy. The diversification strategy can be applied by the "Bintang" Store in order to maintain its business activities by optimizing its strengths to stem and face threats that come from outside the company

Keywords : Marketing Strategy, Online Market, Competition During the Covid-19 Pandemic