



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Indria Desrianti
44318010057

Penggunaan Marketplace *Shopee* Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan
(Studi Pada Akun *Shopee @Eightiesmonday*)

Jumlah Halaman : 5 Bab 88 halaman + lampiran
Bibliografi : 26 jurnal + 15 buku + 3 internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi memunculkan sebuah komunikasi pemasaran berbasis online, saat ini banyak bisnis yang menawarkan pemasarannya melalui media online. Internet adalah jaringan komunikasi tanpa batas yang menjangkau jutaan komputer di seluruh dunia. Pemasaran tidak bisa lagi hanya mengandalkan toko konvensional, tapi harus merambah ke arah online. Maka sebagai pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) harus bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Karena perkembangan teknologi turut merubah gaya hidup masyarakat jadi lebih suka belanja melalui online shop, ketimbang mengunjungi langsung toko fisik. Praktis menjadi alasan online shop kian jadi primadona.

Dalam penelitian ini, peneliti focus pada strategi yang digunakan dalam proses pemasaran oleh *eightiesmonday* melalui marketplace *shopee* untuk meningkatkan penjualan.

Penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini berhasil menyimpulkan Penggunaan Marketplace *Shopee* Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan *Eighties Monday* yaitu dengan menggunakan strategi promosi yang ada pada fitur *shopee* yaitu Jaringan Influencer *Shopee (Affiliate Marketing Solusions)*.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Marketplace, Strategi Komunikasi Pemasaran.



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Field of Study Advertising and Marketing Communication
Indria Desrianti
44318010057

Use of Shopee Marketplace as a Strategy to Increase Sales (Study on Shopee Account @Eightiesmonday)
Number of Pages: 66 pages + 16 attachments
Bibliography: 26 journals + 15 books + 3 internet

ABSTRACT

The development of information technology gave rise to an online-based marketing communication, nowadays many businesses offer their marketing through online media. The Internet is a borderless communication network that reaches millions of computers around the world. Marketing can no longer rely solely on conventional stores, but must expand online. So as small and medium enterprises (MSMEs) must be able to adapt to technological developments. Because technological developments have also changed people's lifestyles, they prefer shopping through online shops, rather than visiting physical stores directly. Practically the reason online shops are increasingly becoming excellent.

In this study, researchers focus on the strategies used in the marketing process by eightiesmonday through the shope marketplace to increase sales.

This research is using descriptive qualitative research methods. The data collection technique in this study consists of primary and secondary data. Data collection is done by interview, observation, and documentation.

This study succeeded in concluding the use of the Shopee Marketplace as a strategy to increase sales of Eighties Monday, namely by using promotional strategies that exist in the shopee feature, namely the Shopee Influencer Network (Affiliate Marketing Solusions).

Keywords: Marketing Communication, Marketplace, Marketing Communication Strategy.