

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN *ONLINE SHOP* DI
JENNAHARA.ID PADA PERIODE JANUARI HINGGA JULI 2023**

SKRIPSI



Abdul Aziz Adha

1161001034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Abdul Aziz Adha

NIM : 1161001034

Tanda Tangan :



Tanggal : 29 Agustus 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

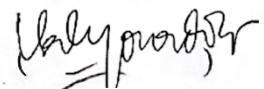
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Abdul Aziz Adha
NIM : 1161001034
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Online Shop di
Jannahara.id Pada Periode Januari Hingga Juli 2023**

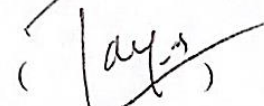
Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM., IPM.



Penguji 1 : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D.



Penguji 2 : Raden Aryo Febrian SM., MM.



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : Jumat, 28 Agustus 2023

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademi Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdul Aziz Adha
NIM : 1161001034
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Analisis Bauran Pemasaran Online Shop di Jennahara.id pada periode Januari hingga Juli 2023

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/format kan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Agustus 2023

Penulis



Abdul Aziz Adha

ABSTRAK

Perubahan signifikan dalam pola konsumsi dan perilaku bisnis terjadi dalam beberapa tahun terakhir sebagai dampak pandemi COVID-19. Di Indonesia, pandemi ini mempengaruhi berbagai sektor ekonomi, termasuk industri online shop. Pandemi memicu transformasi dalam cara berbelanja dan berbisnis, dengan kebijakan lockdown sebagai salah satu upaya untuk mencegah penyebaran virus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran online shop Jennahara.id pada periode januari hingga juli 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada kualitatif deskriptif, dengan memawancarai pemilik dan manajer keuangan Jennahara.id. Pengumpulan data juga menggunakan jurnal terdahulu, portal, aplikasi marketplace, dan media kredibel terkait lainnya. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran Jennahara.id periode januari-juli 2023 memprioritaskan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan pendapatannya Jennahara.id disarankan untuk mendaftarkan merek lalu branding untuk memperkuat citra merek dikalangan pelanggan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Online Shop, Kualitatif, Strategi Pemasaran, Covid-19

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil Alamin, Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Online Shop di Jennahara.id Pada Periode januari hingga juli 2023”. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan nasehat dan uluran tangan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, M.M., IPM. selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan, serta nasehat yang diberikan sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan dengan baik.
2. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Bakrie sekaligus Dosen Penguji atas bantuan dan nasehatnya sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
3. Bapak Raden Aryo Febrian S.M., M.M selaku Dosen Penguji dan sosok seperti Saudara yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan nasehatnya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Holila Hatta, S.Pd.,MM, selaku Dosen Universitas Bakrie atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini mampu diselesaikan dengan baik.
5. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan doa dan supportnya kepada peneliti sehingga peneliti tetap bersemangat menyelesaikan penelitian ini.
6. Bapak Luthfi Purnama Yuda selaku Owner Jennahara.id yang selalu sedia membantu dan memberikan support kepada peneliti.
7. Ibu Nurul Hayyi Mubaraqah selaku Chief Financial Officer Jennahara.id yang selalu memberikan arahan, bimbingan dan supportnya kepada peneliti.
8. Kepada semua orang yang membimbing, memberikan arahan dan memberikan uluran tangan yang tidak bisa peneliti sebutkan disini sehingga peneliti berhasil dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu segala kritikan atau saran yang dapat membangun dan menyempurnakan penulisan skripsi ini agar dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, 23 Agustus 2023

Penulis



Abdul Aziz Adha

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Strategi Pemasaran	9
2.2. Bauran Pemasaran	10
2.3. Pengertian <i>Online shop</i> (Olshop)	16
2.4. Penelitian Terdahulu	18
2.5. Kerangka Penelitian	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Objek Penelitian	22
3.2. Metode Penelitian.....	22
3.3. Jenis dan Sumber Data	24
3.4. Operasional Variable.....	26
3.5. Pedoman Diskusi.....	28
3.6. Pedoman Wawancara	29
3.7. Instrumen Penelitian.....	33
3.8. Teknik Analisis Data.....	33
3.9. Keabsahan Data.....	34
BAB IV PENEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
4.1.2. Visi dan Misi Jennahara.id	39
4.1.3. Struktur Organisasi Jennahara.id.....	39
4.2. Pengelolaan dan Analisis Data	41
4.2.1. Hasil Wawancara Dengan Manajerial Jennahara.id	42
4.3. Pembahasan.....	60

4.3.1. Strategi Pemasaran Online Shop di Jennahara.id	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74

Daftar Gambar

Gambar 1. Pendapatan Jennahara.id QoQ tahun 2020-2023.....	3
Gambar 2. Contoh pengepakan Jennahara.id	4
Gambar 3. Penilaian dari pelanggan Jennahara.id	4
Gambar 4. Penilaian dari pelanggan Jennahara.id	5
Gambar 5. Penilaian dari pelanggan Jennahara.id.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 6. Tampilan Toko Online Jennahara.id di Shopee	5
Gambar 7. Grafik Data Penjualan Jennahara.id tahun 2020-2023	6
Gambar 8. Kerangka Penelitian	21
Gambar 9. Position Jennahara.id dibanding Merk serupa	37
Gambar 10. Produk Jennahara.id.....	38
Gambar 11. Produk Jennahara.id.....	39
Gambar 12. Struktur Organisasi Jennahara.id	40
Gambar 13 Screenshot Pendaftaran Merek dan Rebranding Jennahara.id	62
Gambar 14 Penilaian Pelanggan Jennahara.id	65
Gambar 15. Penilaian Pelanggan	68
Gambar 16 Pelanggan yang berulang kali berbelanja di Jennahara.id	70
Gambar 17 Penilaian Pelanggan	71

Daftar Tabel

Table 1 Studi Relevan	18
Table 2. Operasional Variabel	26
Table 3. Pedoman Wawancara	29
Table 4 Hasil Wawancara Produk	43
Table 5 Hasil Wawancara Harga	46
Table 6 Hasil Wawancara Promosi	49
Table 7 Hasil Wawancara Tempat	51
Table 8 Hasil Wawancara Orang	54
Table 9 Hasil Wawancara Proses	56
Table 10 Hasil Wawancara Bukti Fisik	58