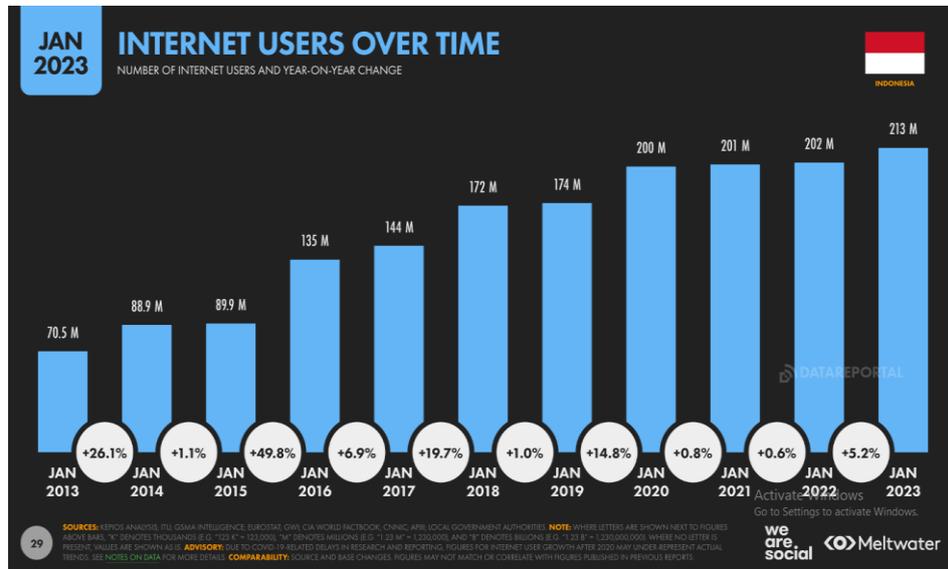


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi internet di dunia semakin berkembang dengan pesat. Kehadiran internet sebagai media informasi dan komunikasi semakin diterima dan dibutuhkan oleh masyarakat di dunia. Indonesia sebagai negara berkembang, dimana penduduknya sangat menerima dan terbuka dengan teknologi baru membuat masyarakat tidak lepas dari penggunaan internet.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia.

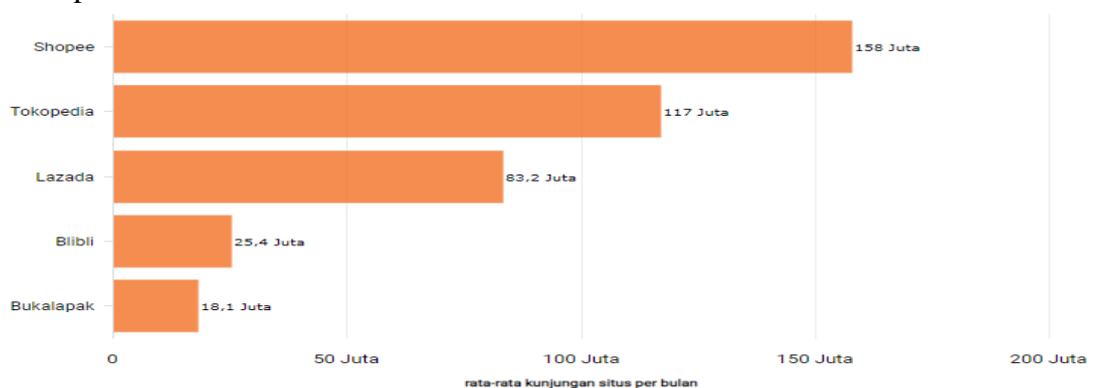
Sumber: Hootsuite, (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023

Hasil survei We Are Social menunjukkan bahwa Pengguna Internet pada tahun 2023 di Indonesia menyentuh angka 213 juta jiwa, yaitu 77% dari total penduduk di Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa (Indonesian Digital Report, 2023).

Pemanfaatan internet mengalami peningkatan yang signifikan di berbagai sektor kehidupan baik secara individu maupun organisasi termasuk juga bagi dunia Industri. Indonesia sudah menjadi salah satu negara di dunia yang telah melakukan transaksi perdagangan bisnis secara online. Para

pelaku bisnis memanfaatkan media online dalam menawarkan barang maupun jasa. Hal ini didorong oleh meningkatnya minat berbelanja dari masyarakat Indonesia secara daring, dimana kegiatan berbelanja yang dulu hanya dilakukan di toko secara langsung, sekarang dapat dilakukan melalui online dengan cepat, mudah, dan aman. Transaksi bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis dengan konsumen dalam jaringan elektronik seperti internet dikenal dengan *e-commerce*. Kegiatan *e-commerce* merupakan aktivitas transaksi jual beli barang, dengan menggunakan alat elektronik yang terhubung dengan internet atau juga dapat disebut dengan perdagangan elektronik. Saat ini persaingan bisnis antara vendor *e-commerce* sangatlah besar dan masih besar peluang untuk mendapatkan calon konsumen. *E-commerce* yang sangat erat keterkaitannya dengan *e-business* dan *e-marketing* tentu saja membuat perusahaan memperluas segmentasi pasar salah satunya dengan menggunakan *platform marketplace*. Situs *marketplace* bertindak sebagai penyedia layanan dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. *E-commerce* jenis *marketplace* yang ada di Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, Bukalapak.

Shopee termasuk sebagai salah satu *marketplace* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia Berikut adalah statistik menurut Lembaga survey Databoks, 5 *E-Commerce* dengan pengunjung terbanyak pada Kuartal I 2023:



Gambar 1.2 5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia (Kuartal I 2023)

Sumber: Databoks, 2023

Berdasarkan gambar di atas Shopee merupakan *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 158 juta pengunjung, pada *e-commerce* Tokopedia diurutan kedua dengan jumlah yaitu 117 juta pengunjung. Lazada diurutan ketiga dengan jumlah 83,2 juta pengunjung. Blibli diurutan keempat dengan jumlah 25,4 juta pengunjung sedangkan Bukalapak diurutan terakhir dengan jumlah pengunjung yaitu 18,1 juta pengunjung.

Strategi pemasaran berperan penting di suatu bisnis agar bisnis tetap hidup, karena strategi pemasaran merupakan usaha untuk memasarkan produk atau jasa dengan pola perencanaan dan metode yang terstruktur agar perusahaan bisa menjual produk atau jasa dalam jumlah lebih banyak lagi yang berarti meningkatkan omset penjualan dari suatu bisnis.

elemen-elemen strategi pemasaran merupakan salah satu contoh dari banyaknya strategi pemasaran. Elemen-elemen strategi pemasaran yaitu pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, saluran distribusi dan komunikasi pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian Chatrine yang berjudul Elemen Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kain Songket Pada Fikri Koleksi Palembang (2017), elemen strategi pemasaran yang diterapkan oleh Fikri Koleksi yaitu:

- a. Pemilihan Pemasaran, Fikri Koleksi memilih masyarakat menengah ke atas untuk konsumennya karena harga yang ditawarkan tergolong mahal.
- b. Perencanaan Produk, Fikri Koleksi menjual beberapa motif kain songket seperti Lepus, Bunga Cina, Limar, dan Cantik Manis.
- c. Penetapan Harga, Fikri Koleksi memiliki harga yang ditawarkan mulai dari Rp 1,5 – Rp 75 juta, harga yang dilihat dari beberapa kriteria mulai dari motif, bahan baku yang dipakai, waktu pengerjaan dan kerapihan Kain Songket.

- d. Saluran Distribusi, Fikri Koleksi memproduksi Kain Songket tersebut dan langsung menjual tanpa mengandalkan pihak kedua.
- e. Komunikasi Pemasaran, Fikri Koleksi mengikuti pameran sebagai kegiatan promosi baik pameran dalam maupun di luar Palembang. Berdasarkan elemen yang didapat peneliti terdahulu pada Fikri Koleksi menggunakan kelima elemen strategi pemasaran tersebut.

Usaha Toko Ilham Songket Palembang yang awalnya menerapkan strategi konvensional yang mana sangat mudah untuk dipahami oleh pelaku usaha maupun semua orang, dengan memanfaatkan konsumen yang datang ke toko mampu memberikan kinerja toko ini secara maksimal. Seiring perkembangan zaman, strategi pemasaran semakin berkembang. Perkembangan pengguna media sosial semakin membuka peluang promosi usaha melalui media baru yang belum dikenal oleh masyarakat. Salah satu media baru yang bisa digunakan oleh pelaku usaha saat ini untuk mengembangkan usahanya yaitu menggunakan *marketplace* Shopee, seperti strategi penggunaan fitur-fitur penjualan yang sudah disediakan oleh Shopee untuk penjual agar bisa memaksimalkan penjualan dari produk yang dijual.

Salah satu toko songket di Palembang yang menggunakan elemen strategi pemasaran tersebut adalah Toko Ilham Songket Palembang, Toko Ilham Songket Palembang, sudah menggunakan elemen-elemen strategi pemasaran yang berupa pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, saluran distribusi dan komunikasi pemasaran.

Pemilihan pasar dari Toko Ilham Songket yaitu masyarakat kelas menengah keatas atau yang berpenghasilan 5 juta keatas, dikarenakan harga songket yang dijual mulai dari harga Rp. 1.2-7 juta. Produk songket yang dihasilkan dari Toko Ilham Songket dibuat sendiri oleh pengrajin khusus dengan memberikan bahan-bahan dan ada juga yang mengambil songket yang sudah jadi dari pengrajin dan dijual Kembali. Penetapan harga, Toko Ilham Songket menentukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, seperti motif, semakin rumit motif dari sebuah songket maka akan semakin mahal,

lalu berdasarkan benang yang digunakan, apakah songket itu menggunakan benang emas, benang sutra, benang perak, benang silver. Saluran distribusi Toko Ilham Songket yaitu sebagai produsen yang langsung menjual produk kepada konsumen, dan juga mengandalkan pihak kedua yaitu reseller yang membeli produk songket dari Toko Ilham Songket, lalu menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi. Toko Ilham Songket memiliki *reseller* sistem terikat dan sistem lepas, sistem terikat yang menjual kembali dengan nama Toko Ilham Songket, dan sistem lepas yang menjual kembali tanpa mengatasnamakan Toko Ilham Songket, *reseller* Ilham Songket memiliki grup Whatsapp yang diarahkan langsung oleh Ilham Songket. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Ilham Songket yaitu melalui media sosial, seperti memposting di Instagram, Tiktok, Facebook, dan juga Shopee, serta Toko Ilham Songket juga mengikuti pameran-pameran/event di luar kota.

Toko Ilham Songket Palembang menggunakan *marketplace* Shopee sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan kain songketnya, Toko Ilham Songket menggunakan Shopee sebagai salah satu media penjualan songket karena produk songket yang dijual dapat dijangkau dan dilihat oleh seluruh calon pembeli dari seluruh daerah, dan juga karena tidak adanya biaya untuk menjual produk di Shopee, yang diperlukan hanyalah kuota internet, tidak seperti menjual produk di toko offline, yang memerlukan biaya untuk membayar sewa tempat, biaya listrik, dan lainnya.

Calon konsumen Toko Ilham Songket menggunakan Shopee untuk membeli produk songketnya karena Shopee memiliki beberapa fitur yang menarik untuk calon pembeli, salah satunya yaitu gratis ongkir.

Shopee menjadi *marketplace* dengan pengguna terbanyak di Indonesia, dengan memaksimalkan strategi yang dapat digunakan, tentu ini akan menjadi sebuah keuntungan yang besar bagi seorang pengusaha sebagai sarana untuk melakukan sekaligus meningkatkan penjualan, Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menyusun

laporan akhir di Toko Ilham Songket ini dengan mengambil judul “**Strategi Pemasaran Berbasis Shopee Pada Toko Ilham Songket Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam laporan akhir ini adalah:

1. Bagaimana penerapan elemen strategi pemasaran pada Toko Ilham Songket Palembang?
2. Bagaimana strategi pemasaran berbasis Shopee pada Toko Ilham Songket Palembang?
3. Bagaimana fitur penjualan Shopee pada Toko Ilham Songket Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah yaitu mengenai:

1. Penerapan elemen-elemen strategi pemasaran yang terdiri dari pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi dan komunikasi pemasaran.
2. Strategi pemasaran berbasis Shopee pada Toko Ilham Songket Palembang.
3. Fitur penjualan Shopee pada Toko Ilham Songket Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran berbasis shopee yang harus diterapkan pada Toko Ilham Songket.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Laporan ini merupakan upaya untuk dapat mengembangkan pengetahuan penulis dalam bidang pemasaran khususnya untuk dapat mengetahui strategi pemasaran berbasis shopee pada toko Ilham Songket Palembang

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat Memberikan masukan/saran agar dapat meningkatkan strategi pemasaran.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran, dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para peneliti selanjutnya

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pada laporan akhir ini penulis menggunakan metode analisis data kualitatif deskriptif.

1. Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan analisis dan interpretasi teks dan hasil interview dengan tujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena (Sugiyono, 2022:3). Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif karena dalam penelitian ini akan menjelaskan mengenai strategi pemasaran berbasis Shopee pada Toko Ilham Songket Palembang. Data mengenai pemasaran dan kendala yang terjadi pada penjualan Toko Ilham Songket Palembang penulis dapatkan melalui wawancara sedangkan data pameran penulis dapatkan melalui metode dokumentasi dari Toko Ilham Songket Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

1. Data kualitatif

Penulis dalam penyusunan laporan ini menggunakan jenis data berupa kata-kata yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik Toko Ilham Songket Palembang.

b. Sumber Data:

Pada penulisan metode penelitian, penulis menggunakan dua macam data berdasarkan cara memperolehnya yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan jenis data berdasarkan cara memperolehnya tersebut, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sanusi (2017: 104) Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis melakukan pengambilan data melalui observasi dan wawancara pada bagian umum yang dilakukan di Toko Ilham Songket Palembang untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. Data sekunder

Menurut Sanusi (2017: 104), Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Data sekunder yang penulis peroleh dari berbagai sumber yaitu melalui buku-buku mengenai strategi pemasaran, Metode Riset, literatur-literatur berupa contoh Laporan Akhir sebelumnya serta informasi yang didapatkan dari internet (Jurnal).

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam laporan ini memiliki tujuan utamanya adalah mendapatkan data-data yang diperlukan guna penulisan laporan ini, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai

dengan permasalahan yang ada dengan mendatangi langsung dan melakukan wawancara dengan pemilik Toko Ilham Songket Palembang.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan penulis antara lain:

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2022) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan electron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Penulisan laporan ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan pada objek penelitian dengan cara mengumpulkan informasi langsung pada Toko Ilham Songket Palembang. Teknik pengumpulan data dengan metode riset lapangan yang penulis gunakan yaitu wawancara langsung dan dokumentasi. Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan karyawan Toko Ilham Songket Palembang yakni, Bapak Zahied. Berikut merupakan teknik pengumpulan data pada riset lapangan:

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat diambil kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Teknik pengumpulan data dalam laporan akhir ini adalah dengan bertanya langsung kepada pemilik Toko Ilham Songket dan pegawai di Toko Ilham Songket untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329), Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Selain menggunakan teknik wawancara, laporan akhir ini Penulis mengumpulkan data dengan cara menggunakan dokumen-dokumen atau data-data secara tertulis yang ada di perusahaan guna melengkapi data yang dibutuhkan penulis.

3. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Riset kepustakaan yang penulis lakukan ialah pengumpulan informasi-informasi secara teroritis melalui buku-buku, literatur-literatur atau referensi yang berhubungan dengan strategi pemasaran, serta metodologi penelitian yang dapat dijadikan sebagai bahan yang dapat membantu memecahkan permasalahan pada laporan akhir. Metode ini digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data yang bersifat sekunder melalui jurnal, buku, internet, perpustakaan jurusan administrasi bisnis politeknik negeri sriwijaya, dan sumber lainnya.

1.5.4 Keyinformant

Penulis dalam penyusunan laporan membutuhkan data-data yang akan digunakan pada penelitian ini. Data tersebut diperoleh dari seorang *keyinformant* yang berkontribusi memberikan data maupun jawaban dari pertanyaan wawancara yang penulis berikan. Pertanyaan yang penulis berikan berkaitan dengan informasi data penjualan, kendala penjualan, dan lain sebagainya. *Keyinformant* pada laporan ini ialah Bapak Zahied Selaku karyawan Toko Ilham Songket Palembang.

1.5.5 Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data dengan Metode pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang dibutuhkan dalam laporan ini diperoleh dengan menggunakan metode triangulasi teknik yaitu pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penulis menggunakan triangulasi data dengan tujuan untuk memperoleh kebenaran informasi data dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada

saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu dan diperoleh data yang jelas dan tuntas.

Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Miles & Huberman (1984) (dalam Sugiyono, 2018:484), Adapun tahap kegiatan analisis data dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema polanya. Pada data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Tahap reduksi ini merupakan tahap awal dalam analisis data yang dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang telah diperoleh. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyeleksi setiap data yang masuk dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian mengolah dan memfokuskan semua data agar lebih bermakna.

2. Penyajian Data Penyajian data merupakan proses penyusunan informasi secara sistematis dalam rangka memperoleh kesimpulan-kesimpulan sebagai temuan penelitian. Penyajian data dimaksudkan agar memudahkan bagi peneliti untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian. Pada penelitian ini data yang telah teroganisir disajikan dalam bentuk deskripsi informasi yang sistematis dalam bentuk narasi dan tabel.

3. Penarikan Kesimpulan ini dilakukan setelah kegiatan analisis data yang berlangsung di lapangan maupun setelah selesai di lapangan. Selain itu penarikan kesimpulan ini harus berdasarkan analisis data baik yang berasal dari catatan lapangan, observasi, wawancara, dan dokumentasi yang didapat dari hasil penelitian di lapangan. Penarikan kesimpulan yang penulis lakukan ialah Strategi Pemasaran Berbasis Shopee Pada Toko Ilham Songket Palembang dibandingkan dengan teori mengenai elemen strategi pemasaran dan strategi pemasaran berbasis Shopee menurut para ahli.