

## **MARKETPLACE SHOPEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA BAWU**

**Oleh : Sayma Akmali Aqilah Alfaroqi**

**Pembimbing : Lia Leiliana S.Pd**

*Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jepara*

### **Abstrak**

Marketplace Shopee merupakan salah satu marketplace yang sedang berkembang di Indonesia. Marketplace Shopee saat ini dimanfaatkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk promosi penjualan. Di desa Bawu sendiri, cukup banyak UMKM yang menggunakan Shopee sebagai media promosi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi, pemaparan data dan penarikan kesimpulan. Penelitian yang dilakukan bahwa marketplace Shopee sebagai media promosi penjualan UMKM di desa Bawu masih belum maksimal. Marketplace Shopee sebagai media promosi penjualan UMKM di desa Bawu harus lebih ditingkatkan lagi agar admin dapat melayani para konsumen dengan lebih maksimal agar daya beli konsumen meningkat.

**kata kunci : marketplace, shopee, promosi**

### **Latar Belakang**

Pada zaman sekarang, kita sudah memasuki era dimana perkembangan bisnis semakin cepat. Banyak para pedagang yang lebih sering untuk mempromosikan barang dagangannya melalui Marketplace. Data Perkembangan E-commerce atau Marketplace Online di Indonesia, pertumbuhan marketplace memang termasuk paling pesat. Databooks mencatat bahwa di Indonesia terdapat 2,36 juta yang menggunakan usaha ecommerce.

Beberapa UMKM di desa Bawu sendiri pun mencoba memanfaatkan peluang menggunakan marketplace untuk mempromosikan barang dagangannya. Melalui konsep bisnis tersebut adanya marketplace membuat transaksi jual beli atau hubungan hukum yang terjadi menjadi lebih singkat, mudah dan sederhana.

Dikutip dari laman KOMPAS.com, marketplace adalah platform di mana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski

tanpa bertemu secara fisik. Perusahaan marketplace menyediakan platform bertemunya penjual dan pembeli, di mana pembeli bisa melihat produk apa saja yang dijual, lalu perusahaan marketplace mengambil keuntungan melalui komisi dari setiap penjualan. Platform dalam marketplace adalah bisa berbentuk website maupun aplikasi. Semua operasional marketplace, termasuk pengelolaan website hingga metode pembayaran difasilitasi oleh perusahaan penyedia marketplace. Adapun beberapa marketplace yang terdapat di Indonesia antara lain Lazada, Blibli, Tokopedia, Bukalapak, Zalora, Shopee, dan lain sebagainya. Salah satu aplikasi yang sering digunakan oleh UMKM di desa Bawu untuk mempromosikan barang dagangannya adalah aplikasi Shopee.

Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu

memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee. Shopee menjadi platform belanja daring teratas di Indonesia pada paruh pertama 2021, sejak Januari hingga pertengahan tahun, dilihat dari jumlah total unduhan app dan total pengguna aktif bulanan berdasarkan hasil riset perusahaan periset pasar aplikasi mobile App Annie. Di Shopee, banyak sekali fitur yang bisa digunakan untuk berjualan online, mulai dari fitur Voucher Toko, Promo Toko, Harga Coret, Paket Diskon, juga ada program-program seperti Gratis Ongkir Xtra, Cashback Xtra, Shopee Mall, kampanye tanggal kembar dan juga kampanye hari-hari besar. Seller mentor Shopee Jonathan Kho mengatakan bahwa perusahaannya memiliki keunggulan untuk digunakan merchant UMKM. Keunggulan yang dimaksud adalah keberadaan

fitur dan program yang cocok bagi pebisnis pemula.

Marketplace Shopee tercatat telah melayani hingga 244,8 juta pesanan pada 2017 dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebanyak 604,5 juta pesanan. Berdasarkan data di atas sebanyak 206,9 juta pesanan dihasilkan pada tahun 2018, sedangkan pada tahun 2017 sebanyak 98,3 juta pesanan. Jumlah pembeli yang aktif di shopee tercatat sebanyak 49,9 juta orang di sepanjang tahun 2018, sedangkan dari tahun 2017 sebesar 21,7 juta pembeli aktif, sehingga penjual yang aktif mengalami peningkatan. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dunia bisnis, pelaku UMKM di desa Bawu sudah menyadari bahwa pada era saat ini konsumen lebih suka berbelanja secara online, hal tersebut dikarenakan kecenderungan para konsumen untuk mengikuti perkembangan zaman. Pelaku UMKM di desa Bawu harus menyiapkan segala strategi untuk menghadapi perkembangan saat ini, salah satu usaha yang perlu dilakukan adalah dengan menawarkan produk menggunakan e-commerce. Setiap

pelaku UMKM di desa Bawu saat ini harus mengikuti perkembangan teknologi agar produk yang mereka tawarkan tidak kalah saing dengan produk luar. Kesiapan pelaku industri kecil dan menengah terutama pengetahuan, keterampilan, dan pemanfaatan teknologi, dalam era digital saat ini sangat dibutuhkan (Widayani, 2020). Oleh karena itu, para pelaku UMKM di desa Bawu harus siap untuk menawarkan produk melalui perkembangan teknologi yang semakin maju.

### **Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- 1.) Bagaimana pengaruh *Marketplace* Shopee sebagai media promosi UMKM di desa Bawu?
- 2.) Apakah penggunaan *Marketplace* Shopee sebagai media promosi sudah maksimal untuk UMKM di desa Bawu?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh marketplace shopee sebagai media promosi
2. Mengetahui apakah penggunaan marketplace shopee sebagai media promosi sudah maksimal

### **Kajian Pustaka**

Pada Penelitian ini terdapat beberapa variabel penelitian, antara lain promosi, e-commerce, dan marketplace shopee. Promosi merupakan sebuah komunikasi yang memberikan penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan para calon konsumen (Buchari, 2006). Promosi merupakan salah satu variabel yang terdapat pada bauran pemasaran yang berfungsi sebagai alat komunikasi perusahaan dengan konsumen, dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen untuk

melakukan pembelian pada produk atau penggunaan jasa (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). E-commerce merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang artinya suatu sistem pemasaran yang memanfaatkan internet dan media elektronik. Ecommerce ini dapat mencakup beberapa kegiatan diantaranya marketing, penjualan, pembelian, distribusi dari sebuah produk yang dilakukan dengan memanfaatkan sistem elektronik seperti Internet atau jaringan komputer yang lain (Rahmati, 2009). Mekanisme teknologi tersebut dapat dioperasikan di mana saja oleh semua negara di dunia karena sudah mempunyai standar yang bersifat universal (Kwahk & Ge, 2012). Ecommerce merupakan bagian dari bisnis elektronik yang memiliki cakupan e-business yang lebih luas, tidak hanya sekedar bidang perniagaan tetapi juga mencakup pengkolaborasian mitra bisnis, pelayanan pada nasabah, lowongan pekerjaan dan lain-lain (Siregar, 2010). E-commerce juga dapat melakukan pertukaran data secara elektronik, transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori dan

sistem pengumpulan data secara otomatis (Sutrisno, 2011). Suatu bentuk dari kemajuan teknologi informasi (TI) yang telah membawa sejumlah perubahan, antara lain interaksi yang menjadi lebih mudah karena tanpa adanya batasan waktu dan tempat, melakukan promosi yang lebih mudah, dapat memperluas pangsa pasar, dan adanya transparansi bisnis dan kemudahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen adalah sistem E-Commerce (Bernadi, 2013). Shopee merupakan salah satu marketplace yang memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan segmen mobile marketplace karena hal ini dapat mempermudah transaksi jual beli. UMKM juga memiliki keunggulan diantaranya: menghasilkan suatu barang atau jasa yang sangat dekat dengan kebutuhan masyarakat. UMKM juga mampu bergerak dan menyerap tenaga kerja meski jumlahnya terbatas. Selain itu, UMKM juga mempunyai fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar (As'ari, 2008).

### **Metode penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Deskriptif Kualitatif yang menghasilkan penelitian berupa kata-kata tertulis dari berbagai sumber. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah pengumpulan data dari responden atau wawancara. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi. Bentuk informasi yang diperoleh dinyatakan dalam tulisan, atau direkam secara audio, visual, atau audio visual.

### **Pembahasan**

Shopee adalah aplikasi yang digunakan oleh UMKM di desa Bawu untuk mempromosikan barang dagangannya. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aplikasi Shopee bagi UMKM di desa Bawu, penelitian ini menggunakan penelitian metode kualitatif yaitu dengan mewawancarai pemilik UMKM di desa Bawu. Wawancara

terjadi pada hari minggu tanggal 2 April 2023 dengan mewawancari 2 pemilik UMKM.

Pemilik UMKM pertama mengatakan bahwa dia menggunakan aplikasi Shopee sebagai media promosinya sejak tahun 2020. Sebelum menggunakan aplikasi shopee, pemilik UMKM juga menggunakan m.arketplace lainnya. Akan tetapi, ia beralih menggunakan aplikasi Shopee sebagai media promosi penjualan karena Shopee merupakan marketplace yang lebih mudah dalam hal operasioanal maupun dalam hal jual beli produk. Hasil dari wawancara ini, dia mengatakan bahwa Shopee memang membantunya sebagai media promosi penjualan, karena orderan pesanannya bertambah semenjak dia menggunakan aplikasi shopee, akan tetapi orderan pesanannya di aplikasi Shopee tidak sebanyak dengan orderan pesanannya di toko Offline karena promosi di aplikasi shopee sendiri belum maksimal. Pemilik UMKM kedua mengatakan bahwa penggunaan shopee sebagai media promosinya masih kurang maksimal, pemilik UMKM ini sendiri sedang mencari admin pengganti untuk

memegang akun shopee nya, karena pemilik UMKM ini selaku pemegang akun serta bagian di produksi dan keuangan, mengakibatkan pemegang akun lambat dalam merespon pelanggan yang akan melakukan transaksi melalui Shopee. Selain itu, dia juga menuturkan bahwa konsumennya lebih sering untuk membeli lewat Offline atau WhatsApp karena bisa melihat barang secara langsung dan tidak dipungut oleh biaya admin dan biaya pengiriman.

Dari hasil wawancara diatas bisa disebutkan kalau:

- 1.) Pengaruh aplikasi Shopee sebagai media promosi UMKM di desa Bawu tidak terlalu besar dikarenakan jumlah pesanan di Offline lebih banyak daripada jumlah pesanan di Marketplace Shopee.
- 2.) Penggunaan Aplikasi Shopee sebagai media promosi UMKM di desa bawu masih kurang maksimal, dikarenakan promosi di aplikasi Shopee sendiri masih kurang dan penjual yang lebih sibuk berjualan lewat Offline

daripada berjualan lewat online.

### Simpulan

Marketplace Shopee yang digunakan oleh UMKM di desa Bawu sebagai media promosi penjualan. Penggunaan marketplace Shopee ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam membeli produk yang dijual di Shopee. Selain itu, konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat produksi. Konsumen hanya perlu melakukan pemesanan produk melalui marketplace Shopee, dan barang yang sudah dipesan akan dikirim sesuai dengan alamat yang sudah diberikan melalui marketplace Shopee. Penggunaan marketplace Shopee sebagai media promosi penjualan oleh UMKM di desa Bawu harus lebih ditingkatkan lagi supaya dapat melayani para konsumen atau pelanggan dengan lebih semaksimal mungkin agar daya beli konsumen dari hari ke hari meningkat.

### Daftar Pustaka

ES Sulistiyawati dan Anna

Widayani. Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar.1, Oktober 2020  
[https://www.researchgate.net/profile/Anna-Widayani2/publication/344768640\\_Marketplace-Shopee-Sebagai-Media-Promosi-Penjualan-Umkm-di-Kota-Blitar/links/5f8e998192851c14bcd55b54/Marketplace-Shopee-SebagaiMediaPromosi-Penjualan-Umkm-diKotaBlitar.pdf?\\_sg%5B0%5D=star\\_ted\\_experiment\\_milestone&origin=journalDetail](https://www.researchgate.net/profile/Anna-Widayani2/publication/344768640_Marketplace-Shopee-Sebagai-Media-Promosi-Penjualan-Umkm-di-Kota-Blitar/links/5f8e998192851c14bcd55b54/Marketplace-Shopee-SebagaiMediaPromosi-Penjualan-Umkm-diKotaBlitar.pdf?_sg%5B0%5D=star_ted_experiment_milestone&origin=journalDetail)

Ginee<sup>1</sup>. Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air  
ginee.com 19 Oktober 2021 (00.00)  
<https://ginee.com/id/insights/sejarahshopee-indonesia/>

Ikhsan<sup>1</sup>. 15 Marketplace Online Terbesar di Indonesia [Update 2022].sasanadigital.com 12 Desember 2022  
<https://sasanadigital.com/pilihmarketplace-atau-toko-onlinesendiri->

pahami-  
duluperbedaannya/#:~:text=Data%20  
Perk  
embangan%20E%2Dcommerce%20a  
tau,usaha%20berada%20di%20Pulau  
%20Jawa

Jakarta ANTARA<sup>1</sup>. Shopee,  
Ecommerce peringkat teratas di  
Indonesia , Diakses jumat, 08  
oktober 2021 (11:31)  
[https://mantaranewscom.cdn.ampproject.org/v/s/m.antara-news.com/amp/berita/2444349/shopee-e-commerce-peringkat-teratasdiindonesia?amp\\_gsa=1&\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp\\_tf=Dari%20%251%2](https://mantaranewscom.cdn.ampproject.org/v/s/m.antara-news.com/amp/berita/2444349/shopee-e-commerce-peringkat-teratasdiindonesia?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%20%251%2)

Muhammad Idris<sup>1</sup>. Apa Itu  
Marketplace dan Bedanya dengan  
Toko Online Maupun E-Commerce?.  
Kompas.com 14 Desember 2022  
[https://ampkompascom.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/money/read/2021/09/29/134757926/apa-itu-marketplacedanbedanya-dengan-tokoonlinepune-commerce?amp\\_gsa=1&\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp\\_tf=Dari%20%251%24s&aoh=16802451694040&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com](https://ampkompascom.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/money/read/2021/09/29/134757926/apa-itu-marketplacedanbedanya-dengan-tokoonlinepune-commerce?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%20%251%24s&aoh=16802451694040&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com)