

IMPLEMENTASI PROMOSI PENJUALAN *E-COMMERCE* SHOPEE

LAPORAN TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Tasya Nadinda Aprilia
NIM : 33118010043

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

IMPLEMENTASI PROMOSI PENJUALAN *E-COMMERCE* SHOPEE

Laporan Tugas Akhir Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Tasya Nadinda Aprilia
NIM : 33118010043

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LAPORAN TUGAS AKHIR
IMPLEMENTASI PROMOSI PENJUALAN *E-COMMERCE* SHOPEE

Oleh :

Tasya Nadinda Aprilia

NIM : 33118010043

Disetujui untuk Ujian Laporan Tugas Akhir

pada Tanggal

22 Juli 2021

Ikhyandini Garindia Atristyanti, S.Mn, M.MT

Pembimbing ()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Ketua Program Studi D3 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



Ikhyandini Garindia Atristyanti, S.Mn, M.MT

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama : Tasya Nadinda Aprilia
NIM : 33118010043
Program Studi : D3 Manajemen
Judul : Implementasi Promosi Penjualan *E-commerce* Shopee
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing



Ikhyandini Garindia Atristyanti, S.Mn, M.MT

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi D3 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si



Ikhyandini Garindia Atristyanti, S.Mn, M.MT

LPTA 08210257



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tasya Nadinda Aprilia

NIM : 33118010043

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 melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juli 2021



Tasya Nadinda Aprilia

NIM : 33118010043

RINGKASAN

Laporan tugas akhir ini dilakukan dengan cara observasi mandiri oleh penulis secara *online* melalui aplikasi, *website*, dan sosial media Shopee serta wawancara dengan 9 responden. Observasi berlangsung dalam waktu 2 bulan. Pelaksanaan laporan tugas akhir ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui implementasi promosi penjualan yang dilakukan oleh *E-commerce* Shopee. Promosi penjualan adalah segala bentuk promosi dan insentif jangka pendek yang ditawarkan kepada calon konsumen atau pelanggan yang bertujuan untuk menarik minat beli konsumen dan mendorong penjualan produk atau jasa dengan segera. Hasilnya, promosi penjualan yang dilakukan Shopee yaitu berupa *free premium gifts, vouchers, cash refund offers, price off deals, contest and sweepstakes, point of purchase, bonus packs, loyalty program* serta *event marketing*. Adapun jenis promosi penjualan yang paling diminati yakni *voucher* gratis ongkir dan *cashback*.

Kata Kunci : *E-commerce*, Shopee, Promosi Penjualan



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul "Implementasi Promosi Penjualan *E-commerce* Shopee". Laporan tugas akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D-III Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Ikhyandini Garindia Atristyanti, S.Mn, M.MT selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana .
4. Ibu Ikhyandini Garindia Atristyanti, S.Mn, M.MT selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, pengetahuan serta saran yang sangat bermanfaat demi terlaksananya laporan tugas akhir ini.
5. Para dosen FEB di Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

6. Bapak atau Ibu bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah bersedia membantu segala urusan administrasi.
7. Bapak Onggo Pramudito, ST., MM dan Bapak Mas Wahyu Wibowo, ST., MAB., Ph.D selaku dosen penguji ujian akhir laporan tugas akhir, yang telah memberikan saran dan masukan agar laporan tugas akhir ini menjadi lebih baik.
8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta serta saudara-saudara penulis yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
9. Dita, Pute, Rona, Asti, Oliffah, Amanda serta seluruh teman-teman D3 Manajemen dan MICE FEB UMB angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Semoga kita bisa mewujudkan impian kita.

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, 22 Juli 2021

Tasya Nadinda Aprilia



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Metode Penelitian.....	5
1. Desain Penelitian	5
2. Metode Pengumpulan Data	6
3. Metode Analisis Data	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	7
1. Pemasaran (<i>Marketing</i>)	7
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	10
4. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	12

5. <i>Electronic Commerce</i>	16
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Berpikir Penelitian	23
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	24
1. Profil PT Shopee International Indonesia	24
2. Visi Misi PT Shopee International Indonesia	25
3. Tujuan PT Shopee International Indonesia	25
4. Nilai-nilai PT Shopee International Indonesia	25
5. Perkembangan dan Penghargaan PT Shopee International Indonesia	27
6. Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia	30
B. Pembahasan	32
1. Pelaksanaan Penelitian	32
2. Kategori Produk dan Layanan Shopee	33
3. Implementasi Promosi Penjualan Shopee	34
4. Promosi Penjualan Shopee Pada Pengguna Aplikasi	50
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	52
A. Simpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Presentase Pengunjung <i>E-commerce</i> 2021.....	2
Gambar 1.2 Pengunjung Situs Bulanan <i>E-commerce</i>	3
Gambar 3.1 Logo Shopee	24
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Shopee	30
Gambar 3.3 Produk dan Layanan Shopee	33
Gambar 3.4 Hadiah Gratis Shopee	35
Gambar 3.5 <i>Voucher</i> Gratis Ongkir Shopee	36
Gambar 3.6 <i>Voucher</i> Diskon Shopee	38
Gambar 3.7 <i>Voucher Cashback</i> Shopee	39
Gambar 3.8 <i>Flash Sale</i> Shopee	40
Gambar 3.9 <i>Giveaway</i> Shopee	42
Gambar 3.10 Kompetisi Shopee.....	43
Gambar 3.11 Shopee Games.....	44
Gambar 3.12 Shopee 12.12 Birthday Sale	45
Gambar 3.13 Shopee Live	46
Gambar 3.14 <i>Bonus Packs</i> Shopee.....	47
Gambar 3.15 Shopee Loyalty	48
Gambar 3.16 <i>Event</i> Shopee	49

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Perkembangan dan Penghargaan PT Shopee International Indonesia	27



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Wawancara Responden.....	56
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	57

