

ABSTRAK

E-commerce merupakan suatu tindakan proses jual dan beli secara elektronik menggunakan internet sebagai mediannya. *E-commerce* atau lebih populer dengan jual beli *online* saat ini tengah digandrungi masyarakat Indonesia. Tujuannya adalah untuk mengetahui secara langsung mengenai penerapan fitur-fitur yang digunakan *online shop* Siapsaji untuk memasarkan produknya melalui *E-Commerce* shopee. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2019:18) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Dengan memanfaatkan fitur-fitur merupakan strategi yang bagus dalam pemasaran, fitur-fitur yang sering digunakan oleh *online shop* siapsaji adalah promo toko, paket diskon, voucher ikuti toko, dan fitur chat penjual. Pemasaran melalui *e-commerce* shopee sangat efektif dan tepat sasaran, untuk menarik minat konsumen secara lebih luas, jika berjualan menggunakan *e-commerce* shopee maka konsumen tidak hanya orang-orang terdekat saja bahkan sampai luar kota pun akan mengenal produk yang di jual oleh *online shop* siapsaji.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *E-commerce*, *online shop*.

ABSTRACT

E-commerce is an act of buying and selling electronically using the internet as a medium. E-commerce or more popular with online buying and selling is currently being loved by the Indonesian people. Objectives: To find out directly about the application of the features used by the Ready-to-Market online shop to market their products through Shopee E-Commerce Methods: The type of research used in this research is descriptive qualitative. The type of qualitative research according to Sugiyono (2019: 18) is a research method based on the philosophy of postpositivism, used to examine the condition of natural objects. Result: By utilizing features is a good strategy in marketing, features that are often used by online shop ready-to-eat are shop promos, discount packages, vouchers to join the shop, and seller chat features. Conclusion: Marketing through shopee e-commerce is very effective and on target, to attract consumer interest more broadly, if selling using shopee e-commerce then consumers not only the closest people, even outside the city will know the products sold by the shopee. ready-to-eat online shop. Keywords: Marketing Strategy, E-commerce, online shop