

ABSTRAK

Social Commerce merupakan sebuah subset e-commerce yang melibatkan penggunaan social media, untuk membantu dalam pembelian online dan penjualan barang dan jasa. Tingginya penggunaan social media dan berkembang pesatnya penggunaan e-commerce di Indonesia dilihat sebagai landasan permasalahan dalam menerapkan penelitian dengan penggunaan pendekatan social commerce. Pemilihan sistem jual beli online sebagai objek lain dari penelitian ini adalah karena bentuk model bisnisnya yang dapat menempatkan pengguna sebagai pembeli dan penjual, hal ini sangat memungkinkan untuk menghadirkan interaksi dan kolaborasi sesama pengguna di dalam sebuah sistem e-commerce tersebut. Pada penelitian ini akan digunakan six dimension of social commerce sebagai tools media sosial yang akan diimplementasikan dalam sistem jual beli online. Penggunaan six dimension of social commerce ditujukan dalam rangka menghadirkan social psychology of social commerce kedalam sebuah sistem jual beli online yang bertujuan untuk membantu memudahkan dalam pengambilan sebuah keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Social Commerce, E-Commerce, Social Media, Jual Beli Online.*

ABSTRACT

Social Commerce is a subset of electronic commerce that uses social media, online media that support social interaction and user contributions, to enhance the online purchase experience. High demand and huge number of social media users and e-commerce users in Indonesia is the base cause of using social commerce in this research, and choosing online marketplace as the other object for this research is because of its business model that can put user as a seller and or as a buyer, it will makes a possibility to add some mutual interaction and communication among other users in a e-commerce system. This research using social commerce strategy that includes the using of six dimension of social commerce as a tools of social media and it will be implemented in a online marketplace system. The using of six dimension of social commerce in a purpose to adds the social psychology of social commerce into the system to helps assist and enhance the buying decision is more likely.

Keywords : *Social Commerce, E-Commerce, Social Media, Online Marketplace.*

