

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI *E-COMMERCE*
(STUDI KASUS UMKM ABON IKAN KARDINA)
KOTA TANJUNGPINANG**

SKRIPSI



ARI RISANDI

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG**

2023

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI *E-COMMERCE*
(STUDI KASUS UMKM ABON IKAN KARDINA)
KOTA TANJUNGPINANG**

SKRIPSI



ARI RISANDI

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2023**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Melalui *E-Commerce* (Studi Kasus UMKM Abon Ikan Kardina) Kota Tanjungpinang adalah benar karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau kutipan dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka pada bagian akhir dari Skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta karya tulis saya kepada Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, November 2023



Ari Risandi
NIM 190254245009



© Hak Cipta Milik Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tahun 2023
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

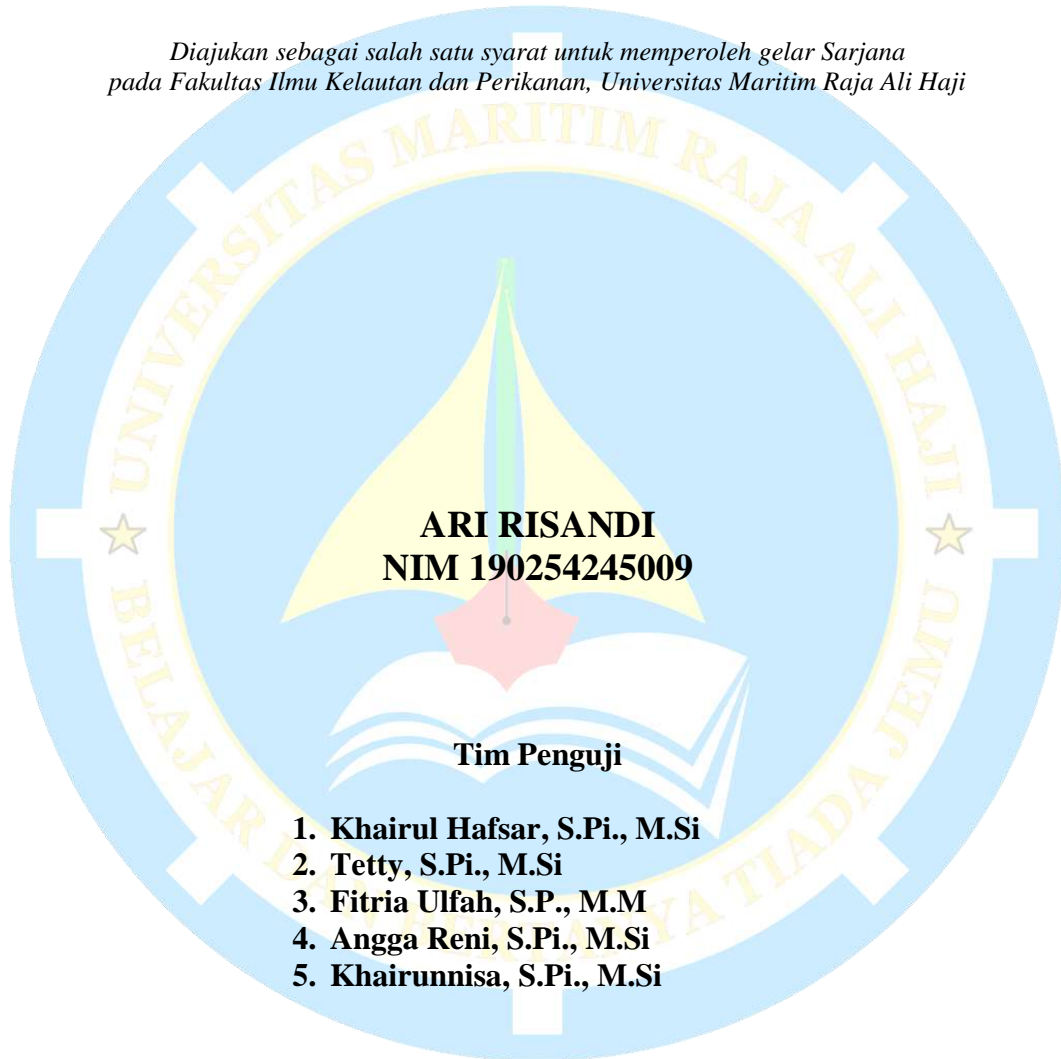
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Maritim Raja Ali Haji.

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI *E-COMMERCE*
(STUDI KASUS UMKM ABON IKAN KARDINA)
KOTA TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI
DALAM BIDANG SOSIAL EKONOMI PERIKANAN**

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
pada Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Maritim Raja Ali Haji*



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG**

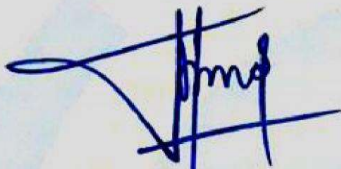
2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Melalui *E-Commerce* (Studi Kasus
UMKM Abon Ikan Kardina) Kota Tanjungpinang
Nama : Ari Risandi
NIM : 190254245009
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan

Disetujui oleh

Ketua Pembimbing



Khairul Hafsar, S.Pi., M.Si
NIP 199007132018031002

Anggota Pembimbing



Tetty, S.Pi., M.Si
NIP 199005222019032025

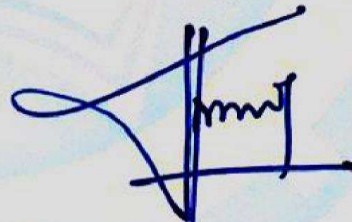
Mengetahui

Dekan



Dr. Ir. T. Ersti Yulika Sari, S.Pi., M.Si
NIP 197107141998022001

Ketua Program Studi



Khairul Hafsar, S.Pi., M.Si
NIP 199007132018031002

Tanggal Ujian: 03 November 2023

Tanggal Lulus: 20 - 12 - 23

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Ari Risandi, lahir di Teluk Pinang, Kecamatan Gaung Anak Serka, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau pada tanggal 27 Januari 2001. Penulis merupakan anak ke-1 dari 3 bersaudara oleh pasangan bapak Arbain dan ibu Faridah. Penulis mengawali pendidikan pada tahun 2007 di SD Negeri 004 Teluk pinang dan Tamat pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di MTS Abbasiyah Teluk Pinang dan tamat pada tahun 2016 selanjutnya menempuh pendidikan di SMA Negeri 001 Gaung Anak Serka dan lulus pada tahun 2019, pada tahun yang sama penulis mengikuti Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi (SBMPTN) dan lolos seleksi di Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Maritim Raja Ali Haji. Organisasi yang pernah penulis ikuti yaitu Ketua Divisi Kominfo Himpunan Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan tahun 2020-2021, menjabat Wakil Ketua Himpunan Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan tahun 2021-2022. Penulis juga pernah menjadi asisten praktikum mata kuliah E-Bisnis Perikanan dan Komunikasi Multimedia Perikanan. Penulis melaksanakan Praktik Bisnis Perikanan di UMKM Bilis Tanjungpinang Kota Tanjungpinang.

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala, atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Melalui *E-Commerce* (Studi Kasus UMKM Abon Ikan Kardina) Kota Tanjungpinang”.

Tanpa bantuan dan dukungan dari pihak-pihak terkait, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua, bapak Arbain dan ibu Faridah yang telah memberikan dukungan moral maupun material serta saudara Taysa Maulida dan Nur Wapa Ramadhani yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Dr. Ir. T. Ersti Yulika Sari, S.Pi., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Maritim Raja Ali Haji
4. Khairul Hafsar, S.Pi., M.Si selaku Ketua Jurusan dan ketua pembimbing yang selalu memberikan nasehat dan membimbing penulis dalam melaksanakan penelitian.
5. Tetty, S.Pi., M.Si selaku anggota pembimbing yang selalu memberikan nasehat dan membimbing penulis dalam melaksanakan penelitian.
6. Fitria Ulfah, S.P., M.M selaku dosen Penasihat Akademik yang selalu memberikan nasehat.
7. Dosen Sosial Ekonomi Perikanan Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
8. Seluruh Staf UMRAH, terkhusus Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan dan Staf Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan yang telah memberikan pelayanan selama proses skripsi.
9. Semua informan yang telah menyempatkan waktu untuk diwawancarai dan memberikan banyak informasi terkait penelitian terkhusus pemilik UMKM Abon Kardina beserta karyawan.
10. Teman-teman seperjuangan yang saling memberikan dukungan dan semangat.

Demikian skripsi ini saya buat, yang saya harapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa yang terdaftar di Program Studi Sosial Ekonomi dan Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan.

Tanjungpinang, November 2023


Ari Risandi



DAFTAR ISI

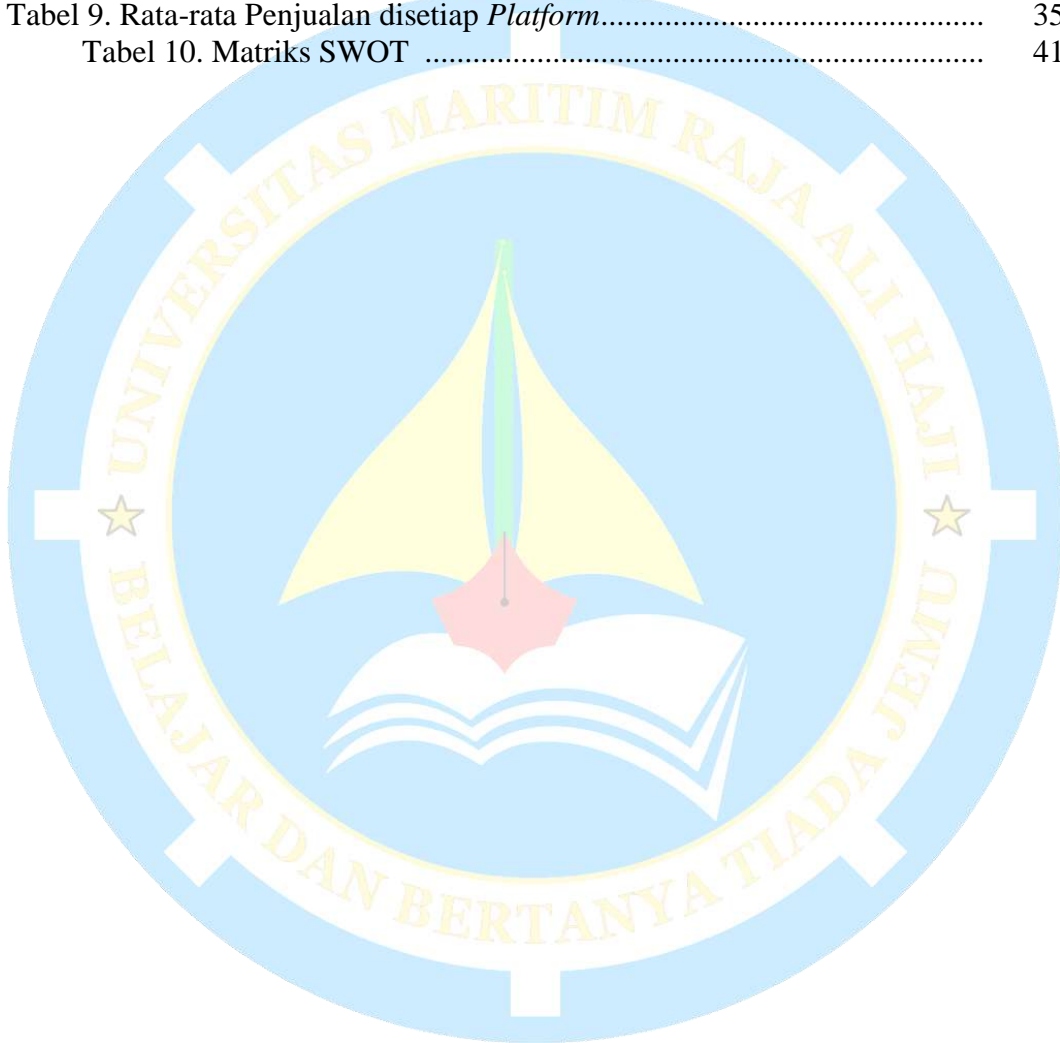
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan.....	3
1.4. Manfaat.....	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Pengertian Pemasaran.....	5
2.2. Strategi Pemasaran.....	6
2.3. <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	7
2.4. Pengertian Penjualan.....	8
2.5. Jenis-Jenis Penjualan.....	9
2.6. Faktot-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	10
2.7. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	11
2.8. Pengertian <i>E-Commerce</i>	12
2.9. Strategi Pemasaran <i>E-Commerce</i>	13
2.9.1. Strategi Pemasaran Konten.....	13
2.9.2. Strategi Pemasaran Media Sosial.....	13
2.9.3. Strategi Pemasaran <i>Marketplace</i>	16
BAB III. METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Waktu dan Tempat.....	19
3.2. Alat dan Bahan.....	19
3.3. Metode dan Prosedur.....	20
3.3.1. Populasi dan Sampel.....	20
3.3.2. Sumber data.....	21
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4. Analisis Data.....	22
3.4.1. Analisis SWOT.....	22
3.4.2. <i>Analisis Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	24
BAB IV. Hasil dan Pembahasan.....	26
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
4.2. Karakteristik Informan (<i>Key Informan</i>).....	28
4.2.1. Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.2.2. Karakteristik Informan Berdasarkan Umur.....	29
4.2.3. Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	29
4.3. <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> Abon Kardina.....	29
4.3.1. <i>Segmenting</i> Abon Kardina.....	29
4.3.2. <i>Targeting</i> Abon Kardina.....	29
4.3.3. <i>Positioning</i> Abon Kardina.....	29
4.4. Penerapan Strategi Pemasaran Melalui <i>E-Commerce</i> di Abon Kardina... 4.5. Perumusan Strategi Pemasaran Melalui <i>E-Commerce</i> di Abon Kardina..	30 36

4.5.1. Perumusan Strategi dengan SWOT	36
4.5.2. Matriks SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat</i>)..	40
4.5.3. Perumusan strategi dengan Menggunakan AHP	45
BAB V. Kesimpulan dan Saran	49
5.1. Kesimpulan	49
5.2. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Alat dan Bahan	19
Tabel 2. Jumlah Informan	21
Tabel 3. Matriks SWOT	23
Tabel 4. Keterangan Skala AHP	24
Tabel 5. Produk UMKM Abon Ikan Kardina	26
Tabel 6. Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 7. Karakteristik Informan Berdasarkan Umur	29
Tabel 8. Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan.....	29
Tabel 9. Rata-rata Penjualan disetiap <i>Platform</i>	35
Tabel 10. Matriks SWOT	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir	4
Gambar 2. Peta Lokasi Penelitian	19
Gambar 3. Diagram Alur Tahapan Penelitian	20
Gambar 4. Produk UMKM Abon Ikan Kardina	28
Gambar 5. Profil <i>E-commerce</i> Abon Ikan Kardina	35
Gambar 6. Prioritas Strategi Pemasaran melalui <i>E-commerce</i> UMKM Abon Ikan Kardina	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Informan	55
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian	62
Lampiran 3. Pembobotan AHP	64
Lampiran 4. Hasil Olah Data <i>Expert Choice</i>	67

