

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peran *E-commerce* Shopee Sebagai Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Mida Snack Toko Oleh-Oleh Khas Trenggalek)” yang ditulis oleh Riza Nur Chamida, NIM. 12405193300, Pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa dampak pada kemajuan perdagangan online khususnya di *e-commerce*. Kemudahan berbelanja online membuat pola konsumtif masyarakat menjadi meningkat. Berbelanja secara online dinilai lebih efektif dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Untuk saat ini *e-commerce* yang paling banyak di minati pembeli yaitu shopee. Shopee berada di kuartal kedua dengan rata-rata 158 juta pengunjung web site per bulan. Oleh karena itu perlu adanya peran *e-commerce* shopee sebagai media pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Manfaat dalam menggunakan *e-commerce* shopee sebagai media pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada Mida *Snack*. (2) Kemudahan dalam menggunakan *e-commerce* shopee untuk meningkatkan volume penjualan pada Mida *Snack*. (3) Peran fitur yang ditawarkan dalam *e-commerce* shopee untuk meningkatkan volume penjualan pada Mida *Snack*. Adapun tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan manfaat dalam menggunakan *e-commerce* shopee sebagai media pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada Mida *Snack*. 2) Untuk mendeskripsikan kemudahan dalam menggunakan *e-commerce* shopee untuk meningkatkan volume penjualan pada Mida *Snack*. 3) Untuk mendeskripsikan peran fitur yang ditawarkan dalam *e-commerce* shopee untuk meningkatkan volume penjualan pada Mida *Snack*.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk memahami fenomena. Sumber data penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan data observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi kondensasi data, penyajian data, verifikasi atau penyimpulan. Tahap-tahap penelitian meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap analisis data, dan tahap pelaporan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Manfaat yang dirasakan toko Mida *Snack* dalam menggunakan shopee sebagai media pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan yaitu meningkatkan *market exposure* atau pangsa pasar, menurunkan biaya operasional yang dikeluarkan, melebarkan jangkauan yang lebih luas, meningkatkan *customer loyalty*, dapat mengontrol manajemen toko dengan baik, akses informasi yang lebih cepat (2) Kemudahan yang dirasakan toko Mida *Snack* dalam menggunakan *e-commerce* shopee meliputi kemudahan untuk dipelajari, kemudahan yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen, kemudahan yang meningkatkan keterampilan, kemudahan untuk berinteraksi (3) Peran fitur yang di tawarkan dalam *e-commerce* shopee yang dirasakan meliputi fitur gratis ongkir, fitur *Cash On Demand* (COD), fitur *chat*, fitur *voucher* dan *cashback* dan fitur shopee *live*.

Kata kunci : *e-commerce*, pemasaran, shopee

ABSTRACK

Thesis with the title “The Role of shopee E-Commerce as a Marketing Media in Increasing Sales Volume (Case Study on Mida Snack Souvenir Shops Typical Trenggalek)’ written by Riza Nur Chamida, NIM. 124045193300, Supervisor Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

The rapid development of technology has an impact on the progress of online trading, especially in e-commerce. The ease of online shopping makes people's consumptive patterns increase. Online shopping is considered more effective and can be done anywhere and anytime. For now, the e-commerce that is most interested in buyers is Shopee. Shopee was in the second quarter with an average of 158 million website visitors per month. Therefore it is necessary to have the role of e-commerce shopee as a marketing medium to increase sales volume.

The formulation of the research problems are (1) The benefits of using e-commerce shopee as a marketing medium to increase sales volume at Mida Snack. (2) Ease of using e-commerce shopee to increase sales volume at Mida Snack. (3) The role of the features offered in e-commerce shopee to increase sales volume at Mida Snack. The purposes of this study are 1) To describe the benefits of using e-commerce shopee as a marketing medium to increase sales volume at Mida Snack. 2) To describe the ease of using e-commerce shopee to increase sales volume at Mida Snack. 3) To describe the role of the features offered in e-commerce shopee to increase sales volume at Mida Snack.

his research uses a type of descriptive qualitative approach. Qualitative research is a research aimed at understanding phenomena. The data sources of this research are primary data and secondary data. Methods of data collection using participatory observation data, in-depth interviews, and documentation. Data analysis techniques include data condensation, data presentation, verification or inference. The research stages include the preparation stage, the implementation stage, the data analysis stage, and the reporting stage

The results of this study indicate that: (1) The benefits felt by the Mida Snack shop in using shopee as a marketing medium to increase sales volume are increasing market exposure or market share, reducing operational costs incurred, expanding a wider reach, increasing customer loyalty, can control store management properly, access information faster (2) The ease that Mida Snack shops experience in using e-commerce shopee includes ease of learning, convenience according to what consumers want, convenience that enhances skills, ease of interaction (3) The role of the features offered in e-commerce shopee which are felt include free shipping features, Cash On Demand (COD) features, chat features, voucher and cashback features and shopee live features.

Keywords: e-commerce, marketing, shopee