



**PENERAPAN *MARKETING MIX 9P*  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN *ONLINE*  
DI TOKO ROES BARBER SUPPLY**

**UNDERGRADUATE THESIS**

**Disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana  
Teknik (S.T.)**

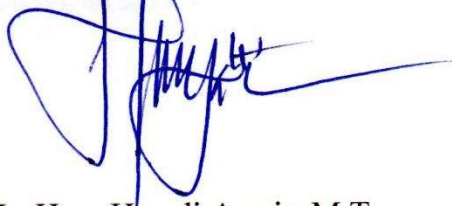
**Oleh  
Tri Susilowati  
ID No. 004201905016**

**FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
CIKARANG  
JUNI, 2023**

## **PANEL PERSETUJUAN PENGUJI**

Penguji menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Penerapan *Marketing Mix* 9P Untuk Meningkatkan Penjualan *Online* di Toko Roes Barber Supply** yang diserahkan oleh Tri Susilowati jurusan Teknik Industri dari Fakultas Teknik dinilai dan dinyatakan lulus ujian lisan pada tanggal 22 Juni 2023.

**Panel of Examiner**



Ir. Hery Hamdi Azwir, M.T.

**Chair of Panel Examiner**



Anastasia Lidya Maukar S.T., M.Sc., M.MT.

**Examiner 1**

## SURAT REKOMENDASI PEMBIMBING TESIS

Thesis ini dengan judul “Penerapan *Marketing Mix* 9P Untuk Meningkatkan Penjualan *Online* di Toko Roes Barber Supply” disusun dan diserahkan oleh Tri Susilowati sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Teknik President University yang telah ditinjau dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk tesis layak untuk diperiksa. Karena itu saya merekomendasikan tesis ini untuk Pengujian Lisan.

Cikarang, Indonesia 20 Juni 2023



Athina Sakina Ratum, S.T., M.Sc.

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dalam kapasitas saya sebagai mahasiswa aktif President University dan sebagai penulis tesis dinyatakan di bawah ini:

Nama : Tri Susilowati  
Nomor Induk Mahasiswa : 004201905016  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis saya berjudul "**Penerapan *Marketing Mix* 9P Untuk Meningkatkan Penjualan *Online* di Toko Roes Barber Supply**" adalah sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya, sebuah karya orisinal berdasarkan prinsip-prinsip akademik yang sehat. Jika dalam tesis ini ditemukan plagiarisme, saya bersedia bertanggung jawab secara pribadi atas akibat dan tindakan plagiarisme tersebut, dan akan menerima sanksi atas tindakan tersebut sesuai dengan peraturan dan kebijakan President University.

Saya juga menyatakan bahwa karya ini, baik seluruhnya atau sebagian, belum diserahkan kepada universitas lain untuk mendapat gelar.

Cikarang, 20 Juni 2023

  
Tri Susilowati

# PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK MINAT AKADEMIK

Sebagai anggota civitas akademika President University, saya bertanda tangan:

Nama : Tri Susilowati  
Nomor Induk Mahasiswa : 004201905016  
Program Studi : Teknik Industri

Untuk tujuan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyatakan dan menyetujui untuk memberikan President University hak bebas royalti non-eksklusif atas laporan akhir saya dengan judul :

**Penerapan *Marketing Mix* 9P Untuk Meningkatkan Penjualan *Online* di  
Toko Roes Barber Supply**

Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini, President University berhak untuk berkomunikasi, mengonversi, mengelola dalam database, memelihara, dan menerbitkan laporan akhir saya. Terdapat kewajiban dari President University untuk menyebutkan nama saya sebagai pemilik hak cipta laporan akhir saya.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Cikarang, 20 Juni 2023



**Tri Susilowati**

# PERSETUJUAN PENASEHAT UNTUK REPOSITORY JURNAL/LEMBAGA

Sebagai anggota civitas akademika President University, saya bertanda tangan:

Nama : Athina Sakina Ratum, S.T., M.Sc  
Nomor Induk : 0431109101  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik

menyatakan bahwa tesis berikut:

Judul tesis : Penerapan *Marketing Mix* 9P Untuk Meningkatkan  
Penjualan *Online* Toko Roes Barber Supply  
Penulis Tesis : Tri Susilowati  
Nomor Induk Mahasiswa : 004201905016

akan dipublikasikan di repositori lembaga.

Cikarang, 20 Juni 2023



**Athina Sakina Ratum, S.T., M.Sc.**

**PENERAPAN *MARKETING MIX* 9P  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN *ONLINE*  
DI TOKO ROES BARBER SUPPLY**

Oleh  
**Tri Susilowati**  
**ID No. 004201905016**

Disetujui oleh



Athina Sakina Ratum, S.T., M.Sc.

Pembimbing Tesis



Ir. Andira Taslim, M.T

Ketua Program Studi Teknik Industri

# HASIL PEMERIKSAAN KESAMAAN

## Turnitin Revisi

### ORIGINALITY REPORT

**17%**  
SIMILARITY INDEX

**17%**  
INTERNET SOURCES

**9%**  
PUBLICATIONS

**9%**  
STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://repository.ipb.ac.id">repository.ipb.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://repository.its.ac.id">repository.its.ac.id</a> Internet Source	<1%
5	<a href="http://magisterakutansi.blogspot.com">magisterakutansi.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
6	<a href="http://sis.binus.ac.id">sis.binus.ac.id</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1%
9	Submitted to Politeknik Negeri Jember Student Paper	<1%



# AI BASED PLAGIARISM CHECKING RESULT



## ABSTRAK

Toko Roes Barber Supply merupakan salah satu UMKM yang menjual kebutuhan peralatan cukur rambut seperti sisir rambut, gunting rambut, mesin cukur yang berlokasi di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, Indonesia. Toko Roes Barber Supply memiliki masalah akan turunnya omset penjualan *online* dengan rata-rata penurunan sebesar 1,57% dari omset penjualan setiap bulannya. Berdasarkan hasil observasi, faktor penurunan omset penjualan disebabkan karena adanya minat produk yang rendah, penetapan harga produk, strategi distribusi, iklan pemasaran dan target pasar, serta hubungan dengan pihak lain. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi yang efektif agar omset penjualan *online* Toko Roes Barber Supply dapat meningkat. Untuk mencari solusi permasalahan dilakukan analisis *marketing mix* 9P (*product, price, place, promotion, people, planning, partners, presentation, dan passion*), SWOT, dan solusi bisnis melalui matriks IE. Dari seluruh hasil analisis disepakati bahwa metode strategi *marketing mix* 9P lah yang dapat diimplementasikan. Setelah implementasi strategi tersebut, didapatkan hasil yang baik yakni kenaikan 0,13% omset penjualan *online*. Penelitian ini diharapkan dengan strategi pemasaran yang telah dirumuskan dapat digunakan oleh Toko Roes Barber Supply untuk membantu membantu dalam mengatasi masalah-masalah tersebut di atas.

Kata kunci: 9P, pemasaran, strategi pemasaran, penjualan, *marketing mix*, SWOT.

## PERSEMBAHAN

Tesis ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa dukungan yang besar. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

Allah Subhanahu Wa Ta'ala, sumber kekuatan dari segalanya. Terima kasih atas rahmat, kasih dan sayang yang Engkau berikan kepada saya tanpa syarat.

1. Keluargaku. terima kasih telah mempercayai, mengikuti, mendukung dan mengasihi saya.
2. Ibu Athina Sakina Ratum, S.T., M.Sc., selaku pembimbing tesis saya yang selalu memberikan motivasi, solusi dan saran dalam menyelesaikan penelitian tesis ini.
3. Bapak Ir. Hery Hamdi Azwir, M.T. dan Ibu Anastasia Lidya Maukar S.T., M.Sc., M.MT. selaku dosen penguji tesis saya yang saya yang berperan penting dalam kelulusan saya.
4. Bapak/Ibu Dosen program Sarjana Teknik Industri yang telah memberikan ilmu dan pemahaman selama menempuh program di President University.
5. Bapak Rusnandar selaku Owner Toko Roes Barber Supply yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian tesis ini.
6. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan Teknik Industri kelas reguler malam 2019, teman-teman MSIB Batch 4, teman kerja dan terkhusus teman yang telah menemani saya dari awal penelitian tesis ini.
7. Kepada pelanggan Toko Roes Barber Supply yang telah membantu saya dalam melakukan kuesioner.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, tesis ini dapat dilanjutkan dan diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti pada bidang penelitian yang sama.

Cikarang, 20 Juni 2023



Tri Susilowati

# DAFTAR ISI

PANEL PERSETUJUAN PENGUJI.....	ii
SURAT REKOMENDASI PEMBIMBING TESIS .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK MINAT AKADEMIK .....	v
PERSETUJUAN PENASEHAT UNTUK REPOSITORY JURNAL/LEMBAGA .....	vi
HASIL PEMERIKSAAN KESAMAAN.....	viii
AI BASED PLAGIARISM CHECKING RESULT .....	ix
.....	ix
ABSTRAK.....	x
PERSEMBAHAN .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR ISTILAH .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Rumusan masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Batasan Penelitian .....	5
1.5. Asumsi Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II STUDI PUSTAKA.....	7
2.1. Pemasaran.....	7
2.2. Strategi Pemasaran .....	8
2.3. Penjualan .....	8
2.4. <i>Marketing Mix</i> .....	9
2.5. Analisis SWOT.....	13
2.5.1 Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) dan EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ).....	14

2.5.1.1. Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	14
2.5.1.2. Matriks EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ).....	15
2.5.2. Matriks IE.....	16
2.5.3. Matriks SWOT .....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1. Observasi Awal .....	19
3.2. Identifikasi Masalah .....	20
3.3. Studi Literatur.....	20
3.4. Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	20
3.4.1. Pengumpulan Data .....	20
3.4.2. Pengolahan Data .....	21
3.5. Analisis Data .....	21
3.6. Simpulan dan Saran.....	22
BAB IV ANALISIS DATA .....	23
4.1. Kondisi Pemasaran Sebelum Perbaikan .....	23
4.1.1. Analisis <i>Marketing Mix</i> 9P.....	23
4.1.2. Analisis SWOT.....	39
4.1.3. <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS) dan <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> (EFAS) .....	43
4.2. Alternatif Strategi Perbaikan Pemasaran.....	51
4.2.1. Penentuan Strategi Perbaikan Pemasaran menggunakan Analisis SWOT.....	51
4.2.2. Implementasi Perbaikan Strategi Pemasaran.....	55
4.3 Kondisi Pemasaran Setelah Perbaikan.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	80
5.1 Simpulan .....	80
5.2 Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	85
Lampiran 1 Hasil Wawancara Owner Toko Roes Barber Supply .....	85
Lampiran 2 Formulir kuesioner Toko Roes Barber Supply .....	88
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Sebelum Perbaikan .....	95

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Sebelum Perbaikan .....	105
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Sebelum Perbaikan.....	106
LAMPIRAN DOKUMENTASI PENELITIAN .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rumus Bobot .....	15
Tabel 2.2 Rumus Nilai Rating.....	15
Tabel 2.3. Rumus Nilai Skor.....	15
Tabel 2.4 Matriks IE .....	16
Tabel 2.5 Matriks SWOT .....	17
Tabel 4.1 Contoh Perhitungan Produk Sepatu Clipper Besi No. 1 Plate Untuk Wahl .....	25
Tabel 4.2 Analisis SWOT .....	39
Tabel 4.3 Perhitungan Nilai Bobot Kekuatan ( <i>Strength</i> ).....	44
Tabel 4.4 Perhitungan Nilai Bobot Kelemahan ( <i>Weakness</i> ).....	45
Tabel 4.5 Perhitungan Nilai Bobot Peluang ( <i>Opportunity</i> ) .....	45
Tabel 4.6 Perhitungan Nilai Bobot Ancaman ( <i>Threats</i> ) .....	46
Tabel 4.7 Perhitungan nilai IFAS .....	48
Tabel 4.8 Perhitungan nilai EFAS .....	49
Tabel 4.9 Matriks IE .....	51
Tabel 4.10 Alternatif Strategi Analisis SWOT .....	51
Tabel 4.11 Alternatif Strategi Produk .....	55
Tabel 4.12 Data produk penjualan terbanyak bulan September 2022 .....	56
Tabel 4.13 Alternatif Strategi <i>Price</i> .....	58
Tabel 4.14 Gunting Koryu Nikko .....	59
Tabel 4.15 Perbandingan Harga Gunting Koryu Nikko .....	61
Tabel 4.16 Alternatif Strategi <i>Place</i> .....	62
Tabel 4.17 Alternatif Strategi <i>Promotion</i> .....	65
Tabel 4.18 Data produk penjualan terbanyak bulan Oktober 2022 .....	66
Tabel 4.19 Alternatif Strategi <i>People</i> .....	69
Tabel 4.20 Alternatif Strategi <i>Planning</i> .....	70
Tabel 4.21 Pendataan trafik, konversi, chat dan kecepatan Chat Bulan September 2022.....	71
Tabel 4.22 Pembagian <i>marketplace</i> bulan Oktober 2022 .....	72
Tabel 4.23 Pembagian <i>marketplace</i> bulan November 2022 .....	72

Tabel 4.24 Alternatif Strategi <i>Partners</i> .....	73
Tabel 4.25 Standar pemberian <i>reward</i> .....	74
Tabel 4.26 Alternatif Strategi <i>Presentation</i> .....	75
Tabel 4.27 Alternatif Strategi <i>Passion</i> .....	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Omset Penjualan <i>Online</i> Toko Roes Barber Supply .....	3
Gambar 3.1 Bagan Metodologi Penelitian.....	19
Gambar 4. 1 Produk Mesin Cukur WAHL Toko Roes Barber Supply.....	24
Gambar 4. 2 Produk Hair Dryer Toko Roes Barber Supply .....	24
Gambar 4. 3 Produk Gunting Rambut Toko Roes Barber Supply.....	24
Gambar 4. 4 Produk Sepatu Clipper Besi No. 1 Plate Untuk Wahl.....	25
Gambar 4. 5 <i>Offline Store</i> Toko Roes Barber Supply.....	26
Gambar 4. 6 <i>Marketplace</i> Shopee Toko Roes Barber Supply .....	27
Gambar 4. 7 <i>Marketplace</i> Lazada Toko Roes Barber Supply .....	27
Gambar 4. 8 <i>Marketplace</i> Tiktok Toko Roes Barber Supply .....	28
Gambar 4. 9 <i>Marketplace</i> Bilibili Toko Roes Barber Supply.....	28
Gambar 4. 10 <i>Marketplace</i> Tokopedia Toko Roes Barber Supply.....	29
Gambar 4. 11 <i>Marketplace</i> Bukalapak Toko Roes Barber Supply.....	29
Gambar 4. 12 Iklan Promosi Produk Gunting rambut Koryu Nikko .....	31
Gambar 4. 13 <i>Broadcast</i> promosi di <i>Whatsapp</i> .....	32
Gambar 4. 14 Konten Live Toko Roes Barber Supply .....	33
Gambar 4. 15 Konten Edukasi Produk.....	34
Gambar 4. 16 Konten Sketsa Komedi Produk .....	34
Gambar 4. 17 Konten Review Produk Barber .....	35
Gambar 4. 18 Konten Youtube Kunjungan ke pelanggan <i>Barbershop</i> .....	36
Gambar 4. 19 Label Asli Produk WAHL.....	37
Gambar 4. 20 Kartu Garansi Produk WAHL.....	38
Gambar 4. 21 Produk Paket Alat Cukur rambut tanpa Clipper Cukur.....	58
Gambar 4. 22 Produk Gunting Koryu Nikko Toko Roes Barber Supply .....	59
Gambar 4. 23 Produk Gunting Koryu Nikko Kompetitor 1.....	60
Gambar 4. 24 Produk Gunting Koryu Nikko Kompetitor 2.....	60
Gambar 4. 25 Produk Gunting Koryu Nikko Kompetitor 3.....	60
Gambar 4. 26 Penetapan harga Produk Gunting Koryu Nikko Toko Roes Barber Supply .....	61
Gambar 4. 27 Pencantuman nomor <i>whatsapp</i> di bio instagram.....	63

Gambar 4. 28 Pencantuman nomor <i>whatsapp</i> di sosial media Tiktok.....	63
Gambar 4. 29 Pencantuman nomor <i>whatsapp</i> di <i>marketplace</i> Shopee.....	64
Gambar 4. 30 Pencantuman nomor <i>whatsapp</i> di <i>marketplace</i> Lazada.....	65
Gambar 4. 31 Pencantuman nomor <i>whatsapp</i> di <i>marketplace</i> Tokopedia.....	65
Gambar 4. 32 Penggunaan <i>Ads</i> pada produk Sepatu Plat Besi isi 4.....	67
Gambar 4. 33 Penggunaan <i>Ads</i> pada produk Safety Razor Gagang Besi Egret / Callysta Alat Cukur Kumis Bulu Rambut.....	67
Gambar 4. 34 Penggunaan <i>Ads</i> pada produk Alat Cukur Kumis Klasik Safety Razor Silet Isi ulang.....	68
Gambar 4. 35 Penggunaan <i>Ads</i> pada produk Gunting Potong Rambut Koryu nikko .....	68
Gambar 4. 36 Penggunaan <i>Ads</i> pada produk Minyak Pijat Massage Oil Larasanti 1liter.....	69
Gambar 4. 37 <i>Update story</i> promosi produk di Instagram.....	70
Gambar 4. 38 <i>Schedule</i> Konten edukasi bulan Desember 2022.....	76
Gambar 4. 39 Alur klaim garansi.....	78
Gambar 4. 40 Grafik Omset Penjualan sebelum perbaikan dan setelah perbaikan .....	78

## DAFTAR ISTILAH

UMKM	= Usaha Mikro Kecil dan Menengah
<i>Marketing Mix</i>	= Strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara mengkombinasikan beberapa elemen secara terpadu agar apa yang tujuan pemasaran pada target pasar tertentu bisa dicapai.
Matriks	= Gambaran keseluruhan isi penelitian yang akan dibuat
SWOT	= Metode untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) suatu perusahaan
IFAS	= Suatu alat analisis yang menyediakan kondisi internal perusahaan untuk dapat menentukan faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan
EFAS	= Suatu alat analisis yang menyediakan kondisi eksternal perusahaan untuk dapat menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan
IE	= Internal dan Eksternal
<i>Marketplace</i>	= Situs atau platform yang digunakan untuk transaksi jual beli pada berbagai toko online.
<i>Ads</i>	= Iklan berbayar
<i>Divisi Advertising</i>	= Divisi yang berperan dalam memasarkan produk, jasa, atau layanan yang dimiliki perusahaan itu kepada pelanggannya.
Kompetitor	= Pesaing usaha yang bergerak di bidang atau memiliki target konsumen sama.