

**STRATEGI DALAM MEMASARKAN PRODUK PAKAIAN PRIA MELALUI
E-COMMERCE TOKOPEDIA**

**E-BISNIS KELAS R
SUPANGAT, M.Kom., ITIL., COBIT.**



OLEH :

MUHAMMAD FATKHUR ROHMAN

NBI : 1211900081

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

STRATEGI DALAM MEMASARKAN PRODUK PAKAIAN MELALUI E-COMMERCE TOKOPEDIA

Muhammad Fatkhur Rohman

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : mfatkhurr97@gmail.com

ABSTRAK

Pada era digital seperti sekarang ini, penggunaan *e-commerce* sering digunakan dalam teknologi informasi dan salah satu *e-commerce* yang sering digunakan adalah *marketplace*. Dari sekian banyak *marketplace* yang sering digunakan salah satunya adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* terpopuler yang berkembang dengan pesat dalam pasar jual beli *online*. Untuk melancarkan pemasarannya Tokopedia bekerjasama dengan lembaga perbankan dan perusahaan lain agar konsumen mudah melakukan pembayaran. Tokopedia juga bekerjasama dengan agen-agen pengiriman besar untuk memudahkan pemeriksaan status pengiriman barang. Karena itu penelitian ini akan menganalisis strategi dalam memasarkan produk pakaian melalui *e-commerce* Tokopedia guna memberi gambaran tentang cara meningkatkan efektifitas dan efisiensi strategi pemasaran melalui *e-commerce*. Teknologi *e-commerce* dibangun dengan menggunakan aplikasi berbasis *website*, sehingga para pelaku usaha dapat mempromosikan hasil usaha mereka dengan mudah, sehingga dengan memanfaatkan teknologi berbasis *e-commerce* dapat memenuhi strategi pemasaran produk yang berdampak pada peningkatan pendapatan suatu bisnis.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Pemasaran, Tokopedia.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi merupakan suatu kebutuhan yang harus dimiliki suatu organisasi untuk meningkatkan kualitas layanan. Pemanfaatan teknologi informasi harus diimbangi dengan implementasi sistem informasi. Teknologi informasi dan sistem informasi merupakan dua bidang yang saling berdampingan dalam penyampaian informasi bagi suatu organisasi. Pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi pada suatu organisasi dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan dengan maksimal. Hal ini terbukti dengan semakin berkembang dan mudahnya peran teknologi informasi dan sistem informasi di kalangan organisasi.

Saat ini teknologi informasi (TI) menjadi suatu bagian yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga-lembaga yang berskala enterprise. Perusahaan atau lembaga menempatkan teknologi sebagai suatu hal yang dapat mendukung pada suatu pencapaian rencana strategis perusahaan untuk mencapai sasaran tujuan, visi dan misi perusahaan atau lembaga tersebut. Perusahaan atau lembaga tersebut menerapkan suatu sistem informasi yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dalam mencapai kebutuhan perusahaan dalam mencapai tujuannya, misalnya untuk meningkatkan kegiatan operasional kerja. Manfaat teknologi informasi tidak hanya untuk meningkatkan kegiatan operasional kerja saja, tetapi juga memberikan keuntungan dan nilai tambah bagi perusahaan atau lembaga tersebut (Septiadi et al., 2019).

E-Commerce memfokuskan pada aktivitas atau mekanisme transaksi secara elektronik (Supangat, 2020). *E-commerce* merupakan teknologi yang menjadi kebutuhan mendasar setiap organisasi yang bergerak di bidang perdagangan. *E-commerce* merupakan cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi *internet*. Pemanfaatan teknologi *e-commerce* dapat dirasakan oleh konsumen (*business to consumer*) maupun oleh pelaku bisnis (*business to business*).

Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* terkemuka di Indonesia, yang didirikan pada tanggal 17 Agustus 2009 dengan visi membangun Indonesia lebih baik melalui pemanfaatan *internet*. Tujuan didirikannya Tokopedi adalah sebagai sarana pemasar untuk memasarkan atau mempromosikan produk di media *online*. Namun Tokopedia juga memiliki banyak pesaing yang berjalan di bisnis yang sama.

Oleh karena itu pihak Tokopedia perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat menjadi daya tarik para pengguna internet agar tertarik mengunjungi situs Tokopedia. Salah satu faktor yang menjadi daya tarik bagi konsumen adalah harga yang kompetitif. Perbandingan harga yang disesuaikan dengan manfaat yang diperoleh konsumen dapat menjadi senjata ampuh bagi pihak Tokopedia untuk bersaing memenangkan hati para pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka akan dibuat sebuah artikel yang berjudul “Strategi dalam Memasarkan Produk Pakaian Melalui E-Commerce Tokopedia” memberi gambaran tentang cara meningkatkan strategi pemasaran produk yang efektif dan efisien melalui *e-commerce* khususnya adalah Tokopedia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Electronic Commerce (E-Commerce)*

E-Commerce adalah suatu proses menjual atau membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan lain dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Pendapat lain menyatakan bahwa *e-Commerce* atau yang biasa disebut dengan istilah *Ecom* atau *Emmerce* (EC) merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi *Electronic Data Interchange* (EDI), *email*, *electronic bulletin board*, *mesin faximile*, dan *electronic found transfer* yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di *internet shopping* (Permana et al., 2021).

Secara umum, *E-Commerce* merupakan aktivitas perdagangan yang dilakukan secara elektronik dengan mekanisme transaksi jual beli secara *online* yang mengacu pada *internet* untuk berbelanja secara *online* dan dengan jangkauan lebih sempit. Dimana *E-Commerce* adalah sub perangkat dari *E-Bisnis*. Pada *E-Commerce* pembayaran dapat dilakukan melalui transfer uang secara digital seperti *account paypal* atau kartu kredit.

2.1.1 Beberapa proses dalam *E-Commerce* adalah sebagai berikut :

- a. Presentasi elektronik (pembuatan *website*) untuk produk dan layanan.
- b. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
- c. Secara otomatis *account* pelanggan dapat secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit).
- d. Pembayaran yang dilakukan secara langsung (*online*) dan penanganan transaksi.

2.1.2 Keuntungan menggunakan transaksi melalui *E-Commerce* bagi perusahaan adalah :

- a. Meningkatkan pendapatan dengan *online channel* yang biayanya lebih murah.
- b. Mengurangi biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti pos surat, pencetakan, *report*, dan sebagainya.
- c. Mengurangi keterlambatan dengan transfer elektronik/pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
- d. Mempercepat layanan pada pelanggan dengan
- e. layanan yang lebih responsif.

2.2 Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut WY. Stanton, pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Sedangkan menurut H. Nistrom, pemasaran adalah suatu kegiatan penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen (Widayati & Rahman, 2019)

2.3 Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko daring. Sejak didirikan pada tahun 2009, Tokopedia telah bertransformasi menjadi sebuah unicorn yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Hingga saat ini, Tokopedia termasuk *marketplace* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia.

Tokopedia turut mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara daring dengan Pemerintah dan pihak-pihak lainnya. Salah satu program kolaborasi yang diinisiasi oleh Tokopedia adalah acara tahunan *MAKERFEST* yang diadakan sejak bulan Maret 2018.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Strategi Marketing Tokopedia dalam Memasarkan Produk

Berikut adalah beberapa strategi *marketing* yang dilakukan oleh Tokopedia, mulai dari mengikuti *trend* sampai memberikan apresiasi kepada para penggunanya. Karena dengan penggunaan strategi *marketing* yang tepat, maka akan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan suatu bisnis.

Adapun strategi tersebut diantaranya adalah :

1. Mengikuti Trend Sosial Media

Proses strategi *marketing* yang dilakukan Tokopedia salah satunya menggunakan sosial media. Mereka aktif dalam sosial media, seperti Instagram, Tokopedia sangat mengikuti *trend* di Instagram dengan mengadakan live, IGTV hingga instastory.

2. Memberikan *Loyalty Gift* untuk Konsumen

Tokopedia dalam menjalankan sosial media sering memberikan *loyalty gift*, seperti *cashback* dan *giveaway* kepada para konsumen. Tujuannya adalah agar para konsumen merasa puas dan tertarik untuk kembali melakukan pembelian.

3. Menggunakan Brand Ambassador

Menggunakan *brand ambassador* dapat menjadi strategi marketing yang menjanjikan, karena *brand ambassador* dapat mempengaruhi banyak orang dalam menggunakan suatu produk, dan membuat perusahaan semakin terlihat terpercaya. Dalam pemilihan brand ambassador tentunya dipilih yang sesuai dengan *image* perusahaan dan memiliki reputasi baik di mata publik, seperti pada saat ini Tokopedia menggandeng BTS dan Blackpink sebagai duta merek atau *brand ambassador* mereka.

4. Memberikan Apresiasi

Tokopedia menjadi salah satu *e-commerce* yang sering memberikan apresiasi kepada para penjual. Apresiasi yang dilakukan berupa pembuatan video pada penjual yang sukses.

5. Mengikuti Event

Salah satu *event* yang rutin diikuti oleh Tokopedia adalah Harbolnas (Hari Beli Online Nasional). Tokopedia memberikan promo heboh saat *event* tersebut, seperti *flash sale*, *cashback* serta *gift*.

3.2 Langkah Pemasaran Produk Pakaian melalui Tokopedia

1. Buat Logo Toko yang Menarik

Saat membuat sebuah toko online, kamu perlu nih untuk membuat logo toko yang menarik. Fungsi logo toko sendiri adalah sebagai identitas toko kamu serta menjadi pembeda dengan toko online lain yang juga menjual produk *fashion*. Jika dibandingkan, pembeli tentu akan lebih tertarik untuk berkunjung ke toko yang memiliki logo toko yang unik dibanding dengan toko yang tidak memiliki logo toko atau bahkan tidak memasang *profile picture* sama sekali.

2. Selalu Update Produk yang Dijual

Dunia fashion merupakan dunia yang cepat sekali berubah sehingga sebagai penjual kamu harus tahu tentang produk *fashion* apa yang sedang tren. Usahakan untuk selalu memperbaharui produk-produk yang kamu jual dengan beragam barang terbaru yang sedang populer di pasaran. Kamu bisa menambahkan etalase “Produk Terbaru” untuk memudahkan calon pembeli melihat barang terbaru di tokomu.

3. Maksimalkan Tampilan Produk

Hal utama yang dilihat pembeli saat mencari produk adalah tampilan produk itu sendiri. Semakin keren tampilan suatu produk, pastinya pembeli akan semakin tertarik membelinya. Untuk itu penting banget nih Toppers agar kamu memaksimalkan tampilan produk yang dijual. Supaya calon pembeli lebih tertarik dan mendapat gambaran yang jelas tentang produk yang ingin dibeli, Toppers disarankan menggunakan konsep *On Model Photo*. Selain terlihat menarik, memuat gambar produk fashion yang dipakai oleh seorang model, juga membuat tampilan produk menjadi lebih menjual.

4. Perhatikan Penamaan Produk

Jangan asal-asalan ya Toppers dalam memberi nama sebuah produk, unsur penamaan ternyata juga penting loh dalam meningkatkan penjualan. Penamaan produk akan mempengaruhi muncul atau tidaknya barang tersebut pada saat dicari oleh pembeli melalui *search engine Tokopedia*. Untuk menamakan produk, kamu bisa menuliskan nama brand dan jenis produk agar mudah dicari oleh pembeli.

5. Buat Deskripsi Produk Secara Detail

Kesalahan yang sering dilakukan penjual produk fashion adalah mereka jarang menuliskan deskripsi produk secara detail. Padahal, deskripsi itu sangat penting karena setiap pembeli tentu akan membaca deskripsi produk dulu sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut. Usahakan untuk membuat deskripsi secara detail, misal jika

Toppers menjual pakaian berupa *dress*, Toppers bisa memasukkan deskripsi mengenai warna, panjang, ukuran lingkaran pinggang, dan lingkaran dada dari *dress* tersebut. Dengan mencantumkan detail yang lengkap, proses transaksi pun menjadi lebih mudah dan Toppers juga akan terhindar dari komplain di kemudian hari.

3.3 Keuntungan Berjualan Produk Pakaian melalui *E-Commerce* Tokopedia

1. Bisnis Akan Bertahan Lama

Produk pakaian merupakan produk yang tidak akan lekang oleh waktu. Siapapun membutuhkan pakaian untuk menunjang penampilannya sehari-hari, bahkan tidak jarang pakaian dijadikan seseorang sebagai bentuk ekspresi dirinya. Jadi, bisnis pakaian bukan sesuatu yang hanya laku sesaat melainkan setiap saat. Produk pakaian selalu dibeli dan terus berkembang, namun tetap saja kita sebagai seller harus mengikuti tren yang sedang *booming*.

2. Produk Tidak *Expired*

Berbeda dengan makanan, produk pakaian dianggap paling aman karena tidak *expired* alias bisa dipakai kapanpun sehingga dapat mengurangi risiko kerugian. Apabila produk pakaian tidak laku, biasanya produk dapat dijual dengan memberikan promo diskon, *buy 1 get 1*, atau jenis promo lainnya dengan pemasaran melalui Tokopedia. Promo bukan hanya bagus untuk menghabiskan stok barang, namun dapat menjaring banyak pembeli baru yang akan mengenal toko kita dan melakukan pembelian ulang.

3. Banyak Peminat

Dengan menjual pakaian dengan berbagai variasi dan ukuran melalui Tokopedia, maka kita dapat menjual banyak barang dalam satu toko sekaligus, sehingga menjaring lebih banyak calon pembeli. Selain itu produk pakaian akan laku keras pada waktu-waktu tertentu, seperti momen lebaran. Ini menjadi peluang besar bagi para penjual produk pakaian untuk meraih banyak untung.

4. Pengiriman Yang Mudah

Keuntungan lainnya dalam menjual produk pakaian melalui *e-commerce* Tokopedia adalah pengemasan yang mudah, karena produk pakaian bukan barang pecah belah, merepotkan, dan penuh resiko yang harus dikemas dengan hati-hati, seperti menggunakan *bubble wrap*, kardus, dan barang pelindung lainnya yang tentunya membutuhkan modal tersendiri.

5. Harga Fleksibel

Harga pada produk pakaian lebih mudah untuk dinaikan atau diturunkan. Hal ini dapat menjadi keuntungan bagi seller untuk meraih untung lebih. Misalnya kita menjual suatu model baju yang tidak dijual di toko lain, maka kita dapat menaikkan harganya begitu pula sebaliknya.

6. Modal Sedikit

Produk pakaian cenderung butuh modal yang lebih sedikit dibandingkan dengan produk lain. Misal, apabila kita baru memulai bisnis, maka tidak perlu memiliki *stock* terlalu banyak. Kita bisa menggunakan sistem *pre-order* agar kita cepat balik modal. Baru setelah memiliki modal yang banyak, kita dapat menambah stok barang lebih banyak.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap strategi dalam memasarkan produk pakaian melalui *E-Commerce* Tokopedia maka diketahui bahwa *Website* Tokopedia merupakan pasar/*mall online* terbesar di Indonesia yang memungkinkan individu maupun pemilik usaha di Indonesia untuk mengolah toko *online* secara mudah dan gratis, sekaligus memberi pengalaman berbelanja *online* lebih aman, nyaman, dan yang menyenangkan.

Website Tokopedia menyediakan peluang bisnis yang menguntungkan dalam memasarkan produk pakaian, karena sudah dilengkapi dengan mesin pencari (*search engine*) yang memudahkan pencarian produk yang diinginkan, dan fitur direktori yang dapat dimanfaatkan sebagai katalog belanja.

Selain itu, tersedia fitur-fitur agar mudah menggunakan Tokopedia, serta semua proses yang dilakukan terkait Tokopedia. Bahkan tersedia layanan *customer* untuk berdiskusi atau komplain terkait proses pemesanan atau ketidaksesuaian produk yang ditindaklanjuti *customer*. Adapun keuntungan bagi pebisnis *online* khususnya dalam pemasaran produk pakaian yang membuka toko di *website* Tokopedia adalah periklanan secara gratis, menjangkau pembeli dengan fitur-fitur pencarian produk yang mudah, tidak dibebankan biaya, bekerjasama dengan agen pengiriman barang di Indonesia untuk proses pengiriman produk sehingga tiba di tangan pembeli tepat pada waktu yang ditentukan, serta biaya operasional yang sangat murah.

4.2 Saran

Agar dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi strategi dalam memasarkan produk pakaian melalui *E-Commerce* Tokopedia maka hal-hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan pelayanan konsumen dengan penjualan yang aman dan terpercaya dengan menampilkan gambar produk yang sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya dan adanya respon yang lebih cepat dari pihak toko terhadap pemesanan maupun komplain pelanggan. Selain itu, Tokopedia perlu menyediakan layanan pembayaran untuk penginputan nomor rekening dan penarikan dari pihak toko *online* sesuai dengan pembayaran yang melakukan persetujuan pembelian dan lebih meningkatkan pengawasan dalam proses penjualan agar tidak merugikan pihak pembeli (rekening bersama).

DAFTAR PUSTAKA

- Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Aini, N. (2021). *ANALISA TRANSAKSI BELANJA ONLINE PADA MASA PANDEMI*. 15(1), 32–37.
- Septiadi, B. E., Kusnanto, G., & Supangat, S. (2019). Analisis Tingkat Kematangan Dan Perancangan Peningkatan Layanan Sistem Informasi Rektorat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Studi Kasus : Badan Sistem Informasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Konvergensi*, 15(1). <https://doi.org/10.30996/konv.v15i1.2831>
- Supangat, S. (2020). *Dan DaftarIsi*.
- Widayati, R., & Rahman, M. (2019). *Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada Pt. Bpr Rangkang Denai Payakumbuh Barat*. 1–10. <https://doi.org/10.31219/osf.io/3z7p6>

Bukti Hasil Cek Plagiasi

(<https://www.check-plagiarism.com/id/>)

86%
Konten unik 14%
Konten yang dijiplak ✓ COMPLETED
100%

Kalimat hasil bijak URL yang Cocok

unik	STRATEGI DALAM MEMASARKAN PRODUK PAKAIAN MELALUI E-COMMERCE TOKOPEDIA Muhammad Fatk...
unik	: mfatkhurr97@gmail.
unik	comABSTRAK Pada era digital seperti sekarang ini, penggunaan e-commerce sering dig...
unik	marketplace.
unik	Dari sekian banyak marketplace yang sering digunakan salah satunya adalah Tokopedia.
unik	Tokopedia merupakan salah satu e-commerce terpopuler yang berkembang dengan pesat d....
unik	Untuk melancarkan pemasarannya Tokopedia bekerjasama dengan lembaga perbankan dan p....
unik	Tokopedia juga bekerjasama dengan agen-agen pengiriman besar untuk memudahkan pemer....
unik	Karena itu penelitian ini akan menganalisis strategi dalam memasarkan produk pakai....
unik	Tokopedia guna memberi gambaran tentang cara meningkatkan efektifitas dan efisiensi....
Menjiplak	Teknologi e-commerce dibangun dengan menggunakan aplikasi berbasis website, sehing.... Membandingkan
unik	mudah, sehingga dengan memanfaatkan teknologi berbasis e-commerce dapat memenuhi st....

Buat Laporan Plagiarisme

Kata Kunci Kata Kepadatan

1- word	2- words	3- words
yang		3.4%
toko		2.25%
produk		2.18%
akan		1.87%
dengan		1.67%