

**STRATEGI PROMOSI MELALUI *LIVE SHOPPING* DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BYKIDDOS
SIDOARJO**

SKRIPSI



OLEH

LIANY FARI ADELIA MAHARANI
20042010096

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PROMOSI MELALUI *LIVE SHOPPING* DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BYKIDDOS
SIDOARJO

Disusun oleh:

Liany Fari Adelia Maharani
20042010096

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi
Menyetujui,

Pembimbing


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI MELALUI *LIVE SHOPPING* DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BYKIDDOS
SIDOARJO

Oleh:


Liany Fari Adelia Maharani
20042010096

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 06 Desember 2024


Pembimbing


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007


Tim Penguji,
1. Ketua


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M. Si
NIP. 19720613202121103


2. Sekretaris


Sumainah Fauziah, S. AB, M. AB
NIP. 199312072022032015

3. Anggota


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,
DEKAN
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : LIANY FARI ADELIA MAHARANI
NIM : 20042010096
Fakultas /Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS/ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI MELALUI *LIVE SHOPPING* DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BYKIDDOS
SIDOARJO

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 10 Desember 2024

Yang Menyatakan



Liany Fari Adelia Maharani

20042010096

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, penulis mengungkapkan terima kasih atas karunia, petunjuk, dan bimbingan-Nya yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Strategi Promosi Melalui *Live shopping* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bykiddos Sidoarjo**” Dengan baik. Meskipun terdapat berbagai kekurangan, penulisan skripsi ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan sarjana pada program Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang terlibat.

Penulis memahami bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan berlangsung dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam, terutama kepada **Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.**, sebagai dosen pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu serta memberikan arahan dan bimbingan berharga. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. **Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si** selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. **Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A., M.M** selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. **Ibu Siti Saidah dan Ibu Yayuk Ikawati** selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. **Diva Auliya Mulyono Putri** selaku sahabat yang meluangkan tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan mendengar keluh kesah, serta memberi semangat untuk pantang menyerah.
6. **Ody Achmed Daffa** sebagai partner yang telah menjadi sosok rumah untuk pulang bagi penulis. Atas kebersamaanya baik suka maupun duka serta meluangkan waktu untuk penulis dan juga selalu memberikan dukungan secara materiil maupun moril.
7. **Fithrotul Mumtaz, Desita, Sukri, Udi, Titus, Andriyan**, dan yang lain-lain yang tidak bisa disebut satu persatu, selaku teman yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis,

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai saran dan kritik dari berbagai pihak untuk memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan keterbatasan yang ada, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dampak positif bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Sidoarjo, 20 Juli 2024

Penulis

Strategi Promosi Melalui *Live Shopping* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan
Bykiddos Sidoarjo

Liany Fari Adelia Maharani – 20042010096

Abstrak

Live shopping merupakan strategi yang efektif untuk mempertahankan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di era digital. Dengan memanfaatkan Shopee Live secara optimal, Bykiddos mampu meningkatkan daya tarik konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat posisinya dalam kategori fashion bayi dan anak di Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi promosi melalui fitur live shopping dalam meningkatkan volume penjualan pada akun Shopee Bykiddos. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam penerapan strategi promosi tersebut. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak Bykiddos serta pengamatan langsung terhadap aktivitas live shopping di Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi melalui fitur Shopee Live telah memberikan dampak positif pada peningkatan volume penjualan Bykiddos. Analisis SWOT menempatkan Bykiddos pada kuadran I (X;Y) (1,43;1,25), yang merekomendasikan penerapan strategi agresif guna memanfaatkan peluang pasar sekaligus memperkuat keunggulan kompetitif. Strategi ini mencakup pemanfaatan promosi diskon khusus selama live streaming, interaksi langsung dengan konsumen, serta peningkatan frekuensi sesi live shopping.

Kata Kunci: Bykiddos, *E-commerce*, Penjualan, Promosi, Shopee

*Promotional Strategy Through Live Shopping to Increase Sales Volume of
Bykiddos Sidoarjo*

Liany Fari Adelia Maharani – 20042010096

Abstract

Live shopping is an effective strategy to maintain business continuity and growth in the digital era. By optimally utilizing Shopee Live, Bykiddos is able to increase consumer appeal, expand market reach, and strengthen its position in the baby and children's fashion category on Shopee. This research aims to analyze the effectiveness of promotional strategies through the live shopping feature in increasing sales volume on the Shopee Bykiddos account. The approach used in this research is descriptive qualitative with the SWOT analysis method to evaluate strengths, weaknesses, opportunities and threats in implementing the promotional strategy. Data was collected through in-depth interviews with Bykiddos as well as direct observation of live shopping activities on Shopee. The research results show that the promotional strategy through the Shopee Live feature has had a positive impact on increasing Bykiddos' sales volume. SWOT analysis places Bykiddos in quadrant I (X;Y) (1.43;1.25), which recommends implementing aggressive strategies to take advantage of market opportunities while strengthening competitive advantages. This strategy includes utilizing special discount promotions during live streaming, direct interaction with consumers, and increasing the frequency of live shopping sessions.

Keywords: Bykiddos, E-commerce, Sales, Promotion, Shopee

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Strategi Promosi.....	13
2.2.1.1 Pengertian Strategi Promosi.....	13
2.2.1.2 Tipe – Tipe Strategi	14
2.2.1.3 Manfaat Strategi	15
2.2.2 Promosi.....	16
2.2.2.1 Pengertian Promosi.....	16
2.2.2.2 Bauran Promosi	16
2.2.2.3 Jenis Promosi.....	17
2.2.3 <i>Live shopping</i>	18
2.2.3.1 Pengertian <i>Live shopping</i>	18
2.2.4 Shopee	19
2.2.4.1 Pengertian Shopee	19

2.2.5	Penjualan.....	21
2.2.5.1	Pengertian Penjualan	21
2.2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	21
2.2.5.3	Fungsi dan Tujuan Penjualan.....	22
2.2.6	Volume Penjualan	23
2.2.6.1	Pengertian Volume Penjualan.....	23
2.2.7	Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Fokus Penelitian	26
3.3	Lokasi Penelitian	27
3.4	Objek dan Informan Penelitian.....	27
3.4.1	Objek Penelitian.....	27
3.4.2	Informan Penelitian	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1	<i>In-depth Interview</i>	29
3.5.2	Observasi	29
3.5.3	Dokumentasi	30
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.7	Jenis dan Sumber Data	31
3.7.1	Jenis Data.....	31
3.7.2	Sumber Data.....	31
3.7.3	Triangulasi	31
3.8	Analisis SWOT.....	32
3.8.1	Definisi SWOT	32
3.8.2	Matrik IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	34
3.8.3	Matrik EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	36
3.8.4	Matrik SWOT	37
BAB IV PEMBAHASAN.....		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	40

4.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	41
4.1.3	Logo Perusahaan	42
4.1.4	Struktur Perusahaan.....	43
4.2	Hasil dan Penyajian Data	46
4.2.1	Hasil Wawancara Pemilik, Karyawan dan Konsumen.....	47
4.2.1.1	Hasil Wawancara Pemilik	47
4.2.1.2	Hasil Wawancara Karyawan	48
4.2.1.3	Hasil Wawancara Konsumen	52
4.2.2	Analisis SWOT	54
4.2.2.1	Analisis Internal.....	54
4.2.2.2	Analisis Eksternal	55
4.2.3	Analisis Faktor Matriks IFAS (Internal Faktor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary)	56
4.2.3.1	Tahap Analisis	59
4.2.3.2	Matriks Internal Eksternal.....	60
4.2.4	Perencanaan Kombinasi SWOTS/TOWS	61
4.3	Pembahasan	63
4.3.1	Kendala Yang Dihadapi.....	69
BAB V PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Bykiddos	6
Tabel 1.2 Perbandingan Penjualan Live dan Non-Live	7
Tabel 3.1 IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	34
Tabel 3.2 EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	36
Tabel 3.3 Analisis SWOT	38
Tabel 4.1 Identitas Karyawan.....	44
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Pemilik.....	47
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Karyawan.....	48
Tabel 4.4 Hasil Wawancara Konsumen	52
Tabel 4.5 Hasil Rating	57
Tabel 4.6 Hasil IFAS	57
Tabel 4.7 Hasil Rating	58
Tabel 4.8 Hasil EFAS	59
Tabel 4.9 Perencanaan strategi.....	61
Tabel 4.10 Matriks SWOT	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna <i>E-commerce</i> Tertinggi di Dunia.....	2
Gambar 1.2 <i>Fun Fact Shopee Live</i>	4
Gambar 1.3 Profil akun shopee Bykiddos	5
Gambar 1.4 Peringkat Populer Kategori Fashion Baju Bayi & Anak di Shopee.	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 3.1 Triangulasi Pengumpulan Data	32
Gambar 3.2 Diagram Analisis SWOT	33
Gambar 4.1 Logo Bykiddos	42
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan Bykiddos	43
Gambar 4.3 Diagram Matriks SWOT Diagram Matriks SWOT Bykiddos	59
Gambar 4.4 Matriks Internal Eksternal.....	60
Gambar 4.5 Konten Shopee Video Bykiddos	65
Gambar 4.6 Pendapat atau Ulasan Konsumen Bykiddos.....	66
Gambar 4.7 Konten Media Sosial Bykiddos	67
Gambar 4.8 Kategori Produk Bykiddos	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Interview Guide	76
Lampiran 2 : Hasil Jawaban Interview	79
Lampiran 3 : Dokumentasi.....	85