



**Universitas Katolik Parahyangan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program
Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Strategi Pemasaran Eva Furniture dalam Menghadapi
Toko Online**

Skripsi
Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh Florencia
Irena Cristie
2017320024

Bandung
2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Florencia Irena Cristie
Nomor Pokok : 2017320024
Judul : Strategi Pemasaran Eva Furniture dalam Menghadapi Toko Online

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 21 Juli 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si. : 

Sekretaris

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. : 

Anggota

Dr. Urip Santoso, Drs., S.E., M.M., Ak., CA. : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Florencia Irena Cristie

NPM : 2017320024

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Strategi Pemasaran Eva Furniture dalam Menghadapi Toko Online

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 2 Juli 2021



Florencia Irena Cristie

ABSTRAK

Nama : Florencia Irena Cristie

NPM 2017320024

Judul : Strategi Pemasaran Eva Furniture dalam Menghadapi Toko Online

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sudah semakin luas, ditambah dengan adanya teknologi-teknologi yang semakin memudahkan masyarakat dalam menjalankan bisnis usahanya. Begitu juga dengan bisnis Eva Furniture yang mulai harus melaksanakan strategi marketingnya dengan tepat sesuai dengan kondisi dan situasi yang terjadi, agar usahanya tetap terus berkembang.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk meneliti strategi pertahanan yang dimiliki Eva Furniture dalam menghadapi toko yang berbasis online. Eva Furniture merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang retail. Dikarenakan munculnya pendatang baru yang akan menyaingi Eva Furniture maka dibutuhkan strategi pertahanan yang lebih kuat lagi untuk dapat menyaingi para kompetitornya. Dalam hal ini Eva Furniture cukup terbantu dengan adanya penelitian mengenai strategi pemasaran dan pertahanan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Objek penelitian pada penelitian ini yaitu strategi pemasaran Eva Furniture dalam menghadapi toko online. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisa Strategi Bauran Pemasaran. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka memperoleh hasil kesimpulan yaitu pada beberapa aspek termasuk diantaranya strategi bauran pemasaran pada Eva Furniture telah berhasil menerapkannya, namun hanya dalam beberapa strategi yang cukup umum, sehingga Eva Furniture harus lebih dapat mempelajari dan menerapkan strategi bersaingnya berdasarkan Analisa Strategi Bauran Pemasaran.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisa Bauran Pemasaran

Name : Florencia Irena Cristie **ABSTRAK**

NPM 2017320024

Judul : Eva Furniture's Competitive Strategy in Facing Online Stores

The development of business in Indonesia is now increasingly widespread, coupled with the presence of technologies that make it easier for people to run their business. Likewise with the Eva Furniture business, which began to have to implement its marketing strategy appropriately in accordance with the conditions and situations that occurred, so that the business would continue to grow.

The purpose of this study is to examine Eva Furniture's defense strategy in dealing with online-based shops. Eva Furniture is a company engaged in retail. Due to the emergence of newcomers who will compete with Eva Furniture, a stronger defense strategy is needed to be able to compete with its competitors. In this case, Eva Furniture is quite helped by the research on competitive and defense strategies.

This study uses a qualitative approach. The object of research in this study is Eva Furniture's competitive strategy in dealing with online stores. The data collection techniques used were interviews and observation.

This study uses a qualitative approach. The object of research in this study is Eva Furniture's competitive strategy in dealing with online stores. Data collection techniques used are interviews and observations. The data analysis technique in this study uses Marketing Mix Strategy Analysis. Based on the research that has been done, the conclusions obtained are namely in several aspects including the marketing mix strategy at Eva Furniture has successfully implemented it, but only in some fairly general strategies, so Eva Furniture should be able to learn more and apply its competitive strategy based on Marketing Mix Strategy Analysis.

Key Words : Marketing Strategy, Marketing Mix Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang telah memberikan kemurahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Eva Furniture dalam Menghadapi Toko Online”, yang merupakan syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis dalam menimba ilmu hingga dapat menyusun skripsi ini sampai selesai tentunya tidak lepas dari bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak maka dari itu penulis dengan hormat mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang tua, Johny Siswadi dan Evaliana, yang selalu memberi doa dan dukungan kepada penulis
2. Owner dan Manager dari Eva Furniture, Evaliana dan Mesakh Kwee, yang telah memberikan kesempatan untuk menjadi narasumber.
3. Kakak dan Adik , Ethman Crystiandie dan Jason Sean, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis
4. Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan pikirannya dalam memberika arahan, masukan dan juga motivasi dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi.
5. Seluruh dosen Ilmu Administrasi UNPAR yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan yang bermanfaat kepada penulis.
6. Thessya Mayralda dan Hari Nurcahyani selaku sahabat peneliti yang selalu mendukung dalam menghadapi situasi apapun.
7. Timothy Abraham, selaku pacar peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
8. Anya Kancana, Indy Nadhira, Anindya Belva, Arsyia Rarti, Rizky Dwima, Tb. Reza Faadilah, Satrio Noor W, Christian Valentino selaku sahabat penulis yang selalu menemani masa-masa kuliah yang selalu

memberikan motivasi dalam menyelesaikan tugas di dalam perkuliahan.

9. Seluruh karyawan Eva Furniture, yang telah membantu dalam penelitian.
10. Teman – teman satu bimbingan, Hizkia,Enrika,Anggie,Alex,Sanchaka & Jason , sudah menjadi teman diskusi selama proses pekerjaan skripsi.
11. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam penelitian tetapi tidak dapat disebutkan satu – persatu.

Semoga Tuhan membalas kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat menjadi karya tulis yang bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca.

Bandung, 13 Juli 2021

Florenia Irena Cristie

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Cakupan Penelitian	5
BAB II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	
2.1 Kerangka Pemikiran.....	6
2.2 Teori dan Konsep.....	9
2.2.1 Definisi Pasar	9
2.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran	9
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.2.4 Strategi Pemasaran.....	16
2.3 Metodologi Penelitian.....	23
2.3.1 Metode	23
2.3.2 Instrumen Penelitian	23
2.3.3 Sumber Data dan Informan.....	24
2.3.4 Panduan Wawancara.....	25
2.3.5 Proses Pengumpulan Data	26
2.3.6 Teknik Analisis Data	27
BAB III. HASIL DAN TEMUAN	
3.1 Profil Perusahaan	31
3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	32

3.1.2 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan	33
3.2 Hasil Penelitian	36
3.2.1 Strategi Pemasaran Eva Furniture.....	44
3.3 Pembahasan Hasil	48
3.3.1 Sudut Pandang Konsep Bauran Pemasaran	48
3.3.2 Segmentation, Targeting, and Positioning.....	51
3.4 Temuan Penelitian	53
BAB IV. KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI	
4.1 Kesimpulan Akhir	65
4.2 Rekomendasi.....	67
4.3 Implikasi	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Triangulasi Sumber	68
Tabel 3.2 Triangulasi Metode	69
Tabel 3.3 Triangulasi Teori.....	71

DAFTAR GAMBAR

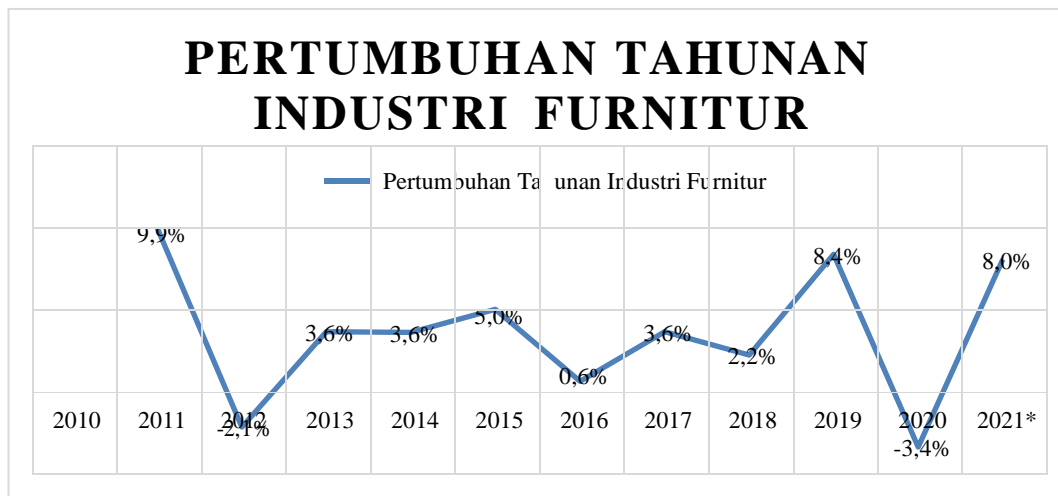
Gambar 1.1 Pertumbuhan tahunan industri furnitur di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Tingkat volume penjualan IKEA	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	7
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	32
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan akan mebel terus berkembang seperti papan. Papan merupakan kebutuhan pokok yaitu rumah atau tempat tinggal. Namun, saat ini bisa dilihat bahwa kebutuhan akan papan bukan hanya mencakup rumah namun barang yang berfungsi melengkapi rumah sebagai fungsi tempat tinggal. Dengan tujuan terciptanya rumah yang nyaman, dan memenuhi standar kebutuhan rumah tangga pada masa ini.

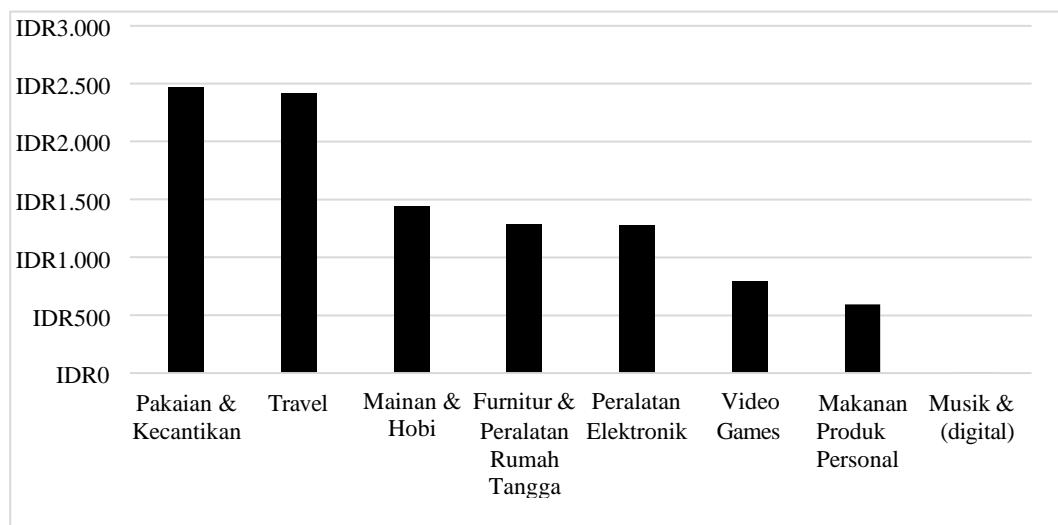


Gambar 1.1 Pertumbuhan tahunan industri furniture di Indonesia ¹

Pertumbuhan bisnis furniture di Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Dapat dibuktikan pada gambar 1.1 bahwa kenaikan dan penurunan yang masih tergolong stabil pada tahun 2013 – 2019, tetapi mulai menurun secara drastis pada tahun 2020. Hal ini bisa dikaitkan dengan munculnya

¹ <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-furnitur-di-indonesia/>

pandemi covid-19 di Indonesia maka terjadi penurunan yang sangat drastis. Selain itu bisa dilihat juga dari perubahan strategi promosi yang dilakukan oleh salah satu peretail furniture asal Swedia yaitu IKEA. IKEA mulai merubah strategi promosinya pada tahun 2020 dengan membagikan katalog cetak ke platform digital serta menerima pesanan melalui online. Semua ini dilakukan oleh perusahaan dikarenakan adanya penurunan penjualan. Dikutip dari *CNN Business*, IKEA melaporkan adanya lonjakan dalam penjualan online sebesar 45 persen dalam periode Juli 2019 hingga Agustus 2020. Lonjakan penjualan ini ditambah dengan 4 miliar kunjungan ke situs mereka.



Gambar 1.2 Tingkat volume penjualan dalam e-commerce (jutaan rupiah)²

Berdasarkan gambar 1.2 yang bersumber dari databoks Tahun 2018 menunjukkan bahwa industri furniture dan peralatan rumah tangga menempati urutan keempat dalam hal volume penjualan setelah mainan dan hobi, yakni sebesar Rp1.288.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa bergerak di industri furnitur memiliki

² <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/07/produks-fesyen-dan-kecantikan-paling-diminati-di-belanja-online>

peluang yang besar dan sangat menjanjikan. Dikarenakan kebutuhan masyarakat akan barang mebel saat ini, dan marketnya masih sangat luas. Bukan hanya memenuhi kebutuhan masyarakat, namun mendorong pengusaha yang bergerak di industri ini semakin kreatif dan inovatif. Industri mebel juga telah mendapat dukungan dari pemerintah dalam hal perdagangan pasar bebas, sektor ekspor berupa kerajinan hasil buatan Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Oleh karena itu penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan dengan mengangkat pertanyaan penelitian :

1. Apa saja faktor strategi pemasaran yang perlu dipertahankan oleh Eva Furniture?
2. Bagaimana pengaruh adanya toko online terhadap penjualan Eva Furniture?
3. Strategi pemasaran apakah yang direkomendasikan untuk Eva Furniture di masa yang akan datang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apa saja faktor yang perlu dipertahankan oleh Eva Furniture.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh adanya toko online terhadap penjualan Eva Furniture.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang direkomendasikan untuk Eva Furniture di masa yang akan datang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ditinjau dari berbagai pihak :

1. Bagi Universitas Katolik Parahyangan
 - a. Bertambahnya satu bahan pengetahuan tentang hasil skripsi kajian fungsi bisnis
 - b. Menjadi tambahan asset Skripsi di perpustakaan kampus.
2. Bagi Peneliti
 - a. Terpenuhinya tugas akhir mata kuliah Skripsi.
 - b. Peneliti bisa mengerti bagaimana sistematika penyusunan Skripsi.
 - c. Peneliti bisa mengetahui cara melakukan penelitian terhadap sebuah masalah.
 - d. Peneliti mempunyai ilmu baru mengenai referensi tentang cara membuat sebuah Skripsi.
3. Bagi Eva Furniture
 - a. Eva furniture bisa mengetahui strategi pemasaran apa yang bisa diterapkan oleh perusahaan.
 - b. Eva Furniture bisa melihat sejauh mana perusahaan memiliki kemampuan dalam pemasaran.
4. Bagi Masyarakat
 - a. Masyarakat mendapatkan wawasan baru mengenai kerja sama dalam bisnis.
 - b. Jika memiliki bisnis dapat di terapkan dalam bisnisnya dan jika ingin memulai sebuah bisnis dapat di jadikan referensi.

1.5 Cakupan Penelitian

Cakupan dalam penelitian ini merupakan strategi pemasaran. Dalam hal merumuskan strategi pemasaran, terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran :

1. Sistem produksi

Sistem produksi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu dengan tersedianya bahan baku yang baik dan cukup. Guna mempertahankan kualitas produk terbaik, dan memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Sistem produksi bisa dikatakan berjalan normal apabila bahan baku yang tersedia memenuhi jumlah standar. Selain itu perawatan bahan baku sampai proses produksi, dan pengawasan setelah produk jadi dan siap dipasarkan juga tidak kalah penting.

2. Kinerja SDM

Kinerja SDM pada perusahaan juga turut berdampak besar terlebih dalam faktor-faktor penentuan jalannya strategi pemasaran. SDM yang handal dan memiliki kapabilitas yang baik mampu dengan cepat mendorong tercapainya strategi pemasaran.

3. Organisasi

Organisasi dibutuhkan satu misi dan tujuan yang sama antar divisi untuk mencapai target yang telah ditentukan perusahaan. Target yang disusun perlu usaha dalam pencapaiannya, diperlukan sistem kerja yang saling bertanggung jawab. Namun disamping itu, perlunya menerapkan kesadaran akan tanggung jawab, bukan hanya bekerja untuk mendapat upah saja. Adanya rasa ingin mengembangkan hasil usaha, guna meningkatkan hasil produk.

