

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR BAGAN DAN TABEL | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| E. Kerangka Pemikiran | 7 |
| 1. Pengertian Strategi | 7 |
| 2. Strategi Pemasaran | 8 |
| 3. Komunikasi Pemasaran | 12 |
| 4. Strategi Komunikasi Pemasaran | 16 |
| 5. <i>New Media</i> dan Internet (<i>E-commerce</i>) | 20 |
| 6. <i>Website</i> | 23 |
| F. Kerangka Konsep | 24 |
| G. Metodologi Penelitian | 28 |
| 1. Objek Penelitian | 28 |
| 2. Jenis Penelitian | 28 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Metode Penelitian | 29 |
| 4. Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| 5. Teknik Analisis Data | 31 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 33 |
| A. Penelitian Terdahulu | 33 |
| B. <i>E-commerce</i> | 35 |
| 1. Sejarah <i>E-commerce</i> di Indonesia | 35 |
| 2. Definisi <i>E-commerce</i> | 38 |
| 3. Karakteristik <i>E-commerce</i> | 41 |
| 4. Jenis <i>E-commerce</i> | 43 |
| 5. Mekanisme <i>E-commerce</i> | 44 |
| C. Konsep Pemasaran | 48 |
| D. Strategi Pemasaran | 53 |
| E. Konsep Komunikasi Pemasaran | 57 |
| F. Strategi Komunikasi Pemasaran | 61 |
| BAB III TINJAUAN UMUM BUKALAPAK.COM | 73 |
| A. Profil Perusahaan | 73 |
| B. Sejarah Bukalapak | 74 |
| C. Visi dan Misi Perusahaan | 77 |
| D. Filosofi Merek | 77 |
| E. <i>Internal Value</i> | 77 |
| F. Budaya Perusahaan | 78 |
| G. Jenis Produk | 79 |
| H. <i>Competitor</i> Bukalapak | 80 |
| I. <i>Awards and Recognition</i> | 80 |
| J. Struktur Organisasi Bukalapak | 81 |
| K. Cara Berbelanja di Bukalapak.com | 86 |
| L. Cara Berjualan di Bukalapak | 87 |

| | |
|--|------------|
| M. Fitur Premium Bukalapak | 90 |
| N. Sistem Pembayaran | 91 |
| O. Komunitas Bukalapak | 92 |
| BAB IV HASIL ANALISIS DATA | 95 |
| A. <i>E-commerce</i> Bukalapak | 95 |
| B. Strategi Pemasaran Bukalapak | 105 |
| C. Strategi Komunikasi Pemasaran Bukalapak | 111 |
| BAB V | 141 |
| D. Kesimpulan | 141 |
| E. Saran | 143 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 145 |
| LAMPIRAN | 150 |

DAFTAR BAGAN, GAMBAR DAN TABEL

| | | |
|-------------|---|-----|
| Bagan 1.1 | Proses Komunikasi Pemasaran | 14 |
| Bagan 3.1 | Struktur Organisasi Bukalapak | 81 |
| Gambar 1.1 | Alat Pemasaran Pada Setiap P | 11 |
| Gambar 3.1 | Rating Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i> Bukalapak | 75 |
| Gambar 3.2 | Prestasi Bukalapak | 76 |
| Gambar 3.3 | Logo Bukalapak | 77 |
| Gambar 3.4 | Suasana kantor Bukalapak | 79 |
| Gambar 3.5 | Bubu <i>Awards</i> Bukalapak.com | 81 |
| Gambar 3.6 | Proses Pembelian di Bukalapak.com | 87 |
| Gambar 3.7 | Proses Penjualan di Bukalapak.com | 88 |
| Gambar 4.1 | Tampilan <i>Homepage</i> Bukalapak.com | 98 |
| Gambar 4.2 | Fitur Panduan Bukalapak.com | 99 |
| Gambar 4.3 | Fitur Manfaat Menggunakan Buakalapak.com | 100 |
| Gambar 4.4 | Fitur Blog di Buakalapak.com | 101 |
| Gambar 4.5 | Fitur Komunitas di Bukalapak.com | 102 |
| Gambar 4.6 | Bukalapak di Mesin Pencarian <i>Google</i> | 108 |
| Gambar 4.7 | Konferensi Pers Bukalapak Kampanye Pahlawan Kreatif | 113 |
| Gambar 4.8 | Konferensi Pers Kampanye Bukalapak <i>#BelidanPeeduli</i> | 114 |
| Gambar 4.9 | Publisitas Bukalapak.com di Surat Kabar <i>Tribun</i> | 115 |
| Gambar 4.10 | <i>Campaign</i> bulanan Bukalapak.com | 117 |
| Gambar 4.11 | <i>Campaign</i> harian Bukalapak.com | 117 |
| Gambar 4.12 | Tampilan <i>Facebook</i> Bukalapak.com | 121 |
| Gambar 4.13 | Tampilan <i>Twitter</i> Bukalapak.com | 121 |
| Gambar 4.14 | Tampilan <i>Youtube</i> Bukalapak.com | 122 |
| Gambar 4.15 | Tampilan <i>Instagram</i> Bukalapak | 122 |
| Gambar 4.16 | Iklan Bukalapak Berbentuk Film Pendek | 124 |
| Gambar 4.17 | CEO Bukalapak dalam <i>Video Youtube Ads</i> | 125 |
| Gambar 4.18 | Iklan Harbolnas di <i>Kompas.com</i> | 126 |
| Gambar 4.19 | Acara Kopdar Komunitas Bukalapak | 131 |
| Gambar 4.20 | Kaos Komunitas Bukalapak di Bandung | 131 |
| Gambar 4.21 | Poster Komunitas Bukalapak di Solo | 132 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| Gambar 4.22 | Logo Komunitas Bukalapak Pantura | 132 |
| Gambar 4.23 | <i>E-book Seller</i> Bukalapak.com | 133 |
| Gambar 4.24 | Pengumuman Komunitas Pelapak | 134 |
| Gambar 4.25 | Bukalapak dan Forum Indonesia Muda Perbandingan <i>social media</i> Bukalapak.com dengan | 135 |
| Tabel 3.1 | Kompetitornya | 80 |