

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan

Thirsa Shoes merupakan salah satu online shop yang ada di Semarang. Thirsa Shoes beralamat di Jl. Barito No. 52 Melatiharjo, Semarang Timur, Jawa Tengah. Thirsa Shoes berdiri pada awal Januari 2017, online shop ini bermula dari peneliti yang ingin memiliki usaha sampingan selain kuliah. Pada bisnis ini, peneliti mengajukan kepada tangan pertama yaitu pabrik untuk menjadi reseller, dengan kata lain peneliti menjual produk sepatu secara berulang-ulang atau terus-menerus. Dengan memakai logo Thirsa Shoes sendiri. Sepatu *handmade* dengan brand Thirsa Shoes menjual sepatu, shoeclips dan patch yang peneliti jalani dan tekuni saat ini. Thirsa Shoes menggunakan beberapa komponen penting, antara lain adalah sol, busa, tatakan / bantalan kaki, *heels*, upper (bagian atas sepatu yang menyelimuti kaki), *insole*, *midsole*, *outsole*, hiasan tambahan (shoeclips dan patch bordiran).

Untuk bisnis online shop Thirsa Shoeclips mulai dikembangkan awal Oktober 2017, bisnis online shop ini bermula saat peneliti ingin merambah bisnis lain tetapi yang masih ada hubungannya dengan sepatu. Pada bisnis ini, peneliti mengajukan pada tangan pertama selaku pabrik agar peneliti bisa menjadi reseller, dengan kata lain peneliti menjual produk shoeclips berulang-ulang atau terus-menerus. Definisi shoeclips adalah hiasan tambahan untuk sepatu yang memiliki beberapa jenis bahan seperti diamond grade A dan B, *swarovsky*, pearl atau

mutiara, payet, manik-manik dan *plastic beads*, dengan bermacam - macam model dengan contoh *flower, animals, hello kitty, disney princess, food series*, untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih bagus saat memakai sepatu, untuk fashion atau bergaya.

Untuk bisnis online shop patch bordiran Thirsa Cotton Patch dikembangkan awal September 2017, bisnis online shop ini bermula saat peneliti ingin merambah bisnis lain tetapi yang masih ada hubungannya dengan sepatu. Pada usaha bisnis ini menjadi reseller pabrik, dengan kata lain pada usaha ini menjual produk cotton patch berulang-ulang atau terus-menerus. Harapan Thirsa Shoes kedepan adalah dapat mengikuti *bazaar* atau *event* atau pameran di Semarang dan dapat mengembangkan pasar hingga keluar Indonesia. Definisi patch bordiran adalah hiasan tambahan berbahan dasar cotton polyester yang bisa dipasang di sepatu, tas, baju, jeans, celana, topi, kain, dengan 2 cara pemasangan yaitu ditempel lalu disetrika dan dijahit, dengan beberapa macam model *flower, 3D, disney princess, food series, hello kitty, animals, cartoon*, sehingga membuat saat penampilan terlihat lebih menarik

Jenis E-Commerce yg digunakan Thirsa Shoes adalah Shoppe dan Instagram. Media internet digunakan untuk memberikan informasi penjualan berupa Shoppe, Instagram, Whatsapp dan Line. Dalam berkomunikasi lebih lanjut dengan konsumen mengenai informasi tambahan produk melalui layanan contact person berupa Whatsapp dan Line. Pemesanan oleh konsumen dilakukan melalui contact person berupa Whatsapp dan Line. Pemesanan oleh konsumen dilakukan melalui internet (*e-commerce* yang digunakan) seperti Shoppe, Instagram. Kemudian

mengenai jenis pembayaran oleh konsumen bisa dilakukan dengan transfer antar bank (*mbanking* dan *internet banking*) dan bukan sistem cash / cash on delivery (COD).

Dengan menerapkan e-commerce, jenis promosi yang bisa dilakukan adalah gratis ongkir dan potongan harga. Dengan menerapkan e-commerce, akan mempermudah dalam pencarian supplier karena supplier juga menggunakan e-commerce seperti Shopee dan Instagram. Dengan menerapkan e-commerce meningkatkan keamanan bertransaksi. Karena tidak langsung ke rekening supplier tetapi masuk ke dalam rekening Shoppe terlebih dahulu dan kemudian dicairkan setelah barang dikirim.

4.2 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Responden penelitian pada usaha Thirsa Shoes ini berjumlah 2 orang, yang tidak lain adalah pemilik usaha Thirsa Shoes sendiri, yaitu Thirsa Melia dan Ibu Nelly yang merupakan penasehat dari usaha Thirsa Shoes. Thirsa yang berumur 24 tahun merupakan seorang pendiri yang sudah menekuni usahanya selama 3 tahun. Ibu Nelly yang berumur 47 tahun memang dikenal sebagai sosok yang memiliki jiwa disiplin tinggi, dengan dasar kecintaan menjadi entrepreneur, beliau mengakui telah membiasakan diri untuk disiplin, bekerja keras dan mandiri. Karena Ibu Putri memiliki karakteristik wirausaha maka Ibu Nelly menjadi penasehat usaha yang memberikan saran dan bimbingannya terhadap Thirsa Shoes.

4.3 Analisa Data

Peneliti dalam hal ini akan meneliti bagaimana upaya pengembangan pasar melalui pemasaran online pada Thirsa Shoes.

Tabel 4.1 Tanggapan Responden Tentang E-Commerce pada Thirsa Shoes

No	Pernyataan	Tanggapan Pengusaha	Tanggapan Penasehat Usaha	Kesimpulan
1	Penerapan E-Commerce sudah banyak dilakukan dalam melakukan transaksi	Ya. Sudah biasanya di e-commerce Shopee.co.id	Ya. Sudah transaksi biasanya dilakukan di e-commerce Shopee.co.id	Thirsa Shoes sudah menerapkan konsep <i>e-commerce</i> dalam melakukan transaksi.
2.	Penerapan E-Commerce berguna untuk memperluas pangsa pasar?	Ya, melalui e-commerce memperluas pangsa pasar hingga ke luar pulau Jawa dan luar Indonesia.	Ya, melalui e-commerce memperluas pangsa pasar mulai dari kelas anak kecil hingga orang dewasa bahkan orang tua segmen kelas menengah keatas.	Penerapan e-commerce yang dilakukan oleh Thirsa Shoes berguna untuk memperluas pangsa pasar hingga ke luar pulau Jawa dan mancanegara, selain itu ke segmen kelas menengah sampai atas.
3.	Manfaat yang dirasakan atau diperoleh dengan menggunakan e-commerce lebih besar dari biaya yang dikeluarkan ?	Tidak, manfaat yang didapatkan justru lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Karena membuat e-commerce tidak dipungut biaya alias gratis. Kecuali jika kita mengiklankan produk (iklan berbayar).	Tidak. Pada tahap awal mendirikan online shop pemilik harus mengeluarkan beberapa biaya untuk daftar merk sendiri dan untuk kartu nama maupun keterangan produk sebagai identitas online shop, tetapi setelah	<i>E-commerce</i> sangat memberikan manfaat bagi Thirsa Shoes terutama untuk menghilangkan biaya iklan yang seharusnya dikeluarkan perusahaan, selain itu <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan permintaan karena jangkauannya pemasaran menjadi lebih luas.

			berangsur-angsur pemilik mendapat pesanan yang cukup banyak menjadikan manfaat yang diperoleh saat penjualan di e-commerce lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.	
4.	Penggunaan media internet untuk menjelaskan produk ?	Ya, di setiap produk yang diupload di Shopee akan dijelaskan detail produk yang ada. Di bagian deskripsi, mengenai panjang, lebar, tinggi, dan berat produk. Serta warna dan video.	Ya, di setiap produk yang diupload di Shopee akan dijelaskan detail produk yang ada. Di bagian deskripsi, mengenai panjang, lebar, tinggi, dan berat produk. Serta warna dan video.	Media internet seperti Shopee dimanfaatkan untuk menjelaskan produk secara detail.
5.	Konsumen melakukan pemesanan melalui internet ?	Ya, melalui Shopee, Whatsapp dan Instagram.	Ya, melakukan transaksi melalui Shopee, Whatsapp dan Instagram.	Beberapa konsumen melakukan pemesanan di Thirsa Shoes menggunakan <i>onlineshop</i> dan sosial media seperti <i>Shopee</i> , <i>Whatsaap</i> , dan <i>Instagram</i> .

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 4.2 Tanggapan Responden Tentang Pemasaran Online pada Thirsa Shoes

No	Pernyataan	Tanggapan Pengusaha	Tanggapan Penasehat Usaha	Kesimpulan
1.	Apakah Thirsa Shoes melakukan proses jual beli produk dan informasi di internet maupun jasa layanan online lainnya ?	Ya, Thirsa Shoes melakukan proses jual beli produk dan informasi di internet maupun jasa layanan online lainnya. Di internet Thirsa Shoes memasang foto dan video produk yang terdiri dari sepatu, pita, sandal dan lain-lain. Disertai dengan informasi yang lengkap.	Ya, Thirsa Shoes melakukan proses jual beli produk dan informasi di internet maupun jasa layanan online lainnya. Di internet Thirsa Shoes memasang foto dan video produk yang terdiri dari sepatu, pita, sandal,shoeclips dan lain-lain. Disertai dengan informasi yang lengkap	Thirsa <i>Shoes</i> melakukan proses jual beli dan memberikan informasi tentang produk menggunakan internet dan jasa layanan lainnya dengan memasang foto dan video dari produk yang bersangkutan.
2.	Apakah Thirsa Shoes termasuk ke dalam penggolongan e-commerce berdasarkan sifat transaksinya, yaitu Business to Consumer (B2C), Business to Business (B2B), Consumer to Cosumer (C2C), Peer-to-peer (P2P), Mobile Commerce (M-Commerce) ? Thirsa Shoes termasuk	Thirsa Shoes termasuk Business to Consumer (B2C). Karena transaksi yang dilakukan oleh Thirsa Shoes dan pembeli individu. Selain itu Thirsa Shoes juga menciptakan hubungan langsung dengan konsumen tanpa adanya perantara seperti distributor ataupun pedagang grosir.	Thirsa Shoes termasuk Business to Consumer (B2C). Karena transaksi yang dilakukan oleh Thirsa Shoes dan pembeli individu. Selain itu Thirsa Shoes juga menciptakan hubungan langsung dengan konsumen tanpa adanya perantara seperti distributor agen ataupun pedagang grosir.	Thirsa <i>Shoes</i> termasuk ke dalam penggolongan bisnis <i>e-commerceBusiness to Customer</i> (B2C) karena Thirsa <i>Shoes</i> menciptakan hubungan langsung dengan konsumen tanpa adanya perantara.

	<p>Business to Consumer (B2C). Karena transaksi yang dilakukan oleh Thirsa Shoes dan pembeli individu. Selain itu Thirsa Shoes juga menciptakan hubungan langsung dengan konsumen tanpa adanya perantara seperti distributor agen ataupun pedagang grosir.</p>			
3.	<p>Apakah Thirsa Shoes berdasarkan pada mekanisme perdagangan dalam sistem e-commerce yang dibagi menjadi rantai nilai, mulai dari E-Products dan E-Services, E-Procurement, E-Marketing, E-Contracting, E-Payment E-Distribution, hingga E-Customer Relationship Management ?</p>	<p>Dalam hal E-Products, pemilik Thirsa Shoes mengambil gambar dari supplier melalui internet kemudian diedit menggunakan watermark kemudian diupload di e-commerce.</p> <p>Dalam hal E-Services, misal ada konsumen yang bertanya, apakah bisa custom, apakah bisa model standar atau model premium, kisaran harga dan perbedaan harga dari kualitas tersebut.</p> <p>E-Procurement, misal ada konsumen</p>	<p>Dalam hal E-Products, pemilik Thirsa Shoes mengambil gambar dari supplier melalui internet kemudian diedit menggunakan watermark kemudian diupload di e-commerce.</p> <p>Dalam hal E-Services, misal ada konsumen yang bertanya, apakah bisa custom, apakah bisa model standar atau model premium, kisaran harga dan perbedaan harga dari kualitas tersebut.</p> <p>E-Procurement, misal ada konsumen</p>	<p>Berdasarkan pada mekanisme perdagangan dalam sistem e-commerce, Thirsa Shoes menggunakan rantai nilai mulai dari E-Products dimana pemilik mengambil gambar dari supplier melalui internet kemudian diedit menggunakan watermark lalu diupload di e-commerce.</p> <p>Dalam hal E-Service, Thirsa Shoes lebih mengutamakan kebutuhan</p>

		<p>yang melakukan penawaran harga yang sesuai budget. Maka pemilik juga melakukan penawaran harga kepada supplier.</p> <p>E-Marketing, misal Thirsa Shoes memberikan diskon atau promo ongkir, ada model baru maka Thirsa Shoes akan mengkomunikasikan kepada konsumen melalui internet.</p> <p>E-Contracting, misal Thirsa Shoes membuat format order kepada konsumen mengenai jumlah, jenis barang, ukuran, jenis warna. alamat, telepon melalui internet.</p> <p>E- Payment, setelah melakukan format order, maka konsumen melakukan pembayaran melalui transfer bank. Baik atm, mbanking maupun ebanking. Kemudian pemilik Thirsa Shoes melakukan pembayaran ke supplier.</p> <p>E-Distribution, sesudah melakukan pembayaran maka barang akan dikirimkan melalui pemilik, lalu dilakukan packing</p>	<p>yang melakukan penawaran harga yang sesuai budget. Maka pemilik juga melakukan penawaran harga kepada supplier.</p> <p>E-Marketing, misal Thirsa Shoes memberikan diskon atau promo ongkir, ada model baru dan shoes yang ready stock atau tersedia maka Thirsa Shoes akan mengkomunikasikan kepada konsumen melalui internet.</p> <p>E-Contracting, misal Thirsa Shoes membuat format order kepada konsumen mengenai jumlah, jenis barang, ukuran, jenis warna. alamat, telepon melalui internet.</p> <p>E- Payment, setelah melakukan format order, maka konsumen melakukan pembayaran melalui transfer bank. Baik atm, mbanking maupun ebanking. Kemudian pemilik Thirsa Shoes melakukan pembayaran ke supplier.</p> <p>E-Distribution, sesudah melakukan pembayaran maka barang akan dikirimkan melalui</p>	<p>konsumen tentang <i>custom</i>, model, dan kisaran serta perbedaan harga. Untuk <i>E-Procurement</i>, ditujukan pada konsumen yang melakukan penawaran harga, selain itu juga ketika pemilik melakukan penawaran kepada <i>supplier</i>. Untuk <i>E-Marketing</i>, Thirsa Shoes memberikan diskon dan ongkos kirim, selain itu untuk menginformasikan kepada konsumen ketika ada sepatu model baru dan <i>ready stock</i>. Dalam hal <i>E-Contracting</i>, Thirsa Shoes membuat <i>format order</i> kepada konsumen mengenai jumlah, jenis, ukuran, dan warna barang melalui internet. Untuk <i>E-Payment</i> digunakan setelah</p>
--	--	---	--	--

		<p>ulang untuk dikirimkan ke konsumen. E-Customer Relationship Management, meskipun setelah melakukan transaksi. Pemilik Thirsa Shoes tetap menjalin komunikasi dengan konsumen. Misalkan menanyakan barang yang dikirimkan sudah sampai atau belum, ada kerusakan produk atau tidak, serta ke depannya tetap menginformasikan barang-barang baru dari Thirsa Shoes.</p>	<p>pemilik, lalu dilakukan packing ulang untuk dikirimkan ke konsumen. E-Customer Relationship Management, meskipun setelah melakukan transaksi. Pemilik Thirsa Shoes tetap menjalin komunikasi dengan konsumen. Misalkan menanyakan barang yang dikirimkan sudah sampai atau belum, ada kerusakan produk atau tidak, serta ke depannya tetap menginformasikan barang-barang baru dari Thirsa Shoes. Dan memberitahukan kepada konsumen untuk bersedia memberikan review dan testimonial tentang barang yang sudah dipesan, sehingga dari review dan testimonial tersebut untuk pemesanan berikutnya konsumen berhak mendapatkan potongan harga spesial.</p>	<p>melakukan <i>format order</i> dimana konsumen melakukan pembayaran melalui transfer bank di ATM, <i>m-banking</i>, maupun <i>e-banking</i>. Dalam <i>E-Distribution</i>, setelah dilakukan pembayaran atas barang yang dikirim ke konsumen, lalu dilakukan <i>packing</i> ulang untuk dikirimkan ke konsumen. Untuk <i>E-Customer Relationship Management</i>, Thirsa Shoes menggunakannya untuk tetap menjalin komunikasi dengan para konsumen yang sudah membeli barang.</p>
4.	Apakah Thirsa Shoes mendapatkan kelebihan	Ya, Thirsa Shoes mendapatkan keuntungan dari sistem e-commerce.	Ya, Thirsa Shoes mendapatkan keuntungan dari sistem e-commerce.	Thirsa Shoes mendapatkan kelebihan dan keuntungan dari

	keuntungan sistem e-commerce bagi perusahaan seperti memperpendek jarak, memperluas pasar, memperluas jaringan mitra bisnis, efisiensi ?	Karena melalui e-commerce konsumen lebih percaya terhadap usaha Thirsa Shoes, konsumen mendapatkan berbagai promo dari e-commerce. Juga dapat memperpendek jarak, memperluas pasar dan jaringan mitra bisnis ketika berhubungan bisnis dengan <i>klien</i> atau <i>customer</i> yang ada di luar pulau. Sehingga e-commerce membawa keuntungan bagi Thirsa Shoes.	Karena melalui e-commerce konsumen lebih percaya terhadap usaha Thirsa Shoes, konsumen mendapatkan berbagai promo dari e-commerce. Sehingga e-commerce membawa keuntungan bagi Thirsa Shoes.	sistem <i>e-commerce</i> karena semakin mendapatkan kepercayaan konsumen dari berbagai promo yang didapat. Juga dapat memperpendek jarak, memperluas pasar dan jaringan mitra bisnis ketika berhubungan bisnis dengan <i>klien</i> atau <i>customer</i> yang ada di luar pulau.
5.	Apakah Thirsa Shoes memiliki beberapa kelebihan yang dimiliki proses jual-beli e-commerce dan tidak dimiliki proses jual beli yang dilakukan secara offline, seperti Produk yang dapat diperjualbelikan dan dipasarkan melalui internet, tempat menjual produk di internet yang memiliki domain dan hosting, cara menerima	Ya, dengan adanya sistem e-commerce, Thirsa Shoes mendapatkan peningkatan order, karena dapat menjangkau konsumen baik dari pulau Jawa dan maupun dari luar negeri. Selain itu, melalui sistem e-commerce dapat melakukan transaksi jual-beli karena tidak adanya batasan waktu. Untuk pembayaran melalui transfer m-banking serta e-banking sehingga sangat mempermudah dalam melakukan pembayaran. Untuk pengiriman menggunakan ek-	Ya, dengan adanya sistem e-commerce, Thirsa Shoes mendapatkan peningkatan order, karena dapat menjangkau konsumen baik dari pulau Jawa dan maupun dari luar negeri. Selain itu, melalui sistem e-commerce dapat melakukan transaksi jual-beli karena tidak adanya batasan waktu. Untuk pembayaran melalui transfer m-banking serta e-banking sehingga sangat mempermudah dalam melakukan pembayaran. Untuk pengiriman menggunakan ek-	Thirsa Shoes memiliki beberapa kelebihan yang didapat dengan menggunakan sistem <i>e-commerce</i> , yaitu dapat menjangkau calon konsumen hingga ke luar pulau dan luar negeri. Selain itu dengan adanya <i>e-commerce</i> dapat mempermudah transaksi jual-beli karena tidak terdapat batasan waktu. Untuk pembayaran melalui transfer <i>m-banking</i> dan

pesanan melalui email, telepon, chat dengan WhatsApp dan Line, cara pembayaran dapat melalui Credit Card, transfer, M-Banking, tunai, metode pengiriman menggunakan ekspedisi Pos Indonesia, JnT, JNE dan terdapat customer service berupa email, telepon, chat WhatsApp Line ?	spedisi sehingga bisa mengirimkan dengan cepat, dan mempersingkat jarak dan waktu, sehingga bisa mengirim juga ke seluruh Indonesia sampai ke luar negeri. Terdapat customer service berupa Line, WhatsApp dengan keuntungannya bisa online hingga 24jam, tidak perlu konsumen dengan pembeli harus bertemu tatap muka, cukup dengan chat via online saja bisa order melakukan transaksi jual-beli lebih efisien waktu.	spedisi sehingga bisa mengirimkan dengan cepat, dan mempersingkat jarak dan waktu, sehingga bisa mengirim juga ke seluruh Indonesia sampai ke luar negeri. Terdapat customer service berupa Line, WhatsApp dengan keuntungannya bisa online hingga 24jam, tidak perlu konsumen dengan pembeli harus bertemu tatap muka, cukup dengan chat via online saja bisa order melakukan transaksi jual-beli lebih efisien waktu.	<i>e-banking</i> bertujuan untuk mempermudah pembayaran. Selain itu pengiriman menggunakan ekspedisi bertujuan agar mempersingkat jarak dan waktu. Thirsa Shoes menggunakan media <i>chatLine</i> dan <i>Whatsapp</i> dalam hal menyediakan <i>customer service</i> selama 24 jam kepada pelanggan.
---	---	---	---

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Tentang Pengembangan Pasar pada Thirsa Shoes

No	Pernyataan	Tanggapan Pengusaha	Tanggapan Penasehat Usaha	Kesimpulan
1.	Apakah Thirsa Shoes menggunakan media promosi penjualan yang menarik ?	Ya, karena media promosi Thirsa Shoes dilakukan melalui Shoppe dan Instagram. Serta dalam setiap produk diberikan detail harga, bahan dan warna yang tersedia.	Ya, karena media promosi Thirsa Shoes dilakukan melalui Shoppe dan Instagram. Serta dalam setiap produk diberikan detail harga, bahan dan warna yang tersedia, serta dibuat adanya rekaman	Thirsa Shoes sudah menggunakan media promosi penjualan yang menarik dan dilengkapi dengan detail harga, bahan, dan warna.

			video gambar foto real produk sepatu yang dipasarkan.	
2.	Apakah Thirsa Shoes menggunakan desain iklan yang menarik ?	Ya, Thirsa Shoes menggunakan desain iklan yang menarik seperti pada saat iklan foto dan video produk sepatu dan lainnya-mempunyai gambaran visual dengan komposisi warna yang pas, gambar background, tema iklan, musik dan pemilihan kata-kata promosi yang tepat.	Thirsa Shoes menggunakan desain iklan yang menarik seperti memberikan keterangan produk di instagram dan shopee dengan sangat terperinci dan lengkap.	Thirsa Shoes sudah menggunakan desain iklan yang menarik dengan dilengkapi foto dan video yang mempunyai gambaran visual dengan komposisi warna, gambar <i>background</i> , tema iklan, musik, dan kata-kata promosi yang tepat, selain itu juga dilengkapi keterangan produk yang terperinci di <i>Shopee</i> dan <i>Instagram</i> .
3.	Apakah Thirsa Shoes menggunakan pemasaran langsung (melalui internet) ?	Ya, Thirsa Shoes menggunakan pemasaran langsung (internet, email dan lain-lain). Internet dilakukan melalui Instagram, Shoppe dan Whatsapp.	Ya, menggunakan Instagram Shoppe dan Whatsapp.	Thirsa Shoes sudah menggunakan pemasaran langsung yaitu melalui internet dan media sosial seperti <i>Whatsapp</i> , <i>Instagram</i> , dan <i>Shopee</i> .

Sumber : Data primer diolah, 2019

4.3 Pembahasan

E-Commerce

Seiring dengan berkembangnya usaha, Thirsa *Shoes* sudah menerapkan sistem *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya dan melakukan transaksi dengan menggunakan layanan *Shopee* kepada para pelanggan. Penerapan *e-commerce* pada bisnis sepatu Thirsa *Shoes* berguna untuk memperluas pangsa pasar hingga ke luar Pulau Jawa bahkan luar negeri, selain itu dari segmen anak-anak hingga dewasa, maupun kelas menengah ke atas. Dengan menggunakan sistem *e-commerce*, manfaat yang diperoleh dan dirasakan oleh Thirsa *Shoes* ternyata lebih besar, hal ini dilihat dari segi biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diperoleh, karena dengan menggunakan *e-commerce* maka beberapa biaya seperti biaya untuk daftar merek sendiri, biaya kartu nama, maupun biaya keterangan produk sebagai identitas *online shop* bisa ditekan karena pesanan yang didapatkan juga semakin banyak yang berimbas pada meningkatnya pendapatan perusahaan. Manfaat yang dihasilkan dari penggunaan media internet juga dirasakan oleh Thirsa *Shoes*, karena setiap produk yang ditawarkan dapat dijelaskan detailnya pada bagian deskripsi produk yang mencakup panjang, lebar, tinggi, berat, serta warna produk. Para konsumen yang ingin membeli sepatu dari Thirsa *Shoes* dapat melakukan pemesanan melalui internet yang berupa aplikasi *chatting* atau media sosial seperti *Shopee*, *Whatsapp*, dan *Instagram* sehingga lebih memudahkan mereka untuk memilih dan membeli barang.

Pemasaran Online

Dalam menjalankan bisnisnya, Thirsa *Shoes* melakukan proses jual beli dan memberikan informasi tentang produk kepada para pelanggan dengan menggunakan internet dan jasa layanan lainnya dengan cara memasang foto maupun video dari produk yang bersangkutan. Thirsa *Shoes* termasuk ke dalam penggolongan bisnis *e-commerce* tipe *Business to Customer* (B2C) karena menciptakan hubungan langsung dengan para konsumen tanpa menggunakan perantara. Berdasarkan pada mekanisme perdagangan dalam sistem *e-commerce*, Thirsa *Shoes* menggunakan rantai nilai mulai dari *E-Products* dimana pemilik mengambil gambar dari *supplier* melalui internet kemudian diedit menggunakan *watermark* lalu diupload di *e-commerce*. Dalam hal *E-Service*, Thirsa *Shoes* lebih mengutamakan kebutuhan konsumen tentang *custom*, model, dan kisaran serta perbedaan harga. Untuk *E-Procurement*, ditujukan pada konsumen yang melakukan penawaran harga, selain itu juga ketika pemilik melakukan penawaran kepada *supplier*. Untuk *E-Marketing*, Thirsa *Shoes* memberikan diskon dan promo ongkos kirim, selain itu untuk menginformasikan kepada konsumen ketika ada sepatu model baru dan *ready stock*. Dalam hal *E-Contracting*, Thirsa *Shoes* membuat *format order* kepada konsumen mengenai jumlah, jenis, ukuran, dan warna barang melalui internet. Untuk *E-Payment* digunakan setelah melakukan *format order* dimana konsumen melakukan pembayaran melalui transfer bank di ATM, *m-banking*, maupun *e-banking*. Dalam *E-Distribution*, setelah dilakukan pembayaran atas barang yang dikirim ke konsumen, lalu dilakukan *packing* ulang untuk dikirimkan ke konsumen. Untuk *E-Customer Relationship Management*,

Thirsa *Shoes* menggunakannya untuk tetap menjalin komunikasi dengan para konsumen yang sudah membeli barang. Dalam menjalankan bisnis *onlineshop*-nya, Thirsa *Shoes* memiliki beberapa kelebihan yang didapatkan dengan menggunakan sistem *e-commerce*, salah satunya yaitu dapat menjangkau calon konsumen yang berada di luar pulau dan luar negeri. Selain itu dengan adanya *e-commerce*, hal ini dapat mempermudah transaksi jual-beli karena tidak terdapat batasan waktu. Sedangkan untuk pembayaran yang dilakukan melalui transfer *banking* dan *e-banking* bertujuan untuk mempermudah pembayaran. Selain itu pengiriman menggunakan ekspedisi bertujuan untuk mempersingkat jarak dan waktu. Thirsa *Shoes* menggunakan media chatting *Line* dan *Whatsapp* dalam menyediakan *customer service* selama 24 jam kepada pelanggan.

Pengembangan Pasar

Demi menarik pelanggan, Thirsa *Shoes* menggunakan media promosi penjualan yang menarik melalui *Shopee* dan *Instagram*, selain itu setiap produk diberi detail harga, bahan, dan warna, bahkan beberapa produk terdapat gambar dan video dari produk sepatu yang dipasarkan. Selain itu untuk semakin menarik konsumen, Thirsa *Shoes* menggunakan desain iklan yang menarik pula yang memiliki gambaran visual dengan komposisi warna yang tepat, serta menggunakan *background*, tema, musik, dan pemilihan kata-kata yang tepat juga. Di samping itu, Thirsa *Shoes* menggunakan konsep pemasaran langsung, yaitu melalui internet atau media sosial seperti *Instagram*, *Shopee*, dan *Whatsapp*.