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

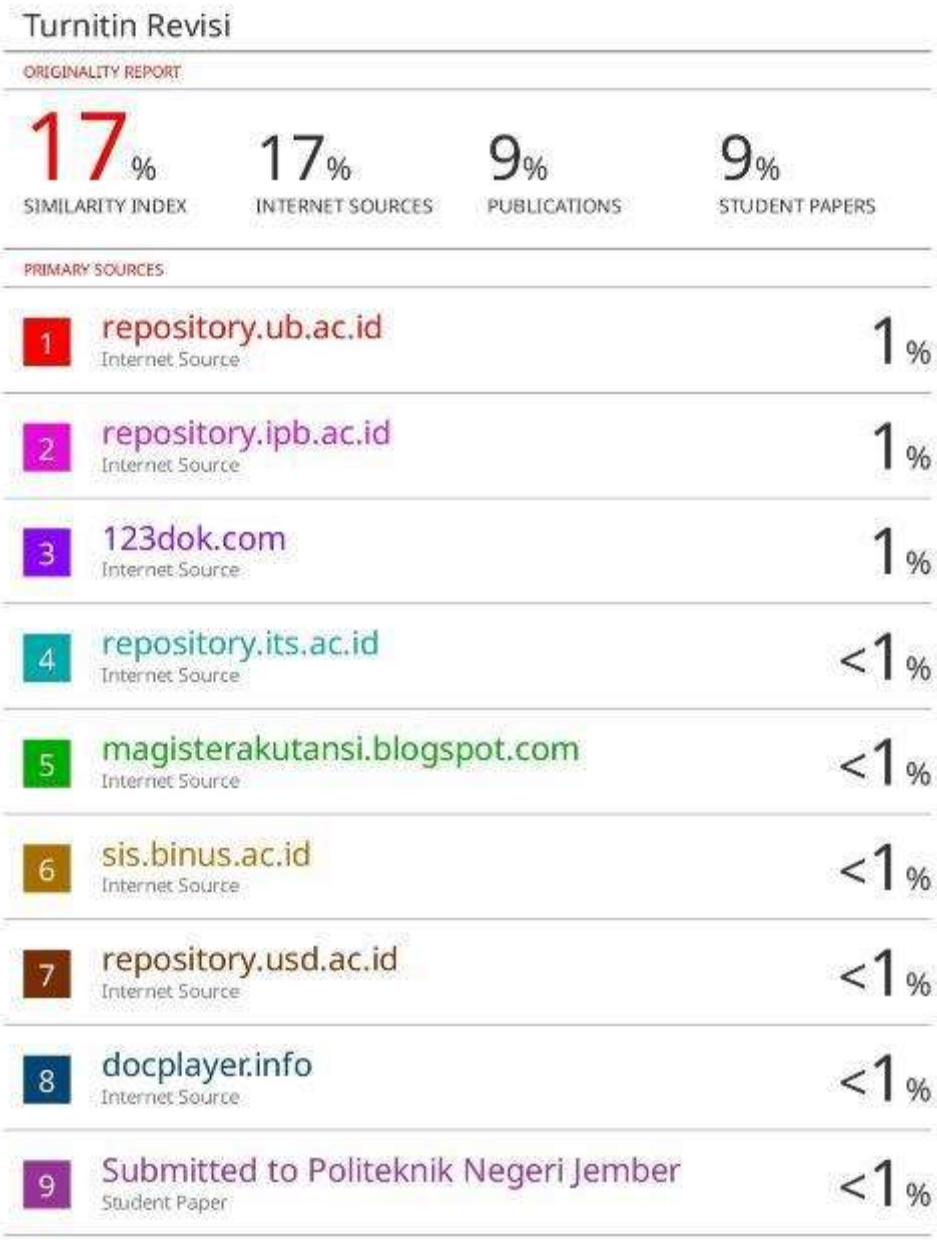
UNDERGRADUATE THESIS

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

HASIL PEMERIKSAAN KESAMAAN



Turnitin Revisi

ORIGINALITY REPORT

17%	17%	9%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
2	repository.ipb.ac.id Internet Source	1%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	repository.its.ac.id Internet Source	<1%
5	magisterakutansi.blogspot.com Internet Source	<1%
6	sis.binus.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
8	docplayer.info 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 penjulan 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.

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. *Marketing Mix* 9
2.5. Analisis SWOT 13
2.5.1 Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) 14

2.5.1.1. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) 14
2.5.1.2. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) 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 *Marketing Mix* 9P 23
4.1.2. Analisis SWOT 39
4.1.3. *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) 43
4.2. Alternatif Strategi Perbaikan Pemasaran 51
4.2.1. Penentuan Strategi Perbaikan Pemasaran menggunakan Analisis SWOT51
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 (*Strength*)..... 44
Tabel 4.4 Perhitungan Nilai Bobot Kelemahan (*Weakness*)..... 45
Tabel 4.5 Perhitungan Nilai Bobot Peluang (*Opportunity*) 45
Tabel 4.6 Perhitungan Nilai Bobot Ancaman (*Threats*) 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 *Price*..... 58
Tabel 4.14 Gunting Koryu Nikko 59
Tabel 4.15 Perbandingan Harga Gunting Koryu Nikko 61
Tabel 4.16 Alternatif Strategi *Place*..... 62
Tabel 4.17 Alternatif Strategi *Promotion*..... 65
Tabel 4.18 Data produk penjualan terbanyak bulan Oktober 2022 66
Tabel 4.19 Alternatif Strategi *People*..... 69
Tabel 4.20 Alternatif Strategi *Planning*..... 70
Tabel 4.21 Pendataan trafik, konversi, chat dan kecepatan Chat Bulan September 2022..... 71
Tabel 4.22 Pembagian *marketplac*e bulan Oktober 2022 72
Tabel 4.23 Pembagian *marketplac*e bulan November 2022 72

Tabel 4.24 Alternatif Strategi *Partners* 73
Tabel 4.25 Standar pemberian *reward* 74
Tabel 4.26 Alternatif Strategi *Presentation* 75
Tabel 4.27 Alternatif Strategi *Passion* 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Omset Penjualan *Online* 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 *Offline Store* Toko Roes Barber Supply 26
Gambar 4. 6 *Marketplace* Shopee Toko Roes Barber Supply 27
Gambar 4. 7 *Marketplace* Lazada Toko Roes Barber Supply 27
Gambar 4. 8 *Marketplace* Tiktok Toko Roes Barber Supply 28
Gambar 4. 9 *Marketplace* Blibli Toko Roes Barber Supply 28
Gambar 4. 10 *Marketplace* Tokopedia Toko Roes Barber Supply 29
Gambar 4. 11 *Marketplace* Bukalapak Toko Roes Barber Supply 29
Gambar 4. 12 Iklan Promosi Produk Gunting rambut Koryu Nikko 31
Gambar 4. 13 *Broadcast* promosi di *Whatsapp* 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 *Barbershop* 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 *whatsapp* di bio instagram 63

Gambar 4. 28 Pencantuman nomor *whatsapp* di sosial media Tiktok 63
Gambar 4. 29 Pencantuman nomor *whatsapp* di *marketplace* Shopee 64
Gambar 4. 30 Pencantuman nomor *whatsapp* di *marketplace* Lazada 65
Gambar 4. 31 Pencantuman nomor *whatsapp* di *marketplace* Tokopedia..... 65
Gambar 4. 32 Penggunaan *Ads* pada produk Sepatu Plat Besi isi 4 67
Gambar 4. 33 Penggunaan *Ads* pada produk Safety Razor Gagang Besi Egret / Callysta Alat Cukur Kumis Bulu Rambut..... 67
Gambar 4. 34 Penggunaan *Ads* pada produk Alat Cukur Kumis Klasik Safety Razor Silet Isi ulang 68
Gambar 4. 35 Penggunaan *Ads* pada produk Gunting Potong Rambut Koryu nikko 68
Gambar 4. 36 Penggunaan *Ads* pada produk Minyak Pijat Massage Oil Larasanti 1liter 69
Gambar 4. 37 *Update story* promosi produk di Instagram..... 70
Gambar 4. 38 *Schedule* 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
Marketing Mix	= Srategi 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
Marketplace	= Situs atau platform yang digunakan untuk transaksi jual beli pada berbagai toko online.
Ads	= Iklan berbayar
Divisi *Advertising*	= 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.