



**IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK *E-COMMERCE*  
(STUDI PADA *CAFEBISNIS.COM*)**

*(The Implementation of Marketing E-Commerce Product)  
(Study on *cafebisnis.com*)*

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan program studi administrasi niaga (S1)  
dan mencapai gelar sarjana sosial.

Oleh

**Bobby Firta Wijaya  
NIM 090910202101**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini khusus penulis persembahkan untuk:

1. Bapak dan ibu tercinta, H. Putu Firta Atmadja dan Hj. Supiyana, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan serta kesabaran dan ketulusan yang tiada henti mengiringiku. Sebuah kebanggaan untukku menjadi bagian dari keluarga ini, semoga apa yang aku lakukan membuat beliau bangga.
2. Guru-guruku yang terhormat sejak SD sampai Perguruan Tinggi, terima kasih telah membimbingku dengan penuh kesabaran dan ilmu bermanfaat yang telah diberikan.
3. Almamaterku tercinta, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

## **MOTTO**

Online businesses will more likely be an expansion of the traditional business of many companies over the next few years.

Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 2004 by *Xiaodong Wong, David C. Yen, and Xiang Fang*, Department of Decision Sciences and MIS, RTF school of Business, Miami University, Oxford, Ohio.

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bobby Firta Wijaya

NIM : 090910202101

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “Implementasi Pemasaran Produk *E-Commerce* (Studi pada *cafebisnis.com*)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansial disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan dalam institusi manapun. Karya tulis ini juga bukan hasil jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 Juni 2011

Yang menyatakan,

Bobby Firta Wijaya

NIM 090910202101

# **SKRIPSI**

## **IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK *E-COMMERCE* (Studi pada *cafebisnis.com*)**

*(The implementation of marketing e-commerce product)  
(study on *cafebisnis.com*)*

Oleh

**Bobby Firta Wijaya  
NIM 090910202101**

Pembimbing

**Dosen Pembimbing Utama : Drs. Edy Wahyudi, MM**

**Dosen Pembimbing Anggota : Yuslinda Dwi H., S.Sos, M.AB**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul: “Implementasi Pemasaran Produk *E-commerce* (Studi pada *cafebisnis.com*)” telah diuji dan disahkan pada :

hari, tanggal : Jumat, 19 Agustus 2011

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

NIP. 19610700 198902 1 001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM

NIP. 19750825 200212 1 002

Yuslinda Dwi H., S.Sos, M.AB

NIP. 19790919 200812 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. I Ketut Mastika, MM

NIP. 19590507 198903 1 002

Dra. Dwi Windradini BP, M.Si

NIP. 19640814 198902 2 003

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP 195207271981031003

## RINGKASAN

Penelitian dengan judul “**Implementasi Pemasaran Produk *E-commerce* (Studi pada *cafebisnis.com*)**” oleh Bobby Firta Wijaya ; 090910202101, mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

*Cafebisnis.com* merupakan sebuah situs *e-commerce* yang menjual produk dalam layanan jasa dalam bentuk digital. Sebagai sebuah situs *e-commerce*, *cafebisnis.com* tentu melakukan upaya pemasaran untuk mendatangkan pelanggan dan menghasilkan penjualan atas produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi pemasaran produk *e-commerce* yang dilakukan *cafebisnis.com*.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian maka tipe penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif yang didasarkan pada paradigma kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam atau suatu data yang mengandung makna, artinya adalah mencari makna data yang sebenarnya.

Deskripsi penelitian ini memperoleh hasil bahwa pemasaran produk yang dilakukan *cafebisnis.com* dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu, *personal branding*, menciptakan produk, membuat *website*, promosi penjualan dan pengembangan produk. Beberapa tahapan yang dilakukan tersebut membuat *cafebisnis.com* menempati peringkat atas pada halaman pertama hasil pencarian di Google Indonesia dengan beberapa kata kunci. Artinya, pada posisi tersebut, *cafebisnis.com* mudah ditemukan oleh konsumen melalui mesin pencari.

Kesimpulan dari deskripsi ini adalah pemasaran produk yang dilakukan *cafebisnis.com* dimulai dari penciptaan citra melalui *personal branding*, kemudian menciptakan produk yang sudah dikenal oleh konsumen, membuat *website* untuk mendatangkan pengunjung, promosi penjualan yang menggunakan program afiliasi dan produk gratis serta pengembangan produk sebagai cara untuk mempertahankan pelanggan.

## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Customer Bonding* Dalam Upaya Mempertahankan dan Meningkatkan Tingkat Hunian pada Hotel Bintang Mulia Jember”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak sepenuhnya penulis dapat bekerja sendiri. Tentu saja tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA, Ph.D, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Sekaligus dosen pembimbing akademik atas petunjuk, saran dan bimbingannya.
5. Dr. Edy Wahyudi, MM selaku Dosen Pembimbing Utama atas kesabarannya untuk memberikan masukan, petunjuk, dan saran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.



6. Ibu Yuslinda Dwi Handini, S.sos, M.AB, selaku Dosen Pembimbing Anggota atas kesabarannya untuk memberikan masukan, petunjuk, dan saran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Lutvi Avandi selaku pemilik dan pengelola cafebisnis.com atas kesediaannya memberikan kesempatan dan bantuan kepada penulis dan juga kepada Agus Siswoyo selaku admin cafebisnis.com yang bersedia meluangkan waktu dan bantuan kepada penulis.
8. Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah banyak membantu dalam penyelesaian karya ilmiah ini.
9. Siti Chorrimah Tanzilil Furqon, Rizki P.S., Fendy Z. dan semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas segala bantuannya kepada penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu diharapkan saran dan kritik dari semua pihak demi tercapainya kesempurnaan penulisan. Akhirnya semoga karya yang sederhana ini dapat diterima dan bermanfaat.

Jember, 24 Juni 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1. Pemasaran</b> .....	6
<b>2.2. Pemasaran Jasa</b> .....	7
2.2.1. Definisi .....	7
2.2.2. Sifat dan Karakteristik Jasa.....	8
2.2.3. Bauran Pemasaran Jasa .....	9
<b>2.3. Pemasaran di Internet</b> .....	10
2.3.1. Definisi .....	10
2.3.2. Bauran Pemasaran Internet .....	11

<b>2.4. Internet</b> .....	13
2.4.1. Definisi Internet .....	13
2.4.2. Definisi <i>Website</i> .....	15
2.4.3. Domain dan Hosting .....	15
2.4.4. Wordpress .....	16
<b>2.5. E-commerce</b> .....	20
2.5.1. Definisi <i>E-commerce</i> .....	20
2.5.2. Kelebihan dan Kekurangan <i>E-commerce</i> .....	21
2.5.3. Klasifikasi <i>E-commerce</i> .....	23
<b>2.6. Aspek Hukum dan Mekanisme E-commerce</b> .....	23
2.6.1. Aspek Hukum .....	23
2.6.2. Mekanisme E-commerce.....	24
<b>2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	25
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
<b>3.1. Tipe Penelitian</b> .....	27
<b>3.2. Tahap Persiapan</b> .....	27
<b>3.3. Tahap Pengumpulan Data</b> .....	31
<b>3.4. Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	32
<b>3.5. Tahap Analisis Data</b> .....	32
<b>3.6. Tahap Penarikan Kesimpulan</b> .....	34
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	35
4.1.1. Sejarah Singkat <i>cafebisnis.com</i> .....	35
4.1.2. Tujuan dibuatnya <i>cafebisnis.com</i> .....	37
4.1.3. Pengelola Situs .....	38
<b>4.2. Deskripsi Hasil Penelitian</b> .....	38
4.2.1. Analisis Domain.....	38
4.2.2. Analisis Taksonomi .....	44
a. <i>Personal Branding</i> .....	44
b. Menciptakan Produk .....	50

c. Membuat <i>Website</i> .....	54
d. Promosi Penjualan.....	65
e. Pengembangan Produk.....	74
<b>BAB 5. PENUTUPAN</b> .....	80
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	84
<b>DAFTAR BACAAN</b> .....	89
<b>LAMPIRAN</b> .....	92

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
3.1 Model analisis domain .....	33
3.2 Model analisis taksonomi.....	33
4.1 Produk cafebisnis .....	51
4.2 Matriks pelaksanaan Pemasaran Produk <i>E-commerce</i> pada cafebisnis.com.....	76

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Contoh situs wordpress.com .....	18
2.2 Contoh situs wordpress.org .....	18
2.3 Contoh situs wordpress.org Indonesia .....	19
4.1 Halaman pertama hasil pencarian di Google .....	37
4.5 Data kunjungan ke cafebisnis.com.....	43
4.6 Halaman Depan cafebisnis.com.....	55
4.7 Halaman registrasi.....	57
4.8 Halaman registrasi konfirmasi .....	58
4.9 <i>E-mail</i> konfirmasi dari cafebisnis.com .....	59
4.10 <i>E-mail</i> konfirmasi dari cafebisnis.com .....	59
4.11 Forum cafebisnis.com .....	60
4.12 Halaman <i>log in</i> .....	61
4.13 Halaman member area.....	62
4.14 Halaman profil member .....	63
4.15 Halaman download area .....	63
4.16 Halaman Promosi .....	64
4.17 Halaman klien .....	64
4.18 Halaman jaringan .....	65
4.19 Halaman langganan artikel .....	67

4.20 Halaman <i>e-mail</i> .....	69
4.21 Halaman artikel .....	70
4.22 Contoh salah satu <i>blog</i> member .....	72
4.23 Contoh <i>website</i> replika.....	73
4.24 Grafik peringkat <i>cafebisnis</i> .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.Pedoman wawancara .....	92
Lampiran B. Hasil wawancara .....	93
Lampiran C. Profil cafebisnis.com .....	103