

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PESAING  
BISNIS SKINCARE SHINY BY NL ONLINE PADA DESA  
PANDAMAAN KECAMATAN DANAU PANGGANG  
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**KTI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3) Pada  
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh:

**SANIAH  
NPM : 202163411202**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)**

**AMUNTAI**

**2024**

## **KATA PENGANTAR**

Dengan nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang dan segala puji serta syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala pertolongan, rahmat dan kasih sayang darinya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul ” STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PESAING BISNIS SKINCARE ONLINE PADA DESA PANDAMAAN KECAMATAN DANAU PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA”.

Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan tauladan terbaik bagi sahabat serta seluruh umatnya, yang membawa umatnya dari alam kegelapan hingga alam terang berderang.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP, CIQnR, CIQaR, Selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA<sup>R</sup>, Selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
3. Bapak Jamil Rifani, S.Sos., M.M, Selaku pembimbing yang selalu sabar memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis.
4. Ibu Maulida, Selaku pemilik Toko Skincare Shiny by NL yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di toko beliau.
5. Para costumers Toko Skincare Shiny by NL yang sudah bersedia diwawancarai serta memberikan informasi.

Penulis menyadari bahwa Proposal KTI yang sederhana ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan namun dengan kebesaran hati dan rasa ikhlas penulis selalu siap untuk menerima segala masukan dan kritik dari semua pihak untuk kesempurnaannya.

Pandaman, Juli 2024



SANIAH  
NPM: 202163411202

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SANIAH  
NPM : 202163411202  
Judul KTI : **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI  
PESAING BISNIS SKINCARE ONLINE PADA  
DESA PANDAMAAN KECAMATAN DANAU  
PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa KTI yang saya tulis ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan atau plagiasi. Dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi manapun.

Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali tertulis diacu dalam naskah ini disebut daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila kemudian hari ternyata saya terbukti mmelakukan pelanggaran akademik tersebut diatas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Pandamaan, 23 Juli 2024

Yang membuat pernyataan

  
SANIAH

## TANDA PERSETUJUAN

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PESAING BISNIS SKINCARE ONLINE PADA DESA PANDAMAAN KECAMATAN DANAU PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

#### TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal, 16 Juli 2024

Untuk dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Disetujui

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA<sup>R</sup>  
NIK. 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing

Jamil Rifani, S.Sos. MM  
NIDN. 1130118401

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Affian, S.Sos., M.AP, CIOnR, CIQaR  
NIK. 19891025 201807 1 030

# PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

## STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PESAING BISNIS SKINCARE ONLINE PADA DESA PANDAMAAN KECAMATAN DANAU PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA



Disusun Oleh:

SANIAH

NPM: 202163411202

Telah dipertahankan didepan Tim penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 16 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Diploma (D3).

### Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	
Ketua Merangkap Anggota	Jamil Rifani, S.Sos., M.M	
Sekretaris Merangkap Anggota	Nurul Hasanah, S.Pd, M.M	

Amuntai, 16 Juli 2024

Ketua  
Program Studi Administrasi Bisnis  
  
Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA<sup>R</sup>  
NIK. 19940609 201509 1 020

Ketua  
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai  
  
Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP, CIQnR, CIQaR  
NIK. 19891025 201807 1 030

## ABSTRACT

**SANIAH NPM: 202163411202 "MARKETING STRATEGY IN FACING COMPETITORS IN THE ONLINE SKINCARE BUSINESS IN PANDAMAAN VILLAGE DANAU PANGGANG DISTRICT, HULU SUNGAI UTARA DISTRICT".**

*Under the guidance of Mr. Jamil Rifani, S.Sos., M.M.*

*Strategy is a potential action that requires top management decisions and large company resources, determining the success of the company's life and death. The problem phenomenon is the rapid competition in online businesses in the skincare sector, various types of skincare are emerging. The aim of this research is first to find out what marketing strategy the owner of Shiny by NL uses in facing online skincare business competitors in Pandamaan Village, Danau Panggang District, North Hulu Sungai Regency. Second, to find out what factors influence the marketing strategy carried out by the owner of Shiny by NL in facing online skincare business competitors in Pandamaan Village, Danau Panggang District, North Hulu Sungai Regency.*

*This research is a type of qualitative descriptive research. Data collection techniques through interviews, observation and documentation. The data analysis techniques used are data condensation, data display, drawing/conclusion verification, and triangulation. Test the credibility of the data using time extension, increasing persistence, triangulation, using appropriate references, and holding member checks.*

*The conclusion of the marketing strategy in facing competitors in the Shiny by NL ONLINE skincare business in Pandamaan village, Danau Panggang subdistrict, Hulu Sungai Utara district, can be concluded that First, the product strategy is that the Shiny by NL Shop places great importance on the quality of the products they sell according to the needs of the customer's skin. Second, the pricing strategy here is the pricing carried out by the Shiny by NL Skincare Shop, namely using standard prices according to the selling price given by the owner. Third, the location strategy where the place or location of the Shiny by NL Skincare Shop is known to be quite strategic because it is located on the side of a public road. Fourth. The promotion strategy used by Mrs. Maulida's Shiny by NL Skincare Shop is by using WhatsApp social media plus relying on acquaintances to carry out word of mouth promotions.*

*Suggestions regarding promotions should be further improved, with the increasingly advanced social media technology, it is hoped that the Shiny by NL Skincare Shop can compete with other similar businesses that were previously established. Promotion can be done by diligently advertising the products being marketed, of course by displaying lots of testimonials on the results of using Shiny by NL skincare products to attract customers so that people who see the product promotion feel interested.*

**Keywords : Strategy, Business, Online**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI.....</b>	<b>iv</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
1. Secara teoritis.....	7
2. Secara praktis .....	7

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Teoritis .....	11

2. Pengertian Strategi .....	11
3. Pengertian Pemasaran .....	13
4. Pengertian Strategi Pemasaran.....	15
5. Pengertian Bisnis.....	17
C. Kerangka Pemikiran .....	20
B. Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi Penelitian .....	12
B. Pendekatan Penelitian.....	12
C. Tipe Penelitian.....	12
D. Data dan Sumber Data .....	22
1. Data .....	22
2. Sumber Data .....	22
E. Desain Operasional Penelitian .....	23
C. Tabel 3.1 Desain Operasional Penelitian .....	24
F. Teknik Pengumpulan Data.....	24
G. Teknik Analisis Data .....	26
H. Uji Kredibilitas Data.....	29

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
1. Sejarah Toko Distributor Skincare Shiny by NL .....	33

2. Visi dan Misi.....	34
3. Data Informan.....	35
B. Hasil dan Pembahasan.....	35
1. Hasil Paparan Data.....	35
2. Pembahasan.....	53

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	53

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nama Produk Serta Label Harga .....	4
Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
Tabel 3.1 Desain Operasional Penelitian .....	24
Tabel 4.1 Data Informan.....	35