

Abstrak

Tokopedia adalah salah satu *e-commerce* pertama di Indonesia yang menggunakan sistem *marketplace*. Perbedaan *e-commerce* dengan *marketplace* adalah, jika *e-commerce* hanya menjual produk dari satu perusahaan dan memiliki penjual tunggal, namun *marketplace* dapat menjual berbagai macam barang dari berbagai penjual. Tokopedia memiliki dua tipe konsumen yaitu *seller* dan *buyer* yang membuat Tokopedia harus bersaing dengan *e-commerce* lainnya. Strategi komunikasi pemasaran Tokopedia miliki dalam meningkatkan jumlah konsumen membuat ia bertahan di kerasnya persaingan bisnis online di Indonesia. Dengan metode penelitian kualitatif secara deskriptif, penelitian ini menjelaskan tentang profil dan sistem kerja Tokopedia secara lengkap agar mengenal lebih jauh tentang Tokopedia dan menjelaskan apa saja strategi komunikasi pemasaran *e-commerce* dengan sistem *marketplace* di Tokopedia. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan peninjauan lapangan dan juga wawancara. Dengan 3 konsep, yaitu fokus kepada konsumen (*focus on customer*). Pengubahan pola pikir (*growth mindset*), dan wujudkan, buat lebih baik (*make it happen getting better*). Menggunakan pendekatan teori *new wave marketing mix* dan 3 konsep tersebut membuat Tokopedia dapat meningkatkan jumlah konsumen dan bersaing dengan kompetitor.

Kata kunci : *e-commerce*, komunikasi pemasaran,*marketplace*

Abstract

Tokopedia is one of the first e-commerce in Indonesia using the system marketplace. Differences with the e-commerce marketplace is, if e-commerce only sell products from stau company and has a single seller, but the marketplace can sell various items from different sellers. Tokopedia has two types of customers that seller and buyer makes Tokopedia must compete with other e-commerce. Tokopedia marketing communication strategies have in improving the number of consumers make it survive the rigors of Competitive claims online business in Indonesia. With descriptive qualitative research methods, this study describes the profile and work systems Tokopedia complete in order to know more about Tokopedia and explain any marketing communication strategies with the e-commerce marketplace in Tokopedia system. Researchers used data collection techniques and interviews An overview field. With three concepts, namely customer focus (focus on the customer). Changing the mindset (growth mindset), and make it real, make it better (make it happen getting better). Using a theoretical approach and the new wave of marketing mix 3 concept makes Tokopedia can increase the number of consumers and compete with competitors.

Keywords: e-commerce, marketing communication, marketplace