

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Peran *Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Performa Bisnis Tees.co.id*”. Tees.co.id merupakan perusahaan *e-commerce* yang tidak hanya menjual produk saja namun juga dapat memproduksi produk berupa *merchandise* yang kemudian dijual secara *online*. Fenomena mobilitas yang tinggi konsumen dan juga meningkatnya tren dunia *e-commerce* menjadikan Tees.co.id harus memiliki komunikasi pemasaran yang tepat guna membangun performa bisnisnya. Hal ini akan berdampak langsung pada perkembangan Tees.co.id. masalah yang timbul adalah Tees.co.id sejak berdiri hingga sekarang selalu mengalami peningkatan baik itu pengikut maupun omset. Berdasarkan data inilah maka peniliti ingin melihat bagaimana komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh Tees.co.id dalam membangun performa bisnis. Hasil penelitian dilapangan menunjukan bahwa komunikasi yang dipakai guna memasarkan produk Tees.co.id dengan media *online* seperti *website*, sosial media (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*), *advertising*, *newsletter e-mail*, *website*, *blogspot*, portal berita, hingga menjalin kerja sama dengan pihak lain. Media *online* ini berhasil menarik konsumen dimana terlihat peningkatan toko pada *website* dan juga jumlah penjualan hingga pertambahan pengikut pada sosial media. Dari data di lapangan juga ditemukan adanya faktor penghambat dimana ragam pilihan model desain pada *website* Tees.co.id masih terbatas, gambar tidak bisa disimpan hingga waktu pengerjaan hingga sampai ke tangan konsumen terhitung lama. Namun faktor pendukung menjadi penguat Tees.co.id. Tees.co.id mampu memproduksi sebuah produk dalam jumlah satuan, bisa mendesain segala sesuatu dengan gaya sendiri, serta bisa langsung berbisnis karena ada ruang yang disediakan oleh Tees.co.id untuk. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh Tees.co.id dalam membangun performa bisnis berjalan dengan baik walaupun ada tantangan, akan tetapi dapat diatasi oleh pihak perusahaan.

Kata Kunci : *Komunikasi Pemasaran, Performa Bisnis*

ABSTRACT

This study entitled "The Role of Marketing Communication is Building Business Performance of Tees.co.id". Tees.co.id an e-commerce company that not only sells products but also can produce the products in the form of merchandise are then sold online. The phenomenon of high mobility of consumers and also the increasing trend of the world of e-commerce makes Tees.co.id should have the right marketing communications to build their business performance. This will have a direct impact on the development of Tees.co.id. the problem that arises is Tees.co.id since its establishment until now always increase both the followers and turnover. Based on this data, the researchers wanted to see how is the marketing communication run by Tees.co.id in building business performance. The results of field research shows that communication is used to market the product Tees.co.id with online media such as websites, social media (Facebook, Twitter, Instagram), advertising, newsletter E-mail, website, blogspot, news portals, to establish cooperation with other parties. This online media to attract customers, which saw an increase in store on the website and also sales to gain followers on social media. From the field data also found inhibitory factor, where a wide selection of models on a website design Tees.co.id still limited, the image can not be stored until the time of execution to the hands of consumers as of old. However motivating factors into the amplifier Tees.co.id. Tees.co.id capable of producing a product in a number of units, can design everything with his own style, and can directly do business because there is space provided by Tees.co.id. Based on these results we can conclude that marketing communications are run by Tees.co.id in building your business' performance went well although there are challenges, but can be addressed by the company.

Keywords: *Marketing Communication, Business Performance*