

TINJAUAN E-MARKETING MIX PADA TYGA MOMMY BABY STORE

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Ahli Madya
(D III) Program Studi Manajemen Perdagangan*



oleh:

SYARAFI ARSYA

NIM. 20134079

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

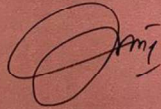
TINJAUAN E-MARKETING MIX PADA TYGA MOMMY BABY STORE

Nama : Syarafi Arsya
NIM : 20134079
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

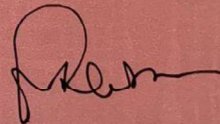
Padang, Agustus 2023

Diketahui Oleh,
Koordinator Program Diploma (DIII)
Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh,
Pembimbing Tugas Akhir



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph. D
NIP. 19751209 199903 2 001



Gesit Thabrani, SE, MT
NIP. 19760606 200212 1 005

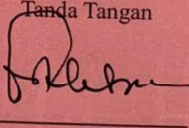
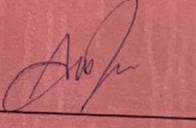
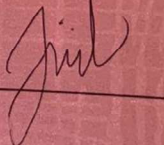
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN E-MARKETING MIX PADA TYGA MOMMY BABY STORE

Nama : Syarafi Arsyah
NIM : 20134079
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dinyatakan Lulus setelah diuji di Depan tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Padang, Agustus 2023

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Gesit Thabrani, SE, MT.	(Ketua)	
2. Arief Maulana, S.E., M.M.	(Anggota)	
3. Ilham Thaib, S.E., M.M.	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syarafi Arsyia
Tahun Masuk/NIM : 2020/20134079
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/26 November 2001
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Villa Melati Mas II No. 18 Kel. Alai Parak Kopi, Kec.
Padang Utara, Kota Padang
Judul Tugas Akhir : Tinjauan E-Marketing Mix Pada Tyga Mommy Baby
Store

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali izin sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila elah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2023

Yang menyatakan

Syarafi Arsyia

ABSTRAK

Judul : Tinjauan E-Marketing Mix Pada Tyga Mommy Baby Store

Pembimbing : Gesit Thabrani, SE, MT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas *e-marketing mix* yang dilakukan oleh *online shop* Tyga.mommybaby dalam menjalankan usahanya untuk meningkatkan jumlah konsumen. Observasi dilakukan secara online melalui media sosial Instagram. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi dan wawancara langsung kepada pemilik *online Shop* Tyga.mommybaby. Dari penelitian ini menjelaskan bahwa *online shop* Tyga.mommybaby mempunyai strategi *e-marketing mix* dengan menggunakan elemen-elemen *e-marketing mix* seperti: produk, promosi, tempat, harga, personalisasi, privasi, layanan pelanggan, komunitas, dan desain situs.

Dari hasil pembahasan dapat dijelaskan bahwa Tyga.mommybaby menerapkan beberapa aktivitas *e-marketing mix* seperti produk yang dijual, promosi seperti membuat iklan dan konten, tempat penjualan yaitu media sosial Instagram, harga produk, layanan yang diberikan oleh Tyga.mommybaby seperti menyesuaikan halaman web, mengelola data dan menjaga keamanan data konsumen.

Kata Kunci : Strategi E-Marketing Mix, Tyga .mommybaby

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Tinjauan E-Marketing Mix Pada Tyga Mommy Baby Store”**. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis dibimbing dan dibantu oleh berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
2. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
3. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu dan telah memberikan bimbingan, nasehat, dan arahan kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Ramel Yanuarta RE, SE, MSM, ME selaku pembimbing akademik penulis yang telah membimbing dari awal perkuliahan sampai akhir menyelesaikan Tugas Akhir.

5. Staf dosen serta karyawan/ti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
6. Kepada Pemilik online shop Tyga Mommy Baby Store yang telah memberikan waktu dan kesediaannya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Teristimewa kepada Orang Tua yaitu Mami Arnisnaelyelfy yang selalu memberi dukungan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
9. Kepada teman-teman dan sahabat penulis yang selalu mmemberi hiburan dan semangat.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bimbingan, bantuan, dan petunjuk bapak/ibu dan rekan-rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki pada karya ilmiah selanjutnya. Semoga tugas ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Padang, Agustus 2023

Syarafi Arsyah

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. <i>E-Marketing Mix</i>	6
B. Elemen Dalam <i>E-Marketing Mix</i>	8
BAB III.....	19
PENDEKATAN PENELITIAN.....	19
A. Bentuk Penelitian	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Rancangan Penelitian	19
1. Jenis penelitian	20
2. Tahapan Penelitian.....	20
3. Teknik Pengumpulan Data.....	22

4. Objek Penelitian	22
5. Sumber Data Penelitian.....	23
6. Teknik Analisis Data	23
BAB IV	24
PEMBAHASAN.....	24
A. Profil Perusahaan	24
1. Sejarah Online Shop Tyga.mommybaby	24
2. Logo Online Shop Tyga.mommybaby.....	27
B. Pembahasan	28
BAB V.....	38
PENUTUP	38
A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data penjualan online shop Tyga.mommybaby pada tahun 2022	3
Tabel 2. E-Marketing Tools Mapped to the E-marketing Mix Model.....	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Feed Akun Instagram Tyga.mommybaby.....	25
Gambar 2. Struktur Organisasi Tyga.mommybaby	26
Gambar 3. Logo Online Shop Tyga.mommybaby.....	27
Gambar 4. Produk Tyga.mommybaby	29
Gambar 5. Foto Jasa Endorse yang dipakai Tyga.mommybaby	31
Gambar 6. Akun penjualan Instagram Tyga.mommybaby	32
Gambar 7. Akun penjualan Shopee Tyga.mommybaby	33
Gambar 8. Akun penjualan Tokopedia Tyga.mommybaby	34
Gambar 9. Akun penjualan TikTok Tyga.mommybaby	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	46
Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis online di Indonesia sangat pesat, hal ini menandakan era pemanfaatan teknologi informasi sudah mulai diakui keberadaannya. Bisnis online atau yang biasa disebut *e-commerce* semakin banyak di Indonesia hal ini disebabkan perkembangan teknologi internet dan adanya perubahan perilaku konsumen. Mudahnya akses internet baik melalui wifi ataupun perangkat gadget memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicarinya. Dengan semakin majunya teknologi, memungkinkan manusia untuk bertukar informasi dan data dengan mudah. Jumlah pengguna *smartphone* yang terus bertambah dari waktu ke waktu rupanya sejalan dengan peningkatan jumlah pengakses toko online dari web maupun aplikasi. Dalam laporan iPrice ditemukan 94% orang Indonesia menggunakan perangkat *mobile* untuk mencari produk, angka ini meningkat 16% dari periode 2016/2017. (suara.com, 2022). Dengan semakin majunya perkembangan teknologi serta internet, perusahaan dapat melakukan belanja online melalui website maupun media sosial lainnya yang sangat sering dikunjungi oleh masyarakat. Seperti menjualkan dan memasarkan produk *fashion* perusahaan perlu menciptakan kualitas yang baik, menetapkan harga yang menarik, dan membuat produk mudah diperoleh oleh pelanggan, perusahaan juga perlu mengkomunikasikan produknya kepada pasar sasaran.

Dalam bisnis secara online tentu memiliki website atau media sosial sebagai tempat untuk berjualan. Website atau media sosial tersebut akan didesain sebagus dan semenarik mungkin. Namun tentu harus dilengkapi dengan sarana yang memenuhi kebutuhan konsumen dan layanan yang khusus disediakan oleh bisnis *online* untuk menangani konsumen. Dan agar bisnis *online* tersebut mendapat kepercayaan oleh calon konsumen *online shop* tersebut, dengan begitu pihak *online shop* harus menjaga dan melindungi data pribadi milik konsumennya. Salah satu contoh media sosial sebagai tempat berjualan bagi *online shop* adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan salah satu dari banyaknya media sosial yang digunakan untuk berjualan secara *online*. Penggunaan *Instagram* dapat dikatakan efektif bagi *online shop* karena memungkinkan untuk melakukan proses dan penjualan yang menjangkau calon pembeli secara luas, tidak terbatas oleh jarak dan waktu, karena pada dasarnya *Instagram* merupakan aplikasi yang diperuntukkan untuk berbagi foto atau video secara *online*.

Dalam berjualan secara *online* ada strategi yang harus diterapkan agar proses jual beli dan popularitas suatu perusahaan semakin meningkat yaitu dengan menggunakan strategi *e-marketing mix*. Konsumen menggunakan internet untuk meneliti dan membeli produk secara *online*, sehingga perusahaan membutuhkan strategi *online* untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. *E-Marketing Mix* terdiri atas gabungan antara *marketing mix* tradisional dengan *Product, Promotion, Place, Price, Personalization, Privacy, Customer Service, Community, Site Design, Security* dan *Sales Promotion*. Sejalan dengan hal tersebut, pada *e-commerce* sudah banyak ditemukan toko *online* yang menjual pakaian rumah khusus anak dan

wanita. Pada umumnya model baju ataupun barang yang dijualkan relatif sama. Akibatnya terjadi persaingan usaha, karena masyarakat sebagai konsumen mempunyai pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan dalam menyediakan dan pelayanan.

Salah satu *online shop* yang menjual pakaian khusus anak dan wanita adalah toko *online* Tyga.mommybaby yang juga melakukan penjualan pada media sosial *Instagram*. Tyga.mommybaby adalah sebuah toko *online* yang dimulai pada tahun 2019 *online shop* tersebut menjual beberapa jenis pakaian seperti baju daster, dress, kemeja, baju kaus, rok, dan celana untuk wanita serta baju anak-anak.

Tabel 1. Data penjualan online shop Tyga.mommybaby pada tahun 2022

No	Bulan	Hasil Penjualan
1	Januari	Rp. 106.122.431
2	Februari	Rp. 73.820.903
3	Maret	Rp. 86.445.572
4	April	Rp. 148.220.282
5	Mei	Rp. 95.794.337
6	Juni	Rp. 110.081.755
7	Juli	Rp. 93.190.681
8	Agustus	Rp. 100.942.681
9	September	Rp. 107.683.933
10	Oktober	Rp. 95.216.285
11	November	Rp. 89.611.703
12	Desember	Rp. 98.971.949
TOTAL PENJUALAN		Rp. 1.206.102.512

Sumber: Tyga.mommybaby

Tabel 1. Menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tertinggi pada bulan April, hal ini disebabkan pada bulan tersebut *online shop* Tyga.mommybaby melakukan potongan harga dan promo untuk baju-baju gamis ataupun dress dalam

rangka menyambut hari raya Idul Fitri. Sedangkan pertumbuhan penjualan terendah terjadi pada bulan Februari dikarenakan aktivitas promosi berkurang, seiring dengan turunnya daya beli masyarakat. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi yang dilakukan *online shop* Tyga.mommybaby. untuk itu penulis tertarik mengangkat Tugas Akhir dengan judul “Tinjauan *E-Marketing Mix* Terhadap Tyga Mommy Baby Store Dalam Jaringan Sosial Internet”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diurai, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana *e-marketing mix* yang diterapkan oleh Tyga.mommybaby”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu mengetahui strategi *e-marketing mix* yang dilakukan *online shop* Tyga.mommybaby.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan teori dan keilmuan tentang pemasaran terutama tentang *e-marketing mix*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Selain sebagai satu syarat guna menyelesaikan pendidikan pada Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, penelitian ini juga berguna untuk menambah wawasan berfikir tentang *e-marketing mix*.

b. Bagi Pelaku Bisnis

Sebagai masukan kepada Toko *online* Tyga.mommybaby dalam melakukan pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

c. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pembandingan terhadap penelitian sejenis dan bisa digunakan dengan semestinya bagi rekan-rekan.

d. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan masyarakat yang memiliki minat untuk melakukan penelitian pada bidang yang sam