

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS
PEDAGANG PASCA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA PUD PETISAH
MEDAN)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



FENTY PERMATASARI MENDROFA

1181001114

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	:	Fenty Permatasari Mendrofa
Nim	:	1181001114
Tanda Tangan	:	
Tanggal	:	22 februari 2024

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL TUGAS AKHIR

Proposal Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Fenty Permatasari Mendrofa
NIM	:	1181001114
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Proposal	:	Strategi pemasaran dalam mempertahankan bisnis pedagang pasca pandemi Covid-19 (Studi pada PUD Petisah Medan)

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing : Ir. Urip Sedyowidodo, M.M., IPM (..... .....)

Penguji I : Dominica Arni Widyastuti, SE, MM (..... .....)

Penguji II : Raden Aryo Febrian (..... .....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 22 Februari 2024

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi pemasaran dalam mempertahankan bisnis pedagang pasca pandemi Covid-19 (Studi pada PUD Petisah Medan)**” dengan lancar sesuai dengan capaian yang ingin dicapai dan pada waktu yang tepat.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari orang-orang berjasa yang sangat penulis apresiasi serta berterimakasih atas bantuannya dan kontribusinya dalam penyusunan skripsi ini, tidak lain sebagai berikut:

1. Orang Tua penulis, atas doa, dukungan, dan motivasi yang selalu di berikan.
2. Bapak Ir. Urip Sedyowidodo, M.M., IPM, selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, dan kesabaran dalam membimbing serta memberikan pengarahan yang sangat membantu penyusunan skripsi.
3. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE, MM selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan serta saran yang cukup rinci terkait penulisan dan penyusunan skripsi.
4. Tim penguji yang telah membantu mengevaluasi dan memberikan saran, serta masukan yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengampu mata kuliah yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan berbagai ilmu, pengalaman, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terwujud dengan baik.
6. Seluruh staf Program Studi Manajemen, Program Sarjana dan pegawai akademik Fakultas Manajemen Universitas Bakrie yang telah membantu memberikan berbagai informasi serta arahan untuk kelengkapan administrasi.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna serta ruang-ruang penyempurnaan yang tidak lepas dari kacamata para

pembaca. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran konstruktif yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Demikian, apabila terdapat banyak kesalahan kalimat pada skripsi ini penulis dengan tulus memohon maaf. Semoga skripsi ini dapat dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat memberikan kontribusi dalam keilmuan pariwisata kini dan kedepannya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 22 Februari
2024

Penulis



Fenty

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Fenty Permatasari Mendrofa
NIM : 1181001114
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS PEDAGANG PASCA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA PUD PETISAH MEDAN)

Beserta pangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Februari 2024

Yang menyatakan,



Fenty Permatasari Mendrofa

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNISPEDAGANG
PASCA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA PUD di PETISAH MEDAN**

Fenty Permatasari Mendrofa

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi terkait fenomena pandemic Covid-19 pada pedagang pasar Petisah Medan. Adanya pandemi COVID-19 membuat pedagang pasar Petisah Medan mengalami permasalahan ekonomi. Oleh karena itu para pedagang harus menyesuaikan di kondisi ini dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam mempertahankan usaha pedagang pasca pandemi COVID-19. Fokus strategi pemasaran dalam penelitian ini mengacu pada 7P atau Service Marketing Mix. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Sumber data penelitian ini berupa wawancara terhadap 3 orang pedagang pasar Petisah yang merupakan informan yang pernah merasakan dampak pandemi Covid-19 dan 2 orang pengunjung yang datang berbelanja ke pasar Petisah Medan. Peneliti menyimpulkan terdapat beberapa pembahasan, khususnya strategi, kendala, dan solusi. Strategi yang dilakukan pedagang Petisah adalah dengan menggabungkan 7P (Produk, Promosi, Harga, Tempat, Orang, Proses dan Bukti Fisik). Dalam penelitian ini ditemukan bahwa seluruh informan merasakan dampak pandemi Covid-19 terhadap usahanya sehingga menyebabkan penurunan pendapatan pedagang dan ketidakmampuan menjalankan aktivitas usaha pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini mengeksplorasi strategi pemasaran para pedagang di Pasar Medan Petisah untuk mempertahankan usahanya pasca pandemi Covid-19. Lebih lanjut penelitian ini mendeskripsikan bagaimana pedagang di Pasar Petisah Medan menerapkan bauran pemasaran pada masa pandemi Covid-19. Para pedagang hendaknya berperan dalam mempromosikan Pasar Petisah Medan di era new normal pandemi Covid-19, agar semakin banyak

pengunjung yang datang ke Pasar Petisah. Dengan menerapkan strategi promosi yang baik, menawarkan promosi dan diskon untuk menarik pengunjung yang berminat.. Para pedagang di Pasar Petisah Medan dapat memanfaatkan media sosial untuk mengiklankan atau menawarkan produk kepada konsumennya.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Covid-19*

MARKET TRADER MARKETING STRATEGY DURING A PANDEMIC IN THE MEDAN CITY PETISAH AREA MARKET

Fenty Permatasari Mendrofa

ABSTRACT

This research is motivated by the COVID-19 pandemic phenomenon among the traders at Petisah Market in Medan. The presence of the COVID-19 pandemic has caused economic challenges for the traders at Petisah Market in Medan. Therefore, these traders must adapt to the current situation by implementing the right marketing strategies to sustain their businesses post-COVID-19. The focus of the marketing strategy in this research is based on the 7P or Service Marketing Mix. This study employs a qualitative method, specifically a case study that generates descriptive data presented in words. The data sources for this research include interviews with three traders from Petisah Market who have experienced the impact of the COVID-19 pandemic and two shoppers who come to Petisah Market in Medan. The researcher concludes that there are several discussions, particularly regarding strategies, challenges, and solutions.

The strategy adopted by the Petisah traders involves combining the 7P (Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence). In this study, it was found that all informants experienced the impact of the COVID-19 pandemic on their businesses, resulting in a decrease in their income and an inability to operate their businesses post-COVID-19. This research explores the marketing strategies employed by traders at Petisah Market in Medan to sustain their businesses post-COVID-19. Furthermore, it describes how these traders apply the marketing mix during the COVID-19 pandemic. Traders should play a role in promoting Petisah Market in the new normal era of the COVID-19 pandemic to attract more visitors. By implementing effective promotional strategies, offering promotions and discounts to attract interested visitors, traders at Petisah Market in Medan can utilize social media to advertise and offer their products to consumers.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Covid-19.

Daftar Pustaka

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Strategi Pemasaran	11
2.1.1 Defenisi Strategi Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran	12
2.3 Definisi Pedagang	17
2.3.1 Perilaku Pedagang dan Pembeli	17
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembeli:	18
2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Penjual:	19

2.4	Pengertian Pasar	19
2.4.1	Jenis Pasar	20
2.4.2	Masalah yang dihadapi usaha mikro dan kecil (UMK)	21
2.5	Pandemi Covid-19	22
2.6	Tingkat Penjualan.....	23
2.6.1	Pengertian Penjualan	23
2.6.2	Indikator penjualan	24
2.6.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan	25
2.7	Strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional.....	26
	Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
2.8	Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	30
BAB III.....		36
METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1	Lokasi Penelitian	36
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	37
3.2.1	Subjek Penelitian	37
3.2.2	Objek Penelitian	37
3.2.3	Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.3.1	Jenis Data	38
3.3.2	Sumber Data.....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
	Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara untuk Pedagang Pasar Petisah Medan	40
	Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara untuk pengunjung.....	43
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	44
	Tabel 3. 3 Tabel Operasional Variabel	45
3.6	Teknik Analisis Data	46

3.7	Keabsahan Data.....	49
BAB IV.....		50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Gambaran Umum Pasar Petisah Medan	50
4.1.1	Profil Pasar Petisah Medan	50
4.1.2	Peta Lokasi Penelitian.....	51
4.1.3	Perusahaan Daerah (PD) Pasar Petisah Tahap 1	51
4.2	Pelaksanaan Penerapan Protokol Kesehatan di Pasar Petisah	52
4.3	Struktur Tugas Pokok dan Fungsi Pasar Petisah Medan	53
4.4	Data Informan	54
4.4.1	Identitas Informan	54
Tabel 4 1 Profil Informan dan Triangulator		55
4.4.2	Profil Informan.....	55
4.5	Bauran Pemasaran Pedagang Pasar Petisah Medan	57
4.5.1	Product (produk).....	57
4.5.2	Price (Harga)	62
4.5.3	Place (Lokasi).....	66
4.5.4	Promotion (Promosi)	69
4.5.5	People (SDM).....	74
4.5.6	Process (SDM)	77
4.5.7	Physical Evidence (Bukti Fisik Perusahaan).....	81
4.6	Kondisi Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di PUD Petisah Medan.....	83
4.6.1	Segmenting Pasar Pedagang Pasar Petisah Medan Pada Masa PandemiCovid-19	83
4.6.2	Targeting Pasar Pedagang Pasar Petisah Medan Pada Masa PandemiCovid-19	90
4.6.3	Positioning Pedagang Pasar Petisah Medan Pada Masa Pandemi Covid-19.....	92
4.7	Pembahasan	98

4.7.1	Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pedagang Di Pasar Petisah.....	98
4.7.2	Kinerja Keuangan Pasar Petisah Medan.....	100
	Jumlah Kunjungan Pasar Petisah Medan Tahun 2016-2020.....	100
4.7.3	Strategi Pemasaran untuk Bertahan di Masa Pandemi	101
4.7.4	Strategi bertahan hidup yang diterapkan oleh pedagang kecil di pasar Petisah Medan selama pandemi COVID-19.....	113
4.7.5	Kehidupan sosial ekonomi pada pedagang pasar tradisional di Koga sebelum dan sesudah adanya pandemi COVID-19.....	114
BAB V		115
KESIMPULAN DAN SARAN.....		115
5.1	Kesimpulan.....	115
5.2	Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....		118
DAFTAR LAMPIRAN		121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Update Perkembangan Kasus Harian Covid-19 25 Juni 2023.....	1
Gambar 1. 2 Summary Update Data Nasional.....	2
Gambar 1. 3 Perkembangan Kasus Aktif, Kematian, Kesembuhan vs Dunia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3. 1 Lokasi Pasar Petisah Medan.....	32
Gambar 3. 2 Teknik Analisis Data.....	43
Gambar 4. 1 Denah Lokasi Pasar Petisah	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Spesifikasi Pedagang di Pasar Petisah (Gedung Baru Tahap II) Medan Tahun 2023.....	5
Tabel 1. 2 Spesifikasi Jumlah Toko PUD Petisah.....	6
Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara untuk Pedagang Pasar Petisah Meda.....	36
Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara untuk pengunjung.....	39
Tabel 3. 3 Tabel Operasional Variabel	41
Tabel 4. 1 Daftar Informan.....	56