

**PERANCANGAN PROMOSI PRODUK APHRODITES.CORE
MELALUI APLIKASI SHOPEE**

TUGAS AKHIR

Oleh
Selindion Patricia Artamevia Tembesi
NIM : 21 052 040



POLITEKTIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADAMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	vii
BIOGRAFI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Manfaat Teoritis	7
1.7 Manfaat Praktis	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Pengertian Media Promosi	8
2.1.2 Tujuan Media Promosi	8
2.2 Perancangan.....	10
2.2.1 Pengertian Perancangan	10
2.3 Pengertian pemasaran.....	11
2.3.1 Bauran pemasaran	12
2.4.1 Pengertian Promosi	14
2.4.2 Tujuan promosi	15
2.4.3 Bauran promosi	16
2.5 E-commerce	17
2.5.1 Pengerian E-commerce	17
2.5.2 Jenis-jenis e-commerce	18
2.6 Shoppe.....	19
2.6.1 Pengertian Shoppee	19
2.6.2 Fitur-fitur Shoppee	20
BAB III METODE PENELITIAN	26

3.1 Tempat dan Waktu	26
3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	26
3.2.1 Jenis Penelitian.....	26
3.3 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Jenis Data	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Usaha	28
4.1.2 Sejarah Usaha Aksesoris Aphrodites Core	29
4.2.1 Visi	29
4.2.2 Misi	30
4.3 Struktur Organisasi	30
4.3.2 Sumber Daya.....	31
4.4 Tahapan Dan perancangan	31
4.4.1 Tahapan- tahapan Perancangan aplikasi Shopee.....	31
4.4.4 Tujuan Perancangan media promosi produk.....	44
4.4.5 Manfaat Perancangan media promosi produk.....	44
4.5 Kelebihan aplikasi shopee.....	45
4.5.1 Kelebihan shopee	45
4.6 Hasil Perancangan.....	46
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia teknologi informasi serta komunikasi pada saat ini semakin hari semakin meningkat begitu juga pada dunia internet yang mengalami peningkatan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai perkembangan usaha dengan adanya perubahan teknologi komunikasi dan internet. Sebelum adanya perkembangan teknologi komunikasi dan internet para pelaku usaha memiliki ruang lingkup yang terbatas untuk melakukan promosi maupun transaksi jual beli. Seperti seorang pelaku bisnis yang ingin memperkenalkan dan memasarkan produknya agar tersebar dengan luas di kalangan masyarakat umum, namun dengan adanya perkembangan dunia teknologi pelaku usaha dapat memasarkan dan memperkenalkan produknya ke masyarakat dengan akses dan ruang lingkup yang sangat luas. Tentunya dengan adanya peningkatan teknologi informasi dan komunikasi tingkat persaingan di dunia bisnis akan semakin ketat antara penjual satu dengan penjual lain dalam hal menguasai pasar dan untuk mendapatkan pembeli untuk meningkatkan penjualan.

Mempromosikan produknya dengan jangkauan yang luas yaitu melalui website atau internet yang sering di kenal dengan *e-commerce*. *e-commerce* merupakan segala kegiatan jual beli dengan menggunakan internet yang didalamnya ada kegiatan transaksi bisnis melalui media internet. Dengan adanya sistem *e-commerce* yang berdampak baik bagi para penjual dengan mempercepat dan meningkatkan penjualan, dengan pemanfaatan teknologi yang sedang berkembang

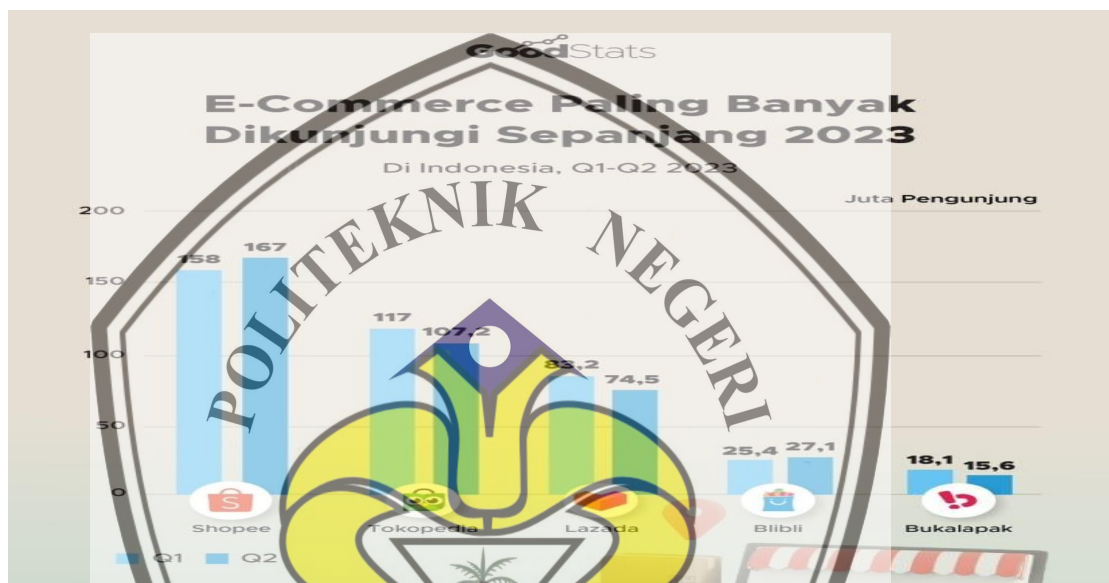
pada saat ini dengan cara menggunakan layanan *online* berupa *e-commerce*. Maka dari itu untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari sebuah perusahaan dengan menerapkan *e-commerce* menjadi salah satu faktor penting bagi suatu bisnis. *e-commerce* dapat menciptakan pasar elektronik yang menghubungkan antara penjual dengan pembeli yang sering kita kenal dengan sebutan *Marketplace*. *Marketplace* merupakan pasar online yang mempermudah para pembisnis untuk memasarkan barang dagangannya dengan mudah, pelaku bisnis hanya perlu memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang pasarkan seperti informasi lengkap mengenai suatu produk yang dipasarkan, bahan yang digunakan, harga, pengiriman dan lain-lain. *Marketplace* contohnya seperti Shopee, Lazada, Buka Lapak dan lain sebagainya. Pemilik *Marketplace* mewadahi para pelaku usaha dengan memasarkan produk yang ingin dijual kepada masyarakat umum didalamnya terdapat ruang komunikasi antara penjual dan pembeli dalam menawarkan harga produk serta dapat mengakses transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli.

Pada saat ini *Marketplace* sudah semakin berkembang dengan sangat pesat. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi masyarakat kebanyakan lebih memilih belanja atau mencari kebutuhannya yang dulunya langsung ketempat perbelanjaan atau disebut offline sekarang menggunakan online. Dengan pembelian online maka transaksi pun tidak perlu lagi ke tempat penjual. Konsumen hanya perlu menyipakan alat elektronik yang terhubung dengan jaringan internet untuk mencari sesuatu yang dibutuhkan, kemudian konsumen bisa membeli produk atau kebutuhan yang di inginkan tanpa perlu pergi ke pusat perbelanjaan. Adapun survey yang telah dilakukan oleh APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet

Indonesia) tingkat presentasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 215,63 juta jiwa dan konten komersial yang sering di kunjungi masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan mereka membeli barang atau jasa secara *online* yaitu sebagai berikut:

Gambar 1.1

Konten Komersial yang sering dikunjungi



Sumber : asosiasi pengguna jasa internet Indonesia (APJJI) 2023

Pada gambar 1.1 memnunjukkan bahwa konten yang sering di kunjungi adalah shopee.shopee di kunjungi oleh 158% pada Q1 dan 167% pengunjung pada Q2 , kemudian kedua ada Tokopedia dikunjungi 117 juta pengunjung pada Q1 dan pada Q2 sebanyak 107,2% pengunjung, ketiga ada Lazada Q1 mencapai 83,2% pengunjung sedangkan pada Q2 74,5% pengunjung, ke empat ada Blibli pada Q1 hanya mencapai 25,4 % pengunjung sedangkan pada Q2 27,1% pengunjung. Pengguna internet akan bertambah disetiap tahunnya berhubungan dengan

perkembangan teknologi komunikasi dan internet yang semakin hari semakin meningkat.

Shopee merupakan salah satu *marketplace* yang didalamnya berisi penjualan yang banyak dibutuhkan masyarakat pada umumnya, seperti perabotan rumah tangga, pakaian wanita maupun laki-laki, aksesoris, elektronik berbagai kosmetik dan lain sebagainya. Shopee ini mudah diakses oleh semua orang dimana dan kapanpun tanpa ada batasan ruang, jarak dan waktu. Didalamnya terdapat berbagai macam produk maupun jasa yang ditawarkan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mendesak seperti pembelian pulsa, pembayaran tagihan listrik, BPJS, dan lain sebagainya.

Keberadaan shopee di Indonesia dapat menjadi peluang usaha yang sangat berdampak bagi masyarakat yang memiliki bisnis dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnisnya melalui shopee. Pelaku usaha tidak perlu memerlukan dana modal yang banyak dalam mengembangkan usahanya. Pemilik usaha hanya cukup mendaftar melalui webside shopee tanpa dipungut biaya cukup mengisi data diri dan menyetujui syarat dan ketentuan yang berlaku di shopee. Pihak shopee juga sudah mengatur serta menyediaakn transaksi jual beli di shopee agar memudahkan pelaku usahan melakukan transaksi jual beli, hal tersebut dapat memfokuskan pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

Dilihat dari perkembangan jaman sekarang berbagai macam platform atau berbagai macam aplikasi pemasaran pada saat ini. Dengan adanya perancangan media promosi di shopee pelaku usaha dapat memasarkan produknya agar

dijaungkau oleh masyarakat luas. Dengan keunggulan dari pada platform online shopee dengan mudah digunakan serta pengguna yang menggunakan platform shopee yang banyak dapat memudahkan pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya serta hemat biaya.

Menurut Assuri (2018), Promosi adalah usaha dari perusahaan untuk mempengaruhi dan membujuk para calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur bauran pemasaran. Maka dari itu Perancangan Media promosi. dalam hal ini pentingnya perancangan media promosi yang tepat dan efektif pada usaha agar usaha dapat di kenal dan mempengaruhi peningkatan pemasaran serta pelaku usaha dapat memenuhi pangsa pasar. Setiap usaha agar dapat mengembangkan produknya serta pasar khusus dengan menerapkan sistem promosi dan pemasaran yang tepat.

Usaha Aphrodite Core adalah usaha yang menjual produk aksesoris handmade yang menjadi gaya hidup wanita bukan hanya itu aksesoris buatan sendiri juga tertujuh pada kaum pria, itulah salah satu kelebihan dari aksesoris yang dibuat sendiri. Aksesoris handmade ini terbuat dari beads ada beragam yaitu anting-anting, gelang, kalung, straphone, cincin, gantungan kunci, dan lain sebagainya. namun Pada saat ini media pemasaran produk aphrodite core masi dikatakan sangat kurang. Usaha ini hanya dikenal oleh daerah sekitar tempat produksi . maka dari itu pelaku usaha ingin mempromosikan produknya lebih luas lagi , Selain itu dilihat dari media promosi yang digunakan pelaku usaha aphrodites core masih kurang. Media promosi yang didigunakan pada saat ini hanya media sosial salasatunya yaitu Istagram maka dari itu perlunya media promosi yang lainnya. dengan adanya

media promosi selain isntagram bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas terutama pada kaum mudah mudih.

Aphrodites Core ingin mempromosikan produknya di shopee . karna minimnya media pomosi pada produk Aphrodites Core. Jadi dengan pemaparan di atas shopee merupakan salah satu media promosi yang dapat di jangkau banyak orang. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Promosi Pada Produk Aphrodite Cores Melalui Aplikasi Shopee”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang ada, dapat di indentifikasi yang terjadi pada produk Aksesoris Aphrodite Core adalah :

1. Kurangnya media promosi di media sosial
2. Media promosi yang di gunakan masi kurang menarik
3. Produk aksesoris Aphrodites Core belum di kenal secara luas
4. Produk Aksesoris Aphrodite core belum memiliki akun shopee

1.3 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu:

Bagaimana merancang promosi yang efektif untuk produk Aphrodites.Core melalui shopee?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Merancang promosi untuk produk aksesoris Aphrodites Core
2. Menambah Platfrom online sebagai media promosi

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua bagian yaitu:

1.6 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan informasi mengenai perancangan media promosi dan fitur shopee, pada produk Aprodite Core.

1.7 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan media promosi dan fitur shopee, sehingga wawasan yang didapatkan dapat berguna dimasa yang akan datang.
2. Bagi pembaca, sebagai informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian.
3. Bagi objek penelitian, penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai media promosi kepada pemilik usaha aksesoris Aphrodite Core dalam memperluas promosi produk melalui aplikasi shopee.

