



**STRATEGI PEMASARAN JEJARING SOSIAL FACEBOOK
PADA MOMOKO TRUSTED ONLINE SHOP**

*(Facebook Social Network Marketing Strategy
On Momoko Trusted Online Shop)*

SKRIPSI

Oleh

**Rita Pujiati
NIM 080910202036**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**STRATEGI PEMASARAN JEJARING SOSIAL FACEBOOK
PADA MOMOKO TRUSTED ONLINE SHOP**

*(Facebook Social Network Marketing Strategy
On Momoko Trusted Online Shop)*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

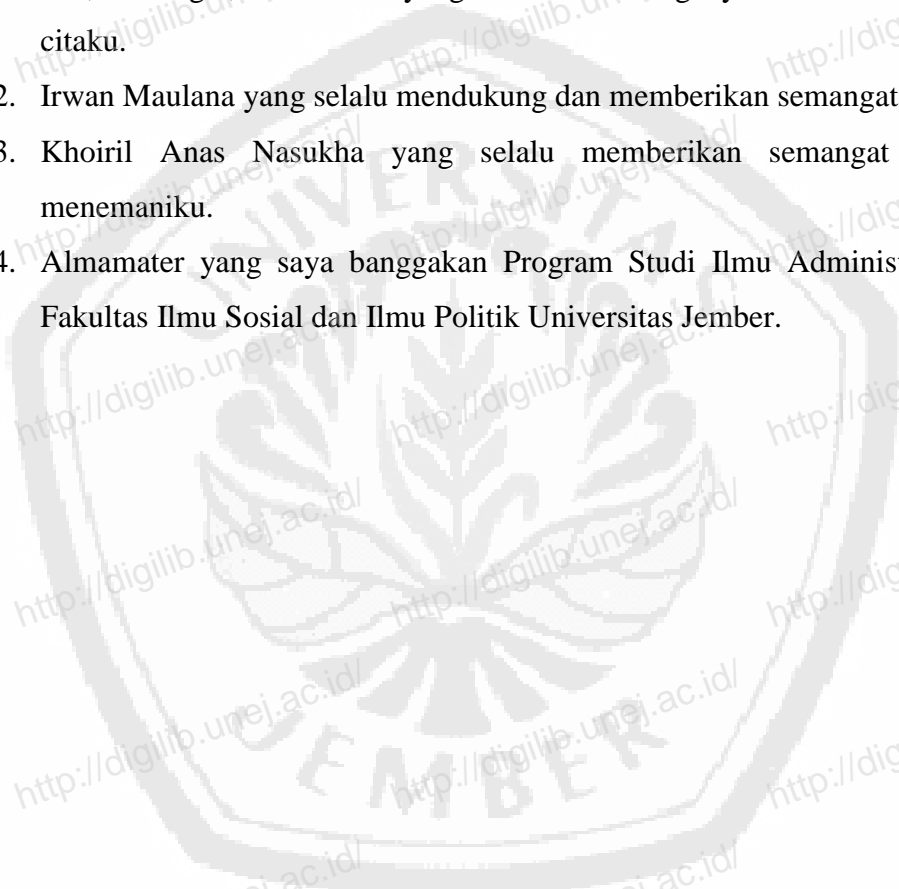
Rita Pujiati
NIM 080910202036

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Lamiran dan Ibunda Kasiati yang telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, dan materi yang tak ternilai harganya dalam mencapai cita-citaku.
2. Irwan Maulana yang selalu mendukung dan memberikan semangat untukku.
3. Khoiril Anas Nasukha yang selalu memberikan semangat dan setia menemaniku.
4. Almamater yang saya banggakan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

“Pemasar di era yang saling terkoneksi harus meng-*connect* dengan segala perubahan yang terjadi sangat cepat, meng-*connect* dan menjalin hubungan dengan partisipan lain di lanskap bisnis, dan pemasar dalam melakukan segala aktivitasnya harus dengan cara-cara yang *civilized* (beradab) dan tidak merugikan *stakeholders*.” *)



*) Kartajaya, H. & Darwin, W. 2010. *Connect*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rita Pujiati

NIM : 080910202036

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “*Strategi Pemasaran Jejaring Sosial Facebook pada Momoko Trusted Online Shop*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Oktober 2012

Yang menyatakan,

Rita Pujiati

NIM 080910202036

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN JEJARING SOSIAL FACEBOOK
PADA MOMOKO TRUSTED ONLINE SHOP**

Oleh

Rita Pujiati

NIM 080910202036

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Poerwanto, MA

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Jejaring Sosial Facebook pada Momoko Trusted Online Shop” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada:

hari, tanggal : Senin, 22 Oktober 2012

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Dr. Sasongko, M.Si

NIP. 19570407 198609 1 001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM

NIP. 19750825 200212 1 002

Drs. Poerwanto, MA

NIP. 19490715 198403 1 002

Anggota I,

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

NIP. 19560409 198702 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Jejaring Sosial Facebook pada Momoko Trusted Online Shop; Rita Pujiati; 080910202036; 2012; 77 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Momoko Trusted Online Shop merupakan toko *online* atau *online shop* (OS) yang memasarkan tas dan dompet melalui jejaring sosial (*social network*) *facebook*. Momoko Trusted Online Shop dapat berkembang dan bertahan dalam persaingan yang ketat, hal tersebut tentunya tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dijalankannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran jejaring sosial *facebook* pada Momoko Trusted Online Shop.

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma deskriptif. Metode penelitian bertujuan untuk memecahkan masalah sehingga dapat diperoleh hasil yang benar-benar obyektif dan ilmiah. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka secara mendalam (*indept interview*) untuk pengumpulan data. Analisis data yang digunakan adalah analisis domain dan taksonomi. Penggunaan analisis domain dan taksonomi dalam penelitian ini bertujuan untuk memperjelas dan membatasi permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini menggunakan metode induktif karena berawal dari hal yang khusus ke dalam hal yang bersifat umum.

Hasil penelitian ini adalah strategi Momoko Trusted Online Shop dalam memasarkan produk melalui *facebook* yaitu mengunggah foto-foto produk ke *facebook* dan menulis status mengenai info harga produk yang ditujukan kepada forum atau komunitas *online facebook*. Penjualan produk Momoko Trusted Online Shop bisa lebih cepat, praktis, dan jaringan luas mencakup dalam dan luar negeri. Volume penjualan Momoko Trusted Online Shop setiap bulannya memenuhi target

penjualan yang membuktikan bahwa Strategi Momoko Trusted Online Shop memasarkan produknya melalui *facebook* itu efektif. Perusahaan terhubung dengan *customer* dan mengetahui keinginan *customer* secara *online*. Momoko Trusted Online Shop yang selalu berusaha menyesuaikan dengan keinginan konsumen mendapatkan hasil yang baik sesuai dengan yang ditargetkan. Momoko Trusted Online Shop terhubung dan mengetahui apa yang dilakukan *competitor* secara *online* dengan mengunjungi *facebook competitor*. Momoko Trusted Online Shop mengetahui perubahan kekuatan teknologi, kekuatan politik dan legal, kekuatan ekonomi, sosial budaya, dan kekuatan pasar secara *online* melalui internet. Momoko Trusted Online Shop menyesuaikan dengan *change* yang dirasa membawa pengaruh terhadap penjualan Momoko Trusted Online Shop. Momoko Trusted Online Shop menghubungkan atau meng-*connect* 4C (*company, customer, competitor, change*) secara *online* melalui internet dan jejaring sosial *facebook*. Momoko Trusted Online Shop aktif mencari informasi tentang 4C (*company, customer, competitor, change*) lanskap bisnis secara *online*.

Kesimpulannya adalah strategi Momoko Trusted Online Shop dalam memasarkan produk melalui *facebook* yaitu mengunggah foto-foto produk ke *facebook* dan menulis status mengenai info harga produk yang ditujukan kepada forum atau komunitas *online facebook*. Perusahaan selalu terhubung (*ter-connect*) dengan *customer, competitor, change* secara *online* melalui internet dan *facebook*.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Jejaring Sosial Facebook pada Momoko Trusted Online Shop”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

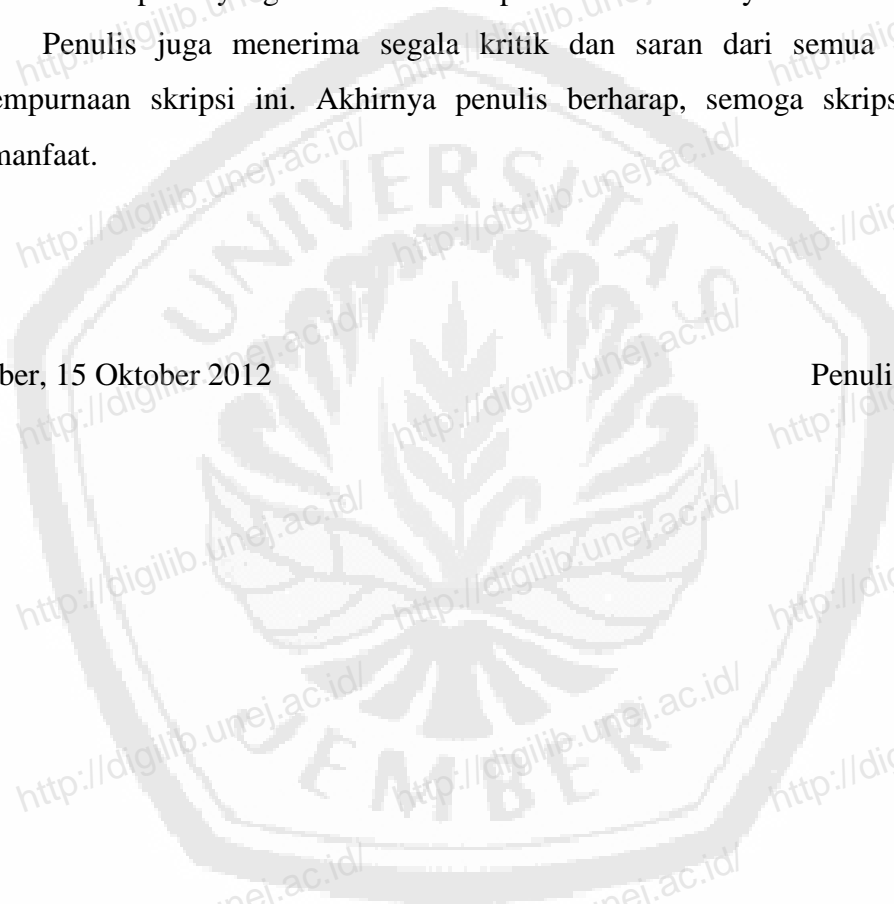
Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak mengarahkan penulis selama menempuh perkuliahan;
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini;
5. Keluarga tercinta yang telah memberi motivasi dan doa demi terselesaikannya skripsi ini;
6. Ibu Monika selaku pimpinan Momoko Trusted Online Shop dan seluruh karyawan Momoko Trusted Online Shop yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini;

7. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelancaran penulis selama masa perkuliahan;
 8. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2008 atas bantuan dan semangatnya pada penulis;
 9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 15 Oktober 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN.....	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Bagi Peneliti.....	6
1.4.2 Bagi Obyek Penelitian.....	6
1.4.3 Bagi Akademisi.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pemasaran.....	7
2.2 Strategi Pemasaran.....	8
2.2.1 Strategi.....	8
2.2.2 Strategi Pemasaran	9

	Halaman
2.2.3 Strategi Membangun Kepercayaan Konsumen Untuk Bertransaksi <i>Online</i>	19
2.3 Internet.....	21
2.3.1 Web.....	21
2.4 Internet Marketing.....	23
2.4.1 <i>Online Shop</i>	26
2.4.2 Risiko Menjalankan <i>Online Shop</i>	27
2.4.3 Jenis-jenis Bisnis <i>Online</i> di Internet.....	27
2.4.4 Strategi Pemasaran di Internet.....	28
2.5 Facebook.....	32
2.6 Facebook Marketing.....	35
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	40
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Tipe Penelitian.....	41
3.2 Tahap Persiapan.....	41
3.2.1 Studi Kepustakaan.....	41
3.2.2 Penentuan Lokasi Penelitian.....	42
3.2.3 Observasi Pendahuluan.....	42
3.2.4 Penentuan Informan.....	42
3.3 Tahap Pengumpulan Data.....	43
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
3.5 Tahap Analisis Data.....	45
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	47
3.7 Alur Roadmap Peneliti.....	48
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.1 Sejarah Singkat Momoko Trusted Online Sho.....	49
4.1.2 Tujuan didirikannya Momoko Trusted Online Shop..	51

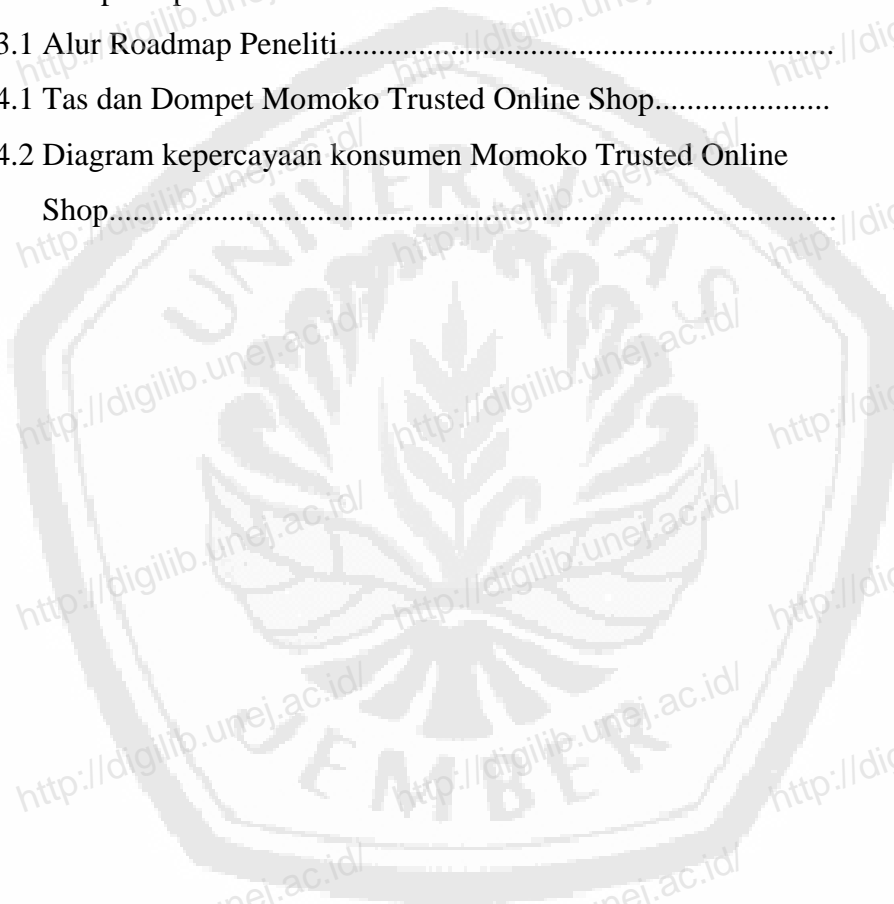
	Halaman
4.1.3 Pengelola Momoko Trusted Online Shop.....	51
4.2 Analisis Taksonomi.....	52
4.2.1 <i>Company</i>	52
4.2.2 <i>Customer</i>	60
4.2.3 <i>Competitor</i>	65
4.2.4 <i>Change</i>	65
4.2.5 <i>Connect</i>	67
4.3 Interpretasi Data.....	67
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR BACAAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Daftar beberapa pesaing Momoko Trusted Online Shop.....	4
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	40
3.1 Model Analisis Domain.....	46
3.2 Model Analisis Taksonomi.....	47
4.1 Data Volume Penjualan Bulan Desember 2011-Maret 2012.....	59
4.2 Matrix hasil analisis domain strategi pemasaran melalui jejaring sosial <i>facebook</i> pada Momoko Trusted Online Shop.....	71
4.3 Matrix hasil analisis taksonomi strategi pemasaran melalui jejaring sosial <i>facebook</i> pada Momoko Trusted Online Shop.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 5C <i>Globe Sphere</i>	18
2.2 Tampilan produk Indomie.....	37
3.1 Alur Roadmap Peneliti.....	48
4.1 Tas dan Dompot Momoko Trusted Online Shop.....	57
4.2 Diagram kepercayaan konsumen Momoko Trusted Online Shop.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

- A. Pedoman wawancara
- B. Hasil wawancara
- C. Tampilan-tampilan foto
 - C.1 Tampilan info facebook Momoko Trusted Online Shop
 - C.2 Tampilan album foto produk Momoko Trusted Online Shop di facebook
 - C.3 Tampilan info facebook kedua Momoko Trusted Online Shop
 - C.4 Tampilan album foto produk Momoko Trusted Online Shop di facebook kedua
 - C.5 Tampilan status yang dibuat Momoko Trusted Online Shop di facebook
 - C.6 Tampilan blog Momoko Trusted Online Shop
 - C.7 Foto beberapa persediaan dompet dan whpo Momoko Trusted Online Shop
 - C.8 Foto beberapa persediaan tas Momoko Trusted Online shop
 - C.9 Katalog produk Momoko Trusted Online Shop
 - C.10 Tampilan *testimony* dari konsumen Momoko Trusted Online Shop di facebook
 - C.11 Beberapa resi pengiriman produk Momoko Trusted Online Shop
 - C.12 Tampilan komplain dari konsumen di facebook karena barang belum sampai tujuan
- D. Surat Ijin Penelitian dari Lembaga Penelitian
- E. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Momoko Trusted Online Shop