

BERKEMBANG BERSAMA TOKOPEDIA

Sofia Maulida¹, Ramadhani Hamzah², Alaidin Rapani³,

Wardhani Indah Sari⁴, YanuarLatief⁵

^{1,2,3,4,5}Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia

Korespondensi : sofia_maulida@stiebi.ac.id

Abstrak

Pandemi yang melanda dunia sejak tahun 2020 menyebabkan pergeseran kebiasaan berbelanja secara online yang berdampak pada lonjakan permintaan kebutuhan secara online sehingga meningkatnya pelaku usaha secara digital. Menurut laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi e-commerce di Indonesia diproyeksi menyentuh Rp403 triliun pada tahun 2021. Jumlah ini tumbuh 51,6% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp266 triliun. Dari sekian banyak market place yang ada di Indonesia, Tokopedia merupakan salah satu e-commerce terbesar di Indonesia. Jumlah pengunjung Tokopedia pada kuartal IV/2021 sebanyak 157,44 juta pengunjung diikuti oleh Shopee sebanyak 138,78 juta pengunjung, Lazada sebanyak 28,17 juta pengunjung dan Bukalapak sebanyak 25,76 juta pengunjung. Dengan adanya fakta bahwa terjadi perubahan pada kebiasaan berbelanja masyarakat yang di akibatkan dari pandemi, kami ingin membantu UMKM yang terdampak pandemi dan belum memahami penggunaan marketplace agar usahanya semakin berkembang melalui penyuluhan menggunakan platform market place Tokopedia. Tokopedia sendiri dipilih kami karena menjadi e-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak di kuartal ke IV tahun 2021.

Kata kunci: loka pasar, pemasaran digital

Abstract

The pandemic that has hit the world since 2020 has caused a shift in online shopping habits which has an impact on a surge in demand for online needs, resulting in an increase in digital business actors. According to the report of the 2021 Bank Indonesia Annual Meeting, e-commerce transactions in Indonesia are projected to touch Rp 403 trillion in 2021. This number grows 51.6% from the previous year which amounted to Rp 266 trillion. Of the many market places in Indonesia, Tokopedia is one of the largest e-commerce sites in Indonesia. The number of Tokopedia visitors in the fourth quarter of 2021 was 157.44 million visitors, followed by Shopee with 138.78 million visitors, Lazada with 28.17 million visitors and Bukalapak with 25.76 million visitors.

Given the fact that there has been a change in people's shopping habits as a result of the pandemic, we want to help MSMEs who are affected by the pandemic and don't understand the use of the marketplace so that their business can grow through counseling using the Tokopedia market place platform. Tokopedia itself was chosen by us because it is the e-commerce with the highest number of visitors in the fourth quarter of 2021.

Keywords: marketplace, digital marketing

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi dan informasi telah memulai babak baru yaitu dunia digital. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan *WeAre Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022. ([https://databoks.katadata.go.id/diakses 2Juni2022](https://databoks.katadata.go.id/diakses/2022/06/02)).

Pandemi yang melanda dunia sejak tahun 2020 menyebabkan pergeseran kebiasaan berbelanja secara online yang berdampak pada lonjakan permintaan kebutuhan secara online sehingga meningkatnya pelaku usaha secara digital. Menurut laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi e-commerce di Indonesia diproyeksi menyentuh Rp403 triliun pada tahun 2021. Jumlah ini i tumbuh 51,6% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp266 triliun. Bank Indonesia juga telah memproyeksikan transaksi e-commerce di Indonesia terus naik pada tahun 2022 dengan nilai mencapai Rp 530 triliun atau tumbuh 31,4% (yoy). ([https://databoks.katadata.go.id di akses 6 Juni 2022](https://databoks.katadata.go.id/diakses/2022/06/06)).

Tokopedia merupakan salah satu e-commerce terbesar di Indonesia. Jumlah pengunjung Toko pedia pada kuartal IV/2021 sebanyak 157,44 juta pengunjung diikuti oleh Shopee sebanyak 138,78 juta pengunjung, Lazada sebanyak 28,17 juta pengunjung dan Bukalapak sebanyak 25,76 juta pengunjung ([https://dataindonesia id di akses 6 Juni 2022](https://dataindonesia.id/diakses/2022/06/06)). Tokopedia (www.tokopedia.com) mencatat lebih dari 11 juta penjual dari berbagai kategori dan berbagai latar belakang yang telah bergabung dan berhasil berjualan di Tokopedia, dan 90% penjual merupakan pelaku UMKM, sehingga Tokopedia membantu mengembangkan UMKM di Indonesia. Kemudahan membuka tokodi tokopedia menjadi salah satu daya tarik penjual untuk memulai berbisnis di Tokopedia, begitupula dengan sistem pembayaran digital yang memudahkan dalam bertransaksi ikut mengalami peningkatan.

MASALAH DAN RUMUSAN MASALAH

Masalah

Pandemi yang melanda dunia sejak tahun 2020 menyebabkan perubahan kebiasaan setiap orang. Pandemi yang menghambat aktivitas setiap orang memaksa setiap orang melakukan aktivitasnya secara daring begitu pula dalam kegiatan jual dan beli.

Semenjak pandemik, orang-orang mulai melakukan kegiatan jual beli secara daring. Akibat dari hal tersebut, aktivitas jual beli secara online meningkat pesat. Orang-orang mulai akrab dengan online shop. Dan akibat dari pandemic, daya beli dari masyarakat menjadi berkurang. Untuk meniasasi hal itu, Online Shop seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan sejenisnya mulai melakukan strategi-strategi jituanya dalam memikat konsumen. Contohnya saja Tokopedia.

Tokopedia (www.tokopedia.com) mencatat lebih dari 11 juta penjual dari berbagai kategori dan berbagai latar belakang yang telah bergabung dan berhasil berjualan di Tokopedia, dan 90% penjual merupakan pelaku UMKM, sehingga Tokopedia membantu mengembangkan UMKM di Indonesia. Tokopedia kini menjadi salah satu onlineshop terbesar di Indonesia. Demi meningkatkan usahanya dan memanfaatkan peluang semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan onlineshop.

Tokopedia melakukan Kerjasama dengan berbagai pihak dan memberikan bantuan kepada pelaku usaha untuk menjadi mitra di Tokopedia, sehingga pelaku usaha tersebut dapat meningkatkan usahanya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apa keuntungan bagi industri jika berbisnis melalui online khususnya Tokopedia?
- b. Bagaimana cara mendaftarkan industri di Tokopedia?

2. KAJIAN PUSTAKA

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) “Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to to achieves marketing objectives.”. Artinya Digital Marketing merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu. Menurut Ryan Kristo Muljono (2018:5) Digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi sebagai media pemasaran. Kebutuhan untuk menggunakan media internet sebagai media pemasaran untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional.

Marketplace merupakan media online berbasis internet (web based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka (Opiida, 2014).

3. METODE

Pelatihan yang kami lakukan pada saat melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui zoom meeting pada hari Senin tanggal 13 Juni 2022 dilakukan

penyuluhan/paparan, diskusi dan tanya jawab. Diskusi serta tanya jawab mengambil waktu yang tersedia, dengan tujuan agar kegiatan berjalan lebih hidup dan tidak membosankan yang disebabkan peserta aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang kami lakukan. Hal ini juga lebih mempermudah upaya memahami materi yang kami sampaikan, karena materi yang kami sampaikan sesuai dengan apa yang menjadi masalah bagi mereka.

Peserta dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah UMKM wilayah Jakarta dan sekitarnya. Peserta yang hadir pada saat itu kurang lebih 100 orang peserta terdiri dari penyuluh, pelaku UMKM, dosen dan mahasiswa.

PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang kami lakukan bersifat monodisiplin, PKM ini diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 13 Juni 2022 melalui zoom meeting. Pelaksanaan Kegiatan ini dapat dikategorikan menjadi 2 kegiatan: yaitu Pra-pelaksana kegiatan dan pelaksana kegiatan yang dirinci sebagai berikut:

Pra-Pelaksana

Aktivitas-aktivitas pra pelaksana telah dimulai sejak awal Juni dengan melakukan koordinasi dari komite PKM, selanjutnya koordinasi telah diintensifkan berupa pertemuan- pertemuan serta survey-survey dengan waktu sebagai berikut:

No	Kegiatan	Waktu
1.	Survey	2 Juni 2022
2.	Rapat pertama, penentuan kegiatan	4 Juni 2022
3.	Pembuatan modul	7 Juni 2022
4.	Pelaksanaan kegiatan PKM	13 Juni 2022
5.	Pelaporan PKM	15 Juni 2022

Koordinasi juga dilakukan untuk anggota tim PKM lainnya, dimulai dari penyusunan proposal, pembagian tugas, pembuatan modul serta koordinasi pelaksanaannya.

Pelaksana Kegiatan

Kegiatan yang kami lakukan pada hari Senin tanggal 13 Juni 2022 melalui zoom meeting adalah pelaku UMKM di wilayah Jakarta dan sekitarnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh kami TIM PKM dari STIEBI yang dilakukan melalui zoom meeting. Awalnya diawali dengan kata sambutan oleh pihak STIEBI, setelah itu kata sambutan dari pelaku UMKM yang mewakili. Acara dilanjutkan dengan mempresentasikan makalah yang berisikan tema "Berkembang bersama Tokopedia."

Setelah pemakalah menyampaikan makalahnya, selanjutnya dilanjutkan dengan tanya jawab yang berlangsung dengan antusias dimana semua peserta banyak yang bertanya kepada kami mengenai masalah-masalah yang dihadapinya. Banyak peserta

yang berpartisipasi dalam acara ini dengan memberikan masukan atau ungkapan permasalahan yang mereka hadapi untuk diskusikan dan dicari jalan keluarnya, ataupun memberikan tanggapan serta masukan bagi penyelenggara masalah-masalah yang berkaitan dengan e-commerce.

Diskusi yang kami lakukan terlihat memberikan hasil yang positif terhadap masalah yang mereka hadapi, mereka akan memahami apa yang dipaparkan oleh pemakalah dan menjadi masukan bagi mereka, seperti mereka mengenal internet, e-commerce, marketplace, digital marketing dan sebagainya.

5. SIMPULAN

Adapun simpulan dan saran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut yaitu materi yang disampaikan sangat membantu peserta memahami e-commerce khususnya Tokopedia dan keberlanjutan pelatihan masih dibutuhkan agar dapat dimonitoring sampai sejauhmana program tersebut berhasil bagi masyarakat.

6. DAFTAR PUSTAKA

Chaffey , Dave , Chadwick , Fiona E. , Johnstone , Kevin , & Mayer , Richard 2006
Internet Marketing , Strategy , Implementation , and Practice Harlow :
Prentice Hall

Opiida. (2014). Pengertian E-Market Place. Pengertian E-Market Place,
<https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/>

<https://seller.tokopedia.com> diunduh 6 Juni 2022

<https://databoks.katadata.go.id> diakses

2 Juni 2022 <https://dataindonesia.id> diakses

6 Juni 2022 www.tokopedia.com diakses

6 Juni 2022