

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

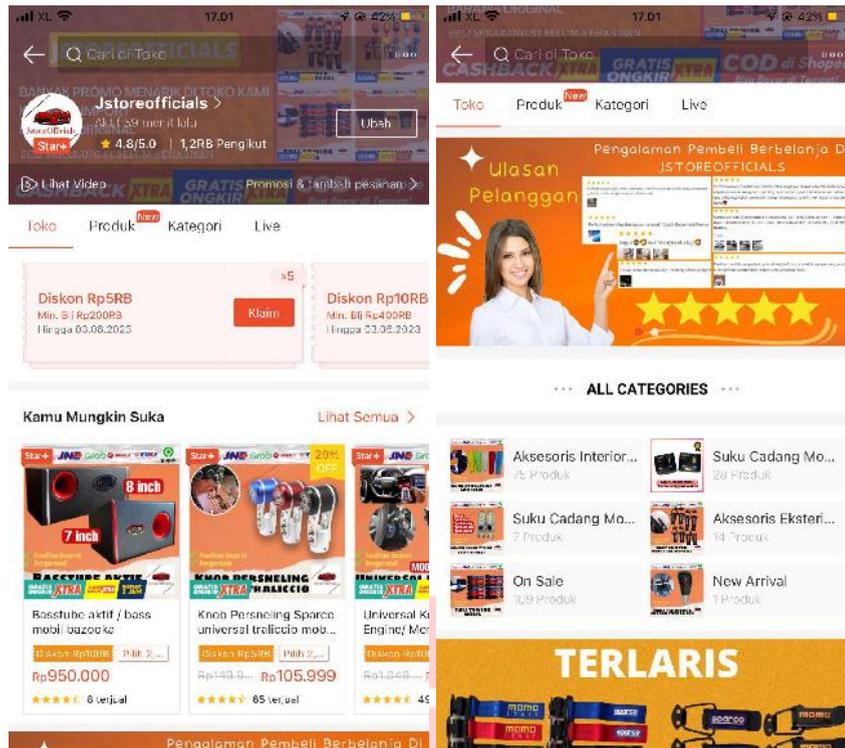
4.1 *Company Profile* JSTORE

JSTORE adalah sebuah bisnis *online* yang didirikan pada Bulan Desember Tahun 2020 dan memfokuskan penjualannya di *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Produk-produk yang dijual JSTORE merupakan barang impor yang langsung diambil dari China dan berfokus pada aksesoris kendaraan untuk mobil, motor, serta truk. Hingga saat ini JSTORE memiliki lebih dari 150 produk variasi. Beberapa produk yang dijual JSTORE adalah knob perseneling, klip bumper, kamera mobil, lampu kabut, lampu utama, sarung setir, pajangan *dashboard*, dll. Produk-produk tersebut sangat diminati oleh konsumen yang gemar memodifikasi kendaraannya. Kantor JSTORE terletak di Jalan Kemayoran Barat 1, Nomor 32, RT 013/ RW 005, Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa JSTORE merupakan bisnis *online* yang memfokuskan penjualannya di *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada serta produk-produk yang dijual adalah barang impor di bidang otomotif khususnya aksesoris kendaraan dimana produk-produk yang dijual sangat diminati oleh individu yang gemar memodifikasi kendaraannya.

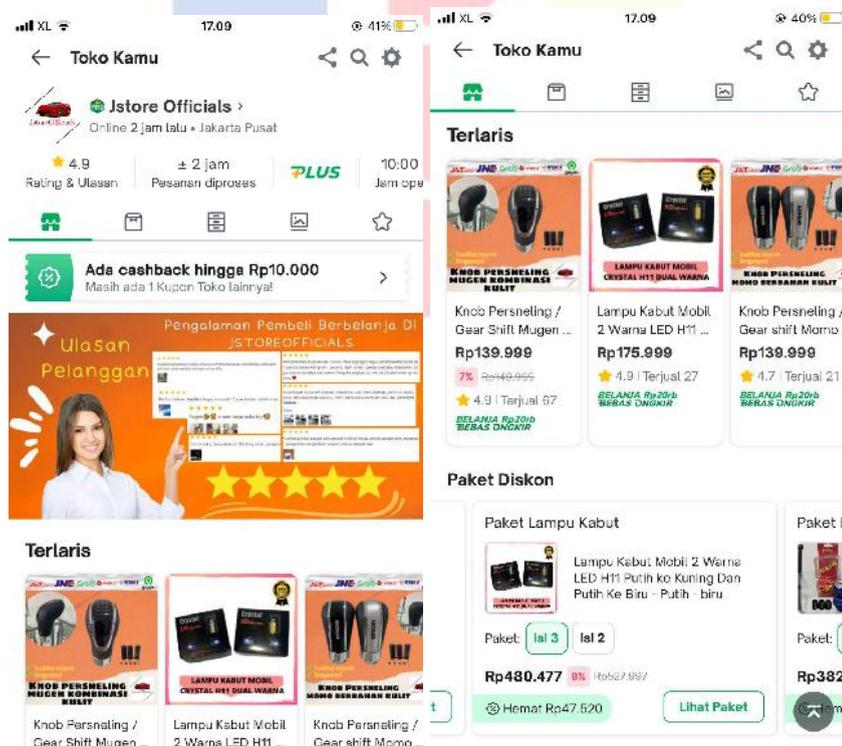
4.2 Observasi dan Wawancara

4.2.1 Observasi

Penelitian ini melakukan observasi secara *online* dan *on site*. Observasi secara *online* dilakukan pada bisnis *online* JSTORE di *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia. Beberapa hal yang diobservasi peneliti secara *online* antara lain; (1) Implementasi *marketing mix 4C*, (2) Penjualan JSTORE, (3) *Review* pelanggan, (4) Respon perusahaan terhadap kritik pelanggan, dan (5) *Direct competitor* JSTORE. Sedangkan observasi secara *on site* dilakukan di lingkungan kantor JSTORE. Hal-hal yang diobservasi oleh peneliti secara *on site* antara lain; (1) Suasana kantor, (2) Kinerja karyawan, (3) Keamanan dari kemasan yang akan dikirim, dan (4) Kecepatan pengiriman barang.



Gambar 4.1 Shopee JSTORE
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)



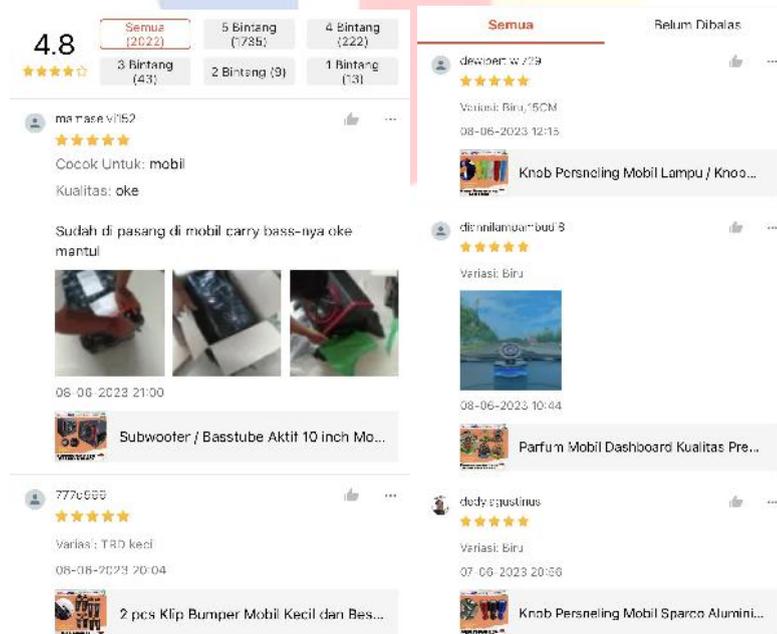
Gambar 4.2 Tokopedia JSTORE
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)



Gambar 4.3 Lingkungan Kantor JSTORE

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

Observasi yang dilakukan peneliti terhadap JSTORE dimulai sejak Bulan Agustus Tahun 2022 hingga Bulan Juni Tahun 2023. Hasil dari observasi *online* yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa implementasi *marketing mix 4C* berhasil dijalankan oleh JSTORE. Pada variabel “*customers*”, JSTORE berhasil menyediakan kebutuhan dan keinginan pelanggan di *marketplace*. Hal tersebut dapat dilihat dari *review* pelanggan yang mayoritas merasa puas dan memberikan *rating* bintang 4 atau 5.

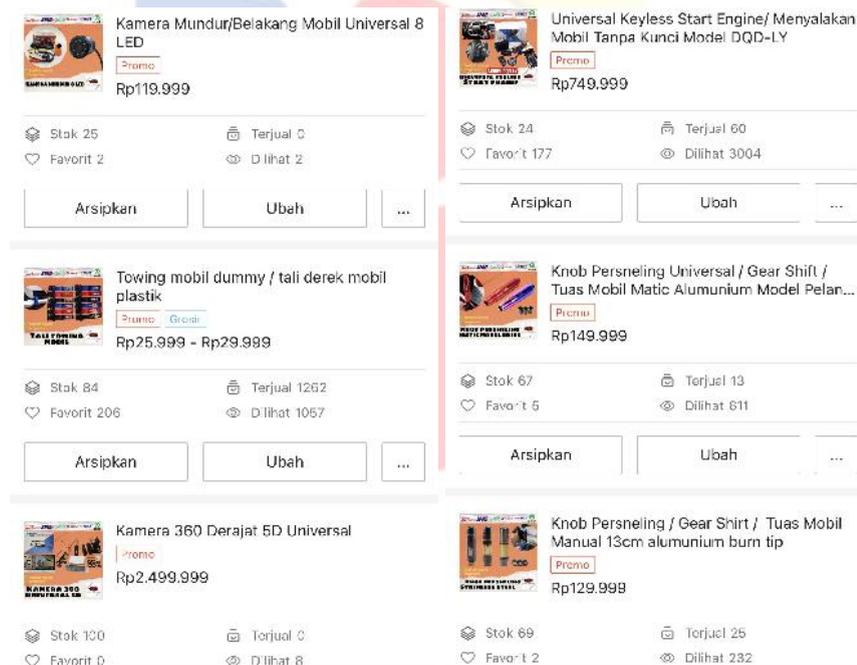


Gambar 4.4 *Rating* Toko JSTORE

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

Selain itu, terdapat temuan menarik berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti. Dari perspektif geografis, diketahui bahwa pelanggan dari platform e-commerce Tokopedia dan Shopee menunjukkan pola yang berbeda. Pelanggan JSTORE yang melakukan transaksi melalui Shopee cenderung berasal dari pulau Sumatra dan Sulawesi. Selain itu, mayoritas dari mereka menggunakan metode pembayaran tunai saat barang diterima (*Cash on Delivery/COD*). Di sisi lain, pelanggan JSTORE di Tokopedia umumnya berasal dari wilayah Jabodetabek dan beberapa kota di Pulau Jawa. Pembayaran mayoritas dilakukan melalui rekening virtual.

Pada variabel “*cost*”, JSTORE menyesuaikan harga dengan target pasarnya, dimana mayoritas pembeli merupakan masyarakat dengan penghasilan menengah ke bawah seperti supir truk, *driver online*, dan lain-lain. Harga produk-produk JSTORE cukup bersaing dengan *direct competitor* di *marketplace*.



Gambar 4.5 Variasi Harga Produk JSTORE

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

Pada variabel “*convenience*”, pelanggan merasa nyaman berbelanja di JSTORE. Hal tersebut dikarenakan produk JSTORE merupakan barang impor yang berkualitas. Selain itu JSTORE juga mengaktifkan fitur pembayaran di tempat yang membuat pelanggan merasa sangat aman dan nyaman ketika melakukan proses transaksi. Ditambah lagi respon *admin* JSTORE yang begitu

cepat dan ramah dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar proses transaksi dan informasi produk.

Dalam hal “*communication*”, JSTORE menerapkan komunikasi dua arah dimana pihak JSTORE memperhatikan dan mendengarkan keluhan pelanggan baik mengenai produk maupun ekspedisi. Mayoritas pelanggan mengeluhkan proses pengiriman yang sangat lama. Walaupun hal tersebut diluar dari kendali JSTORE, namun perusahaan tetap memberikan bantuan dalam menyampaikan keluhan konsumen kepada pihak ekspedisi. Pada tahun 2023, JSTORE berhasil mencatat peningkatan penjualan yang lebih baik dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Faktor utama yang berpengaruh adalah dicabutnya kebijakan PPKM oleh pemerintah, sehingga memicu kembali naiknya daya beli masyarakat.

Hasil observasi peneliti secara *on site* di kantor JSTORE menunjukkan terdapat penambahan karyawan sejak awal tahun 2023. Kondisi ekonomi masyarakat pasca *Covid-19* yang sudah membaik membuat penjualan JSTORE meningkat jauh dibandingkan dengan tahun lalu. Oleh sebab itu dibutuhkan beberapa karyawan tambahan untuk melakukan pengemasan barang.

Kinerja karyawan sangat cepat dan baik. Namun tanpa adanya pengawasan, karyawan cenderung sering melakukan aktivitas non-profesional seperti bercanda dan berbicara. Walaupun begitu, aktivitas non-profesional tersebut tidak berdampak negatif terhadap produktivitas karyawan yang bertanggung jawab dalam proses pengemasan barang.

Dalam pengemasan barang, JSTORE menerapkan penggunaan *bubble wrap* dan kardus sebagai strategi untuk memastikan keselamatan produk selama pengiriman. Praktik umum dalam industri ekspedisi sering kali melibatkan perilaku sembrono yang dapat merusak barang kiriman. Oleh karena itu, JSTORE memilih untuk mengadopsi penggunaan *bubble wrap* dan kardus sebagai metode proteksi. Tidak ada biaya tambahan yang dikenakan kepada konsumen untuk pengemasan ini. Setelah barang selesai dikemas, terdapat kurir yang bekerja dengan JSTORE untuk mengirimkan pesanan ke pihak ekspedisi. Pengiriman dilakukan secara berkala setiap dua jam guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja kurir.

4.2.2 Wawancara

4.2.2.1 Wawancara Terhadap Pihak JSTORE

Wawancara dengan pihak JSTORE telah dilakukan bersama CEO dan kepala pemasaran JSTORE. Proses wawancara tersebut dilaksanakan secara daring sesuai permintaan narasumber. Penyelenggaraan wawancara secara daring dipilih karena jadwal yang sangat padat sehubungan dengan lonjakan pesanan selama libur Lebaran yang signifikan. Dalam hal ini, wawancara hanya memungkinkan dilakukan pada malam hari melalui media sosial Whatsapp. Meskipun wawancara berlangsung pada malam hari, namun hasilnya tetap optimal. Proses wawancara dengan kedua narasumber berjalan lancar tanpa ada hambatan. Selain itu, wawancara ini dilakukan secara sukarela tanpa adanya unsur tekanan, dan narasumber telah menyetujui publikasi hasil wawancara secara umum. Hasil wawancara disaring menggunakan kode dan dianalisis untuk memunculkan pola-pola tertentu. Pola-pola ini kemudian membentuk tema yang akan dijabarkan secara deskriptif.

1. Bagaimana implementasi *marketing mix* 4C dalam hal *customers* atau pelanggan pada bisnis online JSTORE di *marketplace*?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Jstore menyesuaikan produk yang dijual sesuai dengan target pasar. Contohnya target pasarnya adalah sopir online dan sopir truk maka Jstore menjual knob persneling yang dapat digunakan di mobil pribadi maupun truk.	Produk yang dijual JSTORE mengikuti target pasar seperti sopir <i>online</i> dan sopir truk.	2.N.1	Produk yang dijual sesuai dengan target pasar JSTORE.
Dalam hal <i>customers</i> barang yang jstore jual	Produk yang dijual mengikuti	2.N.2	Produk mengikuti keinginan atau kebutuhan

mengikuti keinginan/kebutuhan pelanggan. Saya dapat mengetahui hal tersebut karena barang2 yg kita jual biasanya merupakan produk yang diminta oleh reseller untuk diimpor.	keinginan atau kebutuhan pelanggan berdasarkan permintaan <i>reseller</i> JSTORE.		pelanggan.
---	---	--	------------

Tabel 4.1 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

2. Apa hambatan yang dialami JSTORE dalam mengimplementasikan komponen *customers* dalam *marketing mix* 4C?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Kekurangan dari penggunaan strategi pemasaran marketing mix 4C adalah sulit untuk menjual produk-produk terbaru karena harus mengikuti keinginan pasar dalam kata lain sulit untuk menciptakan tren produk terbaru.	Sulit untuk mengimpor produk baru karena mengikuti keinginan pasar.	2.N.1	Sulit menciptakan tren produk terbaru.
Hambatannya ketika kita mengimport	Melakukan impor barang	2.N.2	Mengimpor produk baru.

barang yang tidak diminta oleh reseller, kita tidak mengetahui apakah barang tersebut sesuai dengan kebutuhan/keinginan pelanggan.	baru belum tentu sesuai dengan kebutuhan atau keinginan.		
--	--	--	--

Tabel 4.2 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

3. Bagaimana cara JSTORE dapat menentukan *potential customers* yang dituju?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Saya liat terdapat peluang bisnis di pasar otomotif Indonesia dan belum ada yang menjual variasi mobil import selengkap dan semurah Jstore terutama persneling mobil.	Peluang bisnis pada bidang otomotif di Indonesia relatif besar.	2.N.1	JSTORE menjual produk variasi yang lengkap dan murah.

Jstore sudah memiliki pasaran nya sendiri. Hampir semua pelanggan Jstore merupakan masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah yang gemar memodifikasi mobil.	Pelanggan JSTORE berpendapatan menengah kebawah yang gemar memodifikasi mobil.	2.N.2	JSTORE sudah memiliki pasarnya sendiri.
--	--	-------	---

Tabel 4.3 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

4. Bagaimana implementasi *marketing mix* 4C dalam hal *cost* atau biaya pada bisnis online JSTORE di *marketplace*?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Seperti yang telah disampaikan di atas, Jstore menyesuaikan harga produk dengan target pasarnya dan menaikan produk paling atas dengan iklan pencarian agar dapat menghemat waktu belanja para customer.	Harga disesuaikan dengan target pasar dan menggunakan fitur iklan pencarian untuk menghemat waktu pelanggan.	2.N.1	Harga disesuaikan dan fitur iklan pencarian.
Jstore sih menyesuaikan harga barang2 yg dijual	Harga disesuaikan dengan target	2.N.2	Penyesuaian harga dan fitur iklan pencarian untuk menghemat waktu dan

dengan target pasar kami sehingga ketika calon pelanggan Jstore berbelanja di toko kami, mereka tidak merasa keberatan mengeluarkan uang dengan nominal tersebut. Untuk biaya waktu dan tenaga yg dikeluarkan oleh customer itu juga tidak banyak karena toko kami mudah ditemukan di marketplace berkat iklan pencarian.	pasar agar pelanggan tidak keberatan. Biaya dan waktu yang dikeluarkan pelanggan tidak banyak.		tenaga.
---	--	--	---------

Tabel 4.4 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

5. Apa hambatan yang dialami oleh JSTORE dalam mengimplementasikan komponen *cost* dalam *marketing mix* 4C?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Hambatan utama yang dialami Jstore adalah persaingan harga. Terkadang kompetitor menurunkan harga demi mendapatkan pelanggan. Walaupun begitu Jstore tidak	Persaingan harga karena kompetitor selalu menurunkan harga untuk mendapatkan pelanggan.	1.N.1	Persaingan harga.

mengadu harga karena pada akhirnya duaduanya akan rugi. Sehingga agar barangnya tetap laku Jstore meningkatkan respon <i>customer service</i> dan pelayanan agar dapat dijadikan <i>added value</i> .			
---	--	--	--

Tabel 4.5 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

6. Berapa kisaran harga produk-produk yang ditawarkan oleh JSTORE?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Barang kita harganya start dari 20rb sampai di 2.5juta. Karena kita jual lengkap dari mulai printilan kecil seperti klip bumper hingga yang besarnya seperti kamera 360 dan subwoofer mobil.	Kisaran harga dari 20.000 sampai dengan 2.500.000 karena menjual produk bervariasi.	1.N.1	Harga produk bervariasi mulai dari 20.000 sampai 2.500.000.

Tabel 4.6 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

7. Bagaimana implementasi *marketing mix* 4C dalam hal *convenience* atau kenyamanan pada bisnis online JSTORE di *marketplace*?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
-------------------	----------	------	-----------------

<p>Jstore memberikan tampilan yang nyaman di homepage untuk buyer berbelanja, mengaktifkan fitur cod karena 90 persen pelanggan lebih nyaman menggunakan fitur cod, barang dikirim sebisa mungkin di Hari yang sama dan Jstore terus memfollow up kepada pihak kurir hingga barang sampai kepada pihak pembeli.</p>	<p>JSTORE memberikan tampilan nyaman, pengaktifan fitur COD, dan pengiriman cepat sehingga produk cepat diterima.</p>	<p>2.N.1</p>	<p>Tampilan toko, fitur COD, dan pengiriman cepat.</p>
<p>Kita membuat halaman toko kita sebagus mungkin sehingga customer nyaman untuk berbelanja. Selain itu, pelanggan Jstore nyaman untuk melakukan transaksi COD. Oleh karena itu kita mengaktifkan fitur COD. Pengiriman kita juga cepat, kalau pesanan masuk sebelum 4.30 sore kita</p>	<p>Halaman toko yang bagus, mengaktifkan fitur COD, dan pesanan sebelum jam 16.30 diproses di hari yang sama untuk meningkatkan kenyamanan.</p>	<p>2.N.2</p>	<p>Halamanan toko yang bagus, fitur COD diaktifkan, dan proses pengiriman yang cepat.</p>

masih kirim di hari itu juga, jadi customer merasa nyaman.			
--	--	--	--

Tabel 4.7 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

8. Apa hambatan yang dialami oleh JSTORE dalam mengimplementasikan komponen *convenience* dalam *marketing mix* 4C?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Karena Jstore terdapat di beberapa marketplace, stok harus kita atur secara manual. Terkadang terdapat pelanggan yang stok pesanannya sudah habis, itu dapat mengurangi kenyamanan pada pelanggan. Selain itu, pengiriman ke beberapa kota sangat lama, itu hambatan yg dialami Jstore dalam hal <i>convenience</i> .	Beberapa pelanggan JSTORE mendapatkan stok produk kosong dan pengiriman yang lama sehingga kenyamanan pelanggan berkurang.	1.N.1	Stok produk dan pengiriman lama.

Tabel 4.8 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

9. Bagaimana cara JSTORE mengatasi hambatan dalam mengimplementasikan komponen *convenience* dalam *marketing mix* 4C?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Nah untuk customer yg kecewa karena stoknya sudah habis biasanya kita tawarkan produk lain dan kita beri barang gratis sebagai compliment. Untuk pengiriman yang lama, kita bantu followup terus kepada pihak ekspedisi dan kita lanjutkan followup tersebut pada pelanggan. Tujuannya agar sebelum pelanggan tersebut menanyakan kepada kita, barangnya sudah dimana, kita telah sampaikan terlebih dahulu.	Produk yang sudah habis ditawarkan dengan produk lain dan diberi barang gratis. Untuk pengiriman yang lama dibantu <i>follow up</i> dan diinformasikan kepada pembeli.	1.N.1	Mengganti dengan produk lain, memberi barang gratis, dan <i>follow up</i> kepada ekspedisi.

Tabel 4.9 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

10. Bagaimana implementasi *marketing mix* 4C dalam hal *communication* atau komunikasi pada bisnis online JSTORE di marketplace?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Jstore membalas pertanyaan customer	Menjawab pertanyaan	2.N.1	Responsif dalam menjawab pertanyaan

<p>dengan ramah dan cepat walaupun di hari weekend. Jstore menjawab hingga cara pemasangan barang walaupun barang sudah sampai ke pelanggan. Jstore membantu pelanggan yang menanyakan terkait produknya sampai dimana dan kita bantu follow up ke pihak JNT.</p>	<p>pelanggan secara cepat dan ramah mengenai berbagai informasi produk dan pengiriman.</p>		<p>pelanggan.</p>
<p>Dalam hal komunikasi, admin Jstore sangat responsive dalam membalas chat customer, walaupun di luar jam kantor. Selain itu, kami juga menjawab pertanyaan customer mengenai detail produk secara jelas dan cepat. Terakhir, saran dan kritik dari customer juga kami dengar serta terdapat kebijakan garansi toko 3 bulan. Kebijakan tersebut</p>	<p>Admin JSTORE responsif walaupun di luar jam kantor dan mendengar saran serta kritik pelanggan.</p>	<p>2.N.2</p>	<p>Admin yang responsif serta mendengar kritik saran pelanggan.</p>

didasarkan dari saran pelanggan			
---------------------------------	--	--	--

Tabel 4.10 *Coding* Wawancara

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

11. Apa hambatan yang dialami oleh JSTORE dalam mengimplementasikan komponen *communications* dalam marketing mix 4C?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Hambatan yang dialami dalam hal komunikasi biasanya meliputi miss komunikasi antara pelanggan dan penjual. Namun hal tersebut jarang terjadi.	<i>Miss communication</i> antara pelanggan dan penjual, namun jarang terjadi.	1.N.1	<i>Miss communication</i> saat proses transaksi.

Tabel 4.11 *Coding* Wawancara

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

12. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari komponen komunikasi dalam *marketing mix 4C*?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Kelebihan: pelanggan dilibatkan dalam proses transaksi jual beli Kekurangan: terkadang kritik yang diberikan pelanggan tidak konstruktif.	Kelebihannya pelanggan dilibatkan. Sedangkan kekurangannya kritik tidak membangun.	1.N.1	Kelebihan dalam keterlibatan pelanggan namun kekurangan pada kritik pelanggan.

Tabel 4.12 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

13. Bagaimana cara JSTORE dapat bersaing dengan kompetitor yang ada?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Salah satu taktik Jstore untuk bersaing dengan kompetitor adalah menaikkan produk menjadi di paling atas menggunakan iklan pencarian. Untuk masalah harga kita sesuaikan dengan target pasar dan kualitas produk.	Menggunakan iklan pencarian untuk bersaing dan harga disesuaikan dengan target pasar.	1.N.1	Menggunakan iklan pencarian dan penyesuaian harga.

Tabel 4.13 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

14. Komponen marketing mix 4C manakah yang paling memberikan dampak kepada bisnis online JSTORE di marketplace?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Komponen yang memberikan dampak terbesar adalah <i>convenience</i> terbukti dari beberapa barang yang kita jual ada yang lebih Mahal daripada kompetitor namun kita	<i>Convenience</i> karena walaupun harga lebih tinggi dibanding kompetitor, tampilan <i>homepage</i> yang nyaman sangat	1.N.1	<i>Convenience</i> atau kenyamanan paling memberi dampak.

<p>memberikan kenyamanan pada pembeli dan akhirnya pembeli tetap membeli barang dari kita. Membalas chat dengan cepat dan menjelaskan secara terperinci terkait produk yang ingin di beli. Selain itu tampilan homepage kami lebih nyaman untuk dilihat.</p>	berpengaruh.		
--	--------------	--	--

Tabel 4.14 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

15. Mengapa anda memilih untuk menggunakan marketing mix 4C dibanding dengan marketing mix lainnya?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
<p>Karena menurut saya, seiring dengan perkembangan zaman marketing 4p sudah tidak relevan lagi. Dalam penjualan di marketplace kita harus mementingkan keperluan customer. Itu merupakan faktor utama agar bisnis dapat bertahan.</p>	<p>Penggunaan <i>marketing mix</i> 4C lebih relevan karena sesuai dengan keperluan pelanggan.</p>	2.N.1	Sesuai dengan keperluan pelanggan.

Apalagi di marketplace konsumen hanya mencari produk yang ingin di beli.			
Karena menurut Saya, marketing mix 4P dan 7P tidak begitu relevan digunakan di marketplace. Marketing mix 4C lebih relevan karena merupakan customer centric.	<i>Marketing mix</i> 4C memfokuskan komponennya pada pelanggan.	2.N.2	<i>Customer centric.</i>

Tabel 4.15 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

16. Apa kelebihan dari penggunaan *marketing mix* 4C?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Hal tersebut tidak dapat ditemukan di marketing mix lainnya karena marketing mix 4P atau 7P hanya memfokuskan di produk.	Komponen <i>marketing mix</i> 4C tidak fokus di produk.	1.N.1	<i>Marketing mix</i> 4C memfokuskan pada pelanggan.

Tabel 4.16 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

17. Apa kekurangan dari penggunaan *marketing mix* 4C?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
-------------------	----------	------	-----------------

Kekurangannya sih kita sulit untuk menciptakan tren baru di pasar. Karena kita tidak tahu apakah barang baru akan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan di marketplace	Sulit menciptakan tren produk baru karena belum tentu sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	1.N.1	Tren produk baru sulit diciptakan.
--	--	-------	------------------------------------

Tabel 4.17 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

4.2.2.2 Wawancara Terhadap Pelanggan JSTORE

Wawancara dengan pelanggan JSTORE dilakukan melalui *marketplace* Shopee karena pihak peneliti menghadapi kesulitan dalam memperoleh nomor telepon pelanggan JSTORE. Pengambilan sampel 5 pelanggan JSTORE dari ribuan pelanggan lainnya dilakukan menggunakan teknik random sampling. Peneliti melakukan chat broadcast kepada 2000 pelanggan JSTORE yang pernah berbelanja untuk mengundang mereka untuk melakukan wawancara. Sebagai insentif, pelanggan akan menerima *reward* sebagai penghargaan atas partisipasi mereka. Dari hampir 2000 penerima pesan, hanya kurang dari 100 pelanggan yang merespons chat broadcast tersebut. Dari jumlah tersebut, hanya 10 pelanggan yang menjawab semua pertanyaan yang diajukan sampai akhir. Meskipun begitu, hanya 5 dari 10 pelanggan tersebut memberikan jawaban yang cukup panjang dan mendalam sehingga data tersebut dapat diolah. Oleh karena itu, peneliti hanya menggunakan 5 jawaban pelanggan untuk dianalisis.

Meskipun wawancara dilakukan melalui chat Shopee, hal tersebut tidak menghambat proses wawancara dan berjalan dengan lancar. Data yang diperoleh tetap optimal dan faktual. Tidak ada unsur paksaan dalam proses wawancara, dan narasumber sudah bersedia agar hasil wawancara mereka dipublikasikan secara umum. Hasil transkrip wawancara tersebut kemudian direduksi menggunakan

metode *open coding* dan menghasilkan tabel coding wawancara seperti yang terlampir di bawah ini.

1. Mengapa anda membeli produk JSTORE? Apakah sesuai dengan kebutuhan atau keinginan Bapak/Ibu?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Karena produk tersebut yang saya butuhkan dan produknya bagus sesuai keinginan.	Sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.	5.N.1	Sesuai dengan kebutuhan.
Karena saya suka aja liatnya buat di pake di kereta dan barangnya juga bagus, sampainya pun cepat sesuai ekspektasi lah. Iya betul sesuai (dengan kebutuhan/keinginan) banget, kemarin juga saya ada beli 1 lagi cuma gak pake akun ini, akun lain.	Sesuai dengan kebutuhan dan keinginan karena cocok ketika dipasang di kendaraan.	5.N.2	Sesuai dengan kebutuhan dan keinginan untuk dipasang di kendaraan.
Iya kak sesuai banget pertama saya cuma iseng-iseng liat-liat variasi mobil di Shopee ngak tau nya ada yang menarik di mata saya terus saya cek out kak pas	Produk sesuai dengan keinginan karena produk menarik dan sesuai gambar.	5.N.3	Produk sesuai dengan keinginan karena menarik.

sampainya pun sesuai seperti di gambar.			
Bisa dikatakan sebagai kebutuhan. Karena kebetulan orang tua aku punya usaha jual sparepart mobil, jadi untuk menambah kelengkapan toko, kita beli melalui online juga.	Membeli produk karena kebutuhan untuk dijual kembali.	5.N.4	Produk untuk kebutuhan dijual kembali.
Saya beli produk tersebut karena harga di JSTORE lebih murah Kak daripada harga di toko lain, pas sampai barangnya sesuai kak sama kebutuhan dan keinginan saya.	Membeli produk JSTORE karena kebutuhan dan keinginan.	5.N.5	Sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

Tabel 4.18 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

2. Apakah produk yang dibeli sesuai dengan ekspektasi anda?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Ukuran panjang dan warna biru yang saya cari dan setelah barang sampai barang sangat memuaskan dan tidak	Produk memuaskan sesuai dengan yang dicari dan tidak	5.N.1	Produk sesuai dengan yang dicari.

mengecewakan.	mengecewakan.		
Tidak mengecewakan sama sekali bahkan kemarin saya beli 1 lagi. Pertama ekspektasi saya takut tali towing nya pendek dan tidak sesuai di mobil dan ketika sampai saya langsung buka ternyata barangnya bagus banget sesuai harapan saya tidak pendek dan pas di mobil bahkan kemarin saya beli 1 lagi.	Tidak mengecewakan dan sesuai dengan harapan hingga melakukan <i>repeat order</i> .	5.N.2	Tidak mengecewakan dan melakukan <i>repeat order</i> .
Pertama saya agak canggung juga buat beli takutnya tidak sesuai yang saya harapkan, takut gak muat, takut barangnya tidak sesuai di gambar, ternyata ketika sampai barangnya bagus banget kak tidak mengecewakan sama sekali.	Pada awalnya takut tidak sesuai dengan ekspektasi. Namun ternyata produk tidak mengecewakan.	5.N.3	Ekspektasi awal rendah, ternyata produk tidak mengecewakan setelah sampai.
Sebenarnya sebelum	Tidak ada	5.N.4	Tidak ada ekspektasi

membeli barang ga ada ekspektasi apapun, karena melihat harganya yg relatif murah jadi ga berharap apapun. Tapi setelah barang nya di terima ternyata <i>worth to buy</i> , dan cocok untuk di jual kembali.	ekspektasi diawal karena produk cukup murah. Setelah barang sampai cocok untuk dijual kembali.		diawal, setelah produk tiba ternyata cocok untuk dijual kembali.
Ekspektasi saya sebelum beli barangnya tidak terlalu berharap sih karena harganya lebih murah, awal takut lampunya tidak terang. Setelah diterima ternyata barangnya mantap banget kak saya udah beli 1 bulan lalu sekarang masih berfungsi dengan baik juga.	Ekspektasi awal rendah karena harga produk lebih murah, ternyata kualitas produk tinggi.	5.N.5	Ekspektasi awal rendah, namun produk berfungsi dengan baik.

Tabel 4.19 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

3. Apakah harga produk yang dibeli sesuai dengan kualitasnya?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Harga dan kualitas	Harga dan	5.N.1	Harga dan kualitas produk

sesuai.. Karena barang yang saya beli sangat bagus dan memuaskan. Kabel dan lampunya berfungsi dengan baik dan terang.	kualitas produk sesuai dan berfungsi dengan baik.		sesuai.
Iya kak sesuai banget bahkan kalau saya bilang dengan harga semurah itu bisa dapat barang sebagus itu <i>worth it</i> banget lah pokoknya.	Kualitas produk yang bagus sangat <i>worth it</i> dengan harga yang murah.	5.N.2	Kualitas produk <i>worth it</i> dengan harga.
Kalau produknya sih bagus banget kak, habis itu untuk harganya pun sangat murah dan gak akan <i>jebol</i> isi dompet.	Produk bagus dan sangat murah sehingga konsumen tidak keberatan.	5.N.3	Kualitas produk yang bagus dengan harga yang murah.
Untuk produk yg aku beli dengan harga 25k aja bisa dapetin kualitas yg bagus itu mungkin bisa dibilang ga sesuai ya. Karena nyatanya itu bisa dijual kembali dengan harga lebih dari itu. Tapi dengan harga yg murah tapi dapet	Harga produk tidak sesuai karena seharusnya bisa dijual lebih tinggi dari harga tertera.	5.N.4	Produk seharusnya dijual dengan harga yang lebih tinggi.

kualitas yg bagus itu sangat membantu para reseller sih kak. Yg memang berniat buat jual kembali barangnya.			
Harga barang yang saya beli sama kualitasnya sesuai banget kak, high quality berasa banget kualitas impornya, mantap.	Kualitas bahan dari produk impor sesuai dengan harga.	5.N.5	Kualitas produk impor sesuai dengan harga.

Tabel 4.20 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

4. Apakah dalam membeli produk JSTORE anda mengeluarkan banyak waktu dan tenaga?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Waktu mencari produknya membutuhkan waktu dalam memikirkan bentuk dan ukuran yang sesuai keinginan <i>sampe2</i> ada beberapa produk dari toko lain yg jadi perbandingan dan akhirnya di toko Jstore yg sesuai yg	Banyak mengeluarkan waktu untuk mencari produk yang sesuai dengan keinginan.	5.N.1	Banyak mengeluarkan waktu untuk pertimbangan.

saya butuhkan.			
Gak terlalu ribet sih kak soalnya pertama" saya beli saya liat punya teman saya terus saya tanya dimana beli nya abis itu di ambil lah hp saya di carikan nama tokonya JSTORE terus saya liat" dan pilih" yang cocok sesuai keinginan saya pas udah dapat baru saya cekout dan pegirimannyapun cepat barang nya tidak cacat sedikitpun.	Pembelian produk dilakukan berdasarkan referensi teman dan proses pengiriman cepat.	5.N.2	Tidak memakan terlalu banyak waktu dan tenaga.
Waktu itu saya lagi buka shopee terus saya liat" banyak em tapi di toko" lain banyak yang gak sesuai dengan harga nya kak eh pas ketemu di toko kakak barang nya bagus harga murah gak ribet lagi dalam proses nya.	Produk di JSTORE sesuai dengan <i>budget</i> customer dan proses mudah.	5.N.3	Proses mudah dan sesuai <i>budget</i> .
Engga sama sekali,	Tidak	5.N.4	Posisi produk berada di

<p>karena pada saat search produk yg aku butuhkan. Produk dari Jstore sendiri berada paling atas. Ga memakan waktu juga karena dengan melihat produk jstore punya penilaian yang oke aku ga pikir panjang langsung checkout.</p>	<p>mengeluarkan banyak waktu dan tenaga karena berada di etalase pertama dan <i>rating</i> toko bagus.</p>		<p>etalase pertama dan <i>rating</i> toko bagus.</p>
<p>Beli produk di JSTORE tidak mengeluarkan banyak tenaga dan waktu sama sekali kak. Pertama saya lagi cari knob, di kolom pencarian saya search dengan kata kunci knob, langsung keluar knob dari toko JSTORE di paling atas, langsung saya checkout pilih warna dan bisa bayar pake COD juga.</p>	<p>Tidak mengeluarkan banyak waktu dan tenaga karena muncul di etalase awal.</p>	<p>5.N.5</p>	<p>Tidak mengeluarkan banyak waktu dan tenaga.</p>

Tabel 4.21 *Coding* Wawancara

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

5. Apakah anda merasa nyaman ketika berbelanja dan bertransaksi di JSTORE?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Saya merasa nyaman karena ada banyak pilihan barang yg di jual dan respon adminnya cepat respon dan ramah.	Merasa nyaman karena admin cepat respon dan memiliki variasi produk.	5.N.1	Admin <i>fast response</i> dan variasi produk banyak.
Nyaman banget dan adminnya pun cepat respon dan ramah-ramah.	Nyaman karena admin ramah dan cepat respon.	5.N.2	Admin cepat respon dan ramah.
Kalau nyaman mah nyaman banget kak adminnya ramah" baik" semua, dan transaksi nya pun cepat gak harus nunggu lama pokok nya <i>best lah</i> toko ini.	Sangat nyaman karena admin ramah dan baik serta proses transaksi cepat.	5.N.3	Admin yang ramah dan baik.
Sejauh ini nyaman banget, karena pengemasannya ga makan waktu yg lama. Checkout kemaren sore besok nya langsung dikirim. Keren banget si.	Sangat nyaman karena waktu pengemasan yang cepat.	5.N.4	Pengemasan cepat.
Iya saya merasa nyaman ketika	Merasa nyaman karena foto	5.N.5	Foto produk jelas dan memiliki banyak varian.

berbelanja dan bertransaksi di Jstore karena foto2 yg di masukan di shopeenya juga jelas banget terus banyak variannya juga.	produk yang jelas dan banyak varian.		
--	--------------------------------------	--	--

Tabel 4.22 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

6. Apakah terdapat hambatan ketika anda berbelanja di JSTORE?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Untuk hambatan tidak ad saat pembelian barang dan di toko lain kadang respon admin kurang cepat dan pengiriman di Jstore cepat dan di toko lain kadang lambat.	Tidak ada hambatan saat membeli karena pengiriman di JSTORE lebih cepat dibanding toko lain.	5.N.1	Pembelian produk lancar dan cepat.
Tidak ada hambatan sama sekali saya pergi kesitu ,liat" barang ada yang cocok saya ambil terus saya bayar abis itu saya pulang dan langsung saya pasang.	Tidak ada hambatan dari proses pembayaran hingga produk sampai.	5.N.2	Proses transaksi lancar.
Sejauh ini selama saya belanja di toko JSTORE gak ada hambatan sama sekali	Tidak ada hambatan sama sekali selama berbelanja di	5.N.3	Tidak ada hambatan.

sih kak malahan lebih cepat disini daripada toko lain.	JSTORE.		
Tidak ada hambatan sama sekali, seperti yg tadi di bilang dari mulai pengemasannya aja cepet, produk yg dikirim juga sesuai pesanan. Sejauh ini alhamdulillah ga ada masalah atau hambatan.	Pengemasan dan pengiriman produk cepat serta produk tidak bermasalah.	5.N.4	Pengiriman produk yang cepat serta produk tidak ada masalah.
Tidak ada hambatan sama sekali, pernah belanja di toko lain dan admin tidak merespon chat saya sama sekali, tapi di Jstore admin sangat responsif dan info yang diberikan juga sangat jelas.	Tidak ada hambatan, bahkan admin sangat responsif dan memberikan informasi yang jelas.	5.N.5	Admin memberikan respon yang cepat dan penjelasan produk detail.

Tabel 4.23 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

7. Apakah komunikasi dengan pihak JSTORE mudah?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Dalam komunikasi dengan pihak jstore	Komunikasi dengan JSTORE	5.N.1	Proses komunikasi dengan JSTORE mudah.

mudah dalam komunikasi dan respon sangat cepat.. Di toko lain respon lama.	mudah dan direspon cepat.		
Pihak JSTORE sangat ramah lebih dalam melayani customer nya dan sangat enak diajak bicara bahkan mau menjelaskan apa yang kita tanya dan buat apa jadi pesan saya semoga JSTORE sukses selalu dan semakin banyak yang beli.	Pihak JSTORE ramah dalam melayani <i>customer</i> dan menjelaskan produk dengan jelas.	5.N.2	Keramahan admin dalam melayani <i>customer</i> dan menjelaskan produk.
Berkomunikasi dengan pihak JSTORE sangat mudah dan respon nya pun sangat baik,bahkan mau menjelaskan segala hal yang mau kita tanya,beda sama toko lain respon nya lambat dan tidak mau menjelaskannya.	Komunikasi sangat mudah, respon yang baik, dan penjelasan produk sangat jelas.	5.N.3	Komunikasi dengan JSTORE yang mudah, ramah, dan jelas.
Dari komunikasi juga jstore top banget pelayanannya, <i>gercep</i>	Pelayanan JSTORE dalam hal komunikasi	5.N.4	Komunikasi dengan JSTORE sangat <i>fast response</i> .

ga harus nunggu berjam jam buat dapet balasan chat. Toko lain rata-rata nunggu di balas chat sampai berjam-jam.	sangat memuaskan karena <i>fast response</i> .		
Iya mudah banget kak, baru saya chat langsung dibalas, toko lain saya pernah beli gak di bales sama sekali akhirnya saya tidak jadi pesan.	Sangat mudah karena chat dijawab langsung.	5.N.5	Pesan langsung di jawab oleh admin JSTORE.

Tabel 4.24 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

8. Adakah kendala komunikasi yang dialami dengan pihak JSTORE?

Transkrip Jawaban	Verbatim	Kode	Pemadatan Fakta
Untuk kendala tidak ada karena selama komunikasi masalah produk di jawab dengan baik dan ramah.	Tidak ada kendala karena pertanyaan mengenai produk dijawab oleh JSTORE.	5.N.1	Komunikasi mengenai produk dijelaskan oleh JSTORE.
Tidak sama sekali kak tidak ada kendala sama sekali sebelum ke toko saya sempat dm" lewat shopee banyak barang di balasnya	Pertanyaan mengenai beberapa produk lain direspon juga oleh admin JSTORE dan	5.N.2	Komunikasi JSTORE dalam menjelaskan beberapa produk.

cepat sama juga waktu saya ke toko cepat respon nyaman banget belanja di situ. Pokoknya langganan lah.	membuat pelanggan merasa nyaman.		
Gak ada kendala apapun saat berkomunikasi dengan pihak jstore baik sebelum belanja bahkan sesudah belanja dan banyak diskon nya lagi di jstore pokoknya nyaman banget belanja di jstore.	Tidak ada kendala dalam komunikasi baik sebelum maupun setelah berbelanja.	5.N.3	Tidak ada kendala komunikasi sebelum dan setelah berbelanja.
Sejauh ini tidak ada kendala sama sekali. Karena apa yg tadi sudah aku bilang, pelayanan <i>customer service</i> jstore <i>fast response</i> banget. Dan itu bener-bener harus di tiru semua online shop sih menurut aku.	Tidak ada kendala hingga saat ini karena <i>customer service</i> JSTORE yang <i>fast response</i> .	5.N.4	<i>Customer service</i> JSTORE <i>fast response</i> .
Tidak ada kendala sama sekali, pertanyaan cepat	Tidak ada kendala dalam hal komunikasi	5.N.5	Tidak ada kendala komunikasi.

dibalas, informatif dan sabar dalam menjelaskan pertanyaan saya.	karena admin yang informatif.		
--	-------------------------------	--	--

Tabel 4.25 *Coding* Wawancara
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

4.2.3 Kategori dan Membentuk Pola

Pemadatan Fakta	Kategori	Pola
Produk yang dijual sesuai dengan target pasar JSTORE.	Strategi pemasaran variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Produk mengikuti keinginan atau kebutuhan pelanggan.	Strategi pemasaran variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Sulit menciptakan tren produk terbaru.	Hambatan dalam variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Mengimpor produk baru.	Hambatan dalam variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
JSTORE menjual produk variasi yang lengkap dan murah.	Strategi pemasaran variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
JSTORE sudah memiliki pasarnya sendiri.	Strategi pemasaran variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Harga disesuaikan dan fitur iklan pencarian.	Strategi pemasaran variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Penyesuaian harga dan fitur iklan pencarian untuk	Strategi pemasaran variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .

menghemat waktu dan tenaga.		
Persaingan harga.	Hambatan dalam variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Harga produk bervariasi mulai dari 20.000 sampai 2.500.000.	Strategi pemasaran variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Tampilan toko, fitur COD, dan pengiriman cepat.	Strategi pemasaran variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Halaman toko yang bagus, fitur COD diaktifkan, dan proses pengiriman yang cepat.	Strategi pemasaran variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Stok produk dan pengiriman lama.	Hambatan dalam variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Mengganti dengan produk lain, memberi barang gratis, dan <i>follow up</i> kepada ekspedisi.	Strategi pemasaran variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Responsif dalam menjawab pertanyaan pelanggan.	Strategi pemasaran variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Admin yang responsif serta mendengar kritik saran pelanggan.	Strategi pemasaran variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
<i>Miss communication</i> saat	Hambatan dalam	Variabel

proses transaksi.	variabel <i>communication.</i>	<i>communication.</i>
Kelebihan dalam keterlibatan pelanggan namun kekurangan pada kritik pelanggan.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication.</i>	Variabel <i>communication.</i>
Menggunakan iklan pencarian dan penyesuaian harga.	Strategi pemasaran variabel <i>cost.</i>	Variabel <i>cost.</i>
<i>Convenience</i> atau kenyamanan paling memberi dampak.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience.</i>	Variabel <i>convenience.</i>
Sesuai dengan keperluan pelanggan.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers.</i>	Variabel <i>customers.</i>
<i>Customer centric.</i>	Strategi pemasaran variabel <i>customers.</i>	Variabel <i>customers.</i>
<i>Marketing mix</i> 4C memfokuskan pada pelanggan.	Strategi pemasaran variabel <i>customers.</i>	Variabel <i>customers.</i>
Tren produk baru sulit diciptakan.	Hambatan dalam variabel <i>customers.</i>	Variabel <i>customers.</i>
Sesuai dengan kebutuhan.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers.</i>	Variabel <i>customers.</i>
Sesuai dengan kebutuhan	Hasil dari	Variabel <i>customers.</i>

dan keinginan untuk dipasang di kendaraan.	implementasi variabel <i>customers</i> .	
Produk sesuai dengan keinginan karena menarik.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Produk untuk kebutuhan dijual kembali.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Produk sesuai dengan yang dicari.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Tidak mengecewakan dan melakukan <i>repeat order</i> .	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Ekspektasi awal rendah, ternyata produk tidak mengecewakan setelah sampai.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Tidak ada ekspektasi diawal, setelah produk tiba ternyata cocok untuk dijual kembali.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .
Ekspektasi awal rendah, namun produk berfungsi dengan baik.	Hasil dari implementasi variabel <i>customers</i> .	Variabel <i>customers</i> .

Harga dan kualitas produk sesuai.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Kualitas produk <i>worth it</i> dengan harga.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Kualitas produk yang bagus dengan harga yang murah.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Produk seharusnya dijual dengan harga yang lebih tinggi.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Kualitas produk impor sesuai dengan harga.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Banyak mengeluarkan waktu untuk pertimbangan.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Tidak memakan terlalu banyak waktu dan tenaga.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Proses mudah dan sesuai <i>budget</i> .	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Posisi produk berada di etalase pertama dan <i>rating</i> toko bagus.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .

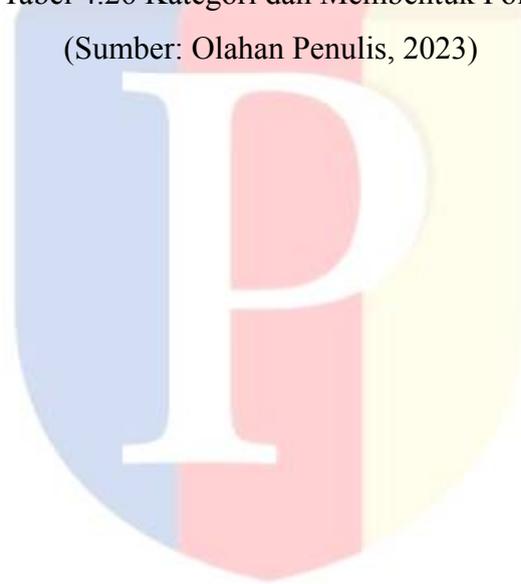
Tidak mengeluarkan banyak waktu dan tenaga.	Hasil dari implementasi variabel <i>cost</i> .	Variabel <i>cost</i> .
Admin <i>fast response</i> dan variasi produk banyak.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Admin cepat respon dan ramah.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Admin yang ramah dan baik.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Pengemasan cepat.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Foto produk jelas dan memiliki banyak varian.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Pembelian produk lancar dan cepat.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Proses transaksi lancar.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Tidak ada hambatan.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .

Pengiriman produk yang cepat serta produk tidak ada masalah.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Admin memberikan respon yang cepat dan penjelasan produk detail.	Hasil dari implementasi variabel <i>convenience</i> .	Variabel <i>convenience</i> .
Proses komunikasi dengan JSTORE mudah.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Keramahan admin dalam melayani <i>customer</i> dan menjelaskan produk.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Komunikasi dengan JSTORE yang mudah, ramah, dan jelas.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Komunikasi dengan JSTORE sangat <i>fast response</i> .	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Pesan langsung di jawab oleh admin JSTORE.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Komunikasi mengenai produk dijelaskan oleh JSTORE.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Komunikasi JSTORE dalam menjelaskan beberapa produk.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .

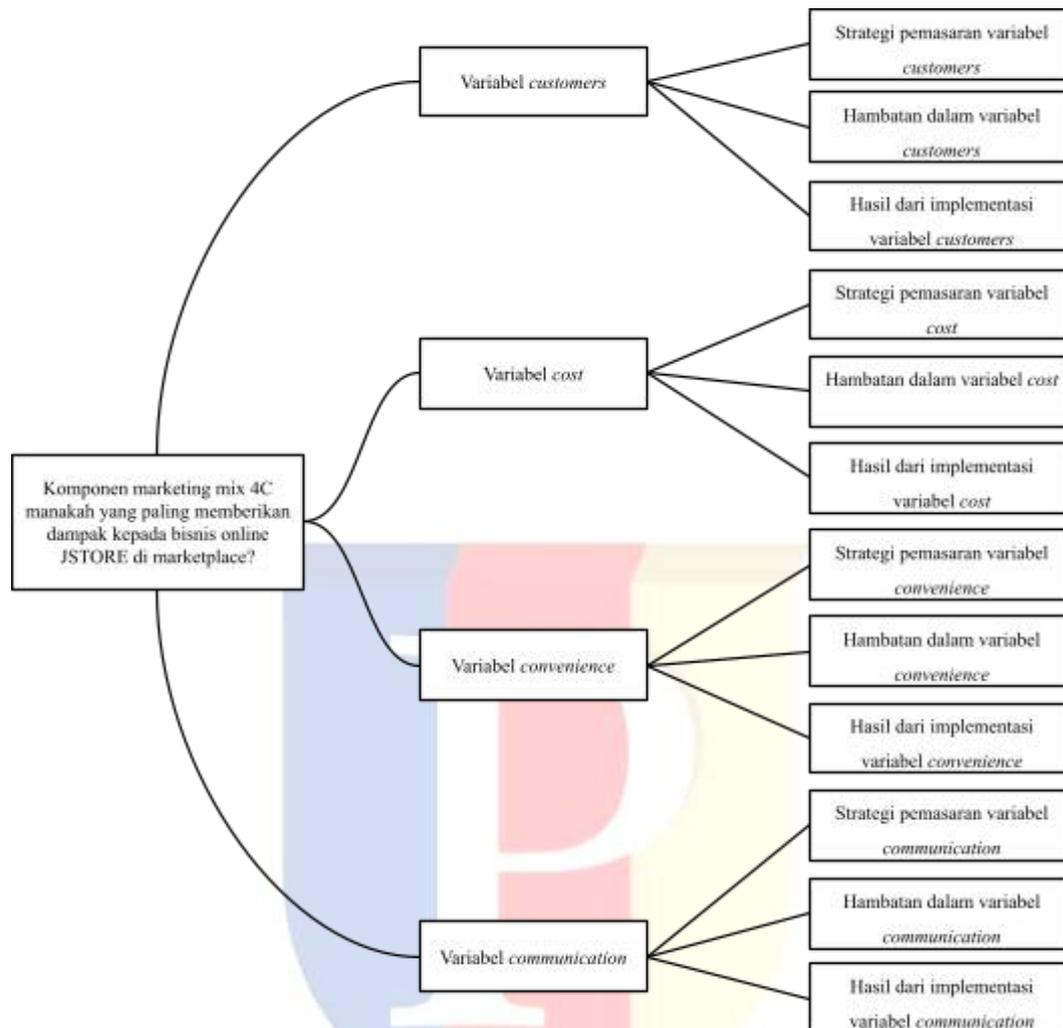
Tidak ada kendala komunikasi sebelum dan setelah berbelanja.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
<i>Customer service</i> JSTORE <i>fast response</i> .	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .
Tidak ada kendala komunikasi.	Hasil dari implementasi variabel <i>communication</i> .	Variabel <i>communication</i> .

Tabel 4.26 Kategori dan Membentuk Pola

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)



4.2.4 Pola Pembahasan



Gambar 4.6 Pola Pembahasan
(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

4.3 Variabel *Customers* dalam *Marketing Mix 4C*

4.3.1 Strategi Pemasaran

Variabel *customers* merupakan akar dari variabel-variabel lain dalam *marketing mix 4C*, karena bauran pemasaran 4C berfokus pada strategi yang berpusat pada pelanggan atau *customer-centric*. Strategi utama yang diterapkan oleh JSTORE pada variabel *customers* adalah menjual produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan JSTORE di marketplace. JSTORE telah menetapkan target pelanggan mereka sendiri di pasar online, sehingga memudahkan mereka dalam menjual produk yang sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan pelanggan. Selain itu, JSTORE dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan berdasarkan permintaan dari beberapa *reseller* untuk melakukan impor barang tertentu. Di samping itu, salah satu strategi yang diadopsi oleh JSTORE dalam variabel *customers* adalah menyediakan variasi produk yang lengkap. Tujuannya adalah untuk melayani pelanggan sebanyak mungkin di marketplace. JSTORE menjual berbagai produk mulai dari yang sangat terjangkau hingga yang mahal. Produk yang ditawarkan oleh JSTORE di marketplace antara lain klip bempur, knob persneling, sarung stir, kamera 360, dan sebagainya.

4.3.2 Hambatan Strategi

Dalam implementasi strategi variabel *customers*, terdapat kendala utama dalam menciptakan tren produk baru. Fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam variabel *customers* membuat sulitnya mengimpor produk baru. Kendala ini muncul karena produk yang diimpor tidak selalu berhasil di pasaran *marketplace*. Meskipun JSTORE telah memiliki pasar mereka sendiri, tetap saja mereka menghadapi kesulitan dalam menciptakan tren produk baru di bidang aksesoris mobil. Oleh karena itu, JSTORE lebih memilih untuk mengimpor produk baru berdasarkan permintaan dari *reseller*.

4.3.3 Hasil dari Implementasi

Implementasi variabel *customers* di JSTORE telah menunjukkan keberhasilan yang signifikan. Penilaian ini didasarkan pada hasil wawancara mendalam dengan lima narasumber yang sebelumnya telah melakukan pembelian di JSTORE. Kelima narasumber tersebut mengonfirmasi bahwa produk yang dijual oleh JSTORE memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Beberapa di antara mereka membeli karena ketertarikan terhadap produk tersebut, ada juga yang mencari produk tertentu dan menemukan bahwa produk dari JSTORE paling cocok dibandingkan dengan toko lain, serta ada yang membeli dengan niat untuk menjual kembali. Meskipun pelanggan JSTORE awalnya memiliki harapan yang rendah ketika melakukan pemesanan barang, hal ini bukan karena *rating* toko JSTORE yang buruk, melainkan karena harga barang yang murah. Namun, setelah

barang tiba, mereka sangat puas bahkan beberapa di antaranya melakukan pemesanan ulang. Produk-produk dari JSTORE juga tetap berfungsi dengan baik hingga saat dilakukan wawancara tersebut.

4.4 Variabel *Cost* dalam *Marketing Mix 4C*

4.4.1 Strategi Pemasaran

Strategi yang diterapkan oleh JSTORE dalam variabel *cost* adalah dengan menyesuaikan harga dengan target pasar JSTORE. Harga produk yang ditawarkan oleh JSTORE bervariasi, mulai dari Rp20.000 hingga Rp2.500.000. Menurut hasil wawancara, harga-harga ini dianggap terjangkau dan diharapkan tidak memberatkan kantong pelanggan. Variasi harga produk didasarkan pada perbedaan harga pasaran untuk setiap produk. Selain itu, untuk menghemat *cost* yang dikeluarkan oleh pelanggan dalam hal waktu dan tenaga, JSTORE menggunakan iklan pencarian. Strategi ini bertujuan untuk memudahkan pelanggan JSTORE dalam mencari produk yang mereka inginkan atau butuhkan tanpa perlu menghabiskan banyak waktu dan tenaga. Selain itu, pelanggan JSTORE juga tidak perlu melakukan banyak usaha fisik, karena seluruh proses transaksi dapat dilakukan secara online. JSTORE juga menyediakan opsi pembayaran dengan fitur COD (*Cash on Delivery*), sehingga pelanggan tidak perlu pergi ke bank untuk melakukan pembayaran. Sebagai gantinya, pelanggan hanya perlu menunggu barang sampai di rumah mereka dan melakukan pembayaran saat itu.

4.4.2 Hambatan Strategi

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak JSTORE menunjukkan bahwa hambatan utama dalam variabel *cost* adalah persaingan harga. Kemudahan bagi pelanggan untuk membandingkan harga dengan toko-toko lain di *marketplace* mendorong adanya persaingan harga di antara mereka. Persaingan harga ini terjadi dengan menurunkan harga produk menjadi yang paling murah, dengan harapan bahwa pelanggan akan beralih ke toko mereka. Situasi ini tidak menguntungkan bagi penjual karena menyebabkan *margin profit* yang diperoleh semakin menurun. Namun, pihak JSTORE tidak terlalu khawatir

mengenai hal ini. Hal ini disebabkan karena JSTORE tidak hanya menjual barang, tetapi juga memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Selain itu, *rating* toko JSTORE juga memiliki reputasi yang baik, sehingga persaingan harga tidak menjadi kekhawatiran utama bagi pihak JSTORE.

4.4.3 Hasil dari Implementasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak pelanggan, mereka menyatakan bahwa kualitas produk yang dijual oleh JSTORE sebanding dengan harga yang ditetapkan. Bahkan, beberapa narasumber menyatakan bahwa produk dari JSTORE seharusnya dijual dengan harga yang lebih tinggi, mengingat mereka berhasil menjual kembali barang dengan harga yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan keberhasilan strategi variabel *cost* yang diterapkan oleh JSTORE, karena narasumber tidak mengalami kendala ekonomi dalam membayar produk yang mereka butuhkan atau inginkan. Selain itu, ketika ditanya mengenai penggunaan waktu dan tenaga dalam berbelanja, mereka mengatakan bahwa mereka tidak perlu menghabiskan banyak waktu dan tenaga. Hal ini disebabkan oleh kemudahan mereka dalam menemukan produk yang mereka inginkan, dengan cukup mengetikkan kata kunci produk, dan produk-produk JSTORE langsung muncul di etalase awal. Keberhasilan ini juga didukung oleh penggunaan iklan pencarian. Selain itu, *rating* toko yang baik juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena mereka tidak perlu meluangkan banyak waktu dan langsung dapat melakukan proses transaksi.

4.5 Variabel *Convenience* dalam *Marketing Mix 4C*

4.5.1 Strategi Pemasaran

JSTORE melakukan berbagai strategi dalam variabel kenyamanan (*convenience*), karena kenyamanan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting baik sebelum maupun setelah proses transaksi. Tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan dapat berdampak pada *rating* toko JSTORE, yang akan mempengaruhi pengalaman *customers* lain di masa mendatang. Salah satu strategi awal yang dilakukan oleh JSTORE adalah menciptakan halaman toko yang nyaman untuk dilihat. Berdasarkan dari hasil wawancara hal ini dianggap sebagai

kunci utama, karena pelanggan akan terus menggulir halaman untuk mencari produk atau mencari toko lain jika halaman toko tidak nyaman untuk dilihat. Bahkan, JSTORE juga menyewa desainer untuk menciptakan tampilan halaman toko yang menarik secara visual.

Strategi selanjutnya yang diimplementasikan oleh JSTORE dalam variabel *convenience* adalah mengaktifkan fitur pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Menurut pihak JSTORE, ini menjadi penting karena mayoritas pelanggan merasa lebih nyaman ketika dapat melakukan pembayaran langsung di tempat. Hal ini memungkinkan mereka untuk memeriksa produk yang telah sampai secara langsung, memastikan kesesuaian dengan pesanan yang dilakukan secara *online*. Selanjutnya, strategi yang dijalankan dalam variabel *convenience* adalah pengemasan barang yang aman dan pengiriman yang cepat kepada pihak ekspedisi. JSTORE tidak mengenakan biaya tambahan untuk kemasan barang yang sudah termasuk *bubble wrap* dan kardus. Kebijakan ini memberikan manfaat bagi *customers* JSTORE, karena mereka dapat menghemat biaya tambahan yang mungkin timbul. Selain itu, semua pesanan yang ditempatkan sebelum pukul 16.30 WIB akan dikirimkan pada hari yang sama. Hal ini penting karena pelanggan JSTORE umumnya menginginkan produk yang segera tiba sehingga dapat langsung dipasang. Terlebih lagi, mayoritas pelanggan JSTORE berada di luar Pulau Jawa. Melalui implementasi strategi-strategi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan tingkat kenyamanan pelanggan dalam berbelanja di JSTORE, yang diharapkan dapat mendorong *customers* untuk melakukan *repeat order* dan memberikan rating bintang 5.

4.5.2 Hambatan Strategi

Ditemukan beberapa hambatan dalam variabel *convenience*. Hambatan pertama adalah kekosongan stok produk saat pelanggan sudah memesan produk tersebut. Karena JSTORE beroperasi di beberapa marketplace, pengelolaan stok masih dilakukan secara manual. Hal ini menyebabkan beberapa pesanan harus diganti dengan produk lain karena stok yang tidak tersedia. Keadaan ini menurunkan tingkat kenyamanan pelanggan yang sudah mengharapkan menerima produk yang dipesan. Namun, untuk mengatasi kekecewaan pelanggan, JSTORE

memberikan produk gratis seperti parfum gantung mobil sebagai kompensasi atas ketidaktersediaan stok produk. Hambatan kedua adalah pengiriman yang memakan waktu lama. Meskipun ini tergantung pada pihak ekspedisi yang berbeda dengan JSTORE sebagai online shop, beberapa pelanggan tetap tidak memahami perbedaan ini. Mereka kadang-kadang melakukan komplain kepada JSTORE mengenai keterlambatan pengiriman. Namun, JSTORE menjelaskan kepada pelanggan bahwa pengiriman dilakukan oleh pihak ekspedisi, bukan oleh JSTORE. Meskipun demikian, JSTORE tetap membantu pelanggan dengan melakukan *follow up* kepada pihak ekspedisi untuk mempercepat pengiriman produk, dan memberi informasi kepada pelanggan terkait hal ini. Namun, hambatan tersebut hanya terjadi dalam sebagian kecil kasus, sekitar 1 dari 100 transaksi.

4.5.3 Hasil dari Implementasi

Berdasarkan hasil wawancara, semua narasumber menyatakan bahwa mereka tidak mengalami hambatan dalam hal kenyamanan saat berbelanja di JSTORE. Bahkan, mereka mengungkapkan bahwa mereka sangat nyaman berbelanja di JSTORE dan membandingkannya dengan toko-toko lain yang kadang-kadang membutuhkan waktu lama dalam pengemasan produk dan memiliki foto produk yang kurang jelas. Selain itu, narasumber menyebutkan bahwa kenyamanan utama yang mereka rasakan adalah respons cepat dari admin JSTORE dan kebaikan serta keramahan mereka. Faktor lain yang berkontribusi pada kenyamanan pelanggan adalah pengemasan yang cepat dari JSTORE.

4.6 Variabel *Communication* dalam *Marketing Mix 4C*

4.6.1 Strategi Pemasaran

Strategi yang diimplementasikan oleh JSTORE dalam hal *communication* adalah dengan menuntut responsivitas dan keramahan dari admin. Responsivitas mengacu pada kemampuan admin untuk menjawab pertanyaan pelanggan dengan segera, karena respon yang lama dapat mengakibatkan hilangnya *sales* bagi JSTORE. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan pelanggan untuk menanyakan ketersediaan stok kepada beberapa toko *online* sekaligus dan segera melakukan

pembayaran bagi yang pertama menjawab. Selain itu, JSTORE menerapkan prinsip *service excellence*, di mana admin diharapkan bersikap baik dan ramah dalam menjawab pertanyaan dan mengatasi keluhan pelanggan. Semua bentuk pertanyaan mengenai informasi produk harus dijelaskan secara jelas dan lengkap, meskipun pada akhirnya pelanggan tidak melakukan pembelian. Selain itu, dalam menghadapi keluhan pelanggan, admin harus bersabar dan berusaha mencari solusi yang memuaskan untuk *customers*. JSTORE juga mendengarkan kritik dan saran yang membangun agar dapat terus berkembang dan melibatkan pembeli.

4.6.2 Hambatan Strategi

Dalam variabel *communication*, jarang terjadi hambatan yang signifikan. Namun, beberapa kasus yang terjadi biasanya berkaitan dengan *miscommunication* antara admin dan penjual. Contohnya adalah ketika pelanggan telah memesan suatu produk dan kemudian menghubungi admin untuk mengganti varian produk. Terkadang, terjadi *miscommunication* antara admin dan karyawan yang bertanggung jawab dalam proses pengemasan barang. Karyawan pengemas barang cenderung mengikuti informasi yang tertera pada resi yang dicetak dari *marketplace*. Namun, selain dari kasus tersebut, tidak ada hambatan komunikasi lain yang terjadi menurut pihak JSTORE.

4.6.3 Hasil dari Implementasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan JSTORE, tidak ditemukan kendala dalam komunikasi baik sebelum maupun setelah melakukan pembelian. Pelanggan mengapresiasi komunikasi yang responsif, baik, dan ramah yang dilakukan oleh pihak JSTORE dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan mereka. Selain itu, penjelasan produk yang diberikan oleh admin juga dianggap jelas oleh pelanggan.

4.7 Variabel *Marketing Mix* 4C yang Paling Berdampak pada JSTORE

Marketing mix 4C yang terdiri dari kumpulan strategi pemasaran yang terdiri dari empat komponen, menunjukkan hubungan yang kuat antara satu sama lain. Namun, dari keempat komponen tersebut, terdapat satu komponen yang

memiliki dampak paling signifikan terhadap toko *online* JSTORE. Berdasarkan data dari hasil wawancara mendalam dengan pihak JSTORE, mereka mengungkapkan bahwa kenyamanan (*convenience*) merupakan komponen yang memberikan dampak terbesar pada JSTORE. Hal ini terbukti dari beberapa produk yang dijual oleh JSTORE dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing, namun tetap memiliki daya tarik karena JSTORE menyediakan pelayanan yang nyaman. Pelayanan tersebut meliputi menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk dengan jelas dan mengaktifkan fitur pembayaran dengan metode *cash on delivery* (COD) yang lebih dipercaya oleh pelanggan. Selain itu, pengemasan barang yang aman dan cepat juga menjadi faktor penting, karena pesanan yang diterima sebelum pukul 16.30 WIB tetap dikirim pada hari yang sama. Namun, yang tetap menjadi faktor utama adalah kenyamanan halaman toko yang membuat pelanggan betah untuk menjelajahi halaman toko JSTORE.

Pendapat tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan pelanggan JSTORE. Pelanggan merasa nyaman berbelanja di JSTORE karena beberapa faktor. Faktor pertama adalah respons cepat dan ramah dari admin. Selain itu, variasi produk JSTORE yang banyak dilengkapi dengan foto produk yang jelas juga menjadi alasan utama. Hal ini terkait dengan perhatian JSTORE terhadap tampilan halaman toko yang dirancang untuk kenyamanan konsumen. Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh, pengemasan yang aman dan pengiriman yang cepat juga menjadi faktor penting dalam keputusan berbelanja di JSTORE. Faktor terakhir adalah proses pembelian yang lancar dan cepat. Hal ini disebabkan oleh dua faktor. Pertama, respons cepat dari admin memungkinkan pelanggan untuk segera memesan produk. Kedua, penggunaan fitur COD yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran tanpa harus pergi ke ATM atau membuka aplikasi lain untuk membayar atau mengisi saldo *e-wallet*. Meskipun *convenience* dapat dikatakan sebagai salah satu komponen yang paling berdampak, tentu saja ketiga komponen lainnya juga berpengaruh terhadap kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan.