

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN PEDAGANG
ONLINE DI PUSAT PASAR MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam
Negeri Sumatera Utara Medan**

**Oleh : YOGI DARNIKA
NIM : 0105173240**



**PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU
SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN PEDAGANG
ONLINE DI PUSAT PASAR MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam
Negeri Sumatera Utara Medan**

Oleh :

YOGI DARNIKA

NIM : 0105173240

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Anang Anas Azhar, MA

NIDN. 0104107401

Dr. Nursapiah Harahap, M.A

NIDN. 2004117103

**UIN
SUMATERA UTARA**
**PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU
SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Permohonan Persetujuan Skripsi
Lamp : -
Kepada :
Yth. Dosen Fakultas Ilmu Sosial
UIN Sumatera Utara Medan
Di Medan

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Yogi Darnika
NIM : 0105173240
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan Pedagang Online di Pusat Pasar Medan

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial Jurusan/ Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pembimbing I

Medan,

Oktober 2021

Pembimbing II


Dr. Anang Anas Azhar, MA

NIDN. 0104107401


Dr. Nursapiah Harahap, M.A

NIDN. 2004117103

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan Pedagang Online di Pusat Pasar Medan” an Yogi Darnika NIM 0105173240 program studi Ilmu Komunikasi telah dipertahankan dan dinyatakan lulus dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara pada tanggal 21 Oktober 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Medan, 21 Oktober 2021

Ketua Panitia Munaqasyah

Sekretaris Panitia Munaqasyah



Dr. Muhammad Alfikri S.Sos, M.Si
NIDN. 2023038301



Dr. Sofiah Titin Sumanti, M.Ag
NIDN. 2013067301

Penguji Skripsi I



Dr. Sori Monang, M.Th
NIDN. 2010107402

Penguji Skripsi II



M. Yoserizal Saragih, M.I.Kom
NIDN. 2014117402

Penguji Skripsi III



Dr. Nursapia Harahap, MA
NIDN. 0104107401

Penguji Skripsi IV



Dr. Nursapia Harahap, MA
NIDN. 2004117103

Mengetahui,
Dekan FIS UINSU



Dr. Marimbang, M.A
NIDN. 2029066903

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Yogi Darnika

NIM 0105173240

Tempat/Tgl. Lahir : Medan, 13 Mei 1999

Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UINSU Medan

Alamat : Jln. Langgar Gg. Dame IV No 23 Medan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul *“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pedagang Online Di Pusat Pasar Medan.”* adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, Oktober 20214
Pembuatan Pernyataan



Yogi Darnika

Nim. 0105173240

UIN
SUMATERA UTARA
MEDAN



Nama : Yogi Darnika
Nim : 0105173240
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam
Persaingan Pedagang Online di Pusat Pasar
Medan
Pembimbing I : Dr. Anang Anas Azhar, MA
Pembimbing II : Dr. Nursapiah Harahap, M.A

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan Pedagang Online di Pusat Pasar Medan” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan di pusat pasar medan dan Apa saja kendala komunikasi pemasaran dalam menghadapi persaingan pedagang online di pusat pasar medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif. Teori yang digunakan penelitian ini adalah Model Hierarki Efek. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi yang di gunakan para pedagang pusat pasar dan penjual online mulai dari penjualan tatap muka, iklan dan hubungan dengan masyarakat. Strategi penjualan tatap muka yang di lakukan langsung ke konsumen yang ingin membeli, dari semua toko yang di teliti di pusat pasar medan mereka lebih banyak menggunakan pemasaran penjualan tatap muka dan hubungan masyarakat. Pemasaran penjual tatap muka seperti mereka memasarkan dengan reseller dan dropship mereka. hambatan yang mereka dapat komunikasi antar satu dengan yang lain. Dengan ada nya komunikasi pesan yang tidak jelas dengan apa yang mereka berikan, seperti dengan contohnya mereka meberikan hutang kepada pelanggan dengan senang, tetapi si pelanggan tidak membayarkan sesuai dengan komunikasi yang mereka sampaikan di awal.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Pedagang, Hambatan Komunikasi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanallahhu Wata'ala* atas limpahan anugerah dan rahmat yang diberikannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagaimana yang diharapkan.

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan Pedagang Online di Pusat Pasar Medan”. Disusun untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat untuk menyelesaikan dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) di Fakultas Ilmu Sosial, UIN Sumatera Utara. Dengan segala pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, penulis berusaha maksimal dalam menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan berupa Support, Bimbingan, Saran, Dukungan, maupun doa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan, terutama kepada:

1. Teristimewa penulis sampaikan beribu terima kasih untuk orang-orang yang luar biasa hebat yaitu Orangtua saya Bapak **Darlis** , Ibu **Rasani dan keluarga saya yang lain nya** dalam dukungan moril dan doa yang tiada henti, nasihat, dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan InshaAllah diwaktu yang tepat.
2. Bapak **Prof. Dr. H. Syahrin Harahap, MA.** Selaku Rektor UIN Sumatera Utara
3. Bapak **Dr. Maraimbang Daulay, MA.** Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara
4. Bapak **Dr. Muhammad Alfikri Matondang, S.Sos.,** Selaku Ketua Prodi

Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara

5. Ibu **Dr. Solihah Titin Sumanti, M.A** selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara
6. Bapak **Dr. Anang Anas Azhar, MA.** Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran. Kesabaran dalam membimbing, serta pengarahan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu **Dr. Nursapiah Harahap, MA** Selaku Dosen Pembimbing II untuk segenap pengarahan dan kelancaran dalam bimbingan yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar, Karyawan dan Staff Administrasi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara
9. Adik-adikku Tersayang, **Anggi Darmadani, Rendi Ali Mardani** dan **Yelsi Liani Al-Fitri**, terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.
10. Teruntuk kekasih ku **Ulva Amelia Sudira**, terima kasih telah menjadi penyemangat untuk penulis selama proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai. Terima kasih untuk kamu yang selalu ada disaat saya butuh.
11. Sahabat saya sejak duduk dibangku kuliah **Rahil Fauzan, Taufiq Idris dan Muhammad Syafiq** yang telah memberikan dorongan, semangat, pengertian, motivasi dan ketulusan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsin ini.
12. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 di Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara.
13. Serta kepada setiap orang yang tidak saya sebutkan namanya yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

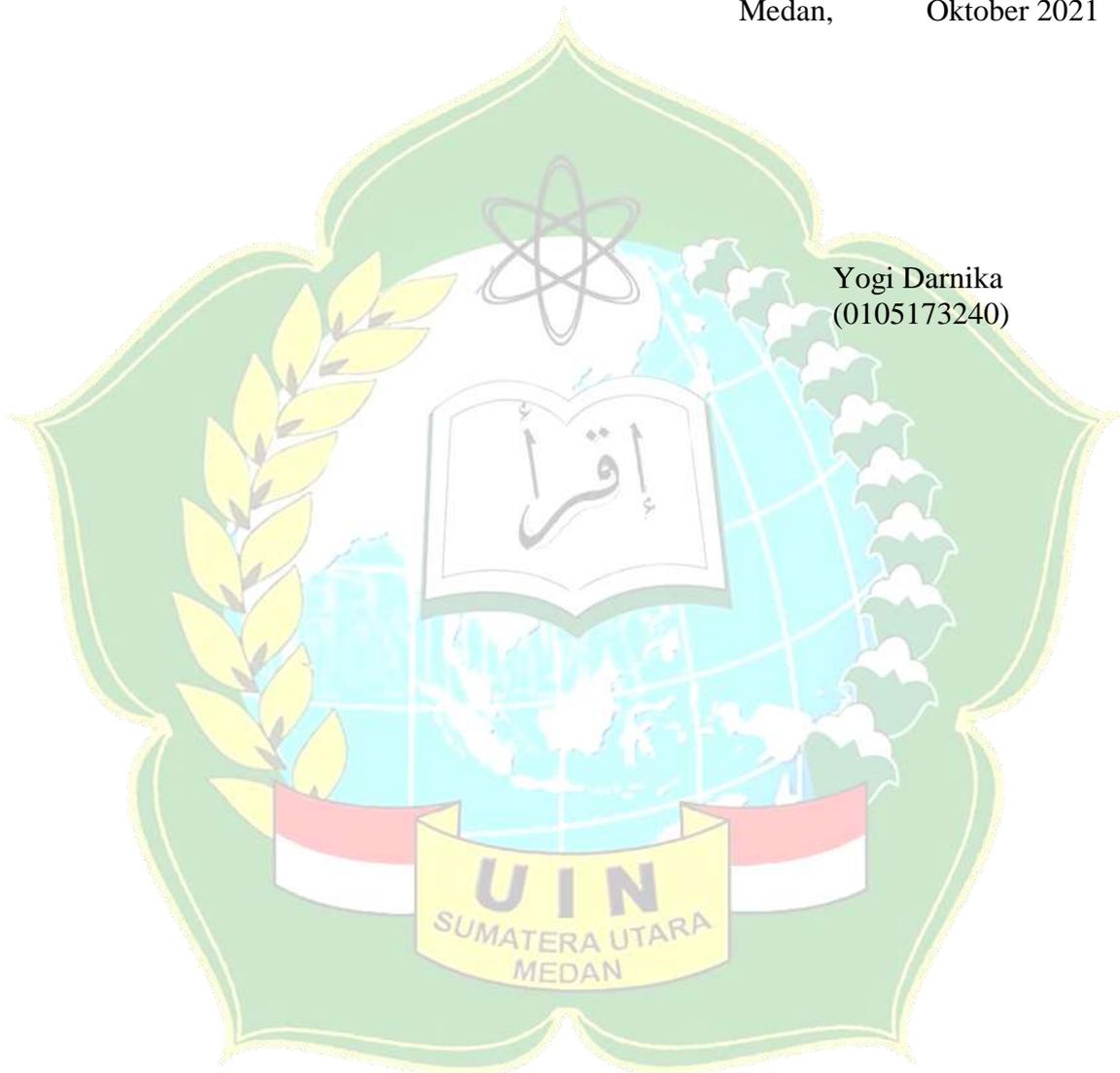
Hanya doa yang dapat penulis berikan, semoga semua kebaikan dan perhatian mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat

membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Kiranya isi skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya ilmu pengetahuan. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran bagi para pembaca untuk kedepan.

Medan, Oktober 2021

Yogi Darnika
(0105173240)



DAFTAR ISI

COVER
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Model Hierarki Efek	8
B. Defenisi Konseptual.....	10
1. Strategi Komunikasi	10
2. Pemasaran	13
3. Komunikasi Pemasaran.....	14
4. Pedagang.....	17
5. Online Shop	21
6. Pasar.....	21
C. Kajian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Metoden dan Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Subjek Penelitian.....	28
D. Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29

F. Teknik Analisis Data	31
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Penelitian.....	33
B. Hasil Temuan Penelitian.....	33
C. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	56

