

ANALISIS TINGKAT FREKUENSI PENJUALAN PADA TAHAP OFFLINE DAN ONLINE STUDI KASUS KOMUNITAS #FASCAP

ARISWANTO

*Program Studi Teknik Informatika - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 111200804106@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memiliki sinergi akan perekonomian. Dunia bisnis semakin mudah terjangkau melalui jaringan internet. Level ekonomi kecil dan menengah, termasuk pada komunitas wirausaha muda seperti #fascap. Bergerak melalui penjualan dengan sistem online sederhana pada media sosial dan event seperti bazar, anggota komunitas perlu strategi pemasaran yang mampu menjangkau konsumen secara efektif setiap saat. E-commerce merupakan satu set dinamis penjualan barang melalui transaksi elektronik. Keberadaan e-commerce membantu penyampaian informasi seputar produk yang ditawarkan kepada konsumen secara detail dan mencakup jangkauan lebih luas, tidak hanya di Semarang dan pada event bazar. Melalui latar belakang efektivitas penjualan secara online, maka dilakukan penelitian analisis tingkat frekuensi penjualan pada tahap offline dan online studi kasus komunitas #fascap. Melalui analisis detail, tingkat frekuensi penjualan dapat disimpulkan apakah e-commerce berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan kepada pihak penjual dan konsumen dengan memanfaatkan sistem online yang semakin mudah.

Kata Kunci : e-commerce, penjualan, offline, online

FREQUENCY LEVEL ANALYSIS OF SALES IN OFFLINE AND ONLINE PHASE WITH CASE STUDY ON # FASCAP COMMUNITY

ARISWANTO

*Program Studi Teknik Informatika - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 111200804106@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Technological developments will have synergy economy. The business world is getting easily affordable through the Internet. Small and medium economic level, including the community of young entrepreneurs like # fascap. Moving through the sale of simple online system on social media and events such as fairs, community members need a marketing strategy that is able to effectively reach consumers at any time. E-commerce is a dynamic set of selling goods through electronic transactions. The existence of e-commerce help to deliver information about products offered to consumers in detail and covers a wider range, not only in Hyderabad and the event bazaar. Background through online sales effectiveness, the research analyzes the frequency level of sales in the offline phase and an online community case study # fascap. Through detailed analysis, the level of sales can be concluded whether the frequency of e-commerce goes well and provide benefits to the sellers and customers by utilizing an online system that more easily.

Keyword : e-commerce, penjualan, offline, online