

ABSTRAK

Livaza.com merupakan *E-commerce Marketplace* terbesar khusus produk *furniture* dan dekorasi rumah di Indonesia. Livaza.com berdiri pada tanggal 25 Februari 2015 di Jakarta. Livaza.com memfasilitasi bertemunya penjual dan pembeli melalui website dan mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi. Livaza.com mengklasifikasi bisnis *e-commerce* menjadi dua berdasarkan segmentasinya yaitu B2B yaitu pembisnis dan B2C yaitu konsumen terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Strategi *Marketing Communication* yang dilakukan oleh Livaza.com untuk meningkatkan penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan data diperoleh melalui metode observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini, Livaza.com menggunakan konsep generik sebagai strategi *Marketing Communication* yang dirancang sebulan sekali. Livaza.com menerapkan seluruh dari bauran promosi dan komponen yang paling penting yakni *Promotion Sales, Advertising, Direct Marketing* dan *Internet Marketing*.

Kata Kunci : Strategi *Marketing Communication, E-commerce, Marketplace, Livaza.com*

ABSTRACT

Livaza.com is the biggest e-commerce marketplace for the furniture product and home decoration in Indonesia. Livaza.com is built on February 25th, 2015 in Jakarta. Livaza.com is a facilitator to unite a seller and buyer by the website and make easy for the consumer to transaction. Livaza.com has 2 classifications for the e-commerce business about the segmentation, there are B2B for the business and B2C for the end-user. This study was conducted to assess the Marketing Communication Strategy conducted by Livaza.com to increase sales. This type of research is qualitative. This study uses a qualitative method and the data obtained through observation, interviews, and literature. The results of this study, Livaza.com uses the generic concept as a Marketing Communication strategy designed once a month. Livaza.com apply all part of the promotional mix and the important components are Sales Promotion, Advertising, Direct Marketing and Internet Marketing.

Keywords : *Marketing Communication Strategy, E-commerce, Marketplace, Livaza.com*