

**TINJAUAN PROMOSI TOKOPEDIA DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN BISNIS *ONLINE***

LAPORAN TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS : Noni Pronika  
NIM : 33118010028

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**TINJAUAN PROMOSI TOKOPEDIA DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN BISNIS *ONLINE***

Laporan Tugas Akhir Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mercu Buana Jakarta



**NAMA : Noni Pronika**

**NIM : 33118010028**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama : Noni Pronika  
NIM : 33118010028  
Program Studi : D3 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : TINJAUAN PROMOSI TOKOPEDIA DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN BISNIS ONLINE  
Tanggal Sidang : 3 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



U N I V Yennida Parmariza, S.Sos.,MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi D3 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Ikhyandini Garindia Atrisyanti, S.Mn., M.MT

LPTA 09210498



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Noni Pronika  
NIM : 33118010028  
Program Studi : D3 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan laporan tugas akhir ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Agustus 2021



Noni Pronika

33118010032

## RINGKASAN

Pemasaran pada dasarnya adalah sebagai salah satu aspek sangat penting bagi suatu perusahaan dan juga menjadi alasan bagaimana strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk menghadapi persaingan. Sementara itu dalam bauran pemasaran, terdapat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi), dan dalam pemasaran jasa ada alat pemasaran tambahan seperti *people* (orang), fasilitas fisik (*physical evidence*), dan *process* (proses). dan bauran promosi merupakan elemen yang sangat penting yang mencakup kegiatan periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung. Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran dan pelaksanaan promosi yang dilakukan Tokopedia. Desain penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif. berdasarkan Fakta yang didapat pada Tokopedia bahwa kegiatan promosi yang sudah dilakukan adalah *Advertising, Sales promotion, Public Relations, Media social, dan Direct marketing*. Kegiatan Pemasaran tersebut sudah cukup baik hanya saja kegiatan promosi *Public relation* tidak cukup berpengaruh. Maka dari itu, Tokopedia perlu memfokuskan kegiatan promosi khususnya dalam kegiatan *event*.

Kata Kunci: *Pemasaran, Bauran Pemasaran, Bauran Promosi, instrumen bauran promosi.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya dan terima kasih kepada Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul “Tinjauan Promosi Tokopedia Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis *Online*”. Laporan tugas akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

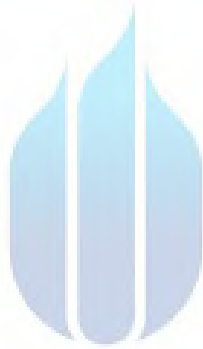
Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan tugas akhir ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Ibu Ikhyandini Garindia Atrisyanti, S.Mn, M.MT selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen.
4. Pembimbing lapangan di Tokopedia yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat pada saat penulis melakukan magang.
5. Manajemen dan Karyawan-Karyawan Tokopedia yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan observasi.
6. Para dosen FEB Universitas Mercu Buana yang telah mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan penuh kesabaran bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Salsabila, Rona, Novianita, Sarah, serta teman-teman D3 Manajemen dan MICE yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu. Semoga kita semua dapat mewujudkan impian kita.
9. Teman-teman Paduan Suara Mahasiswa Universitas Mercu Buana Angkatan 2018 khususnya Erza, Fera, Kak Dewi, Tita, yang selalu membantu, memberikan semangat dan waktu kepada penulis.
10. Teman-teman dan para sahabat khususnya Amel dan Nadia yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada penulis, semoga kita dapat mewujudkan impian kita.

11. Teristimewa, kedua orang tua tercinta dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam laporan tugas akhir ini. Akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya

Jakarta 21, Agustus 2021



Noni Pronika

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusah Masalah .....	4
C. Tujuan Penulisan Tugas Akhir .....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metode Penelitian.....	4
1. Desain Penelitian.....	5
2. Metode Pengumpulan Data .....	5
3. Metode Analisis Data .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori.....	8
1. Pemasaran.....	8
2. Bauran Pemasaran .....	9
3. Promosi .....	12
4. Bauran Promosi.....	13
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Kerangka Berfikir Penelitian.....	17
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
1. Data Primer.....	42
a. Teknik Wawancara .....	43
b. Teknik Pengamatan/ <i>Observasi</i> .....	44
2. Data Sekunder .....	45
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
1. Sejarah dan Gambaran Umum Perusahaan .....	46
2. Visi dan Misi Tokopedia .....	57
3. Tujuan Tokopedia .....	67
4. Logo dan Maskot Tokopedia.....	69
5. DNA Tokopedia .....	71



6. Slogan Tokopedia.....	72
7. Struktur Organisasi Tokopedia.....	74
B. Pembahasan.....	58
1. Produk.....	59
2. Proses Pemesanan Produk Tokopedia.....	63
3. <i>Strategi Marketing</i> Tokopedia.....	67
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
A. Simpulan .....	82
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penjualan E-commerce di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 e-commerce terpopuler tahun 2021 .....	5
Gambar 1.4 Top e-commerce Kuartal I 2017-Kuartal II 2019 .....	20
Gambar 1.5 e-commerce kunjungan terbesar kuartal III-2019 .....	21
Gambar 3.1 Logo dan Maskot Tokopedia .....	26
Gambar 3.2 Struktur organisasi Tokopedia .....	29
Gambar 3.3 Tampilan kategori produk Tokopedia .....	31
Gambar 3.4 Tampilan registrasi Akun pengguna Tokopedia .....	34
Gambar 3.5 Tampilan beranda Tokopedia.....	34
Gambar 3.6 Tampilan Biodata Diri.....	35
Gambar 3.7 Tampilan search engine/ mesin pencari produk.....	35
Gambar 3.8 informasi produk yang dipilih.....	36
Gambar 3.9 metode pembayaran .....	36
Gambar 3. 10 Detail Pembayaran .....	37
Gambar 3.11 Tampilan salah satu Iklan Televisi Tokopedia.....	39
Gambar 3.12 Tampilan sosial media instagram Tokopedia.....	40
Gambar 3.13 Sosial media Facebook Tokopedia.....	40
Gambar 3.14 Sosial media Twitter Tokopedia .....	41
Gambar 3.15 loyalty gift Tokopedia dalam bentuk Giveaway .....	42
Gambar 3.16 loyalty gift Tokopedia dalam bentuk cashback dan gratis ongkir...	42
Gambar 3.17 BTS sebagai brand ambassador Tokopedia .....	45
Gambar 3.18 Blackpink sebagai brand ambassador Tokopedia .....	46
Gambar 3.19 BTSxTokopedia Trending di Twitter .....	47
Gambar 3.20 BLACKPINKxTokopedia Trending di Twitter .....	47
Gambar 3.21 Konferensi pers Waktu Indonesia Belanja TokopediaXGojek .....	48
Gambar 3.22 event Waktu indonesia belanja (WIB) Tv show Tokopedia .....	49
Gambar 3.23 Boy Grup NCT Dream bintang tamu di Tokopedia WIB .....	50
Gambar 3.24 girl grup Aespa bintang tamu di Tokopedia WIB .....	50
Gambar 3.25 Kegiatan Tokopedia Roadshow .....	50
Gambar 3.26 e-commerce pengunjung web bulanan terbesar kuartal III-2019...	54
Gambar 3.27 marketplace yang paling banyak diakses di internet.....	55
Gambar 3.28 Prediksi nilai Transaksi Tokopedia.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	90
-------------------------------------	----

