

ABSTRAK

Nama : Jason Tristan
Program Studi : Kewirausahaan
Judul : Implementasi Marketing Mix 4C pada Bisnis Online di Marketplace (Studi Kasus: Toko Online JSTORE)

Peningkatan tren bisnis *online* di Indonesia mengakibatkan banyak penjual di *marketplace* mengalami persaingan usaha sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Perusahaan yang diteliti adalah JSTORE dengan tujuan memberikan wawasan bagaimana untuk mengimplementasikan *marketing mix 4C* yang terdiri dari komponen *Customers*, *Cost*, *Convenience*, dan *Communication* pada bisnis *online* di *marketplace*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dimana data diperoleh melalui wawancara mendalam, hasil observasi, dan studi pustaka. Dalam menguji keabsahan datanya, peneliti menggunakan metode perpanjangan pengamatan dan triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran *marketing mix 4C* yang diterapkan oleh JSTORE pada bisnis *online* di *marketplace*. Variabel bauran pemasaran 4C yang terdiri dari *Customers*, *Cost*, *Convenience*, dan *Communication* memberikan dampak kepada persaingan usaha dan mempengaruhi penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Marketing Mix 4C*, *Bisnis Online*, *Marketplace*.

ABSTRACT

Name : Jason Tristan
Study Program : Entrepreneurship
Title : The Implementation of 4C Marketing Mix in Online
Business on Marketplace (Case Study: JSTORE Online Shop)

The increasing trend of online business in Indonesia has resulted in intense competition among sellers on marketplaces, requiring appropriate marketing strategies. The company researched is JSTORE with the aim of providing insights on how to implement the marketing mix 4C, consisting of Customers, Cost, Convenience and Communication components, in online business on marketplaces. This study uses a qualitative descriptive method with a case study approach, where data is obtained through in-depth interviews, observation results, and literature studies. In testing the validity of the data, the researcher used the method of prolonged observation and triangulation. The data analysis technique used in this study is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study focus on the marketing strategy of the marketing mix 4C applied by JSTORE in online business on marketplaces. The 4C marketing mix variables, consisting of Customers, Cost, Convenience, and Communication, have an impact on business competition and sales.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix 4C, Online Business, Marketplace.