

**TINJAUAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN
DALAM MENGHADAPI MASA PANDEMI COVID-19
PADA TOKO PUJI TEXTILE CIREBON**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**DWI RAKHMAWATI
NPM 061830601035**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2021**

**TINJAUAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN
DALAM MENGHADAPI MASA PANDEMI COVID-19
PADA TOKO PUJI TEXTILE CIREBON**



**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**DWI RAKHMAWATI
NPM 061830601035**

Menyetujui,

Pembimbing I,


**Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M.
NIP 198103222003122001**

**Palembang, Juli 2021
Pembimbing II,**


**M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D.
NIP 197801182005011001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis


**Heri Setjawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001**

**Ketua Program Studi
Administrasi Bisnis**


**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

LEMBAR PENGESAHAN





Nama : Dwi Rakhmawati
NPM : 061830601035
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Tinjauan Penerapan Strategi Pemasaran
Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19
Pada Toko Puji Textile Cirebon

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan
Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 27 Juli 2021

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M.		5/8 2021
2	Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.		6/8 2021
3	Elisa, S.E., M.Si.		6/8 2021
4	Yahya, S.E., M.Si.		9/8 2021



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Dwi Rakhmawati
NPM : 061830601035
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Tinjauan Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Pada Toko Puji Textile Cirebon

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir ini saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2021

Dwi Rakhmawati

NPM 061830601035

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“If you’ve got enough time to fantasize about a beautiful death,
why not live beautifully until the end?”*

-Sakata Gintoki-

Saya persembahkan kepada:

- 1. Kedua orang tua saya*
- 2. Diri saya sendiri*
- 3. Almamater Tercinta*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir yang berjudul **“TINJAUAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 PADA TOKO PUJI TEXTILE CIREBON”**.

Laporan Akhir ini membahas tentang bagaimana tinjauan penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi pandemi covid-19 pada Toko Puji Textile Cirebon. Semua data-data yang tercantum di dalam Laporan Akhir baik yang tertulis maupun pada lampiran adalah bukti penelitian dan pengerjaan Laporan Akhir ini.

Susunan Laporan Akhir ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar dapat menjadi pembelajaran di masa depan.

Pada kesempatan kali ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang membantu, membimbing maupun mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan laporan ini dengan baik. Penulis berharap bahwa Laporan Akhir yang ditiulis akan menjadi bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Palembang, Juli 2021

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat serta karunia yang diberikan sehingga kegiatan kerja Praktik ini dapat terlaksana dengan baik. serta diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan laporan akhir tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Dalam kesempatan ini dengan penuh rasa syukur dan bahagia, penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa M.T. Selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB. Selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M. Selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan, arahan serta membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Laporan Akhir ini.
4. Bapak M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan nasihat sehingga mampu membimbing penulis dengan baik sehingga dapat menyelesaikan penulisan Laporan Akhir ini.
5. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. Selaku Kepala Prodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
6. Semua Dosen pengajar di Jurusan Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang sangat banyak dan bermanfaat kepada penulis selama masa kuliah.
7. Ibu Hj. Puji Sugiarto selaku Pimpinan/Pemilik Toko Puji Textile Cirebon yang telah bersedia mengizinkan penulis melakukan penelitian dan pengambilan data serta sangat membantu penulis dalam proses penulisan Laporan Akhir ini.

8. Orang Tua penulis yang senantiasa mendukung, mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih sayang untuk penulis.
9. Sahabat penulis Tri Imelda Aprilianne yang senantiasa telah menyemangati penulis serta menyuruh agar tidak patah semangat dan putus asa dalam proses penullisan Laporan Akhir ini.
10. Sahabat penulis Alya Dwi Savitri yang senantiasa telah menemani penulis dalam masa susah dan menemani penulis dalam mencari inspirasi penulisan Laporan Akhir ini.
11. Teman-teman Misqueen penulis yaitu Jihan, Khalishah, Hani, Nurya dan Sari yang senantiasa telah mengingatkan penulis untuk tidak bermalas-malasan dalam proses penulisan Laporan Akhir ini.
12. *Last but not least, I wanna thank to myself for not giving up , doing this all alone and dealing with struggles in my life.*

Penulis mengharapkan semoga Laporan Akhir ini dapat digunakan dengan sebaik-baiknya dan bermanfaat bagi semua pihak khususnya Toko Puji Textile, lembaga Politeknik Negeri Sriwijaya dan mahasiswa-mahasiswa yang membaca laporan ini.

Palembang, Juli 2021

Penulis

ABSTRAK

Tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi pandemi covid-19 pada Toko Puji Textile Cirebon dari empat aspek yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi serta penggunaan media sosial di masa pandemi covid-19. Metode pengumpulan data laporan akhir ini adalah wawancara dan dokumentasi. Metode analisa data yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek produk, permintaan produk pada Toko Puji textile pada pandemi covid-19 dinilai telah cukup stabil walaupun tetap mengalami penurunan dan strategi yang digunakan yaitu strategi desain produk. Pada aspek harga, Toko Puji Textile menggunakan dua jenis metode yaitu *Standard Markup Pricing* dan *Price Lining*. Pada aspek promosi, Toko Puji Textile telah menerapkan 4 dari 5 bauran promosi yaitu promosi penjualan, *public relations*, *personal selling*, dan *direct and online marketing*. Pada aspek saluran distribusi, Toko Puji Textile berperan sebagai *Merchant Wholesaler*. Penggunaan media sosial di masa pandemi covid-19 merupakan salah satu strategi utama Toko Puji Textile dalam menghadapi pandemi covid-19 dan dinilai cukup efektif dalam mengurangi dampak kerugian yang disebabkan oleh pandemi covid-19.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pandemi Covid-19

ABSTRACT

The purpose of this final record is to describe about how the application of marketing strategic in the face of covid-19 pandemic on Puji's Textile Shops Cirebon from four aspect which is product, price, promotion and distribution channels and the way using social media during covid-19 pandemic. The method are used in this is interview and documentation. Analysis method are used in this report is qualitative descriptive. The result showing that from product aspect, the demand products on Puji's Textile Shop looks quite stable eventhough there are still have decrease and they are using products design strategy. On price aspect, Puji's Textile Shop using two methods which is Standard Markup Pricing and Price Lining. On promotion aspect, Puji's Textile Shop have used 4 from five promotion's mix which is selling promotion, public relations, private selling, and direct and online marketing. On the distribution channels, Puji's Textile Shop act as Merchant Wholesaler. The way using social media during covid-19 pandemic is the one of the main marketing strategic are used by Puji's Textile Shop to face covid-19 pandemic and this method are really effective to lower the loss extent caused by the covid-19 pandemic.

Keywords: *Marketing Strategic, Covid-19 Pandemic*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penulisan	6
1.4.2 Manfaat Penulisan	7
1.4.2.1 Bagi Penulis	7
1.4.2.2 Bagi Toko Puji Textile Cirebon	7
1.4.2.3 Bagi Pihak Lain	7
1.5 Metodologi Penelitian	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.2.1 Jenis Data	7
1.5.2.2 Sumber Data	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	8
1.5.4 Analisis Data	9

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

3.1	Definisi UMKM	11
3.2	Pengertian Pemasaran	12
3.3	Pengertian Strategi Pemasaran	16
3.4	Pengertian Pemasaran Media Sosial	18
3.5	Pengertian Media Sosial	19

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

1.1	Sejarah Singkat Toko Puji Textile Cirebon	22
1.2	Visi dan Misi Toko Puji Textile Cirebon	23
1.2.1	Visi	23
1.2.2	Misi	23
1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	24
1.3.1	Struktur Organisasi	24
1.3.2	Uraian Tugas	25
1.4	Alamat Toko Puji Textile Cirebon	27
1.5	Jumlah Pegawai Toko Puji Textile Cirebon	27
1.6	Produk-Produk yang Dijual Oleh Toko Puji Textile Cirebon	27
1.7	Daftar Harga Produk-Produk Pada Toko Puji Textile Cirebon	30
1.8	Data Penjualan Toko Puji Textile Cirebon Periode Maret 2019-Desember 2019	30
1.9	Data Penjualan Toko Puji Textile Cirebon Periode Maret 2020-Desember 2020	31
3.10	Jenis Strategi Pemasaran yang Digunakan Oleh Toko Puji Textile Cirebon	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Penerapan Strategi Pemasaran Oleh Toko Puji Textile Cirebon	34
4.1.1	Produk	34
4.1.2	Harga	40
4.1.3	Promosi	44
4.1.4	Saluran Distribusi	49
4.2	Penggunaan Media Sosial Di Masa Pandemi Covid-19	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 62
5.2 Saran 66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Puji Textile pada masa Pandemi Covid-19 Periode Maret 2019 - Desember 2019	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Puji Textile Pada Masa Pandemi Covid-19 Periode Maret-Desember 2020	3
Tabel 2.1 Definisi UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008	11
Tabel 3.1 Daftar Harga Produk-Produk Toko Puji Textile Cirebon	30
Tabel 3.2 Data Penjualan Toko Puji Textile Periode Maret 2019-Desember 2019	30
Tabel 3.3 Data Penjualan Toko Puji Textile Periode Maret 2020-Desember 2020	31
Tabel 4.1 Jumlah Permintaan Produk Pada Toko Puji Textile Cirebon Sebelum Masa Pandemi	35
Tabel 4.2 Jumlah Permintaan Produk Pada Toko Puji Textile Cirebon Selama Masa Pandemi	36
Tabel 4.3 Daftar Harga Produk-Produk Yang Dijual Pada Toko Puji Textile Cirebon	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Sederhana Pemasaran	13
Gambar 3.1 Toko Puji Textile yang Terletak di Pasar Tegal Gubug	22
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Toko Toko Puji Textile Cirebon	24
Gambar 3.3 Contoh Produk Kain Jenis Katun	27
Gambar 3.4 Contoh Produk Kain Jenis Wool	28
Gambar 3.5 Contoh Produk Kain Jenis Wolfis Premium	28
Gambar 3.6 Contoh Produk Kain Jenis Rayon Premium	29
Gambar 3.7 Penggunaan WhatsApp Sebagai Media Pemasaran	33
Gambar 3.8 Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran	33
Gambar 4.1 Contoh Transaksi Langsung Dengan Konsumen Oleh Toko Puji Textile	38
Gambar 4.2 Contoh Produk Standar yang Dijual Oleh Toko Puji Textile Cirebon	39
Gambar 4.3 Contoh <i>Customized Product</i> Pada Toko Puji Textile Cirebon	40
Gambar 4.4 Contoh Sampel Produk Pada Toko Puji Textile	46
Gambar 4.5 Contoh <i>Online Marketing</i> Yang Dilakukan Toko Puji Textile Dengan Menggunakan WhatsApp	48
Gambar 4.6 Contoh Proses Distribusi Barang Kepada Pelanggan Dengan Mobil Pick-up	52
Gambar 4.7 Contoh Penggunaan WhatsApp <i>Story</i> Oleh Toko Puji Textile	54
Gambar 4.8 Toko Puji Textile yang Membagikan Katalog Kain yang Tersedia	55
Gambar 4.9 Media Sosial Instagram Toko Puji Textile	56
Gambar 4.10 Langkah Pertama Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	57
Gambar 4.11 Langkah Kedua Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	57

Gambar 4.12 Langkah Ketiga Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	58
Gambar 4.13 Langkah Keempat Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	58
Gambar 4.14 Langkah Kelima Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	59
Gambar 4.15 Langkah Keenam Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	59
Gambar 4.16 Langkah Ketujuh Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	60
Gambar 4.17 Langkah Kedelapan Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	60
Gambar 4.18 Langkah Terakhir Menjadikan Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis di Instagram	61

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Tingkat Penurunan Penjualan Toko Puji Textile Cirebon Pada Saat Sebelum Terjadinya Pandemi Covid-19 dan Setelah Terjadinya Pandemi Covid-19	4
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Balasan Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara Toko Puji Textile Cirebon
- Lampiran 4 Dokumentasi Pada Toko Puji Textile Cirebon
- Lampiran 5 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 11 Lembar Persetujuan Laporan Akhir