

**PERANCANGAN *E-COMMERCE ADVERTISING* DAN
MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN DI CV. MUSTIKA**

TUGAS AKHIR

WAHYU ANDHIKA PRANATA

NIM. 5.16.04.09.0.050



UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT (UNIM)

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

2020

**PERANCANGAN *E-COMMERCE ADVERTISING* DAN
MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN DI CV. MUSTIKA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Teknik Industri

WAHYU ANDHIKA PRANATA

NIM. 5.16.04.09.0.050

UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT (UNIM)

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir dengan Judul

PERANCANGAN *E-COMMERCE ADVERTISING* DAN MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN DI CV. MUSTIKA

Oleh :

WAHYU ANDHIKA PRANATA

NIM. 5.16.04.09.0.050

Telah Disetujui untuk Diuji

Mojokerto, 13 Juli 2020

Pembimbing 1



(Pipit Sari Puspitorini, ST., MT)

NIDN/NPP: 0709127801

Pembimbing 2



(Erly Ekayanti Rosida, ST., MT)

NIDN/NPP: 0709038201

PERSETUJUAN PENGUJI

Tugas Akhir dengan Judul

PERANCANGAN *E-COMMERCE ADVERTISING* DAN MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN DI CV. MUSTIKA

Oleh :

WAHYU ANDHIKA PRANATA

NIM. 5.16.04.09.0.050

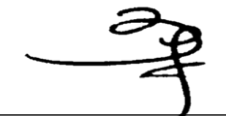
Telah Diuji di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 20 Juli 2020

Susunan Dewan Penguji

1. Pipit Sari Puspitorini, ST.,.MT (Ketua Penguji)
NIDN/NPP : 0709127801
2. Erly Ekayanti Rosida, ST.,.MT (Sekretaris)
NIDN/NPP : 0709038201
3. Andhika Cahyono P. ST.,.MT (Anggota)
NIDN/NPP: 0705068504

Tanda Tangan



PENGESAHAN

**PERANCANGAN *E-COMMERCE ADVERTISING* DAN
MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN DI CV. MUSTIKA**

TUGAS AKHIR

WAHYU ANDHIKA PRANATA

NIM. 5.16.04.09.0.050

Telah dipertahankan di depan dewan penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana teknik (S.T)

Pada Tanggal 20 Juli 2020

Ditetapkan di : Mojokerto

Tanggal 20 Juli 2020 .

Yang Menetapkan,

Dekan Fakultas



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : WAHYU ANDHIKA PRANATA
NIM : 5.16.04.09.0.050
Program Studi/Fakultas/Universitas : Teknik Industri
Judul Skripsi/tugas akhir/Tugas Akhir : Perancangan *e-commerce advertising* dan meningkatkan strategi pemasaran di CV. Mustika

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi/Tugas Akhir yang saya buat dengan judul sebagaimana di atas adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar dan bebas dari unsur plagiarisme sesuai UU RI Tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Mojokerto, 20 Juli 2020

Penulis,



Wahyu Andhika Pranata
NIM. 5.16.04.09.0.050

RIWAYAT HIDUP

Wahyu Andhika Pranata, penulis skripsi / tugas akhir dengan judul “Perancangan *e-commerce advertising* dan meningkatkan strategi pemasaran di CV. Mustika ” ini dilahirkan di Mojokerto pada tanggal 02 bulan November tahun 1997, yang merupakan putra ke tiga dari Bapak Ach. Hariri dan ibu Mutmainah.

Pendidikan formal penulis dimulai dari SDN 1 seduri Kec.Mojosari Mojokerto yang lulus tahun 2010, kemudian melanjutkan ke SMPN 1 MOJOSARI dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2013 juga melanjutkan Pendidikan ke jenjang SMK Raden Rahmat Mojosari dan lulus tahun 2016. Adapun Kemudian Pendidikan tinggi di la di Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Majapahit (UNIM) pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2020.

Penulis juga mempunyai pengalaman kerja sebagai mulai tahun 2016-2018 sebagai di perusahaan yang bergerak dibidang *advertising* (percetakan). Saat ini penulis sedang bekerja di salah satu perusahaan yang bergerak dibidang makanan PT.AICE CREAM INDUSTRI di Mojokerto sebagai gudang bahan baku

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya,

Nama : Wahyu Andhika Pranata

NIM : 5.16.04.09.0.050

Prodi/Fakultas/Universitas : Teknik Industri/Teknik/Universitas Islam Majapahit

Menyatakan, memberikan izin kepada Universitas Islam Majapahit (UNIM) untuk menyimpan, mengalih-media/memformat, merawat dan memublikasikan karya ilmiah yang saya susun berupa skripsi / tugas akhir, baik berupa cetak maupun digital, untuk kepentingan pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat.

Demikian persyaratan ini dibuat dengan sungguh-sungguh dan tanpa ada paksaan.

Mojokerto, ...20 Juli 2020



Wahyu Andhika Pranata
NIM: 5.16.04.09.0.050

ABSTRAK

Pranata,Wahyu Andhika, 2020. Perancangan *e-commerce Advertising* dan meningkatkan strategi pemasaran di CV. Mustika **Tugas Akhir, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Majapahit (UNIM).**
Pembimbing I : Pipit Sari Puspitorini, ST, M.T
Pembimbing II : Erly Ekayanti Rosyida,ST, M.T

CV. Mustika adalah perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Percetakan yang di pimpin oleh Bapak.Ari. Dalam persaingan bisnis yang semakin sengit, dan banyak kompetitor-kompetitor baru yang bermunculan yang menjadi sebuah ancaman di CV. Mustika dengan masih menerapkannya tradional marketing oleh karena itu perusahaan harus senantiasa memanfaatkan dan mengoptimalkan pemanfaatan peluang di zaman era digital untuk meningkatkan profit perusahaan. Untuk itulah dibutuhkan strategi untuk pengoptimalan pemasaran dan perancangan *e-commerce* CV. Mustika.

Adapun metode dalam penelitian ini menggunakan sebagai metode Analisis Porter's untuk mengetahui ancaman dan strategi bersaing, Matrik TOWS membantu mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan serta membuat strategi pilihan dari tabel matrik, dan perancangan *e-commerce* guna memperluas pemasaran untuk memaksimalkan strategi pemasaran

Hasil penelitian ini adalah berupa strategi pemasaran yang di dapatkan secara optimal Dengan di lakukannya analisis *five forces porter's* peneliti dapat mengetahui suatu ancaman pendatang baru dan menyusun suatu strategi supaya lebih unggul dari kompetitor-kompetitor yang ada dan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT dapat diketahui bahwa CV. Mustika berada diantara kuadran kekuatan dan ancaman sehingga perusahaan dapat menggunakan strategi diversifikasi dimana perusahaan dituntut untuk melakukan perubahan guna menutup kelemahan dan mengejar peluang yang tersedia dengan menciptakan produk kualitas yang sangat bagus dan meningkatkan kegiatan promosi melalui internet berbasis *website e-commerce* untuk memperluas wilayah pemasaran agar dan lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat memanfaatkan peluang yang besar

Kata Kunci : *strategi, analisis porter's, TWOS, e-commerce*

ABSTRACT

Pranata, Wahyu Andhika, 2020. Designing e-commerce advertising and improving marketing strategies at CV. Mustika **Final Project, Industrial Engineering Study Program, Faculty of Engineering, Majapahit Islamic University (UNIM).**

Advisor I: Pipit Sari Puspitorini, ST ,. M.T

Supervisor II: Erly Ekayanti Rosyida, ST ,. M.T

CV. Mustika is a company engaged in printing services led by Mr. Ari. In the increasingly fierce business competition, and many new competitors that have sprung up, which are a threat to CV. Mustika is still implementing traditional marketing, therefore the company must always take advantage of and optimize the use of opportunities in the digital era to increase company profits. For this reason, a strategy is needed for marketing optimization and designing e-commerce CV. Mustika.

The method in this study uses Porter's analysis method to determine threats and competitive strategies, the TOWS matrix helps determine the internal and external conditions of the company and makes choice strategies from matrix tables, and e-commerce design to expand marketing to maximize marketing strategies.

The results of this study are in the form of a marketing strategy that is obtained optimally. By conducting a five forces porter's analysis, researchers can identify a threat to newcomers and formulate a strategy to be superior to existing competitors and based on the results of research that has been conducted on internal factors and externally by using a TWOS analysis it can be seen that CV. Mustika is between the power and threat quadrants so that companies can use a diversification strategy where companies are required to make changes to cover weaknesses and pursue available opportunities by creating excellent quality products and increasing promotional activities through the internet based on e-commerce websites to expand the marketing area so that and better known by the wider community so that they can take advantage of great opportunities

Kata Kunci : *strategi, analisis porter's, TWOS, e-commerce*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir.

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Rachman Sidharta Arisandi, S.IP., M.Si Selaku Rektor UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT MOJOKERTO
2. Bapak M. Adik Rudiyanto, ST., MT. Selaku Dekan Fakultas Teknik UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT MOJOKERTO.
3. Bapak Imaduddin BE., ST., MT. Selaku Kaprodi di program studi S1 Teknik Industri UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT MOJOKERTO.
4. Ibu Erly Ekayanti Rosida, ST., MT, Selaku dosen pembimbing I Tugas Akhir di program studi S1 Teknik Industri UNIM.
5. Ibu Pipit Sari Puspitorini., ST., MT, Selaku dosen pembimbing II Tugas Akhir di program studi S1 Teknik Industri UNIM.
6. Bapak Andhika Cahyono., ST., MT. Selaku dosen penguji Tugas Akhir di program studi S1 Teknik Industri UNIM.
7. Bapak/ Ibu pengurus di CV. Mustika
8. Bapak Ari, Selaku pembimbing lapangan di CV. Mustika
9. Teman-teman Kampus 1 yang sangat berjasa memberi arahan, motivasi dan semangat untuk mengerjakan tugas besar/skripsi
10. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Besar harapan kami, bahwa Skripsi/Tugas Akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi kami, bagi pembaca, serta bagi kehidupan sehari-hari. Saran dan kritik kami harapkan dari sang pembaca Skripsi/Tugas Akhir ini karena sangat berguna dan membangun wawasan dan kemajuan ilmu pengetahuan kami dan orang lain.

Mojokerto 20 juli 2020

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and a horizontal line at the bottom.

Wahyu Andhika Pranata
NIM: 5.16.04.09.0.050

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Asumsi.....	6
1.7 Sistematika penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 <i>E-Marketing</i>	8
2.1.1 Prestashop.....	8
2.2 TOWS.....	10
2.3 Analisis Porter's.....	11

2.4	Posisi Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Alur Pengumpulan Data.....	20
3.2	Rancangan Penelitian.....	21
3.3	Identifikasi dan Perumusan Masalah	21
3.4	Pengumpulan Data	21
3.5	Pengolahan Data	22
3.6	Analisis Porter's	22
3.7	TOWS	23
3.8	Perancangan desain <i>e-commerce</i>	24
3.9	<i>Sistem Data Flow Diagram level 0</i>	24
3.10	<i>Entity relationship diagram</i>	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Analisis Porter's	28
4.2	TOWS	32
4.3	Perancangan <i>e-commerce</i>	34
4.3.1	Modul <i>e-commerce</i>	34
4.3.2	Mekanisme <i>e-commerce</i>	35
4.3.3	<i>Data managing e-commerce</i>	36
4.3.4	<i>Reading And Memoring</i>	38
4.3.5	<i>Form Login Admin</i>	39
4.3.6	<i>Form Menu Utama Admin</i>	41
4.3.7	<i>Form Input Product</i>	41
4.3.8	<i>Form Input Kategori</i>	44
4.3.9	<i>Form Data Penjualan</i>	46
4.3.10	<i>Form Notifikasi Pemesanan</i>	46
4.3.11	<i>Form Notifikasi Message</i>	47

4.3.12 <i>Form Menu Utama User</i>	47
4.3.13 <i>Form Login User</i>	48
4.3.14 <i>Form Data User</i>	49
4.3.15 <i>Form Order Confirmation</i>	53
4.3.16 <i>Form Invoice</i>	53
4.3.17 <i>Form Histori Belanja</i>	54
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
5.3 <i>Future Reseach</i>	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Posisi Penelitian	19
Tabel 3.1 Matrik TWOS	24
Tabel 4.1 Faktor Internal Dan Eksternal di CV. Mustika.....	32
Tabel 4.2 Matrik TWOS di CV. Mustika	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Utama Pembuatan Prestashop	10
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	20
Gambar 3.2 Analisis Five Porter's Ancaman CV. Mustika	23
Gambar 3.3 <i>Data Flow Diagram level 0</i>	25
Gambar 3.4 <i>Entity Relationship diagram</i>	26
Gambar 3.5 Desain <i>e-commerce</i>	27
Gambar 4.1 Hasil Analisis Five Porter's Ancaman CV. Mustika.....	28
Gambar 4.2 Modul <i>e-commerce</i>	35
Gambar 4.3 Alur Pembelian	39
Gambar 4.4 <i>Form Login Admin</i>	40
Gambar 4.5 <i>Form Menu Utama Admin</i>	41
Gambar 4.6 <i>Input Produk</i>	42
Gambar 4.7 Menambah Produk	42
Gambar 4.8 Menambah Produk baru	43
Gambar 4.9 Tampilan Menambah Produk	43
Gambar 4.10 Simpan Produk	43
Gambar 4.11 <i>Form Input Kategori</i>	44
Gambar 4.12 <i>Form Pilih Kategori</i>	44
Gambar 4.13 <i>Form Tambah Kategori Baru</i>	45
Gambar 4.14 <i>Form isi Kategori</i>	45
Gambar 4.15 <i>Form Simpan Kategori</i>	45
Gambar 4.16 <i>Form Data Penjualan</i>	46
Gambar 4.17 <i>Form Notifikasi Pesanan</i>	46
Gambar 4.18 <i>Form Notifikasi Message</i>	47
Gambar 4.19 <i>Form Menu Utama User</i>	48

Gambar 4.20 <i>Form Login User</i>	48
Gambar 4.21 <i>Form Data User</i>	49
Gambar 4.22 <i>Form Pilih Produk</i>	49
Gambar 4.23 <i>Form Pilihan Produk</i>	50
Gambar 4.24 <i>Form Lanjut Produk</i>	50
Gambar 4.25 <i>Form Pemeriksaan</i>	51
Gambar 4.26 <i>Form Isi Data Diri</i>	51
Gambar 4.27 <i>Form Pilihan Kurir</i>	52
Gambar 4.28 <i>Form Metode Pembayaran</i>	52
Gambar 4.29 <i>Form Order Confirmation</i>	53
Gambar 4.30 <i>Form Invoice</i>	53
Gambar 4.31 <i>Form Histori Belanja</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Cek Plagiarism</i>	58
--	----