

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *E-Commerce* Dalam Peningkatan Penjualan Sepatu pada Toko *Online Mailsecond* “ yang ditulis oleh Ivan Bayu Pranata NIM. 12402183388, pembimbing Moh. Rois Abin, M.Pd.I

Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi komunikasi adalah munculnya system jual beli online atau yang sering dikenal sebagai *e-commerce*. Adanya budaya belanja online ini membuat merek-merek fesyen lokal mulai naik daun, khususnya pada merek-merek sepatu. Salah satu merek sepatu lokal yang di minati anak muda di tanah air adalah Mailsecond. Mailsecond merupakan merek sepatu kasual yang bersal dari Kabupaten Tulungagung. Banyak mereksepatu lokal yang menggunakan *e-commerce* sebagai sarana memasarkan produknya, berbagai cara dilakukan untuk menonjolkan keunggulan-keunggulan dari produk mereka melalui *e-commerce*. Untuk melihat bagaimana strategi *e-commerce* dalam peningkatan penjualan sepatu dari toko onlineMailsecond perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Pada akhirnya peneliti memutuskan untuk mengambil judul “Strategi *E-Commerce* dalam Peningkatan Penjualan Sepatu pada Toko *Online Mailscond*”

Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiandeskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan dengan kondensasi data, kemudian data akan disajikan dalam bentuk uraian dan dihubungkan dengan teori, lalu ditarik kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi.

Hasil penelitian yang adalah: (1)Desain Tampilan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada Toko *Online Mailsecond*, adalah: (a)Menggunakan model dan influencer pada konten Instagram (b) Menerapkan konsep fotografi disposable pada konten Instagram (c)Menggunakan caption bersifat edukatif dan persuasive pada konten Instagram (d)Menerapkan konsep catalog pada foto produk di Shopee.; (2) Intensitas Penggunaan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada Toko *Online Mailsecond*: (a) Menggunakan instastory sebagai konten utama Insragram (b) Melakukan posting satu kali dalam sehari (c) Menggunakan promo toko pada Shopee setiap waktu (d)Menggunakan voucher toko pada Shopee ketika akan merilis produk baru (e) Menggunakan promo kombo hemat pada Shopee sesekali waktu.; (3) Layanan Pelanggan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada Toko *Online Mailsecond*: (a) Membalas chat secara manual (b) Menggunakan chatbroadcast (c) Mengirimkan barang kembali dan menggratiskan ongkirnya ketika terjadi kesalahan pengiriman (d) Memberikan fasilitas tukar barang (e) Memberikan penawaran kepada pelanggan baru (e)Mempercepat proses pengemasan barang.

**Kata kunci:**Desain Tampilan,*E-Commerce*, Intensitas Penggunaan, Layanan Pelanggan

## ABSTRACT

*This isentitled "E-Commerce Strategy in Increasing Shoe Sals at Mailsecond Online Stores" written by Ivan Bayu Pranata NIM. 12402183388, supervisor Moh. Rois Abin, M.Pd.I*

*One form of the development of communication technologyis the emergence of an online buying and selling system or what is often known as e-commerce. The existence of this online shopping culture has made local fashion brands start torise, especially shoe brands. One of the local shoe brands that is of interestt o young people in Indonesia is Mailsecond. Mailsecondis a casual shoe brand originating from Tulungagung Regency. Many local shoe brand suse e-commerce as a mean sof marketing their products, various ways are used to highlight the advantages of their producs through e-commerce. To see how the e-commerce strategyis in increasing shoe sales from the Mailsecond online store, further research is needed. In the end the researcher decided to take the title "E-Commerce Strategy in Increasing Shoe Salesat Mailscond Online Stores"*

*The research methodused is using a qualitative approach and descriptivere searchtype. Data collection techniques used through observation, interviews and documentation. Data analysis techniques are carried out by condensing data, then the data will be presented in the form of descriptions and connected with theory, then conclusions are drawn. Checking the validity of the data is done by triangulation technique.*

*The results of theresearch are: (1) E-Commerce Display Design in Increasing Shoe Sales at Mailsecond Online Stores, are: (a) Using models and influencers on Instagram content (b) Applying the concept of disposable photography on Instagram content (c) Using captions that are educative and persuasive on Instagram content (d) Applying the catalog concept to product photos at Shopee.; (2) Intensityof E-Commerce Use in Increasing Shoe Sales at Mailsecond Online Stores: (a) Using Instastory as the main content of Insragram (b) Posting once a day (c) Using store promoson Shopee everytime (d) Using vouchers shop on Shopee when releasing new products (e) Use a combofrugal promo on Shopee occasionally.; (3) E-Commerce Customer Service in Increasing Shoe Sales at Mailsecond Online Stores: (a) Replying to chats manually (b) Using broadcast chat (c) Sending goods back and getting the postage free when a delivery erroroccurs (d) Providing goods exchange facilities (e) Providing offers to new customers (e) Speeding up the process of packaging goods.*

**Keywords:***Customer Service, Display Design, E-Commerce, UsageIntensity,*