

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
PEMASARAN *ONLINE* UMKM UNDANGIN.YK**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh**

**Abdu Syakur**

**20.96.2125**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

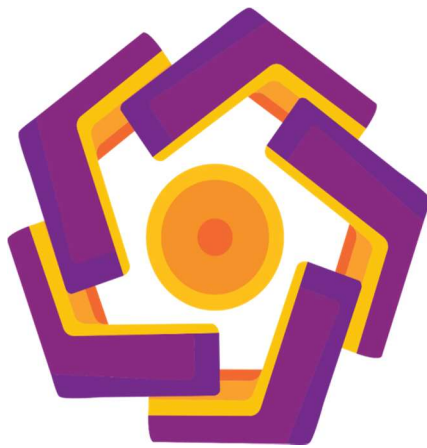
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
PEMASARAN *ONLINE* UMKM UNDANGIN.YK**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh**

**Abdu Syakur**

**20.96.2125**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA  
KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* UMKM UNDANGIN.YK**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**ABDU SYAKUR  
20.96.2125**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 8 Januari 2024

Dosen Pembimbing,



**Kartika Sari Yudaninggar, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302444**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PEMANFAATAN *MARKETPLACE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* UMKM UNDANGIN.YK**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**ABDU SYAKUR**  
20.96.2125

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal 25 Januari 2024

**Nama Penguji**

Kartika Sari Yudaningsar S.I.Kom., M.A I  
NIK. 190302444

Wiwid Adivanto, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIK. 190302477

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302360

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 25 Januari...2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah 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, 8 Januari 2024



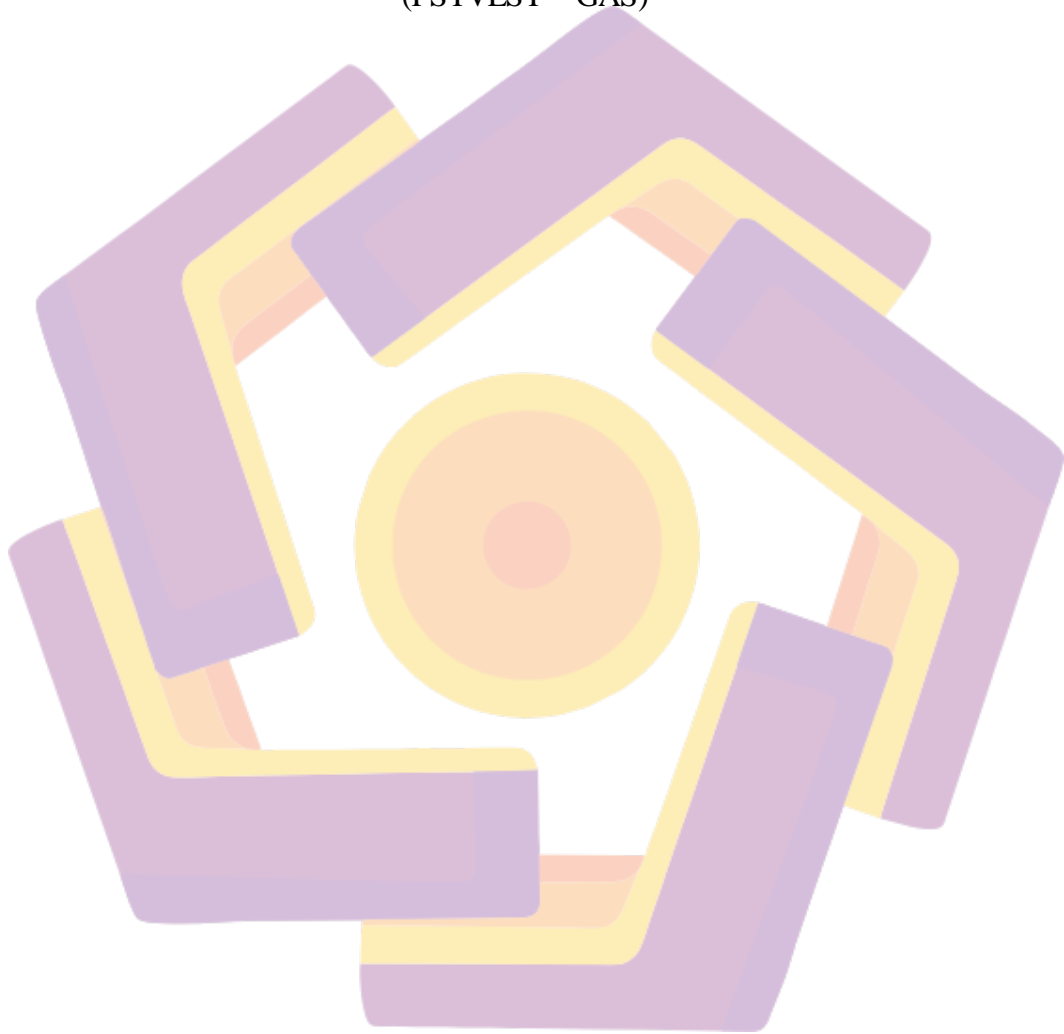
Abdu Syakur

NIM 20.96.2125

## MOTTO

*“Berjalan tidak sesuai rencana adalah jalan yang sudah biasa, jalan satu-satunya jalani sebaik yang aku bisa”*

(FSTVLST - GAS)





## 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 Online UMKM Undangin.YK” 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. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk memberikan arahan, kritik dan saran dalam proses penulisan penelitian ini.
4. Fariz Yudistyra Khoyri Kusuma, Ilyasa Naufal Hakim, Yahya Naufal Hakim, dan Zakia Rizki Nurrohmah, selaku narasumber serta subjek penelitian yang telah banyak meluangkan waktu untuk mendukung penelitian ini serta memberikan banyak sekali wawasan baru.
5. Kedua orang tua dan kakak saya yang selalu setia mendukung saya dalam menjalani perkuliahan dari awal hingga akhir.
6. Seluruh teman-teman saya yang memberikan semangat dan dukungan atas penyusunan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Penulis memohon kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya untuk penulis tetapi juga untuk semua pihak sehingga dapat memberi wawasan baru.



Yogyakarta, Januari 2024



Abdu Syakur



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam dunia bisnis, khususnya dalam ranah pemasaran yang semakin beralih ke *platform online*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan bagaimana UMKM Undangin.YK memanfaatkan *marketplace* Shopee sebagai media komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian melalui analisis bauran pemasaran menggunakan konsep 9P *product, price, place, promotion, process, people, physical evidence, payment, dan packaging*. *Product*, Undangin.YK menjual berbagai macam jenis undangan dengan beragam desain. *Price*, menetapkan kebijakan dalam penentuan harga yaitu dengan menetapkan harga sedikit dibawah rata-rata penjual lain dengan mempertimbangkan kompetitor di Shopee. *Place*, pihak pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung atau melalui *marketplace* Shopee saja untuk meminimalisir pengeluaran. *Promotion*, memanfaatkan fitur 7 dari 9 fitur yang disediakan Shopee sebagai penunjang komunikasi pemasarannya meliputi fitur promo toko untuk memberikan potongan harga yang menarik minat pelanggan, voucher ikuti toko untuk menarik pengikut baru, program star+ untuk memperoleh kepercayaan pelanggan, iklan Shopee untuk meningkatkan visibilitas produk dan toko, fitur chat penjual untuk memberikan pelayanan sebelum maupun setelah pembelian, fitur Shopee video untuk mengenalkan produk melalui video dan fitur Shopee live untuk mengenalkan produk serta berinteraksi kepada penonton secara *real-time*. *Process*, tahap distribusi produk melalui fitur chat penjual untuk menginformasikan produk dan pemahaman berapa lama proses pengerjaan serta bonus yang didapat. *People*, membagi tugas sesuai dengan keahlian masing-masing untuk menjaga kelancaran produksi dan meningkatkan kualitas pelayanan. *Physical evidence*, bukti fisik melalui penggunaan fitur live Shopee Undangin.YK untuk mengenalkan produk dan berinteraksi secara langsung. *Payment*, menyediakan semua metode pembayaran yang ada di Shopee untuk memudahkan dan menciptakan pengalaman positif pelanggan. *Packaging*, keamanan produk mendapatkan perhatian khusus untuk melindungi produk pesanan saat proses pengiriman agar tidak terjadi kerusakan.

Kata Kunci : *Marketplace*, Komunikasi Pemasaran, Shopee, Undangin.YK

## ABSTRACT

*The development of information technology has brought changes to the business world, especially in the marketing realm which is increasingly shifting to online platforms. This research aims to understand and describe how UMKM Undangin.YK utilizes the Shopee marketplace as a marketing communications medium. The research method used is a qualitative approach with data collection through observation, interviews and documentation. Research results through marketing mix analysis using the 9P concepts of product, price, place, promotion, process, people, physical evidence, payment, and packaging. Product, Undangin.YK sells various types of invitations with various designs. Price, setting a policy in determining prices, namely by setting prices slightly below the average of other sellers by considering competitors on Shopee. Place, service providers and customers do not meet directly or only through the Shopee marketplace to minimize expenses. Promotion, utilizing 7 of the 9 features provided by Shopee to support its marketing communications, including the shop promo feature to provide discounts that attract customer interest, shop follow vouchers to attract new followers, the star+ program to gain customer trust, Shopee advertising to increase product visibility and shop, seller chat feature to provide service before and after purchase, Shopee video feature to introduce products via video and Shopee live feature to introduce products and interact with viewers in real-time. Process, the product distribution stage through the seller's chat feature to provide information about the product and understand how long the processing time takes and the bonuses you will get. People, dividing tasks according to their respective skills to maintain smooth production and improve service quality. Physical evidence, physical evidence through the use of Shopee's live Undangin.YK feature to introduce products and interact directly. Payment, provides all payment methods on Shopee to make it easier and create a positive customer experience. Packaging and product safety receive special attention to protect ordered products during the delivery process so that damage does not occur.*

**Keywords:** Marketplace, Marketing Communications, Shopee, Undangin.YK