

PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING MELALUI E-COMMERCE SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN ODSTORE

Muhammad Mubarak*, Eka Farida

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: muh.mubarak15@gmail.com

ABSTRAK

Dengan berkembangnya teknologi dan kecenderungan masyarakat berbelanja online, para wirausaha perlu berevolusi dengan tetap memperhatikan perubahan teknologi dan kebiasaan manusia saat ini. ODSTORE merupakan seorang pengusaha yang menjual produk secara online melalui Marketplace Shopee. Untuk tujuan kualitatif, dukungan ini dilaksanakan mulai Agustus 2021 hingga Juli 2022. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari dukungan yang diberikan menunjukkan bahwa Shopee Marketplace sebagai wahana promosi ODSTORE menghasilkan pendapatan dan manfaat yang signifikan bagi industri serta memfasilitasi interaksi dengan konsumen.

Kata Kunci:

promosi; marketplace; shopee; digital marketing

PENDAHULUAN

Teknologi informasi berkembang sangat pesat dan terus berkembang dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, tren digital marketing terkini akan terus bermunculan untuk beradaptasi dengan kondisi dan situasi saat ini. Pertumbuhan pasar E-commerce di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya. Banyak konsumen yang belum pernah berbelanja online sebelumnya mengandalkan platform belanja digital untuk memenuhi kebutuhannya. Pertumbuhan ini juga erat kaitannya dengan pembangunan infrastruktur dan penetrasi digital di Indonesia.

E-commerce adalah proses jual beli jasa dan barang secara elektronik dengan transaksi komersial menggunakan internet, jaringan dan teknologi digital lainnya (C. Laudon, 2005). E-commerce juga menjadi alternatif bagi banyak masyarakat Indonesia ketika meneliti dan membeli produk. Tepatnya, pengguna Internet terbanyak berada di Indonesia, 88%, pernah membeli produk secara online. Perekonomian digital Indonesia sebagian besar didorong oleh masyarakat yang lahir setelah tahun 1990, yang secara aktif beradaptasi dengan teknologi digital dan menghabiskan lebih banyak waktu online. (Sirclo, 2020).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan semakin banyak pelaku usaha yang melakukan kegiatan di e-commerce pada tahun 2022 sebanyak 34,10% hal ini meningkat dari tahun 2021 yang sebesar 32.23% (Data

Indonesia, 2022). Fenomena ini telah menunjukkan bahwa perusahaan e-commerce mempunyai value ekonomi yang baik sehingga entitas ekonomi akan mendapatkan keuntungan darinya. Sebagian besar pelaku usaha sudah mulai mengembangkan bisnisnya melalui e-commerce dan beberapa marketplace Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada dan lain-lain. Marketplace adalah tempat Pemasaran produk elektronik dengan menghubungkan penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi. Perilaku belanja online saat ini menawarkan peluang yang besar perusahaan untuk berperan aktif dalam menyediakan produknya melalui pasar di Indonesia (Apriadi, 2017).

Shopee adalah marketplace berbasis aplikasi yang menaungi kebutuhan belanja online terbesar di Indonesia (Kompas, 2023). Shopee selalu berusaha untuk mengutamakan kepentingan dan kenyamanan konsumen dalam proses penggunaan dan pengelolaan bisnisnya. Salah satu caranya adalah tetap up to date dengan fitur-fitur terbaru aplikasi marketplace Shopee yang dapat memudahkan dalam berbelanja dari Shopee. Salah satu strategi yang diterapkan Shopee sendiri adalah dengan memberikan diskon bank untuk menarik minat konsumen berbelanja online di marketplace Shopee. Sistem diskon bank sendiri yaitu menawarkan potongan harga dalam jumlah tertentu kepada pembeli yang telah melakukan transaksi menggunakan metode pembayaran kartu debit/kredit, promosi potongan bank itu sendiri dapat mendorong atau menarik perhatian untuk membeli. Bagi konsumen, sistem diskon bank dapat mengurangi biaya, terutama untuk pembelian berulang, pembeli dapat menghemat uang karena dapat membayar dengan potongan harga.



Gambar 1. Promo diskon Bank Shopee

ODSTORE merupakan salah satu pelaku usaha yang berfokus di bidang gadget (handphone, tablet, smartwatch, laptop, dsb) yang telah berdiri pada tahun 2018 dalam proses pemasaran awal lebih banyak dengan cara offline menggunakan platform olx, facebook, dan menjual langsung ke konter-konter yang ada di Malang Plaza. Namun dengan semakin berkembangnya gaya belanja masyarakat yang banyak menggunakan marketplace sebagai sarana transaksi

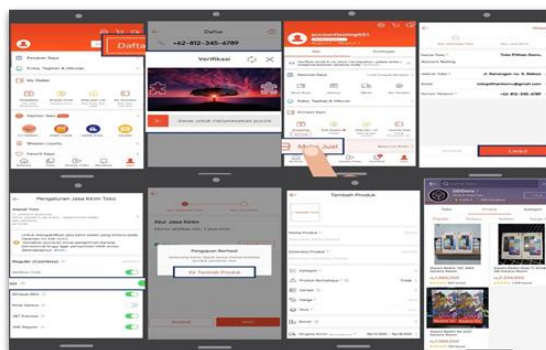
online. Hal ini menjadi peluang bagi ODTSTORE untuk mulai menjalankan usahanya secara online dengan memanfaatkan marketplace Shopee.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang diatas, pendampingan ini bertujuan untuk mengetahui apakah adanya promo yang diberikan oleh marketplace Shopee mampu meningkatkan penjualan bagi ODTSTORE?

METODE PELAKSANAAN

Pendampingan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu metode pemecahan masalah dengan cara menggambarkan keadaan objek pendampingan pada Online Shop ODTSTORE di Kota Malang, periode pendampingan Agustus 2021- Juli 2022 sesuai dengan fakta yang ada Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Tahap awal dalam pendampingan yang dilakukan adalah dengan pembuatan akun pada salah satu marketplace yaitu Shopee yang akan dijelaskan sebagai berikut: 1) Download aplikasi Shopee, klik ikon Saya dan pilih Daftar; 2) Isi nomor telepon dan verifikasi Captcha/OTP; 3) Klik ikon Saya dan pilih Mulai Jual; 4) Mulai pendaftaran dengan melengkapi informasi dari Nama & Alamat Toko, serta alamat Email dan Nomor Telepon; 5) Atur Jasa Pengiriman; 6) Tambah produk baru; 7) Lengkapi segala informasi dari produk mulai Foto, Nama, Deskripsi, Kategori, Atribut hingga Ongkos Kirim; 8) Selesai.



Gambar 2. Proses pendaftaran akun Shopee

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sarana promosi penjualan yang digunakan pada toko online ODTSTORE adalah shopee yang telah bergabung sejak tahun 2018 dan mulai beroperasi pada tahun 2021. Pada saat sebelum menggunakan shopee, ODTSTORE telah menggunakan marketplace lainnya yang saat ini menjadi pesaing di Indonesia, salah satunya adalah Tokopedia.

Namun, penggunaan marketplace ini memiliki tidak memiliki promo yang sebesar Shopee dan alasan lainnya yang tidak bisa disebutkan, itulah sebabnya ODTSTORE beralih ke marketplace Shopee sebagai sarana untuk mempromosikan

penjualan karena Shopee adalah marketplace yang mudah dibawa, beroperasi, dan memiliki lebih banyak promo.

Karena dengan menggunakan Shopee dinilai cukup efektif dan efisien dalam melakukan transaksi pembelian karena mudah digunakan dan memberikan jaminan keamanan bagi pengguna saat membayar karena dengan menggunakan sistem rekber (rekening bersama) akan membayar sejumlah tertentu uang kepada penjual setelah pembeli menerima barang. Menggunakan Shopee dapat mempermudah proses periklanan dan pemasaran produk secara mudah, efektif dan efisien. Selain itu, pemasaran online bisa menjangkau pasar yang lebih besar, mengurangi biaya promosi pemasaran, dan menjalin hubungan yang baik dan positif dengan pelanggan.

Manfaat lain setelah menggunakan Shopee adalah peningkatan penjualan dan pendapatan yang signifikan karena produk ini terjangkau dan memudahkan konsumen untuk bertransaksi dengan promosi bank. Berikut adalah tabel penjualan Odstore yang ada di Shopee selama 1 tahun dari Agustus 2021 – Juli 2022 sebagai berikut:

Tabel 1. Penjualan Odstore Shopee

No	Bulan	Jumlah Penjualan (Rupiah)
1	Agustus 2021	Rp 68.974.000
2	September 2021	Rp 80.483.940
3	Oktober 2021	Rp 95.777.545
4	November 2021	Rp 288.404.573
5	Desember 2021	Rp 381.512.957
6	Januari 2022	Rp 317.412.376
7	Februari 2022	Rp 117.806.233
8	Maret 2022	Rp 324.462.817
9	April 2022	Rp 529.661.326
10	Mei 2022	Rp 278.008.626
11	Juni 2022	Rp 1.169.914.055
12	Juli 2022	Rp 1.493.751.149

Sumber: Penulis, 2023

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa penjualan mengalami peningkatan dari tahun 2021 – 2022 setelah menggunakan Shopee. Odstore juga selalu mengedepankan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen dengan melakukan packing/pengemasan yang aman hingga 4 lapis menggunakan bubble wrap + kardus + plastik polimailer dan isolasi fragile. Hal ini bertujuan untuk keamanan barang ketika dalam pengiriman ekspedisi, selain itu seringkali juga memberikan kartu perdana sebagai bonus penjualan. Dari kedua hal tersebut cara ini cukup efektif untuk menarik pembeli tersebut untuk melakukan pembelian lagi di Odstore karena telah mendapatkan kepuasan pelanggan mereka memberikan rating/ulasan bintang 5 dimana hal tersebut bisa menjadi daya tarik bagi calon pembeli lain.



Gambar 3. Tampilan profil

KESIMPULAN

Marketplace belanja shopee digunakan oleh ODSSTORE sebagai sarana penjualan produk. Penggunaan retail marketplace dimaksudkan untuk memudahkan pembelian produk atau barang yang dijual di Toko. Selain itu bagi konsumen tidak perlu untuk datang langsung melainkan cukup memesan produk melalui Shopee dan barang pesanan akan diantar ke alamat yang telah disediakan oleh Toko. Sejak aktif menggunakan marketplace Shopee sebagai alat promosi penjualan ODSSTORE, telah menghasilkan pendapatan dan keuntungan yang signifikan. Namun juga didukung dengan mengandalkan layanan yang fokus pada kepuasan konsumen berdasarkan produk yang diinginkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Apriadi, Deni dan Saputra. (2017). E-commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. JURNAL RESTI Vol. 1 No. 2. Lubuklinggau: STMIK Bina Nusantara Jaya.
- C. Laudon, Kenneth & P. Laudon, Jane. (2005). Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 8. Yogyakarta: Andi Offset.
- DataIndonesia.id. (2022). Semakin Banyak Pelaku Usaha Daring di Indonesia pada 2022. Diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/semakin-banyak-pelaku-usaha-daring-di-indonesia-pada-2022>.
- Jurnal Entrepreneur. (2023). Bisnis Melalui Online Marketplace, Ketahui Kelebihan dan Kekurangannya. Diakses dari <https://www.jurnal.id/id/blog/kelebihan-dan-kekurangan-bisnis-melalui-online-marketplace/>.
- Kompas. (2023). Survei Ipsos: Shopee Jadi Marketplace yang Paling Memberikan Omzet Terbesar Bagi Penjual Online. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2023/03/24/164000326/survei-ipsos--shopee-jadi-marketplace-yang-paling-memberikan-omzet-terbesar>.
- Sirclo. (2020). Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat. Diakses dari <https://www.sirclo.com/blog/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>.

Shopee, Seller. (2023). Catatan Transaksi Penjualan. Diakses dari <http://seller.shopee.co.id/portal/finance/portal/finance/income/statement>.

Shopee, Seller. (2023). Mulai Berjualan di Shopee. Diakses dari <https://seller.shopee.co.id/edu/article/464>