

**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN *ONLINE* PADA
USAHA BURUNG MERPATI ANDESWA**

TUGAS AKHIR

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



Jaka Adhitya Nugraha

1191001075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA 2026**

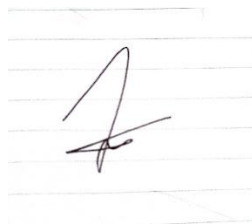
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

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

Nama : Jaka Adhitya Nugraha

NIM : 1191001075

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink on a white background with faint horizontal lines. The signature is stylized, starting with a large 'J' and ending with a horizontal stroke.

Tanggal : 04 September 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jaka Adhitya Nugraha

NPM : 1191001075

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Usaha Burung Merpati Andeswa

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti.
SE.MM

Penguji I : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo,
MM,
IPM



Penguji II : Raden Aryo Febyan, S.M.,
M.M



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 04 September 2026

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Jaka Adhitya Nugraha
NIM : 1191001075
Program Studi : Manajemen
Fakultas : 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:

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN *ONLINE* PADA USAHA BURUNG MERPATI ANDESWA

Beserta perangkat 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.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 04 September 2026

Yang menyatakan



Jaka Adhitya Nugraha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal serta merumuskan strategi pemasaran online yang tepat untuk diterapkan pada Usaha Burung Merpati Andeswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri atas pemilik usaha, konsumen, dan kompetitor. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT yang meliputi Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), Matriks Internal-Eksternal (IE), dan Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Burung Merpati Andeswa memiliki kekuatan berupa kualitas burung yang baik, indukan berprestasi, harga yang kompetitif, dan variasi produk. Adapun kelemahan yang dimiliki meliputi keterbatasan stok, pengalaman pemasaran online yang masih terbatas, serta promosi digital yang belum terstruktur. Peluang yang tersedia berupa luasnya target pasar, meningkatnya minat terhadap hobi merpati kolongan, perkembangan platform digital, dan luasnya komunitas penghobi. Sementara itu, ancaman yang dihadapi meliputi persaingan usaha, persaingan harga dan kualitas, persepsi negatif masyarakat, serta kondisi ekonomi yang dapat memengaruhi daya beli konsumen. Hasil perhitungan menunjukkan skor IFAS sebesar 2,94 dan EFAS sebesar 2,82, sehingga posisi usaha berada pada Sel V Matriks IE dengan strategi Hold and Maintain. Strategi yang direkomendasikan meliputi optimalisasi Facebook Group dan Facebook Marketplace, penguatan protokol pengiriman hewan hidup, pemanfaatan dokumentasi prestasi dan testimoni sebagai social proof, serta peningkatan kapasitas stok dan promosi digital secara bertahap.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Online, Analisis SWOT, Matriks IE, Digital Marketing, Merpati Andeswa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan Strategi Pemasaran pada Usaha Burung Merpati Andeswa” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bakrie.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis kondisi pemasaran yang diterapkan pada Usaha Burung Merpati Andeswa serta mengidentifikasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung perkembangan usaha di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik usaha dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi pasar.

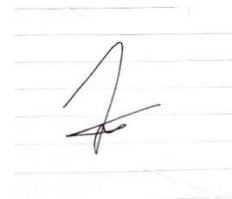
Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, serta kemudahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta kasih sayang kepada penulis.
3. Bapak/Ibu dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staf akademik yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pelayanan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Pemilik Usaha Burung Merpati Andeswa yang telah memberikan izin, informasi, serta bantuan yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian.
6. Teman-teman dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan,

serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, Usaha Burung Merpati Andeswa, pembaca, serta pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengembangan strategi pemasaran usaha.

Jakarta, 04 September 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Jaka Adhitya Nugraha', is written on a piece of lined paper. The signature is stylized with a large initial 'J' and a horizontal line extending to the right.

Jaka Adhitya Nugraha

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran	6
2.2 Strategi Pemasaran.....	9
2.3 Strategi STP	9
2.3.1 Segmentasi (<i>Segmenting</i>).....	9
2.3.2 Target Pasar (<i>Targeting</i>).....	11
2.3.3 <i>Positioning</i>	13
2.4 Bauran Pemasaran	14
2.5 Digital Marketing	17
2.6 E-WOM (Electronic Words of Mouth)	19
2.7 Analisis SWOT	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian.....	24

3.2	Jenis Penelitian.....	24
3.3	Sumber Data.....	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5	Teknik Analisis Data.....	25
3.6	Teknik Keabsahan Data	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Profil Usaha.....	28
4.2	Hasil Penelitian	29
4.2.1	Penerapan Strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning) ..	29
4.2.2	Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	31
4.2.3	Analisis SWOT.....	33
4.2.4	Perbandingan Usaha Merpati Andeswa dengan Usaha Kompetitor	45
4.3	Pembahasan.....	47
4.3.1	Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Usaha Merpati.....	47
4.3.2	Perumusan Strategi Pemasaran Online Bagi Usaha Merpati Andeswa.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....		53
LAMPIRAN.....		57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT	22
Tabel 4.1 Rekapitulasi Penjualan Per Bulan.....	29
Tabel 4.2 Penetapan Harga Usaha Merpati Andeswa.....	32
Tabel 4.3 Kondisi Internal Usaha Merpati Andeswa	34
Tabel 4.4 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) Usaha Merpati Andeswa.....	36
Tabel 4.5 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>) Usaha Merpati Andeswa.....	37
Tabel 4.6 Matriks SWOT Usaha Merpati Andeswa	39
Tabel 4.7 Strategi Optimalisasi Facebook Group dan Facebook Marketplace.....	42
Tabel 4.8 Informasi Produk yang Ditampilkan kepada Calon Pembeli.....	42
Tabel 4.9 Tahapan Transaksi melalui WhatsApp	43
Tabel 4.10 Protokol Pengiriman Hewan Hidup	43
Tabel 4.11 Jenis dan Frekuensi Konten Digital Marketing	44
Tabel 4.12 Strategi Pemanfaatan Komunitas Penghobi.....	44
Tabel 4.13 Strategi Peningkatan Kapasitas Internal	44
Tabel 4.14 Perbandingan Usaha Merpati Andeswa dengan Usaha Kompetitor	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks IE	22
Gambar 4.1 Tampilan Produk.....	31
Gambar 4.2 Hasil Analisis Matriks IE Usaha Merpati Andeswa	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Matriks IFAS dan EFAS	57
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara Pra-Penelitian.....	59
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Wawancara	59
Lampiran 4. Hasil Transkrip Wawancara Pra-Penelitian	61
Lampiran 5. Hasil Transkrip Wawancara Penelitian	63
Lampiran 6. Hasil Wawancara Informan Terkait EFAS & IFAS INFORMAN 1	67
Lampiran 7. Rekap Data Perbandingan Berpasangan.....	80
Lampiran 8. Perhitungan Bobot Per Informan.....	82
Lampiran 9. Hasil Kuesioner Matriks IFAS dan EFAS KUESIONER Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	89
Lampiran 10. Pedoman Wawancara Konsumen dan Kompetitor.....	91
Lampiran 11. Data Penjualan Usaha Merpati Andeswa Periode 4 Bulan (April - Juli 2026).....	94
Lampiran 12. Hasil Wawancara Konsumen dan Kompetitor	95