

**ANALISIS EFEKTIVITAS ETSY *OFFSITE ADS*
DALAM MENINGKATKAN *REVENUE*
(STUDI KASUS PADA *ONLINE SHOP TAKUMI KENT*)**



**INGGA FATTIRA
NIM: 4517030006**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2021



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

INGGA FATTIRA. Analisis Efektivitas Etsy *Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop* Takumi Kent). Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi dan hasil penggunaan Etsy *offsite ads* dalam meningkatkan *revenue*. Penelitian yang dilakukan pada *online shop* Takumi Kent di *marketplace* Etsy ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah dari pemilik *online shop* Takumi Kent. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara mendalam semi terstruktur, dokumentasi serta triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi awal guna meningkatkan *revenue online shop* Takumi Kent di *marketplace* Etsy melalui Etsy *offsite ads* adalah dengan melakukan optimasi *listing* terlebih dahulu. Optimasi *listing* dilakukan dengan memaksimalkan semua fitur yang ada pada Etsy *listing* di antaranya adalah bentuk *listing*, materi *listing*, harga produk yang kompetitif, serta ongkos kirim yang dibebankan kepada pembeli. Hal ini disebabkan Etsy *offsite ads* hanya akan mengiklankan *listing* dengan performa terbaik. Pada *online shop* Takumi Kent, *listing* sudah teroptimasi dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan *traffic visits & views* yang cukup besar dari tahun 2017–2021. Adapun hasil penggunaan Etsy *offsite ads* pada *online shop* Takumi Kent di *marketplace* Etsy menunjukkan bahwa penggunaan Etsy *offsite ads* belum cukup efektif dalam meningkatkan *revenue* pada *online shop* Takumi Kent. Hal ini dibuktikan dari angka *conversion rate* yang cukup rendah pada tahun 2020 sebesar 0,183% dan pada tahun 2021 (Januari–Juli) sebesar 0,177% . *Conversion rate* dari tahun 2020 hingga 2021 (Januari–Juli) belum cukup efektif karena tidak mencapai *benchmark* rata-rata *conversion rate* di angka 2,35%.

Kata Kunci: *Conversion rate*, Etsy *offsite ads*, Optimasi *listing*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

INGGA FATTIRA. *Analysis of the Effectiveness of Etsy Offsite Ads in Increasing Revenue (Case Study on Takumi Kent's Online Shop). Department of Business Administration. State Polytechnic of Jakarta. 2021.*

This study aims to find out and analyze the strategy and the result of using Etsy offsite ads to increase revenue. This research was conducted on the online shop Takumi Kent at Etsy marketplace. The study uses qualitative research and qualitative descriptive as the technique of analysis. Data collection for this research was obtained through observation, in-depth interview (semi-structured), documentation, and triangulation. The results revealed that the first strategy to increase Takumi Kent's revenue through Etsy offsite ads was doing listings optimization. That is because Etsy would only advertise listings with the best performance. Maximizing all of the listing features such as type and material of listing, competitive price, and the shipping cost for buyers. The result of listings optimization at Takumi Kent was quite good. It showed from the number of visits and views at Etsy Takumi Kent. The conversion rates of this shop from Etsy offsite ads were low compare to the conversion rate's benchmark at 2,35%. 2020 Etsy offsite ads conversion rate was 0,183% ,and 2021 conversion rate was 0,177%. Thus, it concludes that the Etsy offsite ads weren't effective enough to increase Takumi Kent's revenue at Etsy.

Keyword: *Conversion Rate, Etsy offsite ads, Listing Optimization*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Ingga Fattira
NIM : 4517030006
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Efektivitas Etsy *Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop Takumi Kent*)

Depok, 6 September 2021

Pembimbing II

Pembimbing I

Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd
NIP 198711122019032011

Dr. Dra. Iis Mariam., M.ST
NIP 196501311989032001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Mengetahui Ketua Jurusan

Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si
NIP 196501311989032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ingga Fattira
NIM : 4517030006
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Efektivitas Etsy *Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop* Takumi Kent)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 3 September 2021
Waktu : 08.00–09.00 WIB

Ketua Sidang : Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si
NIP 196501311989032001

Penguji 1 : Yanita Ella Nilla Chandra, S.AB.,M.Si
NIP 199001042019032026

Penguji 2 : Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd
NIP 198310222015042001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

TIM PENGUJI



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Depok, 7 September 2021

Yang Membuat Pernyataan



Ingga Fattira
4517030006



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa taala, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat menjadi manfaat bagi para pembaca. Karya ilmiah ini disusun berdasarkan data-data yang penulis peroleh selama penulis melakukan observasi pada *online shop* Takumi Kent sejak awal tahun 2021. Judul penelitian tugas akhir ini adalah “Analisis Efektivitas *Etsy Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop* Takumi Kent)”.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan tugas akhir ini membutuhkan bantuan serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta dan dosen pembimbing satu yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan serta dukungan hingga terselesaikannya penelitian ini.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd, selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan penelitian ini hingga terselesaikannya penelitian ini.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Ersep Sabaeni dan Ibu Nina Triana Ulfah, serta adik-adik penulis yang telah memberikan doa, motivasi serta dukungan sehingga penulisan karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Ken selaku pemilik dari *online shop* Takumi Kent yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengambil objek penelitian pada



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

online shop Takumi Kent di *marketplace* Etsy sehingga penulisan karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Teman-teman ABT 2017 serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun laporan ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih belum sempurna dan terdapat kekurangan, baik dari segi penulisan maupun isi laporan ini karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka atas saran dan masukan yang membangun untuk perbaikan penulis di masa mendatang. Akhir kata, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi para pembaca dan berbagai pihak yang berkepentingan.

Depok, 7 September 2021

Ingga Fattira
4517030006

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Strategi.....	10
2.2 Efektivitas.....	11
2.3 Pemasaran Digital.....	11
2.3.1 Periklanan Digital.....	13
2.3.2 Efektivitas Periklanan.....	14
2.4 Pendapatan (<i>Revenue</i>)	18
2.5 Hasil Penelitian atau Jurnal yang Relevan	21
2.6 Deskripsi Konseptual	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.2.1 Informan Penelitian	30
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.3 Teknik Pengolahan Data.....	37
3.2.4 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Strategi Etsy <i>Offsite Ads</i> pada Akun <i>Online Shop</i> Takumi Kent di <i>Marketplace</i> Etsy dalam Meningkatkan <i>Revenue</i> (Pendapatan).....	41
4.1.1 Gambaran Umum <i>Online Shop</i> Takumi Kent	41
4.1.2 Strategi dan Implementasi Etsy <i>Offsite Ads</i> pada Toko <i>Online</i> Takumi Kent di <i>Marketplace</i> Etsy.....	49
4.1.3 Gambaran Implementasi Etsy <i>Offsite Ads</i> pada Toko Takumi Kent.....	59
4.2 Hasil Penggunaan Etsy <i>Offsite Ads</i> dalam Meningkatkan <i>Revenue</i> (Penda- patan) pada <i>Online Shop</i> Takumi Kent di <i>Marketplace</i> Etsy.....	61
BAB V PENUTUP.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	78
RIWAYAT HIDUP.....	102

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal yang Relevan.....	22
Tabel 3.1 Panduan Wawancara.....	32
Tabel 4.1 <i>List Produk Online Shop</i> Takumi Kent.....	42
Tabel 4.2 Perbandingan Teori dan Pengimplementasian Praktik Etsy <i>Offisite Ads</i>	68





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pembeli Etsy 2012–2020	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Logo <i>Online Shop</i> Takumi	42
Gambar 4.2 Statistik <i>Visits</i> Takumi Kent 2017–2021	51
Gambar 4.3 Statistik <i>Views</i> Takumi Kent 2017–2021	52
Gambar 4.4 <i>Click Through-Rate</i> Takumi Kent 2017–2021	53
Gambar 4.5 <i>Listing Long-Tail Keyword</i> Takumi Kent	54
Gambar 4.6 <i>Flowchart</i> Pengimplementasian <i>Etsy Offsite Ads</i>	60
Gambar 4.7 <i>Listing</i> yang Berhasil Diiklankan Oleh <i>Etsy Offsite Ads</i> 2020–2021	61
Gambar 4.8 <i>Listing</i> Kompetitor Takumi Kent	62
Gambar 4.9 Statistik <i>Etsy Offsite Ads</i> Tahun 2020	64
Gambar 4.10 Statistik <i>Etsy Offsite Ads</i> Tahun 2021 (Januari–Juli)	65
Gambar 4.11 <i>Conversion Rate</i> Takumi Kent	66

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah negara yang kaya akan budaya dan dipenuhi pula dengan orang-orang kreatif. Dengan bermacam-macam budaya dan juga orang-orang yang memiliki kreativitas yang tinggi, tak heran bahwa bisnis dalam industri ekonomi kreatif di Indonesia semakin berkembang. Kriya (*handicraft*) atau yang biasa dikenal dengan kerajinan tangan, tercatat sebagai tiga besar subsektor ekonomi kreatif yang memberikan sumbangsih besar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia. Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (PAREKRAF) saat ini menilai bahwa produk-produk kreatif yang berasal dari Indonesia berpeluang untuk masuk ke pasar global.

Salah satu cara agar produk-produk kreatif yang dimiliki oleh UMKM Indonesia mendunia adalah dengan melakukan perdagangan internasional. Produk-produk kreatif lokal buatan UMKM Indonesia berpotensi untuk mendunia. Melalui perdagangan internasional para UMKM di Indonesia dapat melakukan kegiatan ekspor ke berbagai penjuru di dunia. Pada zaman dahulu, sebelum bisnis digital berkembang pesat, kegiatan ekspor bagi UMKM atau pelaku bisnis berskala kecil sangatlah sulit untuk dilakukan. Hal ini karena terbatasnya kemampuan UMKM untuk mencari pembeli dan terbatasnya kemampuan produksi mengingat seringkali pembeli luar negeri memesan barang dengan kuantiti yang sangat besar.

Namun kini, dengan berkembang pesatnya teknologi, muncul berbagai macam platform yang akan membantu para pebisnis berskala kecil dalam memasarkan produknya baik secara lokal maupun internasional, salah satunya adalah melalui



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

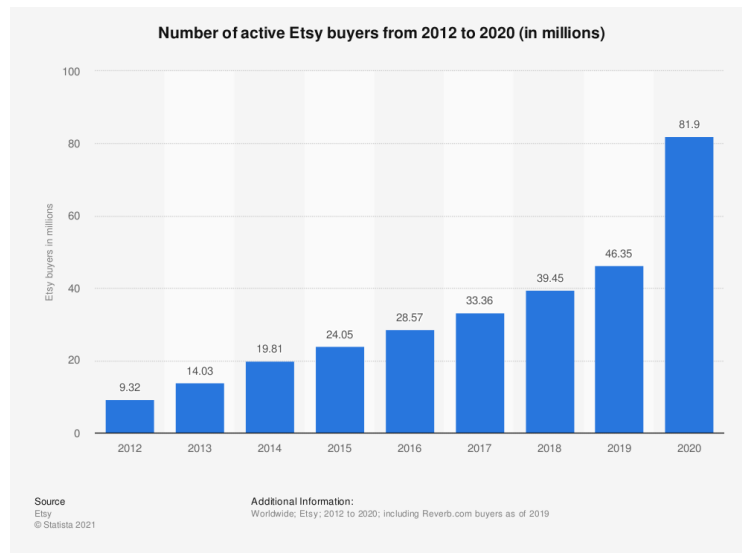
marketplace. *Marketplace* kini sudah banyak ditemukan baik di Indonesia maupun di dunia. Menurut data yang dilansir dari laman *webretailer.com*, Amazon, eBay, Aliexpress, Walmart, Etsy, dan Taobao merupakan *marketplace* yang sering digunakan oleh penduduk di dunia. Sama halnya dengan sebuah “pasar”, *marketplace* pun memiliki berbagai klasifikasi khusus dalam produk yang mereka jual. Ada *marketplace* yang menjual barang-barang secara umum, menjual barang-barang elektronik, *marketplace* yang khusus menjual produk fesyen, bahkan produk berupa kerajinan tangan. Etsy merupakan salah satu contoh *marketplace* yang mengkhususkan dirinya sebagai platform bagi para pengrajin produk buatan tangan. Etsy pertama kali didirikan pada tanggal 18 Juni 2005 oleh Robert Kalin, Chris Maguire, Haim Schoppik, dan Jared Tarbell di Brooklyn, New York. Etsy, *marketplace* asal Amerika Serikat ini mempertemukan para pebisnis produk kerajinan tangan dengan pembeli dari berbagai penjuru dunia yang tertarik akan produk kesenian, kerajinan, dan hadiah.

Etsy mengategorikan produk yang dimiliki penjual ke dalam delapan kategori utama yaitu *jewelry and accessories* (perhiasan dan aksesoris), *clothing and shoes* (pakaian dan sepatu), *home and living* (peralatan rumah tangga), *weddings and party* (barang-barang untuk pernikahan dan pesta), *toys and entertainment* (mainan dan hiburan), *art and collectibles* (seni dan barang koleksi), *craft supplies & tools* (perlengkapan dan peralatan kerajinan tangan), serta *vintage* (barang-barang antik). Dengan pengategorian seperti ini, akan memudahkan para pembeli yang mengunjungi *marketplace* Etsy untuk mencari barang *handmade* dari para pengrajin. Kepopuleran Etsy dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah *active users* dalam *marketplace* Etsy pada tahun 2020, sebagaimana dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.1 Jumlah Pembeli Etsy 2012–2020
Sumber: Statista.com 2020

Dari grafik di atas, maka dapat dilihat pada tahun 2020 terjadi kenaikan pesat jumlah *active Etsy buyers* dari tahun 2019, dari yang awalnya 46,35 juta pembeli aktif menjadi 81,9 juta pembeli aktif. Pembeli aktif dalam *marketplace* Etsy adalah para pembeli yang telah melakukan pembelian dalam jangka waktu dua belas bulan sebanyak satu kali. Dengan terjadinya peningkatan pada pembeli aktif dalam *marketplace* Etsy, tentu hal ini menjadikan Etsy sebagai lahan basah bagi para *creative entrepreneurs* untuk memperkenalkan dan memperdagangkan produknya ke 81,9 juta orang yang tersebar luas di segala penjuru dunia. Dilansir dari data statista.com tahun 2020 *active Etsy sellers* pun mengalami peningkatan pada tahun 2020 menjadi total 4,3 juta penjual dari yang awalnya pada tahun 2019 hanya sebesar 2,6 juta orang.

Marketplace Etsy menjadikan kerajinan tangan sebagai *niche target* mereka. Sehingga, ini merupakan kekuatan dan strategi pemasaran bagi Etsy untuk menarik para *creativepreneur* dan juga orang-orang yang memiliki ketertarikan pada produk kerajinan tangan. Hal ini tentunya akan memberikan keuntungan bagi para pelaku bisnis kreatif karena para pengguna aplikasi tersebut memang tertarik dengan produk kerajinan tangan. Dilihat dari sisi pebisnis kerajinan tangan di Indonesia, hal ini tentunya memberikan jalan bagi para *creative small business owner* untuk dapat memperkenalkan produknya kepada dunia, mengadakan kegiatan ekspor langsung kepada konsumen akhir dalam kuantitas yang sedikit. Dalam Etsy, para



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penjual dari Indonesia dapat menjual produknya secara satuan langsung ke konsumen akhir dengan harga yang cukup tinggi dibandingkan harga yang mereka tawarkan kepada masyarakat lokal.

Etsy sebagai platform bertemunya pengrajin dengan konsumen akhir, memberikan berbagai macam bantuan pemasaran salah satunya adalah *offsite ads*. *Offsite ads* merupakan program pemasaran yang dimiliki oleh Etsy. Etsy memiliki sebuah fitur *listing* yang berguna untuk menyampaikan informasi terkait produk yang dijual kepada para calon pembelinya. Selanjutnya, *listing* milik penjual akan diiklankan di luar *marketplace* Etsy seperti Google, Bing, dan sebagainya. Etsy memberikan keuntungan bagi para penjual. Para penjual hanya akan membayar biaya *offsite ads* di akhir ketika proses *dealing* dengan pembeli telah terjadi. Namun, ternyata hal ini menimbulkan kontroversi di antara para penjual, disebabkan mereka menilai bahwa biaya yang dibebankan kepada penjual di akhir terlalu besar.

Penjual akan dibebankan sebesar dua belas persen atau lima belas persen dari total transaksi tergantung penjualan yang dilakukan oleh penjual selama 365 hari sebelumnya. Kontroversi terkait biaya *offsite ads* yang cukup membebankan ini ternyata banyak dikeluhkan juga oleh para penjual luar negeri baik melalui forum komunitas di aplikasi Etsy *marketplace*, di Youtube, dan sebagainya. Sama halnya dengan para penjual dari luar negeri, para penjual yang tergabung dalam grup Facebook “Etsy *Sellers* Indonesia” pun mengeluhkan hal yang sama. Namun, Etsy menilai hal itu akan menguntungkan bagi para penjual karena akan mendatangkan *traffic* yang tinggi dari luar platform Etsy. Penjual pun menilai tidak adanya transparansi yang jelas atas *offsite ads* tersebut. Selain *offsite ads*, pemasaran digital kini telah banyak digunakan di berbagai macam media sosial dan platform, sebut saja Facebook *ads*, Google *ads*, Instagram *ads*, dan sebagainya.

Penelitian serupa sebelumnya telah dilakukan oleh Lukman Hakim pada tahun 2020 dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul penelitian Efektivitas Penggunaan Facebook *Advertising* pada Penjualan Produk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Umrah PT Albis Nusa Wisata Jakarta. Dalam penelitian tersebut, didapatkan hasil bahwa Facebook *ads* efektif dalam meningkatkan penjualan produk umroh PT Albis Nusa Wisata Jakarta. Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Firlya Hasna pada tahun 2020 dengan judul penelitian Analisis Efektivitas *Search Engine Optimization* (SEO) dan Facebook *Ads* dalam Meningkatkan Pengunjung Tourism Website (Studi pada Website Wisato dalam Situs www.wisato.id). Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa SEO lebih efektif dibandingkan Facebook *ads* dalam meningkatkan pengunjung *website* www.wisato.id.

Berdasarkan kedua penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dilihat sebuah *research gap* (celah penelitian), di mana terjadi inkonsistensi hasil dari kedua penelitian serupa tersebut. Pada penelitian Lukman Hakim (2020), didapatkan hasil penelitian bahwa iklan digital berbayar (*paid advertisement*) dalam hal ini adalah Facebook *Ads* efektif dalam meningkatkan penjualan. Berbeda halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Firlya Hasna (2020), di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa *paid advertisement* (Facebook *ads*) kurang efektif dalam meningkatkan pengunjung. Terdapatnya inkonsistensi hasil ini, maka dalam penelitian penulis akan dianalisis lebih lanjut terkait efektivitas *paid advertisement* (iklan digital berbayar) secara spesifik *Etsy offsite ads* yang mana di dalamnya mencakup pula Facebook *ads* dalam meningkatkan *revenue* penjual.

Pemilihan *Etsy offsite ads* dalam penelitian ini didasarkan kepada masih terbatasnya pengetahuan masyarakat Indonesia terhadap *marketplace* Etsy, secara spesifik terhadap *Etsy offsite ads*. Penulis dalam penelitian ini tidak menggunakan *marketplace* yang umum diketahui masyarakat Indonesia seperti contohnya Shopee, Tokopedia, Lazada, BliBli, dan lain-lain, karena telah banyak penelitian yang meneliti objek tersebut. Terlebih didukung oleh fakta bahwa *marketplace* tersebut (Tokopedia, Lazada, BliBli, dan lain-lain) tidak memiliki fasilitas ekspor bagi para penjual. Adapun *marketplace* Shopee hanya membuka kesempatan bagi para penjual terpilih saja. Etsy pun dibandingkan dengan para kompetitornya memiliki keunggulan karena *marketplace* ini mengkhususkan “dirinya” sebagai

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

marketplace bagi para pengrajin. Berbeda halnya dengan Shopee yang mana barang yang bisa dijual beraneka ragam, sehingga tingkat persaingan menjadi lebih tinggi.

Dalam penerapannya *offsite marketing/offsite ads* Etsy akan memberikan semua data terkait *listing* pengguna, di mana di dalamnya terdapat informasi *title* yang nantinya akan menjadi SEO ketika *offsite ads* dijalankan, deskripsi, foto, dan sebagainya. Kemudian, situs yang menjadi tujuan Etsy beriklan akan menampilkan detail-detail tersebut kepada pengguna yang memiliki ketertarikan atau preferensi kepada produk-produk tersebut. Sehingga, *offsite ads* ini akan mengukur seberapa relevannya konten yang diiklankan dengan preferensi pengguna. Hal-hal yang telah dijelaskan sebelumnya (*title*/SEO, deskripsi produk, dan foto) menjadi faktor-faktor pendukung dari keberhasilan *offsite ads* yang dijalankan oleh Etsy. Adapun menurut Nugroho yang dikutip oleh Satibi (2017:97), “SEO merupakan sebuah sarana bagi seseorang untuk mendapatkan penghasilan, mencari informasi, tulisan, aplikasi menggunakan sebuah mesin pencari”.

Diberlakukannya program *offsite ads* ini erat kaitannya dengan tujuan akhir para penjual yaitu peningkatan pendapatan (*revenue*) melalui *marketplace* Etsy. Setelah Etsy mendatangkan *traffic* dari program *offsite ads* kepada para calon pembeli yang memiliki preferensi atau ketertarikan kepada produk yang diiklankan di luar platform Etsy, mereka berharap akan dapat terjadinya sebuah proses transaksi antara penjual dan pembeli dalam *marketplace* Etsy. Berdasarkan permasalahan yang telah penulis paparkan di atas, melakukan penelitian ini menjadi penting disebabkan masih banyak masyarakat Indonesia yang belum familiar dengan *marketplace* Etsy. Maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan judul “Analisis Efektivitas Etsy *Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop* Takumi Kent)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Etsy menilai bahwa program *offsite ads* miliknya dapat memberikan keuntungan bagi para penjual, karena penjual tidak akan dikenakan biaya iklan di awal.
- b. Berbeda halnya dengan persepsi Etsy, penjual dari Indonesia yang tergabung dalam komunitas Etsy *Sellers* Indonesia menilai program Etsy *offsite ads* ini membebankan para penjual karena biayanya yang cukup tinggi sebesar dua belas persen hingga lima belas persen.
- c. Etsy *offsite ads* dipengaruhi oleh beberapa faktor (*title*/SEO, deskripsi produk, foto, dan sebagainya).

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah sebelumnya, untuk mencegah meluasnya permasalahan dan adanya keterbatasan waktu serta kemampuan,. Maka, dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan kepada masalah analisis efektivitas Etsy *offsite ads* dalam meningkatkan *revenue* (tudi kasus pada *online shop* Takumi Kent). Penulis hanya akan memfokuskan penelitian pada penggunaan Etsy *offsite ads* pada akun Etsy Takumi Kent. Sehingga, nantinya dapat diketahui efektivitas dari Etsy *offsite ads* dalam meningkatkan *revenue online shop* Takumi Kent pada *marketplace* Etsy.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah disampaikan, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi Etsy *offsite ads* pada akun *online shop* Takumi Kent di *marketplace* Etsy dalam meningkatkan *revenue* (pendapatan)?
- b. Bagaimana hasil penggunaan Etsy *offsite ads* dalam meningkatkan *revenue* (pendapatan) pada *online shop* Takumi Kent dalam *marketplace* Etsy?

1.5 Tujuan Penelitian



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah sebelumnya adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi Etsy *offsite ads* pada akun *online shop* Takumi Kent di *marketplace* Etsy dalam meningkatkan *revenue* (pendapatan).
- b. Untuk mengetahui hasil penggunaan Etsy *offsite ads* dalam meningkatkan *revenue* (pendapatan) pada *online shop* Takumi Kent dalam *marketplace* Etsy.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai macam pihak sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana pengimplementasian atas ilmu-ilmu administrasi niaga, khususnya dalam bidang pemasaran yang telah dipelajari dan didapatkan oleh penulis selama masa perkuliahan serta guna meningkatkan kemampuan analisis penulis dalam pembuatan penelitian ilmiah ini.
- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dan membangun bagi perusahaan kedepannya serta menjadi bahan pertimbangan untuk penentuan strategi pemasaran perusahaan dalam *marketplace* Etsy.
- c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta, khususnya bagi mahasiswa jurusan Administrasi Niaga serta menjadi referensi bagi penelitian dalam bidang pemasaran selanjutnya.
- d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan dan memperkaya wawasan masyarakat terkait kegiatan jual beli menggunakan *marketplace* Etsy.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan judul “Analisis Efektivitas *Etsy Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop Takumi Kent*)”, maka dapat ditarik kesimpulan yang penulis jabarkan ke dalam beberapa poin berikut:

- a. Strategi *Etsy offsite ads* pada *online shop* Takumi Kent di *marketplace* Etsy guna meningkatkan *revenue* diawali dengan melakukan pengoptimalan *listing*. Pengoptimalan *listing* menjadi wajib dilakukan karena *Etsy offsite ads* hanya akan mengiklankan *listing* yang memiliki performa terbaik, baik dari sisi *traffic* maupun *sales*. *Listing* toko *online* Takumi Kent menurut analisis penulis sudah teroptimasi dengan cukup baik, hal ini tercermin dari *traffic visits & views* yang cukup besar.
- b. Hasil penggunaan *Etsy offsite ads* dalam meningkatkan *revenue* pada *online shop* Takumi Kent dalam *marketplace* Etsy, menurut analisis penulis belum cukup efektif dalam meningkatkan *revenue*. Hal ini tercermin dari angka *conversion rate* pada tahun 2020 sebesar 0,183% dan pada tahun 2021 (Januari–Juli) hanya sebesar 0,177%, yang mana kedua angka *conversion rate* tersebut belum mencapai *benchmark* rata-rata *conversion rate* minimal diangka 2,35%. Akan tetapi, *Etsy offsite ads* pada *online shop* Takumi Kent layak untuk diuji coba hingga beberapa tahun ke depan, hal ini karena adanya perkembangan dalam hal *click*, *orders* dan *sales* dari *Etsy offsite ads*, namun hanya perlu pengoptimalan *listing* kembali.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

Setelah melakukan analisis dan penelitian dengan judul “Analisis Efektivitas Etsy *Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop Takumi Kent*)”, berikut ini adalah beberapa saran dari penulis terkait penelitian ini:

- a. Toko *online* Takumi Kent perlu pengoptimalan bentuk *listing* menggunakan video, kemudian judul *listing* cukup menggunakan maksimal hingga empat puluh karakter sesuai dengan pedoman Etsy (*keyword* lainnya dapat diletakkan pada fitur *listing tag*).
- b. Memberikan deskripsi produk yang lebih jelas (contohnya, dengan penambahan informasi berupa material yang digunakan, dimensi produk, berat produk, jasa kirim yang digunakan, alasan mengapa harus membeli produk pada toko *online* Takumi Kent).
- c. Memberikan promosi menarik lainnya pada toko, seperti memberikan *discount*, kupon, serta memanfaatkan momentum tertentu seperti *holiday season* (*online shop* Takumi Kent dapat menginformasikan *special offer* terkait produk yang dijual melalui banner toko). Sehingga, harapannya dengan pengoptimasian *listing* ini dapat memperbesar peluang toko Takumi Kent untuk dapat diiklankan semua *listing*-nya melalui program Etsy *offsite ads* dan berkontribusi maksimal pula dalam peningkatan *revenue* pada masa yang akan datang.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdulah, Ma'ruf. 2017. *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Alwasilah, A. Chaedar. 2011. *Pokoknya Kualitatif Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya.
- Andrew, J. Craig dan Terence A. Shimp. 2018. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communication, Tenth Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Anggito Albi, dkk. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Elida, Tety dan Ari Raharjo. 2019. *Pemasaran Digital*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Erisman dan Azhar. 2019. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitrah dan Luthfiah. 2017. *Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Hery. 2015. *Praktis Menyusun Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kingsnorth, Simon. 2019. *Digital Marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. London: Koran Page.
- Kusumatriana dkk. 2020. *Statistik E-commerce 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Miles, Matthew B., dkk. 2014. *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. Amerika Serikat: SAGE Publications, Inc.
- Moloeng, Lexy. J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra, dkk. 2015. *Advertising Edisi Kedelapan*. Terjemahan oleh Triwibowo BS dari *Advertising* (2015). Jakarta: Prenada.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Muljono, Ryan Kristo. 2018. *Digital Marketing Concept: Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing untuk Membuat Perubahan Besar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Priansa, Donni Juni. 2017. *Manajemen Sekretaris Perkantoran*. Bandung: Pustaka Setia.

Pride, William M dan O. C. Ferrell. 2014. *Marketing 17th Edition*. Mason: South-Western Cengage Learning.

Romindo dkk. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Wahyuni, Sari. 2019. *Qualitative Research Method: Theory and Practive 3rd Edition*. Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal:

Ham, Ferry Christian, dkk.. 2018. “Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado”. Dalam *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, No. 2 (MMXVIII). Manado.

Helmalia dan Afrinawati. 2018. “Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang”. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, No. 2 (MMXVIII). Padang.

Indrawati, Komang Ayu Pradnya, dkk.. 2017. “Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-oleh Khas Bali”. Dalam *Jurnal Analisis Pariwisata*, No. 2 (Desember, MMXVII). Bali.

Juliaristanti, Vira, dkk.. 2020. “Analisis Karakteristik *Followers* dan Konten Iklan Dalam Mengukur Efektivitas Instagram *Stories Advertisement* Pada Produk Kosmetik Wardah”. Dalam *Jurnal Syntax Idea*, No. 8 (Agustus, MMXX). Sukabumi.

Mudjiarto dan Maulina Rika Afrianti. 2020. “Efektivitas *Online Promotion Mix* Melalui Media Sosial Facebook Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

UMKM di Wilayah Kebayoran Lama”. Dalam *Jurnal Manajemen*, No. 1 (Januari, MMXX). Jakarta.

Pradiani, Theresia. 2017. “Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan”. Dalam *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*”, No. 2 (Februari, MMXVII). Malang.

Satibi, Ahmad Fauzan, dkk.. 2017. “Analisis Pemanfaatan *Search Engine Optimization* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UKM di Pasar Internasional (Studi Kasus pada CV. Agung Sportindo)”. Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, No. 6 (September, MMXVII). Malang.

Internet:

Chopra, Hersh. 2021. “What is Revenue? Definition, Types and Examples”. (<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/revenue-definition> diakses pada 6 Mei 2021).

Combs, Taylor. 2021. “Introducing Ways to Get Featured Through Offsite Ads”. (<https://www.etsy.com/seller-handbook/article/introducing-more-ways-to-get-featured/1006577940078> diakses 8 April 2021).

Etsy, 2019. “How is Revenue in My Shop Stats Calculated?”. (<https://help.etsy.com/hc/en-us/articles/360016388633-How-Is-Revenue-in-My-Shop-Stats-Calculated-?segment=selling> diakses 29 Juni 2021).

Etsy. 2020. “Annual Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 For the fiscal year ended December 31, 2020”. (https://s22.q4cdn.com/941741262/files/doc_financials/2020/q4/4e43d306-4e72-462c-8f1a-bcb19b770718.pdf diakses 5 April 2021).

Etsy, 2020. “How Etsy’s Offsite Ads Work”. (<https://help.etsy.com/hc/en-us/articles/360000338367?segment=selling> diakses 1 Agustus 2021).

Etsy, 2020. “Introducing Offsite Ads: A New Risk-Free Way to Advertise”. (<https://blog.etsy.com/news/2020/introducing-offsite-ads-a-new-risk-free-way-to-advertise/> diakses 6 Mei 2021).

Etsy, 2021. “Add Attributes to Help Increase Your Shop’s Visibility”. (<https://www.etsy.com/seller-handbook/article/add-attributes-to-help-increase-your/604203126614> diakses 31 Juli 2021).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kallos, Judith. 2020. “How to increase your average order value”. (<https://www.godaddy.com/garage/increase-average-order-value> diakses 5 September 2021).

Kim, Larry. 2020. “What’s a Good Conversion Rate? (It’s Higher Than You Think)”. (<https://www.wordstream.com/blog/ws/2014/03/17/what-is-a-good-conversion-rate> diakses 7 Mei 2021).

Merton, Kate. 2020. “The World’s Top Online *Marketplaces* 2020”. (<https://www.webretailer.com/b/online-marketplaces/> diakses 15 Maret 2021).

Setiawan, Diky. 2021. “Ekonom: Penjual Tiongkok lewat platform e-commerce ancaman bagi UMKM Indonesia”. (<https://industri.kontan.co.id/news/ekonom-penjual-tiongkok-lewat-platform-e-commerce-ancaman-bagi-umkm-indonesia> diakses 3 Agustus 2021).

Sabanoglu, Tugba. 2021. “Number of active Etsy buyers from 2012 to 2020”. (<https://www.statista.com/statistics/409375/etsy-active-buyers/> diakses 5 April 2021).

Sabanoglu, Tugba. 2021. “Number of active Etsy sellers from 2012 to 2020”. (<https://www.statista.com/statistics/409374/etsy-active-sellers/> diakses 5 April 2021).

Tandika, Bima. 2020. “Pengertian dan Tujuan dari CTR dalam Digital Marketing”. (<https://glints.com/id/lowongan/ctr-adalah-faktor-sukses-digital-marketing> di akses 7 Mei 2021).

Yeo, Amanda. 2020. “Etsy Sellers are furious over new mandatory ad fees”. (<https://mashable.com/article/etsy-offsite-ads-program-sellers-backlash/> diakses 15 Maret 2021).

Skripsi:

Hakim, Lukman. 2020. “Efektivitas Penggunaan Facebook Advertising Pada Penjualan Produk Umrah PT Albis Nusa Wisata Jakarta”. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hasna, Firlya. 2020. “Analisis Efektivitas *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Facebook Ads* Dalam Meningkatkan Pengunjung *Tourism Website*”. Malang : Universitas Brawijaya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

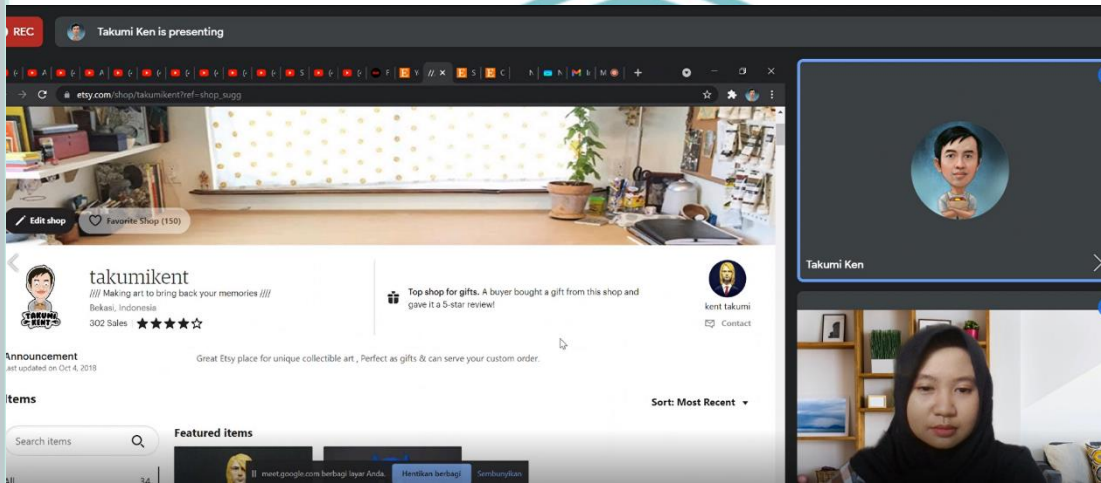




Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Wawancara & Tautan Google Drive Wawancara



https://drive.google.com/file/d/1ThurP1fYvJiHWJz6IKDCM0qh21LbL_N3/view?usp=sharing (Dapat di akses menggunakan e-mail Politeknik Negeri Jakarta).

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021

Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Pemilik *Online Shop* Takumi Kent

Nama : Ken

Pekerjaan : Pemilik *online* shop Takumi Kent & karyawan swasta

Penyebutan : I (Ingga), K (Ken)

Tempat pelaksanaan wawancara : Google Meet

Transkrip:

I : “Oke, baik sebelumnya terima kasih pak atas kesediaannya sudah mau menjadi narasumber untuk penelitian tugas akhir saya. Perkenalkan, nama saya Ingga Fattira. Saya dari Politeknik Negeri Jakarta, mahasiswi semester akhir dan sekarang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sedang melakukan penelitian nih pak terkait Etsy *offsite ads* itu sendiri. Terkait efektivitasnya dalam meningkatkan *revenue* dan saya melakukan studi kasusnya pada *online shop* bapak, seperti itu. Nah, mungkin itu saja sih pak untuk perkenalan diri saya. Mungkin, dari bapak bisa perkenalan terlebih dahulu. Mungkin, bisa dijelaskan juga pak terkait deskripsi singkat dari bisnis yang sedang bapak jalani”.

K : “Oke, ya. Oke, perkenalkan saya Takumi Ken. Saya sebagai *seller* di Etsy ya. Saya memulai apa tuh namanya berjualan di Etsy sekitar tahun 2017. Sebelumnya sih dari tahun 2015 ya saya punya akun. Tapi, selama 2 tahun saya mempelajari dulu karena sebelumnya tuh sangat apa ya, untuk mencari tutorial tuh sangat sulit ya apalagi yang berbahasa Indonesia. Jadi, selama 2 tahun saya mempelajari dulu, bagaimana sih cara berjualan disana. Nah, akhirnya tahun 2017 saya memutuskan untuk memulai berjualan di Etsy.

I : “Oke, baik untuk produk yang dijual itu mungkin boleh di apa namanya, diceritakan pak kategori-kategorinya itu apa saja gitu. Karena, saya melihat juga kan barang-barang yang bapak jual itu termasuk unik banget gitu ya pak dan bisa di-*custom* seperti itu. Mungkin, bisa diceritakan secara singkat gitu pak terkait produk-produk yang bapak jual”.

K : “Oke, sebentar ya”.

I : “Ya”.

K : “Saya *share screen* sekalian boleh ya?”.

I : “Boleh, boleh”.

K : “Ya, oke. Sudah terlihat belum di layar?”.

I : “Sudah, pak”.

K : “Nah, ini adalah toko saya yang di...di Etsy ya. Oke, ya di Etsy ya. Nah, ini adalah produk-produk yang saya jual. Nah, di Etsy sendiri kan adalah *marketplace* yang menjual barang-barang ini ya *handmade* ya”.

I : “Iya”.

K : “Jadi, *handmade*...kerajinan tangan kayak gitu. Nah, jadi di situ lah uniknya *marketplace* Etsy itu jadi hampir semua produk yang dijual di situ kan unik-unik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

karena, apa ya bukan buatan pabrik ya. Buatan tangan ya. Jadi, para pengrajin mereka menjual produk hasil karyanya di Etsy”.

I : “Pak, maaf terputus sepertinya tadi ya sinyalnya?”.

K : “Terputus ya?”.

I : “Iya, mungkin boleh diulang”.

K : “Sekarang udah lancar?”.

I : “Sudah, sudah pak”.

K : “Nah, saya ulangi ya. Nah, Etsy sendiri adalah *marketplace* yang menjual adalah barang-barang *handmade* ya”.

K : “Jadi, buatan tangan disitulah uniknya *marketplace* Etsy itu ya. Jadi, kayak para pengrajin mereka menjual produknya di Etsy. Jadi, kalau ngeliat di Etsy tuh barang-barang unik yang gak pasaran tuh bisa dicari di Etsy. Ini adalah contoh-contoh produk yang saya jual di Etsy ya”.

K : “Jadi, lebih banyak fisiknya produk yang saya jual. Teknik *sculpture* ya, dari *sculpture* ya. Jadi, teknik ukir lah kalau diterjemahin, seperti ini”.

I : “Oke, untuk ini produk-produknya dibuat sendiri oleh bapak atau memang ada tim lain dibelakangnya gitu pak?”.

K : “Ya, saat ini saya sendiri hampir 100% saya sendiri yang membuat, saya sendiri yang memasarkan dan menjual”.

I : “Oke, kalau boleh tahu nih pak alasan bapak memilih Etsy. Tadi, Etsy ini khusus untuk *marketplace* para pengrajin. Bisa dibilang seperti itu ya pak. Nah, selain itu kenapa bapak tidak memilih menjual produk ini di *marketplace* luar negeri? Misal contohnya, E-bay, Amazon, Shopee gitu pak. Kenapa memilih Etsy secara spesifik?”.

K : “Sebenarnya, tidak spesifik ya”.

K : “Aku dulu kenalnya Etsy ini ya, saya kan juga suka bikin-bikin kayak ginilah ya (menunjukkan foto produk)”.

I : “Iya”.

K : “Apa ya, terpikir saya bikin kayak gini hanya untuk diri sendiri. Terus, gimana sih, kalau saya coba jual gitu kan. Saya belum tahu tuh E-bay, Etsy kayak gitu. Nah,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

saya akhirnya *searching* lah di Google “tempat untuk menjual karya seni”. Nah, saya *searching* akhirnya ketemu salah satunya adalah Etsy. Kemudian, aku coba cari-cari *review* tingkat pencariannya paling tinggi yang mana gitu”.

K : “Akhirnya, saya putuskan mencoba di Etsy “kok, kayaknya cocok ini untuk menjual *handmade*”. Kemudian, coba saya daftar bikin akun, coba jualan kayak gitu. Saya cari info “gimana sih, cara berjualan”. Sebenarnya gak spesifik sih. Hanya kebetulan pas kemarin cari di Google. Ketemu salah satunya menyarankan di Etsy ya. Akhirnya, saya coba berjualan disini. Sebenarnya, aku juga pernah buat akun di beberapa *marketplace handmade* juga. Tapi, gak terlalu ini ya *rating*-nya gak terlalu bagus lah. Akhirnya, saya pilih untuk coba fokuskan di Etsy”.

I : “Berarti, untuk di *marketplace* di Indonesia sendiri, bapak ada toko juga atau gimana pak?”.

K : “Saya punya sih di Tokopedia. Tapi, tidak menjual produk-produk kayak gini ke Tokopedia ya”.

K : “Karena, ini kan bisa dibilang karya seni”.

K : “Karya seni kan, harganya mungkin bisa di atas kebanyakan dibandingkan harga buatan pabrik ya”.

I : “Iya”.

K : “Untuk di Indonesia sendiri kan, kadang masih memandang sebelah mata lah ya untuk hasil kerajinan tangan kayak gini. Kadang lihat “ah, kok kayak gini aja harganya mahal sih”. Beda dengan di luar negeri ya, mereka kadang tidak pernah negosiasi harga ya. Kalau mereka cocok akan langsung beli produknya”.

I : “Oke”.

K : “Makanya, aku juga pernah sih, beberapa kali ada orang lokal “tolong dong buatin ini”. Setelah dikasih tahu harga akhirnya menghilang”.

I : “Oke”.

K : “Makanya, aku putusin untuk yang aku *skip* dulu kalau ada penawaran. Karena, ya ujung-ujungnya pasti ya gitu, masalah harga. Terus mereka ga terlalu apresiasi dengan yang namanya karya seni gitu kan”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K : “Makanya, kuputusin fokus untuk pasar luar aja deh”.

I : “Oke. Mungkin, kita sudah bisa masuk ke pembahasan utama terkait Etsy *offsite ads* gitu ya pak. Nah, kalau misalnya menurut pendapat bapak atau pandangan bapak sendiri terkait Etsy *offsite ads* itu apa sih pak?”.

K : “Etsy *offsite ads* itu adalah media promosi yang dipunyai Etsy ya. Media iklan yang dipunyai Etsy. Kan, Etsy ada media iklan sendiri ya, kita bayar. Terus, mereka mengiklankannya di situsnya mereka ya. Nanti, kalau ada orang cari dia akan muncul di pencarian awal”.

K : “*Offsite ads* ini adalah mereka akan mempromosikan atau mengiklankan produk kita di luar *marketplace* mereka. Contohnya, seperti di Google, Facebook, dan di Instagram gitu lah. Pokoknya, di luar *marketplace*-nya mereka”.

I : “Oke, baik. Nah, kalau misalnya toko Takumi Kent untuk pakai Etsy *offsite ads* itu mulai dari tahun berapa pak?”.

K : “Nah, ternyata saat awal saya bikin akun atau buka toko di Etsy. Etsy *ads* ini ternyata otomatis hidup ya. Nah, jadi ternyata setelah aku cek dari awal saya buka Etsy, ternyata Etsy *ads* (*offsite ads*) itu sudah hidup gitu. Dari awal sampai sekarang masih hidup untuk iklan di Etsy *offsite ads* ini”.

I : “Oke, berarti sampai sekarang masih menggunakan Etsy *offsite ads* gitu ya pak?”.

K : “Iya, ini bisa dilihat ya di statistiknya. Ini ternyata masih dari awal masih aktif”.

I : “Masih aktif ya. Oke. Nah, berarti kalau misalnya dari awal memang sudah terdaftar dari Etsy-nya itu sendiri ya pak secara otomatis?”.

K : “Iya”.

I : “Selain itu, apakah ada alasan-alasan lain kenapa bapak ingin terus melanjutkan pakai Etsy *offsite ads* ini pak?”.

K : “Ya, salah satu alasannya biar memperluas jangkauan pembeli. Karena, mereka mengiklankannya kan tidak hanya di *marketplace*-nya aja kan. Misalnya, ada



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

orang ingin belanja atau cari sepatu. Mereka rata-rata ngetiknya di Google kan . Nah, itu bisa salah satu alasan siapa tahu kan bisa muncul juga di pencarian”.

I : “Oke, kalau sejauh ini bapak menggunakan *Etsy offsite ads* itu *traffic*-nya itu banyak datang dari mana ya pak? *Etsy offsite ads* itu kalau yang saya baca dari Google, Bing dan sebagainya, kalau di akun bapak itu sendiri banyaknya *traffic* datang dari mana tuh pak?”.

K : “Aku juga gatau ya. Makanya, kita coba lihat ya (dari statistik)”.

I : “Boleh”.

K : “Nah, (tahun ini). Nah, ini ada”.

I : “Ohiya ini pak melalui Facebook dan Google”.

K : “Ohiya, nah ini”.

I : “Oh, mungkin bisa di statistik, ada keterangannya gitu sih pak. Di *scroll* ke bawah mungkin. Nah, *Etsy marketing and SEO* itu ya kalau gasalah”.

K : “Ini”.

I : “Oke, berarti mayoritas dari Google ya pak ya datangnya?”.

K : “Karena, hampir rata-rata orang cari kan pakai Google ya”.

I : “Oke. Nah, kemudian berarti untuk semua *marketing* yang dijalankan oleh akun *online shop* bapak ini, bapak sendiri ya untuk strategi marketingnya pengoptimasianya?”.

K : “Iya”.

I : “Oke. Nah, saya mau nanya nih pak. Kan, saya baca-baca di Google. Kemudian, di grup Facebook kebetulan saya juga tergabung di grup *Etsy Sellers Indonesia* seperti itu ya. Banyak orang-orang yang *post* dan juga berdiskusi kalau misalnya jumlah *listing* itu yang dimiliki oleh suatu toko itu memengaruhi performa dari *Etsy* itu sendiri. Nah, apakah benar pak banyaknya *listing* akan memengaruhi performa dari *Etsy*? khususnya ke *Etsy offsite ads* itu sendiri? Kalau misalnya dari toko bapak sendiri gimana pak?”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K : “Saya sih gak terlalu tahu ya. Maksudnya, saya gabisa melihat statistiknya. Apakah dengan banyaknya *listing* akan memengaruhi. Tapi, secara logika kalau kita banyakin *listing* kan kemungkinan untuk muncul di pencarian kan lebih tinggi ya”.

I : “Iya”.

K : “Karena, kita kan saingannya banyak ya. Kita kan ribuan lah *seller* dengan produknya kan. Semakin kita banyak *listing*...semakin ini kan untuk kemunculan dari pencarian kan semakin besar, semakin tinggi ya. Walaupun, saya belum pernah praktikan ataupun ngeliat data statistik ya. Itu hanya dari logika saya saja sih”.

I : “Oke. baik. Kalau, misalnya boleh tahu sejauh ini *listing* yang bapak punya di *marketplace* Etsy itu berapa pak? Apakah sampai seratus *listing*?”.

K : “Belum, selama ini belum pernah”.

I : “Belum pernah coba sampai seratus *listing* ya pak?”.

K : “Ini sekarang cuma aktif cuma 34. Paling banyak sampai 50 deh”.

I : “50 *listing* ya?”.

K : “Karena, saya kan juga selain ngurusin Etsy juga ada kerjaan utama ya. Jadi, namanya juga ini *handmade*. Buat bikin satu aja kan juga butuh waktu ya. Jadi, saya gabisa bikin produk sampai *stock* atau banyak sekali gitu kan ya”.

I : “Oke. Nah, kalau misalnya terkait waktu pembuatan juga pak. Itu kalau misalnya satu produk itu, memakan waktu berapa lama ya pak?”.

K : “Kan, aku juga punya yang namanya *custom* kan ya. Kalau, ini kan personal *figure*. Nah, rata-rata satu produk kayak gini bisa makan waktu sebulan lah”.

I : “Oh, sebulan? Nah, masih terkait toko bapak juga nih. Kalau misalnya, *target audience* atau segmentasi yang bapak sasar itu siapa sih pak? Kalau misalnya di Etsy ini? Mungkin, bisa dijelaskan secara garis besar gitu ya”.

K : “Apa ya, targetnya itu orang-orang yang menyukai *pop culture* ya. Budaya populer lah”.

I : “Oke”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K : “Karena, kan yang suka *game*, film, musik, yang gitu-gitu. Nah, makanya kan saya suka spesifik bikin tokoh-tokoh yang memang berkaitan dengan hal itu ya. Berdasarkan film, *game*, animasi... kayak gitu”.

I : “Oke, berarti menasar ke apa orang-orang yang senang dengan *pop culture* ya pak?”.

K : “Iya, kayak gitu”.

I : “Oke, untuk target misal hanya dispesifikan ke pria saja atau wanita saja itu gaada ya berarti? Atau batasan umur seperti itu?”.

K : “Nggak sih, saya gapernah menargetkan. Kalau ke umur, atau ke *gender* gitu gapernah sih. Ya, siapa ajalah yang menyukai misalnya karakter-karakter yang ada di film, di *game*, di animasi, atau musik”.

I : “Oke. Nah, bentuk iklan itu kan nantinya akan memengaruhi efektivitas dari suatu iklan, gitu ya pak. Nah, kalau misalnya bentuk iklan yang digunakan di toko bapak itu...itu gambar saja, video atau kombinasi dari gambar dan video pak?”.

K : “Kebetulan saya saat ini hanya foto sih”.

K : “Sebenarnya, di Etsy sudah menampilkan video. Nah, tapi saya belum banyak yang memakai video. Jadi, saat ini hampir 100% masih pakai foto.”.

I : “Oke. Nah, kalau boleh tahu kenapa bapak belum menggunakan fitur video di Etsy itu sendiri pak?”.

K : “Ya, sebenarnya bagus sih ada fitur video di Etsy bisa memperjelas produk kita”.

I : “Iya”.

K : “Karena di Etsy itu, videonya hanya dibatasi beberapa detik. Jadi, aku kadang masih males sih untuk bikin video terus ngedit. Karena untuk menjelaskan detail produk itu kan harusnya agak panjang lah ya. Minimal semenit lah bisa dari segala sisi gitu kan. Nah, jadi kalau hanya sekian detik itu kan, saya juga pernah sih nyoba. Tapi, banyak kepotong. Jadi, ga efektif lah bikin, untuk *upload* juga agak besar. Jadinya ya, saat ini belum menggunakan”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I : “Oke. Saat ini, belum menggunakan karena masalah durasi video yang terlalu singkat gitu ya pak?”.

K : “Iya”.

I : “Oke. Nah, kalau misalnya berbicara tentang bentuk iklan. Kalau misalnya, bentuk iklan *listing carousel* atau misalnya dalam satu *listing* itu kan terdiri dari berbagai foto gitu kan ya, lebih dari satu foto. Nah, apakah itu akan memengaruhi juga pak kalau misalnya di toko bapak? Memengaruhi efektivitas atau performa dari Etsy itu sendiri, *Etsy offsite ads*”.

K : “Saya sih sebenarnya belum tau pasti ya. Karena, belum ada data yang nunjukkin itu. Cuma, kalau diliat dari logis saya kan semakin banyak foto orang akan melihat detailnya, maksudnya dari segala sisi gitu kan. Kalau cuma foto kan dari depan, kalau dari beberapa foto kan ngeliat “Oh, ternyata tampilannya seperti ini”. Jadi, kadang orang akan lebih tertarik “Oh, bagus ya dari sini, oh bagus”. Jadi, bisa memberi ketertarikan dari calon pembeli gitu loh”.

K : “Cuma, saya belum tahu statistiknya. Apa itu bisa ningkatin atau ngga. Karena, gaada data yang validnya ya”.

I : “Oke, berarti sejauh ini bapak pakainya itu yang *carousel* gitu ya pak? lebih dari satu foto untuk mayoritas *listing*-nya?”.

K : “Iya”.

I : “Oke. Nah, mungkin sekarang kita ngomongin statistik dari Etsy toko bapak lagi nih pak. Nah, kalau misalnya boleh tahu berapa banyak sih pak, jumlah pengunjung atau *visitor* atau *visit* yang *visit* ke toko bapak di setiap periodenya? Jadi, mungkin dari tahun 2017 gitu ya pak”.

K : “Oh, disini gak bisa kelihatan”.

K : “Kalau *all of time*, jumlah *visits*-nya nih, selama dari 2017 ya. Sampai sekarang ya *visits*-nya 47 ribu (47,1 K). Keliatan gak?”.

I : “ 47 ribu ya. Nah, 47 ribu ini kan angka yang cukup banyak gitu ya pak. Nah, apakah bapak ada kiat-kiat khusus untuk meningkatkan jumlah *visitor* ke toko bapak ini pak?”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K : “Sebenarnya, ga terlalu banyak ada kiat khusus sih. Saya lebih memaksimalkan kunjungan ke toko. Aku maksimalin disini aja sih. Contohnya, kayak gini ya. Pencarian apa yang harus dimaksimalin, sosial media. Nah, ini juga rajin-rajin nih kalau kita ada produk baru jangan lupa untuk share di sosial media kita kayak gitu-gitu. Terus, *marketing SEO* nya juga dimaksimalin. Nah, kalau ada dana juga iklanin lah kayak gitu sih”.

I : “Oke, baik. berarti memaksimalkan semua fitur yang ada di *marketplace* Etsy itu sendiri ya pak?”.

K : “Iya”.

I : “Oke. Nah, mungkin tadi untuk jumlah *views* juga sudah terlihat di angka 70 ribuan ya dari pertama kali buka toko?”.

K : “Ohiya”.

I : “Rp 75.000-an ya. Nah, mungkin sekarang kita bisa spesifik ke statistik Etsy *offsite ads* nya pak? Kalau misalnya boleh tahu, kalau untuk jumlah klik yang di dapatkan itu berapa ya pak? Dari Etsy *offsite ads* itu sendiri?”.

K : “Oke, sebentar saya cari”.

I : “Secara periodik mungkin bisa ya pak, per tahun gitu dari tahun 2017, 2018 gitu”.

K : “Di awal (buka toko)...belum sama sekali”

K : “2019...ini juga ya (belum ada). (Periode 2020) Oh udah nih ada nih”.

I : “Oke, berarti di tahun 2020 ya pak langsung melejit”.

K : “Mungkin, baru diaktifin kali ya, saya juga nggak..nggak tahu pasti ya. Udah *on* atau nggaknya. Dia mulai ada fasilitas itu, dari tahun 2020. Dari satu tahun itu dari Etsy *offsite ads* ini ada menghasilkan empat penjualan”.

I : “Oke, kalau misalnya 2021 nya pak?”.

K : “Berarti *this year* ya. Tadi, catat ga yang tahun 2020 berapa?”.

I : “Iya, 2020 ada 2.185 klik dan empat order”.

K : “Berarti meningkat ya. Walaupun, ga terlalu jauh”.

I : “5 order ya”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K : “5 order”.

I : “Nah, terkait *title* nih pak. Saya baca juga di grup dan di Google. Kalau misalnya, panjang pendeknya *title* itu memengaruhi optimasi dari *listing* itu sendiri. Terutama di Etsy *offsite ads* kan erat kaitannya dengan Google juga ya pak. Nah, kalau misalnya tipe *title* yang bapak gunakan di *marketplace* bapak di Etsy. Itu tipe yang *long-tail* atau yang *short-tail*? Judulnya yang pendek atau spesifik gitu pak?”

K : “Kalau aku pakai yang panjang ya. Jadi aku masukkan semua tuh data. Misalnya, di Etsy memberi jatah di judulnya itu misal seratus karakter. Nah, itu aku habisin semua. Jadi, yang terkait dengan produk, itu aku ketik aja, aku masukkan”.

I : “Oke, berarti informasi terkait produk semua dimasukkan gitu ya pak?”

K : “Iya, pokoknya memberi fasilitas seratus karakter, yaudah aku habisin semuanya itu”.

I : “Oke. Nah, memang itu dari awal memang sudah pakai *title* yang panjang, atau sebelumnya pernah coba juga pakai yang pendek terus ga efektif, makanya “lari” ke yang *title* panjang, atau gimana tuh pak? atau dari awal pakai yang panjang?”

K : “Dari awal memang udah panjang sih. Aku pernah baca pokoknya “jangan dibikin mubazir” gitu loh”.

I : “Oh, oke”.

K : “Jadi pakai aja yang udah disediakan, misalnya seratus karakter, yaudah habisin aja gitu sih. Makanya dari awal, langsung kayak gitu aja sih modelnya. Pakai yang panjang-panjang kayak gitu”.

I : “Oke. Nah, kalau misalnya di *listing* itu sendiri pak, apakah ada atribut-atribut yang dilarang? Khususnya untuk produk bapak sejauh ini apakah ada pak?”

K : “Iya, Etsy *strict* banget dengan yang namanya *copyright* ya. Hak cipta. Nah, itu ada beberapa yang harus dihindari ya. Cuma, kita kan nggak tahu pasti ini boleh atau nggak. Karena, kadang ada kayak merek “Disney” lah, Nah, itu katanya sih, aku juga belum pernah jualan yang terkait dengan Disney. Kalau kita membuat misalnya produk-produk Disney, pasti akan kena *banned* atau kena teguran lah ya”.

I : “Oke”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K : “Tapi, juga kan, aku kadang bikin...*listing* juga sebenarnya ngambil tokoh dari karakter terkenal kan. Sebenarnya itu *copyright* semua ya. Punya hak cipta semua ya. Untungnya, ada beberapa perusahaan yang masih memberi toleran lah walaupun ga secara resmi, untuk yang istilahnya *fanart*, bukan *mass production* lah. Itu kayaknya, mereka masih memberi gunakan lah, masih gaberlaku beri teguran atau apa”.

K : “Nah, tapi aku pernah sekali kena teguran sih. Aku juga gatau, aku pernah jual itu karakter terkait Linkin Park, tau kan. Nah, aku pernah *posting* itu, bikin-bikin apa vokalisnya yang udah meninggal itu kan. Nah, aku bikin karakternya, aku *posting* di Etsy. Nah, tahu-tahu aku kena peringatan dari semacam *official merchandise* nya Linkin Park ya. Memberi tahu saya, “tolong di-*take down* postingan ini, karena semua yang berkaitan dengan Linkin Park, *under* kami”. Akhirnya yaudah aku...aku turuin”.

I : “Oke”.

K : “Ternyata, ada juga yang kayak gitu. Tapi ada juga yang memberi kelonggaran kayak karakter-karakter dari DC *comic*, Marvel, kayak gitu mereka masih nutup sebelah matalah, kalau untuk *fanart* kayak gitu”.

I : “Oke. Nah, yang ketika dapat teguran itu apakah langsung berpengaruh juga ke *listing* bapak yang lain gitu pak?”.

K : “Kalau efektivitasnya sih, aku gatau juga sih. Karena, .aku jarang banget liat statistik. “Oh, hari ini ningkat, hari ini turun. Aku juga ga terlalu merhatiin. Jadi, ya ketika ada teguran, ya udah saya *takedown* aja gitu. Yang penting ga di-*suspend* aja gitu”.

I : “Nah, mungkin kita masuk ke terkait ongkos kirim gitu ya pak. Karena, kebetulan Etsy ini *market*-nya itu besar ya, orang-orang di luar negeri semua. Nah, kalau misalnya bapak sendiri, gimana sih pak cara mengatur ongkos kirim yang pas untuk produk-produk yang bapak jual?”.

K : “Kita, sebenarnya sudah tahu ya. Kalau kita kirim ke luar negeri, ongkosnya mahal banget. Itu masih salah satu kendala orang-orang di kita lah. Kita kan masih kalau jauh yang dengan China. Mereka udah dapet subsidi dari pemerintahnya yang bisa *free* ongkir (ongkos kirim). Kadang, sangat murah sekali lah. Kita sebenarnya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

masih sangat mahal lah. Nah, salah satu untuk mengakali itu di Etsy, jual lah produk yang kecil, ringan, tapi harga jualnya tinggi. Biar ongkos kirimnya ga terlalu mahal gitu. Kan, kadang saya juga dapat *chat*, nanyain “Mas, saya mau jualan kursi nih. Saya bingung ongkos kirimnya mahal”. Kayak gitu kan. Itu kan kadang ga seberapa lah (harga produknya), mungkin masih sejuta atau di bawah sejuta. Tapi ongkos kirimnya, besar sekali gitu kan. Kadang lebih besar ongkos kirimnya. Salah satu ngakalinya adalah jual lah barang-barang yang kecil lah. Pokoknya kalau bisa di bawah lima ratus gram. Beratnya maupun dimensinya. Nah, tapi harga jual nya lumayan gitu loh, di atas lima ratus ribu, sejutaan lebih lah. Itu masih ke *cover* lah, ongkos kirimnya ga terlalu mahal gitu”.

I : “Oke. Kalau misalnya, pemilihan ekspedisi itu termasuk gak pak, dalam penentuan ongkos kirimnya?”.

K : “Iya. Kan, di Indonesia juga banyak ya ekspedisi-ekspedisi ya salah satunya punya pemerintahan juga ya punya POS gitu ya. Nah saat ini ada sih yang bagus, tapi mahal dan cepet. Nah, ada yang POS punya juga yang lebih murah tapi ya lumayan lama. Aku juga pernah beberapa kali, barangku gasampai, hilang kayak gitu juga udah pernah lah beberapa kali”.

I : “Oke, dari POS?”.

K : “Dari POS pernah, terus saya saat ini juga pakai Kurasi ya. Nah, itu juga pernah tiga kali barangku hilang. Iya, kayak gitu lah. Kayaknya hampir rata-rata yang pernah jualan ke luar negeri tuh ya, masalahnya ya itu. Kalau ga ongkosnya mahal, barang hilang. Kayak gitu sih, udah sering lah ya. Udah pernah ngalamin kayak gitu”.

I : “Oke. Nah, kalau misalnya terkait barang hilang kayak gitu dari ekspedinya gimana tuh pak? Apakah akan mengembalikan ongkos kirimnya, atau gimana tuh pak sejauh ini?”.

K : “Nah, untuk kasus saya yang pernah di POS Indonesia. Aku pernah hilang beberapa kali ya, yang pertama mereka ganti ongkos kirimnya. Terus yang kedua udah gaada barang balik, saya juga gadapet ganti rugi. Makanya, yaudah sekarang aku tinggalin, saya sekarang jarang pake POS. Terus aku lanjut pake Kurasi”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I : “Oke, pake Kurasi ya”.

K : “Nah, untuk harga lebih kompetitif ya daripada POS, agak miring lah tapi pelayanannya bagus. Saya di Kurasi ini juga pernah tiga kali barangku hilang. Itu untungnya, mereka ada ganti rugi lah. Walaupun, tetep sama aja kita rugi sih. Karena, ganti ruginya itu gak sebesar biaya barang yang kita kirim. Misalnya, barang yang kita jual atau yang kita kirim mungkin harganya seratus dolar. Nah, mereka hanya mengganti maksimal itu kalau gasalah Cuma dua puluh dolar atau tiga puluh dolar deh kalau ga salah. Terus, biaya kirimnya di balikin, untuk barangnya hanya di *cover* maksimal tiga puluh dolar kalau gak salah. Jadi, ya tetep aja kalau barang kita mahal, tetep aja kita rugi sih”.

I : “Nah, masuk ke harga produk nih pak. Ketika menentukan harga produk, itu apakah bapak sebelumnya riset dulu nih ke toko-toko lain di Etsy, membandingkan harga atau langsung tembak harga gitu pak?”

K : “ Saya gapernah sih riset harga. Balik lagi ke tadi ini adalah barang-barang seni ya. Barang seni itu kan sebenarnya ga ternilai lah ya. Kita bisa *set* diberapa ajalah. Tapi ya kadang juga, ngelihat sih kompetitor, dikategori ini atau dibarang ini mereka *range* nya berapa, kayak gitu sih. Kita samain lah jangan terlalu rendah ataupun...”

I : “Terlalu tinggi”.

K : “Ya masuk *range*-nya kategori ini gitu aja sih”.

I : “Oke, baik. Nah, berarti kalau misalnya menurut pendapat bapak sendiri nih pak, untuk harga yang bapak *set* sekarang ini, apakah sudah cukup kompetitif gitu diantara para kompetitor bapak yang lain di *marketplace* Etsy?”

K : “Kalau saya ini sih, sudah kompetitif ya. Jadi, kalau dari modal juga itu udah beberapa kali lipat ya kalau untuk keuntungannya. Jadi, terus liat dari kompetitor juga *range*-nya segitu, ya kupikir udah kompetitif banget lah harga sekarang”.

I : “Oke, oke. Sudah kompetitif ya pak?”

K : “Iya”.

I : “Nah, karena berhubung produk bapak ini kan produk *custom* dan juga unik gitu ya pak. Kalau misalnya menurut bapak, apakah harga produk kerajinan tangan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

seperti ini akan memicu konsumen untuk langsung membeli produk tersebut atau tidak pak? Yang bapak rasakan selama ini bagaimana pak, menurut bapak?”.

K : “Gimana ya, rata-rata pembeli mereka ketika tertarik ya mereka langsung beli aja, hampir gak pernah sih, orang-orang tiba-tiba *message* kayak di *marketplace* lokal lah, biasanya kan “bisa turun ga?” “bisa nego ga?”. Kalau di *marketplace* Etsy ini, saya belum pernah ngalamin calon pembeli tiba-tiba nego “boleh segini gak?” atau ini. Selama ini, aku belum pernah ngalamin ya. Kalau kayak di lokal,, kalo ada yang tertarik mereka nego dulu kan. Nah kebetulan kalau di *marketplace* Etsy ini ya kalau memang mereka tertarik rata-rata yaudah langsung order gitu, kalau ngga yaudah kita *skip* aja”.

I : “Oke, berarti kalau misalnya untuk perilaku dari konsumen luar negeri itu mereka gak masalah sama harga asal kualitasnya gitu ya pak”.

K : “Mereka tertarik, terus kualitasnya bagus yaudah mereka akan beli-beli aja gitu. Jarang kayak “ah boleh segini kak?” atau “nego dong” kayak gitu hampir gapernah sih”.

I : “Oke. Nah, terkait waktu pengiriman juga kan beberapa waktu yang lalu bapak sempat *mention*. Kalau, waktu pengerjaannya satu bulan gitu ya pak. Kalau misalnya, itu apakah dari pembeli itu ada komplain atau gimana tuh pak terkait itu?”.

K : “Gak juga sih. Nih ya, aku liatin. Tunggu bentar”.

I : “Oke”.

K : “Nih, aku pernah dapet *custom order* ya, nih udah sampai *overdue* sampai 80 hari ya hahaha. Tapi mereka gak pernah komplain sih selama ini. Ya cuma, kita harus *update* aja status. “Baru sampai sini”, “sorry, belum ya, belum selesai ya masih banyak antrian”. Gitu sih yang penting komunikatif aja sama pembeli ya. Kalau gak, mereka akan tau-tau *open case* aja”.

I : “Oh, kalau *open case* itu gimana tuh pak?”.

K : “Jadi, mereka komplain ya salah satunya “barang gak sampai-sampai” atau “barang ga dikirim-kirim” kayak gitu. Kalau kayak di *marketplace* Tokopedia, mereka apa ya *open complaint* lah kayak gitu lah. Ini istilahnya kayak gitu”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I : “Berarti, walaupun barang dikirimnya lama setelah mereka terima barang juga mereka ga memberikan rating yang buruk gitu ya pak ya?”

K : “Saya belum sih, untuk apa namanya beri *rating* buruk karena kelamaan ngirim gitu ya. Karena kita kan ini kan ya *chat-chat* mulu ya sama mereka. Mereka akan respons “*thanks for the update*” kayak gitu-gitu kan. Jadi kita ajak komunikasi lah. Gak akan tahu-tahu ngasih *rating* buruk karena kelamaan, karena mereka juga tau kan *progress*-nya kayak gitu”.

I : “Oke. Nah, apa namanya untuk promosi sendiri pak yang bapak gunakan saat ini itu selain *Etsy offsite ads* itu apakah ada pak?”

K : “Kadang, aku pake yang itu ya, yang berbayar *Etsy ads* ini ya. Aku biasanya gunain pertama adalah untuk *item* yang baru dan kalau pas di *weekend* aja sih”.

I : “Oh, ketika *weekend* aja ya pak”.

K : “Ini cuma satu doang yang saya iklanin. *Budget*-nya kita atur. Kadang-kadang sih. Ini *budget*-nya juga masih satu dolar per hari”.

I : “Nah, berarti kalau menurut pendapat bapak nih pak. Setelah tadi kita *breakdown traffic* dari *Etsy offsite ads* dan *Etsy ads* ya pak. Kalau menurut bapak lebih efektif mana nih pak *Etsy ads* atau *Etsy offsite ads* di *marketplace* bapak? Di toko bapak di *Etsy*”.

K : “Kalau, *Etsy ads* ini lebih banyak untuk ibaratnya menggiring *visit* ke toko kita lah intinya. Ya syukur-syukur beli kayak gitu. Tapi tujuannya adalah untuk menggiring jumlah *visit* aja sih”.

I : “Oke, berarti untuk *Etsy ads* hanya harapannya untuk menggiring *visits* ya”.

K : “Iya. Kan, disitu nanti begitu kita *set* *Etsy ads* ini, ada beberapa *purpose* ya. Ada untuk menambah kunjungan, atau untuk menarik calon pembeli kayak gitu kan. Nah, cuma saya pilihnya adalah untuk nambahin jumlah kunjungan, gitu”.

I : “Oke, baik. Nah, kalau misalnya di toko bapak sendiri untuk biaya *Etsy offsite ads* yang dikenakan itu berapa ya pak dua belas persen atau lima belas persen?”

K : “Ya, lima belas persen. itu udah ditetapin oleh mereka, lumayan besar sih sebenarnya”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I : “Oke lima belas persen itu dari setelah dikurangi biaya pengiriman atau dari harga produk aja tuh pak?”.

K : “Total harga produk”.

I : “Oke. Nah, karena Etsy ini juga kan pakainya standar USD ya pak kalau gasalah ya pak?”.

K : “Iya”.

I : “Nah, apakah harga produk bapak yang bapak jual itu setiap periodenya menyesuaikan juga nih pak dengan nilai tukar valuta asing gitu pak?”.

K : “Gak juga sih, aku hampir jarang banget *set* harga. Jadi ketika awal *listing* nentuin harga segitu yaudah gapernah saya ubah. Naik atau dolar turun, yaudah segitu aja gapernah aku ini gapernah aku ubah”.

I : “Gapernah diubah-ubah ya”.

K : “Ya”.

I : “Oke. Nah, berarti untuk nilai tukar valuta asing yang berubah-ubah itu juga tidak memengaruhi pendapatan bapak di Etsy ini ya pak? tidak memengaruhi secara signifikan?”.

K : “Untuk saat ini nggak, tapi dulu ya. Karena kalau dulu kan Etsy kan masih pakai Paypal ya. Jadi yang masuk ke rekening kita kan dolar ya. Jadi ketika dolar tinggi kita bisa *withdraw* dengan harga yang bagus. Kalau sekarang, kan pakainya kan rupiah ya. Jadi, walaupun kita *set*-nya apa namanya apa dolar kan juga tetep aja pas saat ini dolar turun, kita dapatnya kecil kan. Nah, kalau dulu waktu masih pakai Paypal, kita bisa simpen aja disitu. Nunggu dolar tinggi baru kita tarik kan. Bisa bisa memengaruhi, lumayan lah. Kalau sekarang udah nggak terlalu sih”.

I : “Oke, berarti sekarang udah ga terlalu memengaruhi ya pak”.

K : “Iya, Langsung terhubung ke rekening lokal kita kan jadinya ya pas di bulan ini dolar jelek yaudah segitu dapetnya”.

I : “Oke siap pak. Nah, kalau misalnya ini berarti menurut bapak secara keseluruhan apakah Etsy *offsite ads* ini efektif untuk *marketplace* bapak dalam meningkatkan *revenue* bapak?”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K : “Sejauh ini sih, walaupun penjualan dari *Etsy offsite ads* itu kecil ya, tapi menurut saya ini ya lumayan efektif lah buat nambah-nambah atau jangkauannya bisa lebih luas lah”.

I : “Oke, berarti sejauh ini menurut pendapat bapak masih efektif gitu ya pak”.

K : “Walaupun, jumlah *sales* dari *Etsy offsite ads* itu kecil ya”.

I : “Oke, berarti walaupun biaya potongannya cukup besar gitu ya, lima belas persen masih efektif gitu ya menurut bapak?”.

K : “Iya”.

I : “Oke. Berarti, untuk saat ini dan kedepannya masih ingin terus menggunakan *Etsy offsite ads* pak?”.

K : “Ya. Sejauh ini, belum ada gambaran untuk non-aktifkan ya. Pokoknya, masih saja aktifkan lah”.

I : “Oke, sejauh ini sepertinya sudah semua sih pak pertanyaan yang saya ajukan. Mungkin nanti akan saya olah dulu datanya dan nanti ketika sudah rampung, akan saya berikan lagi ke bapak gitu ya untuk dinilai apakah informasi yang saya catat itu sudah sesuai dengan data *real* sebenarnya gitu ya pak. Nanti, akan saya kirimkan melalui *e-mail*. Baik, bapak terima kasih atas waktunya ya pak. Terima kasih atas kesediannya juga sudah menjadi narasumber untuk penelitian saya. Semoga sukses terus untuk *Etsy* nya pak. Karena, kebetulan saya juga banyak belajar dari Youtube bapak gitu dan pertama kali tau *Etsy* juga dari Youtube bapak. Cara buat akun, karena memang di Indonesia sendiri kan agak jarang gitu ya pak yang membahas *Etsy*”.

K : “Iya, makanya kan saya butuh waktu dua tahun untuk mempelajari. Karena, jarang banget orang yang membahas atau misalnya memberi tutorial gitu kan. Makanya setelah aku punya, aku coba bikin biar orang lain gak kesulitan mencari informasi lah terkait *Etsy*”.

I : “Oke. Terima kasih banyak ya pak, semoga Youtube-nya, *Etsy*-nya sukses terus. Nanti akan saya olah dulu datanya dan akan saya hubungi kembali ya pak”.

K : “Oke, sama-sama”

I : “Oke, selamat sore. Assalamualaikum. Terima kasih, pak”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Dokumen *Member Check*

MEMBER CHECK

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Takumi Kent
Pekerjaan : Pemilik *Online Shop* Takumi Kent

Menyatakan benar bahwa telah dilaksanakan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana disebut di bawah ini:

Nama : Ingga Fattira
Pekerjaan : Mahasiswa
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta
Jurusan : Administrasi Niaga
Program Studi : D4 Administrasi Bisnis Terapan
NIM : 4517030006

Saya tidak keberatan apabila nama yang ada dalam penelitian ini dicantumkan guna keperluan kebutuhan data dalam penelitian ini.

Demikian disampaikan, semoga data ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Bekasi, 09 Agustus 2021

(Takumi Kent)

Sumber : Dokumentas Penulis, 2021



© Hak Cipta 1

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Surat Tugas Dosen Pembimbing Materi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG II
Jalan Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telepon (021) 7270036/7863538, Hujung Fax (021) 7270034
Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humesz@nj.ac.id

SURAT TUGAS PEMBIMBING MATERI
Nomor : 34/PL.3.11/DA/2021

Kepala Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta menugaskan kepada :

Nama : Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
Jabatan : Dosen

Untuk menjadi Pembimbing Materi dalam pembuatan laporan Skripsi mahasiswa

Nama : INGGA FATTIRA
Nim/Kelas : 4517030006/ABT 8B
Bidang : Marketing
Judul : *Analisis Efektivitas Etry Offline Ads dalam Meningkatkan Revenue (Studi Kasus pada Online Shop Takumi Kent)*

Demikian surat tugas ini dibuat agar diperhatikan dan dijalankan sebagaimana mestinya.

Depok, 22 Maret 2021
KPS, Administrasi Bisnis Terapan

Husni Hary, S.E., M.S.M.
NIP.196507012014041002

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG II
Jalan Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telepon (021) 7270036/7863538, Hujung Fax (021) 7270034
Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humesz@nj.ac.id

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING MATERI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
Jabatan : Dosen

Menyatakan bahwa

Nama : INGGA FATTIRA
Nim/Kelas : 4517030006/ABT 8B
Bidang : Marketing
Judul : *Analisis Efektivitas Etry Offline Ads dalam Meningkatkan Revenue (Studi Kasus pada Online Shop Takumi Kent)*

Telah dinyatakan selesai melaksanakan pembimbingan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab

Depok, 16 Juni 2021
Dosen Pembimbing Materi

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP.196501311989032001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing Materi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
 JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG
 Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
 Telepon (021) 7270036/7863538, Hunting Fax (021) 7270034
 Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN MATERI

Nama Mahasiswa : Ingga Fattira
 NIM/ Kelas : 4517030006/ABT 8B
 Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Etsy *Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop* Takumi Kent)

Dosen pembimbing Materi : Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si

No	Konsultasi		Materi Konsultasi
	Tanggal	Paraf Pembimbing	
1	28/03/2021		Pengiriman Proposal Awal untuk Penelitian Skripsi
2	2/4/2021		Google Meet: Bimbingan Pengarahan Skripsi
3	10/4/2021		Pengiriman Bab 1 dan Surat Tugas
4	12/4/2021		Feedback Bab I dari Bu Iis (Revisi 1, Bab I)
5	19/4/2021		Pengiriman File Revisi 1, Bab I dan Jurnal Pendukung
6	19/4/2021		Feedback Revisi 1, Bab I dari Bu Iis
7	19/4/2021		Pengiriman File Revisi 2, Bab I dan Jurnal Digital Marketing
8	20/4/2021		Feedback terakhir Bab I dan Approval untuk lanjut Bab II
9	20/4/2021		Pengiriman File Revisi 3, Bab I
10	10/5/2021		Pengiriman File Bab II
11	20/5/2021		Feedback Bab II dan dan Pengiriman File Revisi Bab II
12	24/5/2021		Google Meet: Bimbingan dan Konsultasi Bab II
13	27/5/2021		Revisi 2, Bab II serta Feedback dan Approval lanjut Bab III
14	31/5/2021		Revisi 3, Bab II dan Pengiriman Bab III



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

15	2/6/2021		Feedback 1 Bab III dan Bab II
16	4/6/2021		Pengiriman Revisi 1, Bab II + Bab II
17	10/6/2021		Google Meet: Bimbingan Persiapan Seminar Proposal
18	30/7/2021		Google Meet: Bimbingan Progress Bab 4 & 5
19	4/8/2021		Pengiriman Bab IV & V
20	5/8/2021		Feedback 1 Bab IV & V
21	9/8/2021		Pengiriman Revisi Bab IV & V & Approval Bab IV & V
22	10/8/2021		Pengiriman File Skripsi Bab I – Bab V + Lembar Bimbingan

Catatan :

Lembar konsultasi ini diserahkan pada waktu mendaftar sidang

Depok, 10 Agustus 2021

Pembimbing Materi

Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si

NIP 196501311989032001

Lampiran 6 Surat Tugas Dosen Pembimbing Teknis



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telepon (021) 7270036-7863538, Hunting Fax (021) 7270034
Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

SURAT TUGAS PEMBIMBING TEKNIS Nomor : 07/PL3.11/DA/2021

Ketua Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta
mengatakan kepada :

Nama : **Erlin Rosalina, S.Hum., M.Pd.**
Jabatan : Dosen

Untuk menjadi Pembimbing Teknis dalam pembuatan laporan Skripsi mahasiswa

Nama : **INGGA FATTIRA**
Nim/Kelas : 4517030006

Judul Skripsi : **Analisis Efektivitas Etsy Offsite Ads dalam Meningkatkan Revenue (Studi Kasus pada Online Shop Takumi Kent)**

Demikian surat tugas ini dibuat agar diperhatikan dan dijalankan sebagaimana mestinya.

Depok, 18 Agustus 2021
Kepala Administrasi Bisnis Terapan

Husnul Barry, S.E., M.S.M
NIP. 198807012014041002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telepon (021) 7270036-7863538, Hunting Fax (021) 7270034
Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING TEKNIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Erlin Rosalina, S.Hum., M.Pd.**
Jabatan : Dosen

Menyatakan bahwa

Nama : **INGGA FATTIRA**
NIM/Kelas : 4517030006

Judul Skripsi : **Analisis Efektivitas Etsy Offsite Ads dalam Meningkatkan Revenue (Studi Kasus pada Online Shop Takumi Kent)**

Telah dinyatakan selesai melaksanakan pembimbingan .

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab

Depok, 26 Agustus 2021
Dosen Pembimbing Teknis

Erlin Rosalina, S.Hum., M.Pd
NIP. 198711122019052011



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing Teknis



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG H
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telepon (021) 7270036/7863538, Hunting Fax (021) 7270034
Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN TEKNIS

Nama Mahasiswa : Ingga Fattira
NIM/ Kelas : 4517030006/ABT 8B
Judul Skripsi : Analisis Efektivitas *Etsy Offsite Ads* dalam Meningkatkan *Revenue* (Studi Kasus pada *Online Shop* Takumi Kent)

Dosen pembimbing Teknis : Eryln Rosalina, S.Hum., M.Pd.

No	Konsultasi		Materi Konsultasi
	Tanggal	Paraf Pembimbing	
1.	18 Agustus 2021		Bimbingan: pemilihan diksi (pengutaman penggunaan Bahasa Indonesia daripada bahasa asing).
2.	20 Agustus 2021		Bimbingan: penulisan angka (apabila kurang dari 3 kata, maka ditulis menggunakan huruf atau kata).
3.	23 Agustus 2021		Bimbingan: kata sambung di awal kalimat (penambahan koma setelah kata sambung).
4.	24 Agustus 2021		Bimbingan: penggunaan kata depan pada judul
5.	25 Agustus 2021		Bimbingan: penggabungan dua bahasa (istilah asing dengan kata ganti "-nya", dihubungkan dengan tanda hubung).

Catatan :

Lembar konsultasi ini diserahkan pada waktu mendaftar sidang

Depok, 26 Agustus 2021
Pembimbing Teknis

Eryln Rosalina, S.Hum., M.Pd.
NIP 198711122019032011



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Surat Permohonan Narasumber



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

Jalan Prof Dr. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425, Gedung H
Telepon (021) 7270036/7863538, Hunting, Fax (021) 7270034
Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos : humas@pnj.ac.id

Nomor : 15/PL3.11/DA/2021

11 Mei 2021

Perihal : Permohonan sebagai Narasumber Penelitian Skripsi

Yth. Bapak Ken
Takumi Kent Art Studio
Villa permata Cikarang, Blok DD 4, no, 4 Jawa, Sindangmulya,
Kec. Cibarusah, Bekasi, Jawa Barat 17340

Sebagai upaya untuk mengembangkan kemampuan Mahasiswa maka Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Administrasi Niaga, khususnya Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis menugaskan mahasiswa semester 8 (akhir) dalam mencari data untuk keperluan Tugas Akhir mereka.

Adapun nama mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama	: INGGA FATTIRA
Nim	: 4517030006
Prodi	: Sarjana Terapan Administrasi Bisnis
Fakultas/ Jurusan	: Politeknik Negeri Jakarta/ Administrasi Niaga
Semester	: 8 (delapan)
Data yang diminta	: Profil Perusahaan , Struktur Perusahaan, Dashboard statistik dari Etsy Offsite Ads (Traffic & Sales Driven by Offsite Ads), Periode 2018 - 2021 Dashboard statistik dari Etsy Marketing & SEO, Periode 2018 – 2021, Kesiediaan untuk Wawancara, Serta Data-data lain yang diperlukan selama penelitian berlangsung

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd
NIP 196209121988032003



RIWAYAT HIDUP

Ingga Fattira

Bogor, West Java | (+62) 857 8125 1215

inggafattira@gmail.com | www.linkedin.com/in/inggafattira/

PROFILE

A highly motivated, reliable, and adaptable final-year business administration student with experience as an Account Executive. Passionate about building strong client relationships and increasing client engagement.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta
D4 Business Administration
(2017 - 2021)

SKILLS

- Customer/Client Handling
- Good Knowledge of data entry and using Microsoft Office (Word, Excel, and PowerPoint)
- Decision making
- Ability to use Google Suite
- Leadership
- Ability to negotiate
- Good communication skill
- Able to work well both in a team and individually
- Time management & empathy

CERTIFICATIONS

Marketing certified by Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)
Credential ID - 70209 5220 0002628 2020

Filing certified by Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)
Credential ID - 82110 4415 0002180 2019

Mail Handling certified by Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)
Credential ID - 82110 4115 0002306 2019

TOEIC - Politeknik Negeri Jakarta
735/990

WORK EXPERIENCES

Freelance Account Executive at Freebees.id (June - August, 2021)

Freebees.id is Indonesia's Consumer Product Testing & Reviewing Community with approximately 80k+ members nationwide. Part of Red Asia Inc.

- Develop & maintain a good and trusting relationship between the company and clients
- Managing communication between clients & internal team (incl. vendor)
- Plan & present reports on project progress to clients
- Addresses any issues or delays in the project, as well as clients' feedback
- Delivers completed projects to the client on time

Clients Handled:

- PT. Kalbe Farma Tbk - Cordyceps Militarisis
- Ego Pharmaceuticals - QV
- PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk - Supermi Nutrimi

Account Executive Intern at Freebees.id (March - May, 2021)

Customer Relationship Management Intern at PT Satu Persen Edukasi (September - November, 2020)

PT Satu Persen Edukasi is education and mental health startup based in Jakarta, Indonesia. Responsible as Account Supervisor Intern and Customer Service Representative Intern.

Account Supervisor Intern at PT Satu Persen Edukasi (November, 2020)

- Created performance improvement plan for 8 customer service representatives intern
- Supervised, controlled, and monitored the progress and performance of 8 customer service representatives intern

Customer Service Intern at PT Satu Persen Edukasi (September - November, 2020)

- Resolved customer problems and complaints by clarifying the issue and explaining the best solution

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta