

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

PENGGUNAAN E-COMMERCE SEBAGAI SARANA .KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA ERA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS UMKM MASKER KAIN ?TAZETHINGS? DI BOGOR)

Anisa Fitriani

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75207&lokasi=lokal>

Abstrak

Pandemi Covid-19, mengarahkan UMKM untuk beradaptasi salah satunya dengan pemasaran digital, penelitian ini membahas tentang Penggunaan E-commerce sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Digital pada Era Pandemi COVID-19 (Studi Kasus UMKM masker kain ?Taze Things? di Bogor. Peneliti menggunakan Teori Kotler dan Teori Robert F Lauterborn dengan konsep konstruksi dari strategi bauran pemasaran 4P menjadi 4C yang berorientasi pada pelanggan bukan hanya produk, implementasi strategi bauran pemasaran 4P (Produk, Price, Place, Promotions) dijalankan dengan mempertimbangkan 4C (consumer, cost, convenience, communication) sebagai strategi komunikasi pemasaran yang interaktif. Dengan subjek penelitian UMKM bidang fashion yaitu masker kain dengan brand Tazethings. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, metode yang digunakan yaitu studi kasus, pengambilan data dilakukan dengan metode penyusunan instrumen, wawancara, dan observasi.

Hasil penelitian ini, menunjukkan UMKM ?Taze Things? bisnis masker kain memilih platform e-commerce Shopee dan Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran interaktif di masa pandemi Covid-19. UMKM ini muncul pada awal pandemi, hadirnya kebijakan pemerintah yang menerapkan ?new normal? dan menekankan produk kesehatan, menjadi potensi yang dimanfaatkan UMKM ?Tazethings? untuk menajamkan karyanya melalui keunikan seperti pemilihan motif produk yang menarik, pengambilan gambar bernilai estetika sampai pengelolaan komunikasi interaktif yang diposisikan sebagai ujung tombak penjualan tanpa melibatkan iklan, teknik telling dan selling diprioritaskan untuk merangsang konsumen pasif menjadi aktif, UMKM ini menerapkan konsep penjualan dalam proses komunikasi pemasarannya