

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN UMKM USAHA BATIK 234**

SKRIPSI



Disusun oleh

Muhammad Arif Billah

19.96.1646

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN UMKM USAHA BATIK 234**

SKRIPSI

“Diajukan Sebagai Syarat Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar”



Disusun oleh

Muhammad Arif Billah

19.96.1646

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM USAHA BATIK 234**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Arif Billah
19.96.1646

telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi
pada tanggal 17, Juli 2023

Dosen Pembimbing



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A
NIK. (190302445)

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM USAHA BATIK 234**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Arif Billah
19.96.1646

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17, Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302445

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364

Audith M. Turmudhi, Drs., M.M
NIK. 190302358



Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelah Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 17, Juli 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufik Luthfi, S.T M.Kom
NIK : 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 25 Juli 2023


Muhaiminul Karim
NIM 19.96.1646

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh rahmat serta hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan *Marketplace* Shopee Sebagai Media Komunikasi Pemasaran UMKM Usaha Batik 234” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebuah syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan studi serta penulisan penelitian skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang tidak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Kadek Kiki Astria, M.A, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk memberikan arahan, kritik dan saran dalam proses penulisan penelitian ini.
4. Muhammad Zacky Anwar Makarim, Selaku narasumber serta subjek penelitian yang telah banyak meluangkan waktu untuk mendukung penelitian ini serta memberikan banyak sekali wawasan baru mengenai pemanfaatan marketplace shopee sebagai media komunikasi pemasaran.
5. Kedua Orang Tua saya yang selalu setia mensupport saya dalam menjalani perkuliahan dari awal hingga akhir.
6. Arin Faradela Artamevia, banyak memberikan support terkait informasi tanggal-tanggal penting terkait proses akhir perkuliahan dan juga mensupport saya dengan meluangkan waktu untuk saya dalam diskusi penelitian ini
7. Seluruh teman-teman saya yang memberikan semangat dan dukungan atas penyusunan penelitian ini

8. Yang terakhir saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri, Penulisan skripsi ini membawa perubahan yang besar bagi diri saya. Saya belajar banyak hal dalam memanage waktu, memanage prioritas pekerjaan, memanage mood dan kestabilan diri serta mempertimbangkan kesehatan. Terimakasih kepada diri ini, karena telah berusaha dengan giat serta dapat mengendalikan kestabilan diri untuk dapat menyelesaikan tanggung jawab sebagai seorang mahasiswa dan telah bertanggung jawab atas kesempatan pendidikan yang telah diberikan oleh orang tua. Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia dalam menerima kritikan yang membangun. Harapan penulis, penyusunan penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 6 maret 2023



Muhammad Arif Billah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
1.5. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Electronic commerce	8
2.1.1. Komponen E-commerce.....	8
2.1.2. Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	9
2.1.3. Metode Pembayaran pada <i>E-commerce</i>	10
2.1.4. Mekanisme perdagangan di sistem <i>E-commerce</i>	11
2.2. Komunikasi Pemasaran	11
2.3. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	15
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1. Metode Penelitian	19

BAB IV	24
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1. Hasil Peneliti.....	24
2.1.5. Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dalam UMKM	24
4.1.2. Strategi Pemasaran UMKM Batik 234 melalui <i>marketplace</i> shopee .	33
4.2. Pembahasan.....	37
4.2.1. Sejarah perusahaan Batik 234	37
4.2.2. Analisis Data Pemanfaatan Fitur-Fitur pada <i>marketplace</i> Shopee sebagai Media Komunikasi Pemasaran <i>Online Shop</i> Batik 234.	38
4.2.3. Implementasi Teori Komunikasi Pemasaran terhadap UMKM Batik 234	41
BAB V	44
PENUTUP	44
5.1. Kesimpulan.....	44
5.2. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	48
Lampiran 1	49
Pedoman Wawancara.....	49
Lampiran 2	51
Transkrip Wawancara	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun Shopee Batik 234

Gambar 4.2 Akun Instagram Batik 234

Gambar 4.3 foto Fitur Promo Toko Batik 234

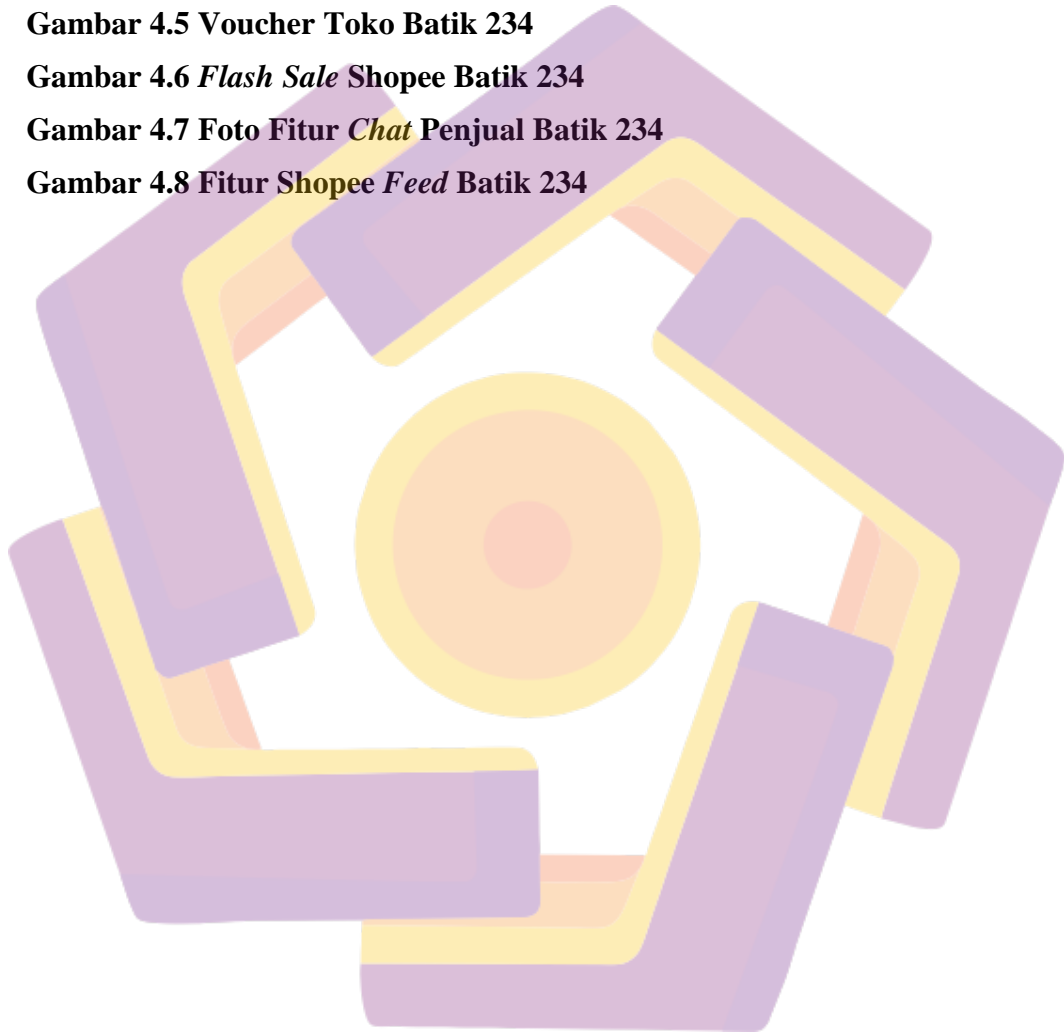
Gambar 4.4 Paket Diskon Batik 234

Gambar 4.5 Voucher Toko Batik 234

Gambar 4.6 *Flash Sale* Shopee Batik 234

Gambar 4.7 Foto Fitur *Chat* Penjual Batik 234

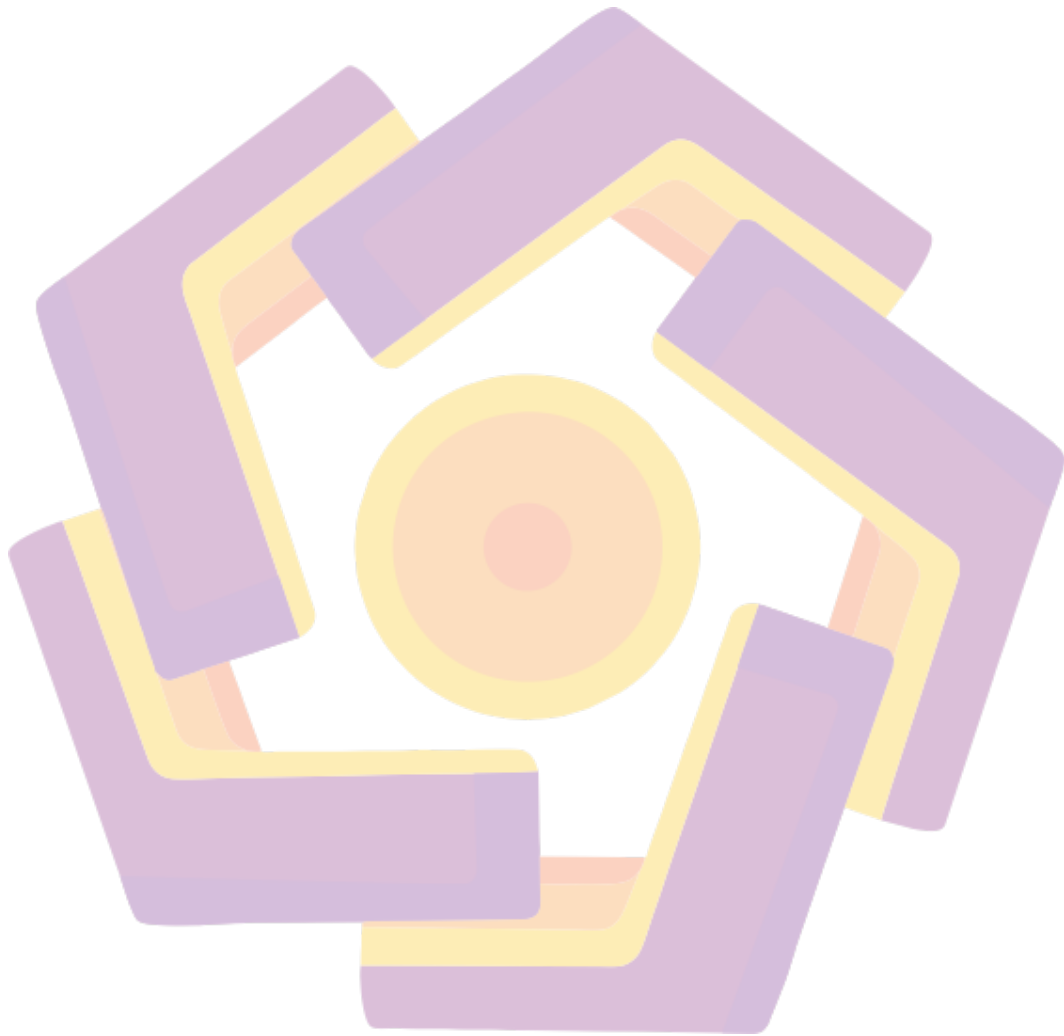
Gambar 4.8 Fitur *Shopee Feed* Batik 234



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Tabel 4.1 Tabel Produk Batik 234



INTISARI

Perkembangan teknologi informasi memunculkan sebuah komunikasi pemasaran berbasis *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang digunakan owner *online shop* Batik 234. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dengan prosedur pengumpulan data : Wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian melalui analisis bauran pemasaran dengan konsep 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), *process* (proses), *people* (orang) serta (*physical evidence* (bukti fisik). *Product*, *online shop* Batik 234 menjual produk-produk daster batik. *Price*, kebijakan *online shop* Batik 234 dalam menetapkan harga yaitu dengan menetapkan harga sedikit dibawah rata-rata penjual lain dengan pertimbangan peraturan dari shopee. *Place*, pihak pemberi jasa dan *customer* tidak bertemu secara langsung atau melalui *marketplace* shopee. *Promotion*, *online shop* Batik 234 memanfaatkan 6 dari 10 fitur pada *marketplace* shopee sebagai penunjang komunikasi pemasarannya meliputi fitur promo toko, fitur paket diskon, fitur voucher toko saya, fitur *flash sale*, fitur *chat* penjual, dan fitur shopee *feed*. *people*, orang yang terlibat di dalam perusahaan tentang karyawan yang bekerja di batik 234. Keterlibatan tersebut dapat mempengaruhi konsumen. *Process*, tahap bagaimana produk atau jasa sampai pada tangan konsumen dengan kata lain saluran distribusi suatu barang adalah keseluruhan kegiatan atau fungsi untuk memindahkan produk disertai dengan hak pemilikinya.

Kata kunci : **Marketplace, komunikasi, Pemasaran, Shopee**

ABSTRAK

The development of information technology gave rise to an online-based marketing communication. This study aims to determine the marketing communications used by the online shop owner Batik 234. This research uses a qualitative research approach, with data collection procedures: Interviews and documentation. Research results through analysis of the marketing mix with the 7P concept, namely product (product), price (price), place (place), and promotion (promotion), process (process), people (people) and (physical evidence). Product, batik 234 online shop sells batik negligee products Price, Batik 234 online shop policy in setting prices is to set prices slightly below the average price of other sellers taking into account the rules of shopee Place, service providers and customers do not meet directly or through the marketplace shopee. Promotion, online shop Batik 234 utilizes 6 out of 10 features on the marketplace.

Keywords: Marketplace, communication, Marketing, Shopee

