

**STRATEGI PENGGUNAAN *MARKETPLACE* LAZADA
DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK PELANGSING
TUBUH DI DEANISYA *OFFICIAL STORE* INDONESIA**

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
Deanisya Tria Marcellina
NIM. 2110521102**

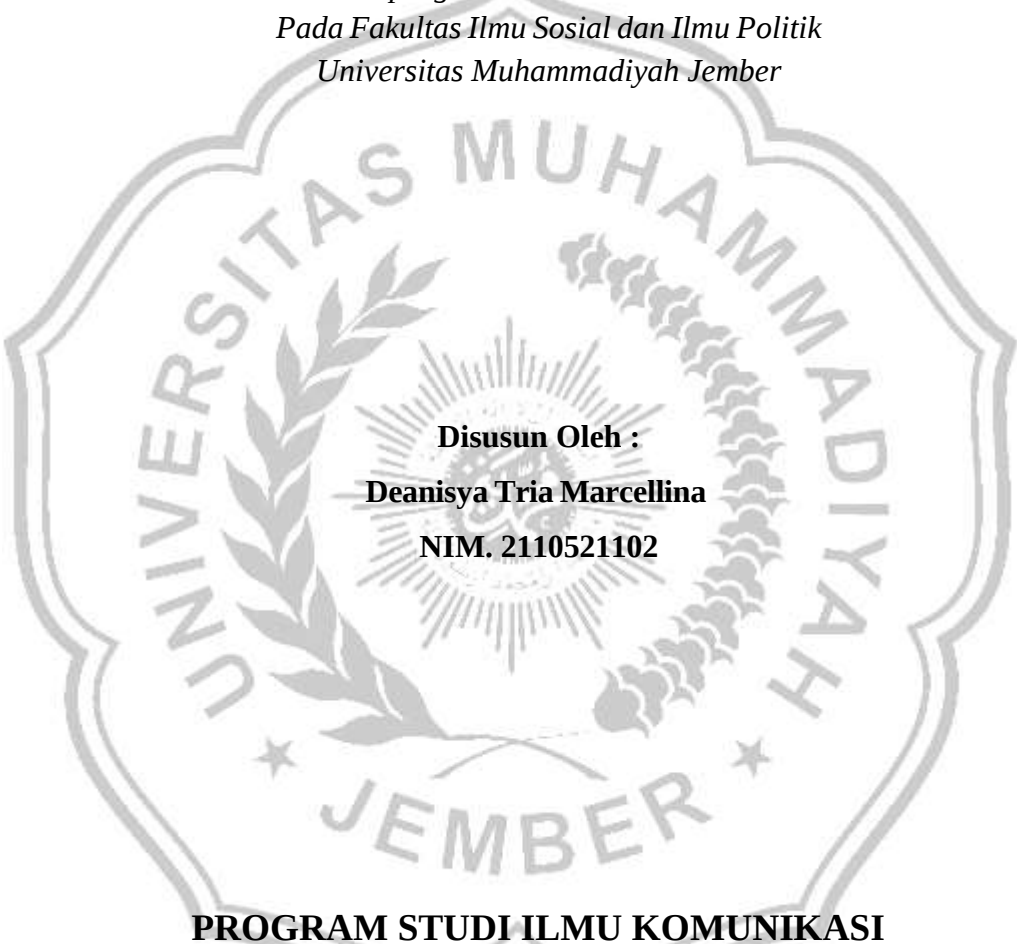
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2025

**STRATEGI PENGGUNAAN *MARKETPLACE* LAZADA
DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK PELANGSING
TUBUH DI DEANISYA *OFFICIAL STORE* INDONESIA**

SKRIPSI

*Untuk memperoleh Gelar Strata Satu (S-1)
Dalam program Studi Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember*



**Disusun Oleh :
Deanisya Tria Marcellina
NIM. 2110521102**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2025



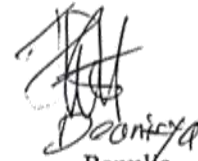
HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa dan berkat dukungan serta doa dari orang-orang yang saya kasihi, skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Maka dari itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya sampaikan rasa terima kasih syukur kepada:

1. Allah SWT, hanya atas izin dan karunia-Nya karya ini dapat ditulis dan diselesaikan tepat waktu. Segala puji syukur yang tak terhingga saya panjatkan kehadirat Allah.
2. Orang tuaku tercinta, Bapak Agus Santoso dan Ibu Hestin Khofifah atas dukungan moral dan material dan lantunan doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.
3. Bapak Dr. Sudahri, S.Sos. M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Kukuh Pribadi, S.I.Kom., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Bapak Ageng Soeharno, S.S., M.Pd. Dosen pembimbing, yang dengan ikhlas serta sabar mencurahkan waktu, tenaga, dan ilmu untuk memberikan berbagai saran, bimbingan, dan perhatiannya selama penyusunan proposal dan skripsi.
6. Kepada kakak dewi intan mustika sari, yang selalu mensupport penulis untuk terus semangat menyelesaikan skripsi ini hingga mendapatkan gelar sarjana.
7. Kasad Tercinta, yang telah memberikan support, semangat, dan meluangkan waktunya untuk menemani dan menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Sekali lagi terimakasih tak terhingga untuk dukungannya selama ini, semoga sehat selalu.
8. Sahabat-sahabat saya Wiwid Maulida, Cindi Tiara Utami dan Fenty Rosa yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah selama proses pengerjaan skripsi ini dan support yang tiada henti. Semoga kita bisa menjaga tali persahabatan dan menjadi orang yang sukses.

9. Tak lupa saya ucapkan terimakasih terhadap diri saya sendiri karena sudah kuat sampai detik ini, sekarang,selamanya, dan semoga akan selalu menjadi pribadi yang lebih kuat lagi ,diberi jalan dan kemudahan dalam hal apapun.

Jember, 19 Juni 2025


Doanicya
Penulis



**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitis akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deanisya Tria Marcellina
NIM : 2110521086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"STRATEGI PENGGUNAAN MARKETPLACE LAZADA DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK PELANGSING TUBUH DI DEANISYA OFFICIAL STORE INDONESIA"**. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Deanisya Tria Marcellina
NIM. 2110521102

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

– QS Al Baqarah 286

“Kesuksesan seseorang jangan dilihat dari hasilnya, tapi lihatlah dari proses bagaimana ia mendapatkan hasil tersebut.”

– Yudi Candra

“Proses sama pentingnya dibandingkan hasil. Hasilnya nihil tak apa, yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan.”

– Sujiwo Tejo



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Deanisya Tria Marcellina
NIM : 2110521102
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Penggunaan *Marketplace* Lazada dalam
Pemasaran Digital Produk Pelangsing Tubuh Di
Deanisya *Official Store* Indonesia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Penggunaan *Marketplace* Lazada dalam Pemasaran Digital Produk Pelangsing Tubuh Di Deanisya *Official Store* Indonesia” adalah hasil karya sendiri, kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut

Jember, 19 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Deanisya Tria Marcellina
NIM. 2110521102

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul:

"STRATEGI PENGGUNAAN *MARKETPLACE* LAZADA DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK PELANGSING TUBUH DI DEANISYA *OFFICIAL STORE* INDONESIA

Oleh:

Deanisya Tria Marcellina

NIM. 2110521102

Telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diuji oleh tim penguji

Jember, 17 Juni 2025

Pembimbing

Ageng Soeharno, SS., M.Pd.

NIDN.0704037302

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Deanisya Tria Marcellina, dengan NIM 2110521102 di depan
Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 24 Juni 2025
Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unmuh Jember

TIM PENGUJI

Ketua


Suyono, S.H., M.I.Kom
NIDN. 0705086503

Sekretaris


Ageng Soehmo, SS., M.Pd.
NIDN. 0704037302

Anggota


Aditya Dimas Pratama, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN.0709028006

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember


Dr. Sudahri, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0704067901

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: **“STRATEGI PENGGUNAAN MARKETPLACE LAZADA DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK PELANGSING TUBUH DI DEANISYA OFFICIAL STORE INDONESIA”** yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.

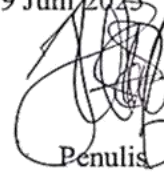
Dalam rangka penyusunan Tugas Akhir ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih banyak kepada ibu dan bapak yang selalu memberikan dukungan dan doa serta pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis diantaranya:

1. Bapak Dr. Sudahri, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember selaku dekan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Kukuh Pribadi, S.I.Kom., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Ageng Soeharno M.Pd, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran dan masukan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
4. Bapak Suyono, S.H., M.I.Kom dan Bapak Aditya Dimas Pratama, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji pada sidang skripsi.
5. Bapak/ Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Teriring doa semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan-kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis butuhkan sebagai bahan untuk karya penulis selanjutnya. Dan tanpa bantuan serta saran dari semua pihak mustahil penulis dapat menyusun serta menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Jember, 19 Juni 2025


Penulis *Deanisyq*



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	viii
HALAMAN PENGESAHAN	ix
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	x
KATAPENGANTAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Definisi Marketplace	8
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	10
2.2.4 Strategi Bisnis	11
2.2.4.1. Jenis-Jenis Strategi Bisnis.....	11
2.2.4.2. Perumusan Strategi	12
2.2.5 Permenko (Peraturan Menteri Keuangan)	13
2.2.6 Digital Marketing	13
2.2.7 Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).....	14
2.3 Kerangka Berfikir	16
2.3.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	16

BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	18
3.2 Lokasi Penelitian.....	19
3.3 Sumber Data	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 GAMBARAN UMUM	23
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	23
4.1.2 Struktur Organisasi.....	24
4.1.3 Akun Lazada Deanisya Official Store Indonesia.....	25
4.2 Penyajian Hasil Data.....	26
4.2.1 Strategi komunikasi pemasaran pelangsing tubuh pada <i>marketplace</i> Lazada Deanisya Official Store Indonesia.....	27
4.2.1.1 Periklanan (Advertising).....	28
4.2.1.2 Promosi.....	32
4.2.1.3 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	36
4.2.1.4 <i>Public Relation</i>	41
4.2.1.5 Pemasaran Langsung atau <i>Direct Marketing</i>	43
4.2.2 Strategi Bisnis Pemasaran pelangsing tubuh pada <i>marketplace</i> Lazada Deanisya Official Store Indonesia.....	46
4.2.2.1. <i>Positioning</i> Produk sebagai Aman, Legal, dan terbukti.....	46
4.2.2.2. Strategi Komunikasi melalui <i>Live Shopping</i>	47
4.2.2.3. Penguatan Trust melalui review dan Sertifikasi Terbuka	48
4.2.2.4. Pricing dan Promo Psikologis.....	48
4.2.2.5. Search Engine Optimization Produk dan <i>Copywriting</i> Menarik di Lazada	49
4.2.2.6. Strategi Retensi Pelanggan dan Loyalti	50
4.2.2.7. Edukasi Kesehatan Konsumen sebagai Brand Awareness.....	51
4.3 Kendala dalam melakukan pemasaran produk pelangsing tubuh Deanisya Official Store Indonesia.....	52
4.4 Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Presentase Usaha e-Commerce Tahun 2022	2
Tabel 4. 1 Kendala Startegi Pemasaran pada Marketplace Lazada	52
Tabel 4. 2 Pilar Strategi Bisnis Deanisya Official Store Indonesia	55
Tabel 4. 3 Tingkat Data Penjualan pada Marketplace Lazada Tahun 2024-2025 (10 bulan terakhir)	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kepegawaian Deanisya Official Store Indonesia	25
Gambar 4. 2 Strategi Pemasaran Periklanan Fitur Sponsor Search Produk Pelangsing Tubuh.....	32
Gambar 4. 3 Stategi Pemasaran Promosi Fitur Bundle Deal Produk Pelangsing Tubuh untuk Pembeli	35
Gambar 4. 4 Stategi Pemasaran Promosi Fitur Gratis Ongkir Produk Pelangsing Tubuh untuk Pembeli	36
Gambar 4. 5 Strategi Pemasaran Penjualan Personal Fitur Follow Prize Produk Pelangsing Tubuh.....	40
Gambar 4. 6 Strategi Pemasaran Penjualan Personal Fitur Member Voucher Produk Pelangsing Tubuh	40
Gambar 4. 7 Strategi Pemasaran Public Relation Fitur Review Produk Produk Pelangsing Tubuh.....	43
Gambar 4. 8 Strategi Pemasaran <i>Direct Marketing</i> Fitur <i>Broadcast Message</i> Produk Pelangsing Tubuh.....	46
Gambar 4. 9 Grafik Tingkat Data Penjualan pada <i>Marketplace</i> Lazada Tahun 2024-2025 (10 bulan terakhir)	56