

ABSTRAK

Tokopedia merupakan pasar atau mall online terbesar di Indonesia yang memungkinkan individu maupun pemilik usaha di Indonesia untuk membuka toko online secara mudah dan gratis. Bisnis ini banyak digemari karena dengan modal yang kecil dapat menghasilkan keuntungan yang lumayan besar dan jangkauannya yang luas. Bagi PT. Tokopedia strategi marketing juga diperlukan, salah satunya yaitu event marketing.

Selama ini, Tokopedia sudah menarik banyak masyarakat Indonesia untuk menggunakan aplikasi Tokopedia. Namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa Tokopedia juga mengalami penurunan pengguna maupun pengunjung. Penurunan tersebut kebanyakan disebabkan oleh kurangnya pemahaman pelaku usaha di Tokopedia dalam mengaplikasikan toko mereka. Hal tersebut menyebabkan banyak pelanggan yang beralih ke market place lain.

Penulisan ini ditulis oleh penulis berdasarkan dengan metode penelitian berupa pengamatan (observasi) yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja untuk mengetahui dampak dari event marketing dalam meningkatkan jumlah pengguna Tokopedia. Metode ini digunakan penulis untuk menjelaskan peristiwa yang terjadi dan untuk menguji kualitas dari strategi yang digunakan.

Penurunan jumlah pengguna aplikasi Tokopedia karena kebanyakan pelaku usaha di Tokopedia yang kurang memahami dalam mengaplikasikan toko mereka yang menyebabkan banyak pengguna yang beralih ke market place lain. Hal tersebut menuntut Tokopedia untuk melakukan upaya event marketing yang diharapkan bisa untuk meningkatkan jumlah penggunanya dan dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan yang menyebabkan pembeli beralih ke market place lain dengan edukasi yang disisipkan pada kegiatan event yang di adakan.

Kata Kunci : Tokopedia, Event Marketing, Market Place

ABSTRACT

Tokopedia is the largest online market or mall in Indonesia that allows individuals and business owner in Indonesia to open an online store easily and free. This business is very popular because with a small capital it can generate a hefty profit and have a wide range. For PT. Tokopedia, a marketing strategy is also needed, one of them is event marketing.

So far, Tokopedia has attracted many Indonesian people to use the Tokopedia application. However, this does not rule out the possibility that Tokopedia is also experiencing a decrease in users and visits. The decrease was mostly due to the lack of understanding of business actors at Tokopedia in applying their stores. This causes many customers to switch to other market place.

This writing is written by the author based on the research method in the form of observations made by the author during work practices to determine the impact of event marketing in increasing the number of Tokopedia users. This method is used by the author to explain the events that occurred and to test the quality of the strategies used.

The decrease in the number of users of the Tokopedia application is because most business actors at Tokopedia do not understand how to apply their store, which causes many users to switch to other market place. This requires Tokopedia to make event efforts which are expected to increase the number of users and can minimize mistakes that cause buyers to switch to other market place with education inserted in the event activities held.

Keywords : Tokopedia, Event Marketing, Market Place