

## ABSTRAK

Pada zaman modern ini teknologi telekomunikasi dan internet menyebabkan terjadinya perubahan kultur kita sehari-hari. Dalam era yang disebut *information age ini*, media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis. Dalam segi pemasaran perusahaan Tokopedia selalu menggunakan prinsip dari teori Bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, physical evidence, people, process*. Salah satu fenomena *e-commerce* saat ini yang mulai berkembang dengan pesat di Indonesia adalah dengan munculnya situs jual beli *online*. Situs jual-beli *online* di Indonesia sebenarnya sudah mulai bermunculan pada awal tahun 2000an, namun baru beberapa tahun belakangan situs jual-beli semakin ramai.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa bauran promosi yaitu *promotion mix* yang dilakukan oleh Tokopedia untuk membuat strategi promosi melalui analisis SWOT yang menggunakan faktor internal (IFS) dan faktor eksternal (EFS) terhadap perusahaan Tokopedia. Jenis penelitian ini adalah deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian berdasarkan teknik Analisis SWOT yang telah dilakukan adalah :

- 1) Strategi SO : Memberikan petunjuk proses pembayaran saat melakukan transaksi, mempercepat proses pengiriman agar penjual tidak mengalami kesulitan, semakin adanya brand baru dengan harga yang murah akan menjadi daya tarik konsumen;
- 2) strategi WO : Memproses dengan cepat pengiriman barang, membuat peringatan untuk pemilik akun agar lebih teliti terhadap produk yang dijual, memberikan garansi produk maksimal 1x24 jam setelah mendapatkan barang;
- 3) strategi ST : Mempunyai keunikan dalam menjual jenis atau produk barang yang tidak dapat ditiru oleh pesaing, menjaga ketersediaan stok barang di gudang agar tidak terjadi nya kelangkaan, menjaga harga tetap stabil dan menghindari dari isu-isu negatif dari pesaing, dengan memberikan harga yang murah dan terjangkau;
- 4) strategi WT : Membuat tampilan baru yang kreatif dibanding dengan produk di *marketplace* lain,

memberikan jaminan kepada konsumen jika pengiriman lebih dari waktu yang telah ditentukan akan mendapatkan jaminan uang kembali.

Kata Kunci: Tokopedia, Bauran Promosi, Analisis Deskriptif