

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

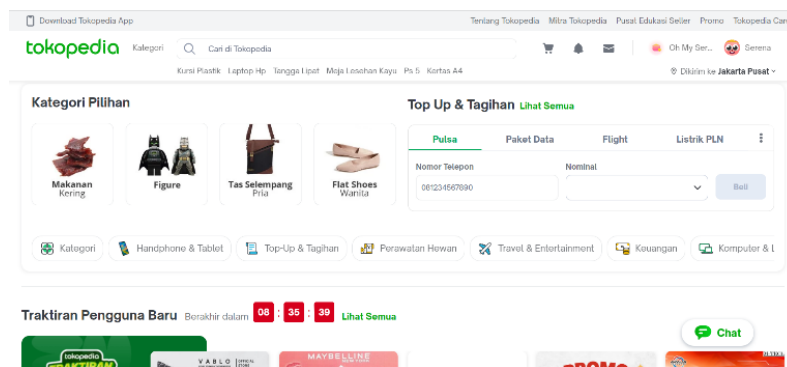
Bab ini akan menjelaskan mengenai deskripsi dari Tokopedia secara umum seperti profil, akun media sosial, dan bentuk strategi *social media marketing* yang digunakan Tokopedia serta gambaran umum mengenai kategori *fashion* yang pada Tokopedia.

2.1. Profil Tokopedia

Tokopedia bermula dari adanya keresahan atas permasalahan distribusi logistik di Indonesia yang belum merata. Menjadi Negara kepulauan terbesar membuat pemerataan barang-barang kebutuhan menjadi terkumpul hanya di kota-kota besar. Berangkat dari hal tersebut, William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison berpikir untuk menghentikan permasalahan tersebut. Pada 17 Agustus 2009 Tokopedia diluncurkan dengan misi pemerataan ekonomi secara digital.

Pada tahun 2021 Tokopedia bergabung dengan Gojek menjadi GoTo. Memiliki misi untuk mendorong kemajuan, Gojek dan Tokopedia menyatukan kekuatan melalui GoTo dengan cara menyatukan layanan *on-demand*, *e-commerce*, serta layanan pembayaran dan keuangan. Saat ini Tokopedia memiliki slogan ‘Selalu ada Selalu Bisa’ dengan harapan bahwa Tokopedia ingin menjadi sebuah solusi bagi masyarakat Indonesia dalam memenuhi segala kebutuhan apa pun dan kapan pun.

Layanan Tokopedia saat ini dapat diakses melalui aplikasi maupun website. Kemudahan layanan ini membuat Tokopedia menjadi salah satu *e-marketplace* yang banyak digunakan oleh konsumen di Indonesia.

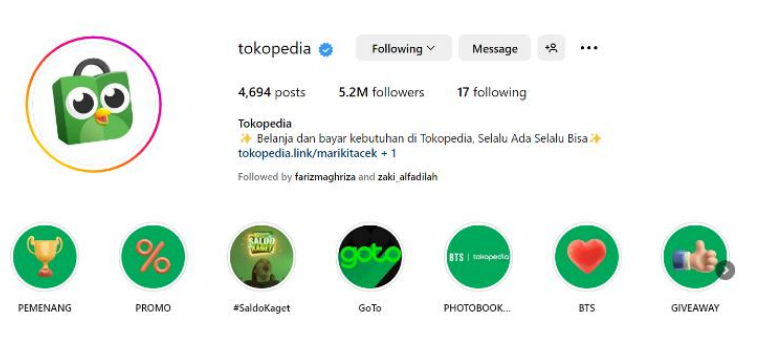


Gambar 2.1 Tampilan Website Tokopedia

Sumber : tokopedia.com, diakses pada 4 Juni 2023

2.2. Media Sosial Tokopedia

Dalam menjalankan promosi dan unjuk menjangkau konsumennya, Tokopedia memiliki beberapa akun *social media* seperti instagram, youtube, twitter dan tiktok. Akun media sosial Tokopedia sendiri telah memiliki pengikut sampai jutaan pengikut dan ribuan postingan. Penggunaan media sosial pada saat ini sangatlah krusial dikarenakan penyebaran informasi melalui media sosial sangatlah mudah dan cepat serta dapat menjangkau pengikut maupun bukan pengikut melalui perhitungan algoritma tertentu oleh masing-masing aplikasi.



Gambar 2.2 Akun Instagram Tokopedia

Sumber : [instagram.com/tokopedia](https://www.instagram.com/tokopedia), diakses pada 4 Juni 2023



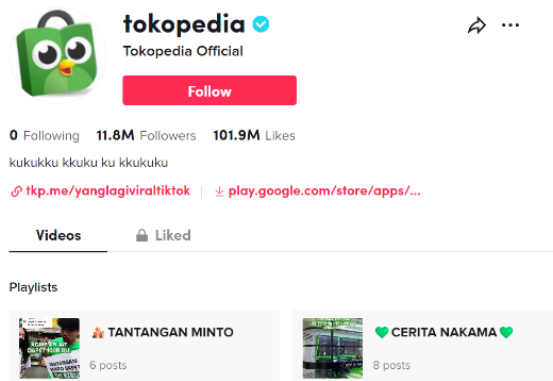
Gambar 2.3 Akun Twitter Tokopedia

Sumber : twitter.com/tokopedia, diakses pada 4 Juni 2023



Gambar 2.4 Akun Youtube Tokopedia

Sumber : [youtube.com/@tokopedia](https://www.youtube.com/@tokopedia), diakses pada 4 Juni 2023



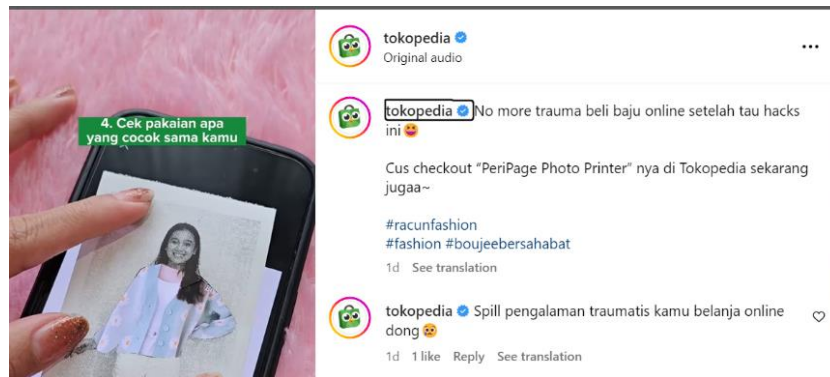
Gambar 2.5 Akun Tiktok Tokopedia

Sumber : tiktok.com/@tokopedia, diakses pada 4 Juni 2023

2.3. Bentuk *Social Media Marketing* Tokopedia

Untuk menjaga loyalitas konsumen lama dan menarik konsumen baru, Tokopedia melakukan strategi *social media marketing* dengan membuat konten dalam bentuk visual maupun audio visual. Konten tersebut di unggah Tokopedia melalui akun media sosialnya. Beberapa cara yang digunakan oleh Tokopedia untuk menjangkau konsumennya adalah dengan mengunggah informasi mengenai produk-produk yang dijual di Tokopedia serta mengunggah informasi mengenai bentuk-bentuk promosi penjualan dalam bentuk voucher diskon, *flash sale*, layanan bebas ongkir, dan voucher belanja.

Bentuk informasi produk yang diunggah oleh Tokopedia khususnya pada kategori fashion adalah berupa informasi harga, tips dan trik (*hack*), rekomendasi produk, dan informasi tanggal *launching* produk. Informasi tersebut dikemas dalam bentuk video pendek maupun foto. Melalui berbagai konten yang menarik tersebut, Tokopedia juga memberi informasi mengenai promo-promo yang berlangsung pada periode tersebut seperti bebas ongkir dan voucher *cashback*.



Gambar 2.6 Tips dan Trik Memilih *Fashion*

Sumber : [instagram.com/tokopedia](https://www.instagram.com/tokopedia), diakses pada 4 Juni 2023



Gambar 2.7 Rekomendasi Produk yang Berhubungan dengan *Fashion*

Sumber : [instagram.com/tokopedia](https://www.instagram.com/tokopedia), diakses pada 4 Juni 2023



Gambar 2.8 Informasi Harga Produk dan Promo Gratis Ongkir

Sumber : [instagram.com/tokopedia](https://www.instagram.com/tokopedia), diakses pada 4 Juni 2023



Gambar 2.9 Informasi Merek *Fashion* yang Bekerja Sama dengan Tokopedia

Sumber : [instagram.com/tokopedia](https://www.instagram.com/tokopedia), diakses pada 4 Juni 2023

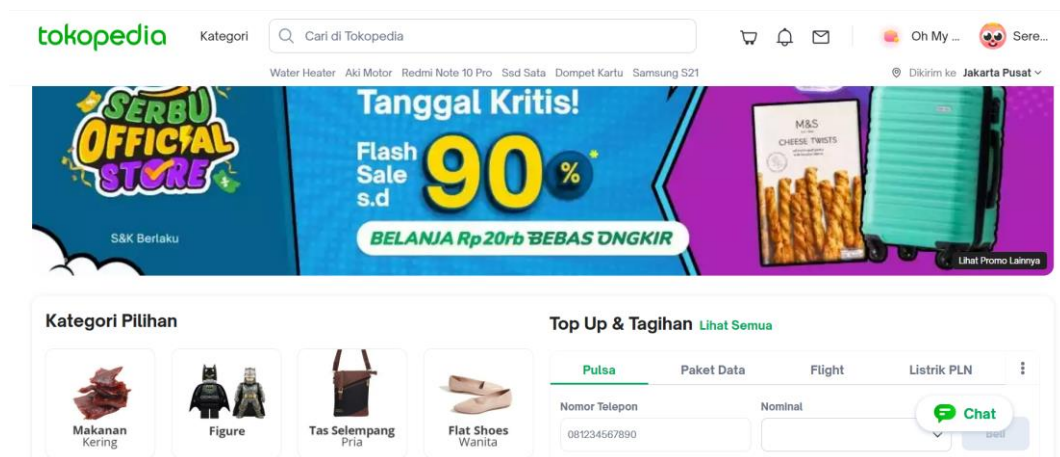


Gambar 2.10 Informasi *Launching* Produk *Fashion* dan Promo Voucher 20rb

Sumber : [instagram.com/tokopedia](https://www.instagram.com/tokopedia), diakses pada 4 Juni 2023

2.4. Kategori *Fashion* di Tokopedia

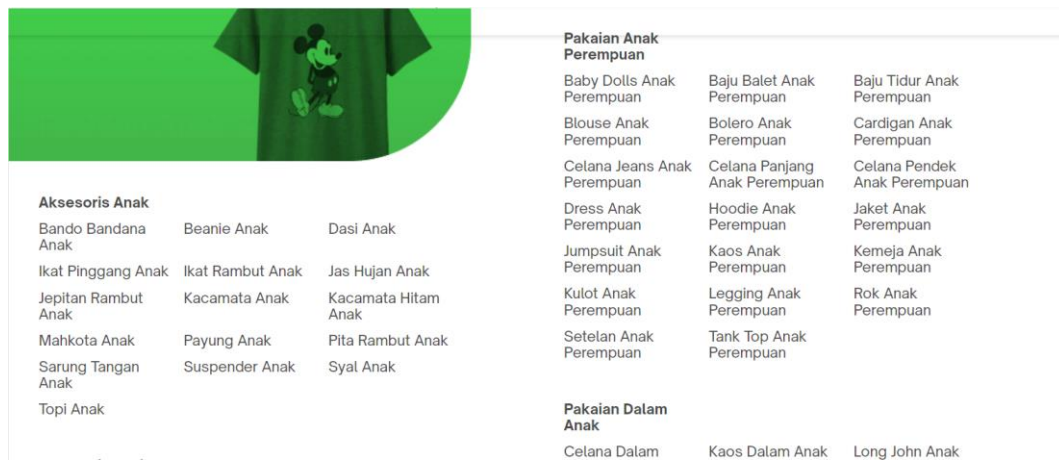
Fashion menjadi salah satu kategori yang paling banyak dicari di Tokopedia oleh konsumen pada awal tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan rekomendasi *fashion* berupa tas selempang pria dan *flatshoes* wanita yang muncul di halaman utama saat konsumen membuka laman tokopedia.com. Tas selempang pria merupakan jenis produk yang terdapat dalam kategori *fashion* pria. Sedangkan *flatshoes* wanita merupakan jenis produk yang terdapat dalam kategori *fashion* wanita.



Gambar 2.11 Halaman utama Tokopedia.com

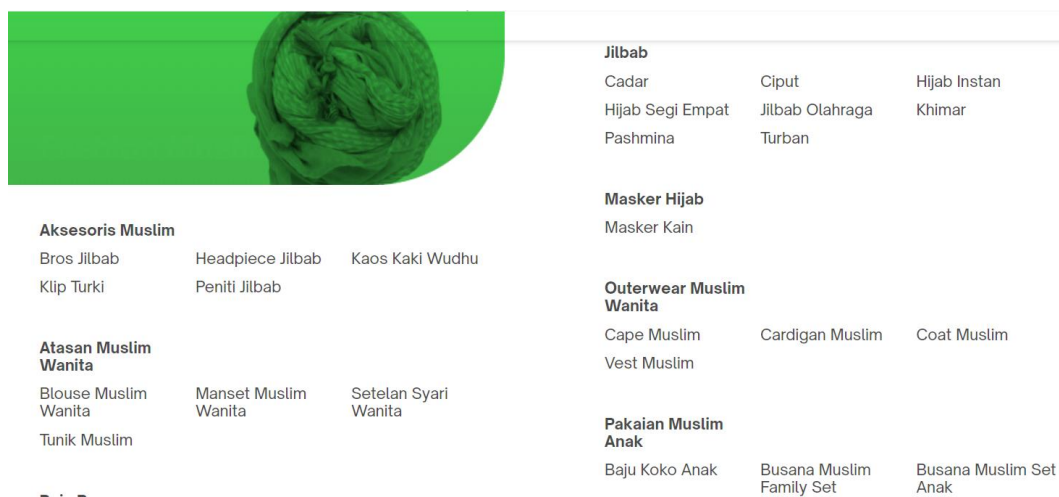
Sumber : Tokopedia.com, diakses pada 22 Juni 2023

Kategori *fashion* di Tokopedia terdiri dari empat kategori umum, yakni *fashion* anak dan bayi, *fashion* muslim, *fashion* pria dan *fashion* wanita. Dari keempat kategori utama tersebut kemudian dibagi lagi menjadi berbagai macam sub kategori yang berisikan sub dari sub kategori. Misalnya pada kategori *fashion* anak dan bayi akan terdapat sub kategori aksesoris anak dengan sub sub kategori produk bando bandana anak.



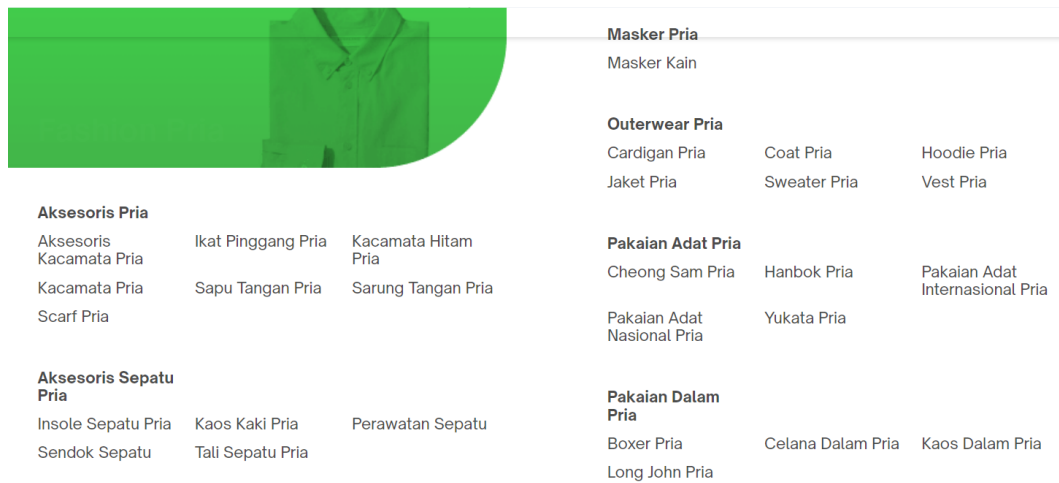
Gambar 2.12 Kategori *Fashion* Anak dan Bayi

Sumber : tokopedia.com, diakses pada 22 Juni 2023

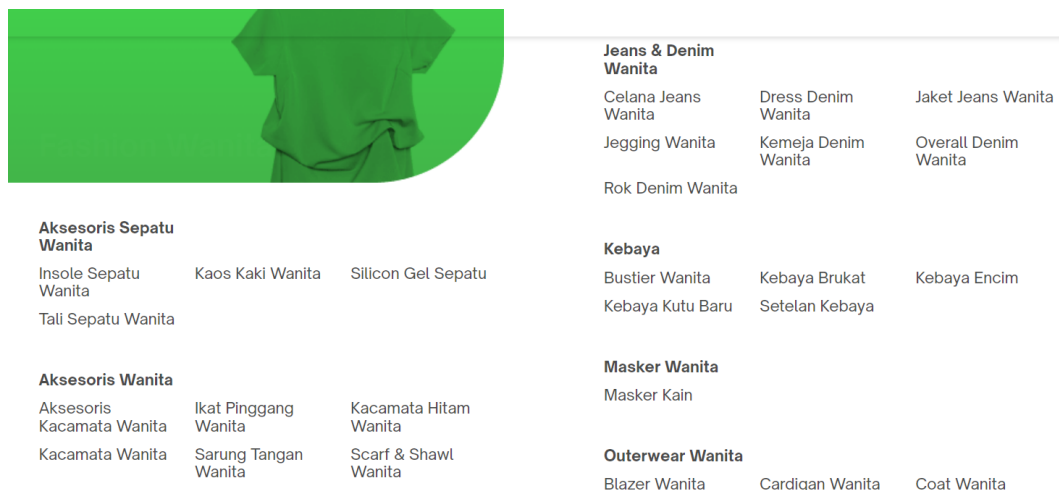


Gambar 2.13 Kategori *Fashion* Muslim

Sumber : Tokopedia.com, diakses pada 22 Juni 2023

Gambar 2.14 Kategori *Fashion* Pria

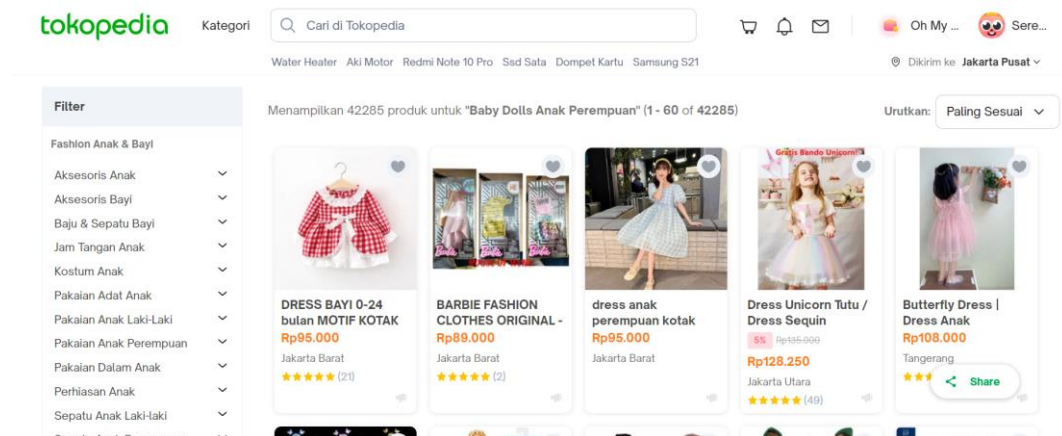
Sumber : Tokopedia.com, diakses pada 22 Juni 2023

Gambar 2.15 Kategori *Fashion* Wanita

Sumber : Tokopedia.com, diakses pada 22 Juni 2023

Apabila konsumen menyentuh dan mengklik jenis produk tersebut maka akan muncul berbagai macam produk yang sesuai dengan jenis tersebut. Produk-produk tersebut akan muncul dari berbagai macam toko dengan harga dan model yang bervariasi. Konsumen juga dapat menyesuaikan pilihan dengan mengurutkan

produk agar dapat ditampilkan menjadi paling sesuai kategori, harga tertinggi, harga terendah, maupun ulasan terbaik.



Gambar 2.16 Berbagai Macam Produk dari *Baby Dolls* Anak Perempuan

Sumber : Tokopedia.com, diakses pada 22 Juni 2023