

## **Pemanfaatan *Digital Marketing* (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan**

**Rifka Fachrina, Zuhrinal M.Nawawi**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : fachrinarifka@gmail.com, Zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id

### **Abstract**

*Technological developments are increasing. One of them is the Internet, sophistication continues to increase and the ease of access that develops is increasingly attracting public attention. this is able to encourage increased sales for MSMEs because of the ease of access and promotional features implemented. The author conducts research using qualitative methods in order to produce a systematic, factual and accurate description of the characteristics, facts, and relationships between the phenomena studied. Shopee is a mobile application and website that operates in the online marketplace that provides promotional features and promises the convenience of sellers and buyers, which causes an increase in profit when a seller sells their products through this online marketplace. The sales strategy carried out by Shopee is very good so that it makes sellers and buyers more comfortable in shopping. The Shopee application is very suitable to be used as a sales medium because the promotional features provided by Shopee are able to increase the seller's sales profit.*

**Keyword :** *Shopee, Promotional Media, Seller*

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi semakin melonjak naik. Salah satunya Internet, kecanggihan yang terus meningkat dan kemudahan akses yang berkembang semakin menarik perhatian masyarakat. hal ini mampu mendorong peningkatan penjualan bagi para UMKM karena adanya kemudahan akses dan fitur promosi yang diterapkan. Penulis melakukan penelitian menggunakan metode kualitatif agar menghasilkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat tentang sifat-sifat, fakta-fakta, serta hubungan antar fenomena yang diteliti. Shopee merupakan sebuah aplikasi mobile dan website yang bergerak di bidang marketplace online yang menyediakan fitur promosi serta menjanjikan kenyamanan penjual dan pembeli, yang menyebabkan adanya peningkatan laba apabila seorang penjual menjual produknya melalui marketplace online ini. Strategi penjualan yang

dilakukan pihak Shopee sangat baik sehingga hal ini menjadikan penjual dan pembeli lebih nyaman dalam berbelanja. Aplikasi Shopee sangat sesuai dimanfaatkan sebagai media penjualan karena fitur promosi yang diberikan shopee mampu meningkatkan laba penjualan penjual.

**Kata Kunci:** *Shopee, Media Promosi, Penjual*

## **Pendahuluan**

Seiring dengan waktu, perkembangan teknologi semakin melejit naik. Internet misalnya, kecanggihan yang terus meningkat dan gampang di akses yang berkembang semakin melejit, dengan unggulnya teknologi ini akhirnya menjadikan teknologi sebagai kebutuhan untuk masyarakat. Internet dapat berperan untuk menjadi alat yang dibutuhkan dalam mendukung kepentingan manusia, misalnya seorang penjual dalam mempublikasikan produknya dan konsumen yang membutuhkan produk yang dijual oleh penjual. ketika pembicaraan usaha seperti: pembelian, penjualan, pemesanan dan periklanan dapat dilakukan dengan memanfaatkan media internet atau e-commerce (Septianus Angga Wicaksono, 2018). Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduknya sudah mulai menggunakan internet dalam melakukan transaksi bisnis jual beli, dengan semakin bertambahnya pengguna internet dan transaksi bisnis online ini maka lahirlah sebuah *marketplace* yaitu Shopee.

Shopee yaitu sebuah platform *online marketplace* yang digunakan buat mempraktikkan jual beli barang secara aktif serta gampang. Produk yang ditawarkan oleh aplikasi ini sangat beragam mulai dari garmen, hp, produk kecantikan, elektronik, instrumen olahraga, obat-obatan, perabotan rumah, alat tulis kantor hingga makanan dan minuman. Layanan shopee diterapkan dalam interaksi antara produsen dan pihak konsumen dengan cepat, mudah serta tepat. Keunggulan shopee bukan hanya transaksi bisnis online namun shopee juga menjadi penghasil lapangan kerja yang cukup besar dan mudah untuk dikerjakan. Dikarenakan keunggulan-keunggulan shopee inilah shopee dikenal *marketplace* besar di Indonesia.

Di Indonesia aplikasi ini bergerak aktif di akhir bulan Juni 2015. Meskipun masih baru namun perkembangan shopee sangat pesat hal ini dibuktikan dengan besaran transaksi shopee di kuartal ketiga tahun 2018 tertulis sebesar US\$2,7 miliar atau senilai Rp 39,4 triliun. anggran ini meningkat 152,7% daripada era yang sama tahun 2017 berkisar US\$ 1,1 miliar (Setyowati, 2018). Angka pengguna layanan Shopee meningkat sebesar 150% daripada kuartal ketiga tahun 2017. Di Indonesia, aplikasi Shopee sudah diinstal sebanyak 74 juta kali melalui Google Playstore ataupun Appstore. Ini menyatakan bahwa sistem yang digunakan shopee

sangat baik, shopee juga terus melakukan teobosan baru dalam hal perkembangannya.

Salah satu hal daya tarik shopee adalah banyaknya promo besar yang diadakan seperti, Gratis ongkir Rp. 0 semua toko, flash sale serba seribu, shopee live pesta diskon dll. Adanya promo-promo besar ini semakin menambah antusias masyarakat dalam berbelanja semua kebutuhan mereka. Maka dari itu shopee merupakan media patner yang tepat untuk penjual dapat menjual dan mempromosikan produknya. Shopee memberikan fitur-fitur menarik dan mudah dalam mempromosikan sebuah produk hingga banyak mitra UMKM yang bergerak untuk mulai menawarkan produknya di aplikasi shopee ini.

Kotler dan Amstrong (2006) melihat kegiatan promosi sebagai bentuk komunikasi manfaat produk dan mengajak pelanggan sebagai calon pembeli dagangannya. Jika ditelaah promosi merupakan perpaduan dari iklan, hubungan masyarakat, promosi dan alat pemasaran dimanfaatkan dalam menarik minat konsumen.

Promosi ialah alat yang diperlukan oleh suatu badan usaha, baik rumah tangga, perorangan maupun perusahaan, ketika mempromosikan serta memasarkan produk barang/jasa. saluran media promosi ialah alat yang dimanfaatkan untuk mempublikasikan, memperkenalkan, dan aktivitas komunikasi, yang diarahkan kepada calon konsumen secara langsung maupun tidak, dan bersifat mengajak (Persuasif) hingga tertarik untuk membeli (Utomo et al., 2022).

## **Kajian Teoritis**

### **1. Shopee di Indonesia**

Shopee ialah platform online yang berfungsi bagi melakukan transaksi jual beli online dengan gampang dan laju. Shopee berbentuk Aplikasi mobile dan website agar memudahkan penggunaanya dalam melaksanakan belanja online via smartphone maupun menggunakan PC.

Shopee memberikan fasilitas kepada penjual untuk menjajakan produknya secara gampang serta memudahkan konsumen melalui proses pembayaran terpercaya, aman dan logistik yang terintegrasi.

### **2. Media Promosi**

Ialah alat diperlukan oleh suatu unit usaha, baik rumah tangga, individu maupun perusahaan, dalam mempublikasikan serta memasarkan barang/jasa. Media promosi dibagi menjadi beberapa kategori yaitu media cetak, media luar ruang, media online dan media elektronik.

Pertumbuhan media promosi juga tetap tumbuh meningkatkan kepraktisannya dan efisiensinya. Hal ini pastinya disambut sukacita oleh warga media berawal dari cetak dan ruang lalu berinovasi, kini media telah

tumbuh ke media online. Hadirnya media online lebih banyak menghemat tempat, ruang dan waktu serta perubahan ini juga dinilai akan lebih tepat sasaran.

### **3. Manfaat Media Promosi**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari media promosi, sebagai berikut:

1. Masyarakat mengetahui secara rinci produk yang dijual hingga perusahaan bisa memberikan dan mempersiapkan keluhan konsumen.
2. Afiliasi bisa menginformasikan penjelasan secara jelas terkait dengan penjualan. Meliputi: semua kegiatan, produk, pengiklanan, dialog calon pembeli hingga pengiriman.
3. Mengenal dan mempelajari pembeli sebaik mungkin agar produk sesuai dengan konsumen agar mudah.

### **Metode Penelitian**

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif sebab penelitian ini akan menghasilkan gambaran secara terstruktur, orisinal dan tepat tentang sifat, fakta, serta hubungan antar data yang diteliti. Penelitian kualitatif ialah sebuah pendekatan ilmiah untuk menjelaskan keadaan sosial tersebut untuk menjelaskan keadaan secara nyata, dirangkai oleh kata berdasarkan teknik pengumpulan analisis data yang bertautan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif sebab penelitian ini membutuhkan penjelasan berupa keterangan langsung dari penjual Shopee mengenai pemanfaatan shopee di tokonya.

### **Pembahasan**

Shopee merupakan platform promosi produsen terdapat banyak fitur seperti voucher, Promosi Saya, Promosi Tanggal Cantik, Shopee Story, Shopee Live, dan Flash Sale adalah fasilitas untuk menolong produsen agar mendapatkan tujuannya, untuk memenuhi promosi yang akan dibicarakan melalui wadah tertentu dari waktu ke waktu tertentu ke produsen lalu meneruskan manfaat. Shopee cocok dengan teori Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers Berkata bahwa difusi inovasi ialah prosedur sebuah inovasi dibicarakan mealalui wadah tertentu dari waktu ke waktu.

Hasil wawancara didapat data bahwa shopee memiliki strategi untuk meningkatkan UMKM di Marelau yaitu:

1. Shopee berinteraksi langsung ke pembeli juga konsumen serta membangun hubungan kuat membarengi orang yang mengakomodasi shopee. Hal ini dilihat dari banyaknya seller shopee.
2. Shopee mempunyai kelompok sendiri buat turun kelapangan serta menjumpai organisasi ini di 16 kota. Adapun kota yang belum

tergabung, pihaknya melakukan *video conference* dan *live streaming* agar informasi tetap update secara baik.

Shopee membangun organisasi bernama Kampus, komunitas ini diisi oleh sesama seller sehingga sesama seller menjadi saling kenal dan memberikan informasi terkait teknik penjualan serta lainnya. Adapun, shopee sering melakukan aktivitas lain nan menyenangkan sehingga para seller menjadi lebih kompak. Kampus shopee saat ini sudah mencapai sekitar 515 kota serta kabupaten di Indonesia dan 16 organisasi *offline*.

Selain itu shopee juga menerapkan Strategi komunikasi bisnis dilaksanakan agar terjadi peningkatan penjualan customernya. Strategi ini dapat dikelompokkan menjadi 4 teknik, sebagai berikut : (Louis, Kurtz, 2007)

Strategi produk (*Product Strategy*) ialah kebijakan marketing dengan mendesain kemasan hingga tampilannya lebih unik, membranding nan melahirkan merek dagang, surat izin, memberikan garansi, jaminan afiliasi serta pergerakan produk. Memperkuat *brand* nan mengikuti perkembangan tren ialah teknik yang diterapkan shopee, sebab tanpa merk kuat serta mengikuti stlye, menyebabkan persaingan berpusat ke persaingan harga. Ketika hal ini terjadi maka peningkatan penjualan sukar dilakukan. Terbangunnya brand akan memudahkan untuk penyelesaian masalah persaingan harga. Penawaran tarif pun bisa lebih tinggi serta persaingan teralihkan ke kualitas produk atau kualitas pelayanan Shopee.

*Distribution strategy* merupakan pengaturan pemasaran meliputi penyebaran produk, wadah penjualan produk, serta orang yang melakukan penyaluran produk ke pembeli. tehnik distribusi yang digunakan shopee yaitu memperbaharui gaya penjualan lewat pelaksanaan konversi konsumen. Dengan strategi ini maka konsumen dan produsen tidak dibatasi waktu dan tempat. Penjualan lintas daerah bisa dilaksanakan secara mudah dengan menggunakan mobile phone (*gadget*) , Shopee mempunyai target pasar jelas yaitu wanita, hingga shopee memperbanyak menjual kebutuhan wanita seperti kosmetik dan garmen yang sedang tren.

*Promotional Strategy* ialah kebijakan pemasaran melingkupi personal selling, advertising serta sales promotion memberikan komunikasi secara efektif antara afiliasi dan calon konsumen. Promosi efektif untuk mengikat calon konsumen. Selanjutnya, mampu menyebabkan pembeli tertarik ke barang ditawarkan, hingga membeli, lalu shopee akan memperoleh keuntungan. Promo gratis ongkos kirim merupakan senjata Shopee yang digemari masyarakat.

Strategi Harga (*Pricing Strategy*) ialah pengaturan yang dilaksanakan shopee untuk memasarkan produk meliputi metode penetapan harga yang bermanfaat untuk shopee serta pembeli via pemantauan peraturan pemerintan. Adanya jaminan harga termurah merupakan variabel yang

menjadi alasan konsumen membeli. Daya tarik dari shopee merupakan dengan memasang harga secara percaya diri, hingga mampu bersaing dengan 5 onlineshop besar yang lengkap dan laris lainnya.

Shopee juga memastikan pelayanan terbaik kepada pembeli dengan menjelaskan informasi terkait harga, kualitas produk, spesifikasi, garansi, lainnya. *Free Delivery* (gratis ongkos kirim) merupakan sebuah metode pelayanan terbaik diberikan oleh shopee. Teknik ini menjadi sumber penarik minat masyarakat untuk berbelanja di shopee. Shopee meregistrasi data penggunanya seperti kontak *handphone* dan alamat *email* agar dapat memberikan informasi saat adanya peluncuran produk atau promo terbaru. Shopee aktif dalam melayani konsumen dengan meminta maaf secara baik jika terjadi kesalahan saat ekspedisi maupun produk yang dikirim tidak sama dengan yang ekspektasi pembeli.

Shopee cocok untuk media promosi sebab sebuah model bisnis dimana penyelenggara situs memberikan layanan promosi produk secara online, tapi menjadi pihak perantara dalam proses jual beli. Itulah sebabnya shopee memberikan alat yang mendukung aktivitas promosi serta membantu produsen maupun konsumen saat melakukan proses jual beli terasa mudah.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil temuan data yang dilakukan penulis maka diambil kesimpulan yaitu, Shopee memiliki fitur promosi yang menjadikan sebuah inovasi yang dapat menjadikan penjual mudah dalam melakukan penjualan dan promosi produknya yang dimana sebelumnya dilakukan hanya secara tradisional saja.

Strategi penjualan yang dilakukan pihak Shopee sangat baik sehingga hal ini menjadikan penjual dan pembeli lebih nyaman dalam berbelanja. Selain itu segmentasi pasar yang digunakan shopee bisa diakses oleh seluruh produsen sebab kemudahan yang diberikan. Aplikasi Shopee sangat sesuai dimanfaatkan sebagai media penjualan karena fitur promosi yang diberikan shopee mampu meningkatkan laba penjualan penjual.

## Daftar Pustaka

- Septianus Angga Wicaksono. 2018. *Analisis Pendapatan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pendapatan UMKM pada marketplace*. Skripsi, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Marsha Karina. 2019. *Pengaruh E-servicescape Online Marketplace Shopee pada Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan, serta dampaknya terhadap Loyalitas pelanggan*. Jurnal Maksipneur.
- Ibojo Bolanle. 2014. *Effect of Promotion on Product Awareness*. Education Research.
- Lenggang Kurnia, I. D. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi pada Marketplace Shopee*. Skripsi jurusan Ekonomis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Sunan Ampel.
- Astri Damayanti. 2018. *Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee di Media Sosial)*. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fak. Usuluddin. Adan dan Dakwah IAIN Ponorogo.
- Amaliah Fianto Yosep. 2015. *Perancangan Media promosi PT. Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan*. Jurnal Komunikasi Visual.
- Prismalink.co.id, 2021. "Jenis dan Manfaat Media Promosi untuk Pemasaran Bisnis Anda", diakses pada tanggal 12 Januari 2021 dari <https://www.prismalink.co.id/jenis-dan-manfaat-media-promosi-untuk-pemasaran-bisnis-anda/>
- Firdaus Faizah. 2021. *Shopee sebagai Media Promosi Penjual di Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan*. Skripsi Uin Sunan Ampel. Surabaya.
- Shopee Careers, 2022, "Shopee Adalah Platform Belanja Online Terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan". <https://careers.shopee.co.id>
- Utomo, K. W., Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2022). *Islamic Entrepreneurship : Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Media Edu Pustaka.

