

## **Pemanfaatan *Marketplace* Shopee dalam Meningkatkan Penjualan Toko Sartika Musik Pekanbaru**

**Elsar Kasih Juliaman Waya<sup>1</sup>, Norra Isnasia Rahayu<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

E-mail: norraisniasarahayu@umri.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *marketplace* Shopee dalam meningkatkan penjualan di Toko Sartika Musik Pekanbaru. Menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *marketplace* belum optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan mengenai fitur-fitur Shopee. Namun, terdapat perbaikan dalam pengelolaan toko yang dapat menjadi peluang peningkatan penjualan. Kajian ini juga membahas implikasi bagi manajemen toko dan strategi yang bisa diterapkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan *marketplace* Shopee di masa mendatang.

**Kata kunci:** *Marketplace*, Shopee, Penjualan, UMKM.

### **PENDAHULUAN**

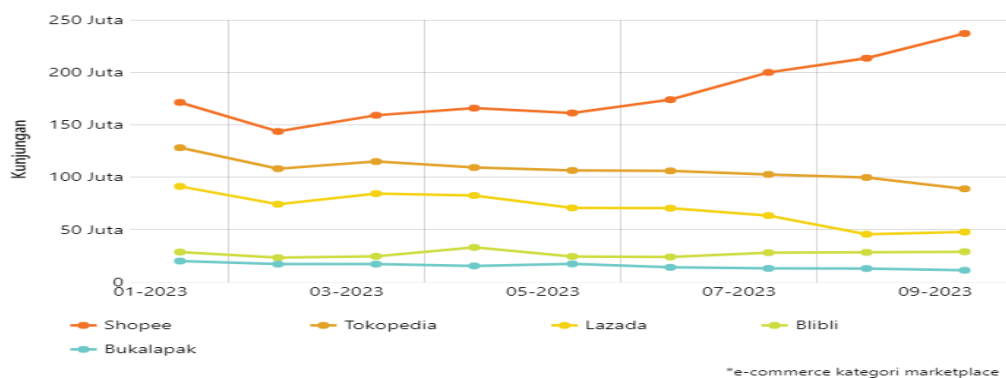
Salah satu perkembangan teknologi yang semakin melonjak pada masa milenial ini adalah internet. Kecanggihan internet yang terus meningkat dan kemudahan akses yang berkembang semakin menarik perhatian masyarakat. Dengan adanya internet dalam kehidupan di tengah-tengah masyarakat memberikan kemudahan dalam mengakses dan mencari informasi yang dibutuhkan konsumen. Teknologi internet di era milenial saat ini tidak hanya digunakan untuk mencari informasi saja, namun juga dapat digunakan untuk melakukan jual beli atau mengakses informasi produk atau jasa yang dibutuhkan. Berdasarkan pernyataan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat. Meski terbilang naik sedikit, penetrasi internet Indonesia sebenarnya selalu konsisten meningkat setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dari hasil survei penetrasi internet Indonesia, terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% pada tahun 2020, 77,01% pada tahun 2022, dan 78,19% pada tahun 2023. Terakhir pada tahun 2024 tingkat pengguna internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Berikut indeks peningkatan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sampai dengan 2024:

Perkembangan internet yang terus meningkat ini menimbulkan pasar *elektronik* yang disebut dengan *marketplace*. Dengan adanya *marketplace* ini mampu mendorong peningkatan penjualan bagi para UMKM karena adanya kemudahan akses dan fitur promosi yang diterapkan. Adanya *marketplace* bagi para pelaku UMKM (usaha mikro kecil, dan menengah) juga dapat digunakan sebagai wadah bagi penjual untuk melakukan aktivitas jual beli berbasis web. Memasarkan produk secara online melalui *website* yang telah dibuat untuk dapat menarik pembeli yang lebih banyak, agar pemasukkan penjualan produknya dapat lebih mengingkat dan

mendapatkan pelanggan luar daerah. Pemanfaatan *marketplace* memiliki peranan yang sangat penting untuk konsumen dalam melakukan kegiatan jual beli secara online.

Salah satu aplikasi *marketplace* yang cukup banyak digemari para pelaku UMKM (penjual) dan para pembeli (konsumen) adalah aplikasi Shopee. Shopee adalah situs web perdagangan *elektronik* 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 sendiri dipimpin oleh Chris Feng, mantan karyawan Rocket Internet yang pernah memimpin Zalora dan Lazada. Shopee merupakan *platform* pasar online yang menyediakan sarana bagi penjual (pemilik usaha) untuk berinteraksi dengan pembeli. Produk Shopee mencakup berbagai kategori, seperti *elektronik*, peralatan dapur, dan *fashion*.

Berdasarkan data Similarweb, saat ini Shopee merupakan situs *E-Commerce* kategori *marketplace* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Pada September 2023 situs Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi pada awal tahun. Pertumbuhan pengunjung Shopee itu jauh melampaui para pesaing utamanya, yaitu Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak.



**Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs *E-Commerce* Terbesar di Indonesia Januari-September 2023 (Sumber : Databooks, 2024)**

Berdasarkan gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa aplikasi *marketplace* shopee masih memimpin sebagai *marketplace* dengan pengunjung situs terbesar pada September 2023, yakni mencapai 237 juta pengunjung, posisi selanjutnya ditempati oleh tokopedia dengan pengunjung sebanyak 88,9 juta pengunjung. Selanjutnya lazada menduduki posisi ketiga dengan pengunjung sebanyak 47,7 juta pengunjung. Posisi keempat ditempati oleh blibli dengan 28,9 juta pengunjung. Dan posisi terakhir di duduki oleh bukalapak, yakni dengan 11,2 juta pengunjung.

Shopee memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan tidak ribet. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali konsumen dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Shopee tidak hanya menyediakan penjual dalam negeri namun ada beberapa penjual yang berasal dari luar negeri namun tetap bisa melakukan transaksi dalam negeri sehingga produk yang dijual sangat bervariasi atau heterogen. Bahkan, untuk

*marketplace* yang masih baru, Shopee sudah mampu berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun.

Toko Sartika Musik Pekanbaru merupakan salah satu pengguna aplikasi *marketplace* shopee dalam menjual produk-produknya. Toko Sartika Musik Pekanbaru adalah salah satu toko alat-alat musik dan *sound* system yang cukup terkenal di kota Pekanbaru. Toko Sartika Musik Pekanbaru menjual segala jenis alat-alat musik dan *sound* system seperti speaker, microphone, amplifier, gitar, drum, dll. Toko Sartika Musik Pekanbaru terletak di Jl. Darma Bakti Gg. Rino No. 01 A, Kelurahan Labuhbaru Barat, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, Riau.

Toko Sartika Musik Pekanbaru mengalami penurunan penjualan dalam dua tahun terakhir ini. Hal ini disebabkan oleh daya saing penjualan melalui online. Sehingga pada tahun 2022 pemilik usaha mencoba berusaha mengikuti kemajuan pasar online, salah satunya dengan cara membuka toko online di aplikasi *marketplace* Shopee. Namun, seiring berjalannya waktu pemilik merasa jika penjualan secara online pun terasa sulit karena harus mengelola akun *marketplace* dan rumit karena harus mengemas pesanan. Selain itu, pendapatan penjualan online juga kurang memuaskan sehingga pemilik tidak lagi mengelola akun *marketplace* dengan baik dan hanya fokus pada penjualan secara langsung di toko.

**Tabel 1.1 Data Pendapatan Penjualan Toko Sartika Musik Pekanbaru pada Aplikasi Shopee Periode Tahun 2022 – 2023**

No	Bulan	Tahun		Persentase
		2022	2023	
1	Januari	Rp. 6,575,000	0	-100%
2	Februari	Rp. 7,235,000	Rp. 5,550,000	-37%
3	Maret	Rp. 5,850,000	0	-100%
4	April	0	Rp. 3,300,000	100%
5	Mei	0	Rp. 1,729,000	100%
6	Juni	Rp. 5,600,000	0	-100%
7	Juli	Rp. 3,500,000	0	-100%
8	Agustus	0	0	0
9	September	Rp. 4,800,000	Rp. 4,250,000	-12%
10	Oktober	Rp. 6,500,000	0	-100%
11	November	Rp. 2,225,500	Rp. 1,850,000	-19%
12	Desember	0	0	0
<b>Total</b>		<b>Rp. 42,315,000</b>	<b>Rp. 16,679,000</b>	<b>-86%</b>

**Sumber : Data Owner Toko Sartika Musik Pekanbaru**

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, membuktikan bahwa Toko Sartika Musik Pekanbaru dari tahun 2022 hingga 2023 mengalami penurunan penjualan sebesar 86% dan penjualannya yang tidak stabil. Permasalahan ini terjadi karena pemilik dan karyawan Toko Sartika Musik Pekanbaru yang masih kurang paham dengan penggunaan aplikasi *marketplace* shopee, faktor lainnya adalah pemilik masih berpikir jika menggunakan transaksi jual beli online masih sulit untuk dimengerti dan kurangnya promosi penjualan yang dilakukan oleh pemilik dan karyawan Toko Sartika Musik Pekanbaru.

Dengan penjelasan latar belakang diatas, penulis akan memberikan gambaran singkat mengenai pemanfaatan *marketplace* shopee dalam meningkatkan penjualan. Oleh karena itu,

akan dilakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan *Marketplace* Shopee dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Sartika Musik Pekanbaru”.

### **TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

*Marketplace* adalah platform digital yang memungkinkan transaksi jual beli secara online, dan telah menjadi bagian integral dalam ekonomi digital saat ini. Shopee, sebagai salah satu marketplace terbesar di Asia Tenggara, menyediakan berbagai fitur seperti promosi, flash sale, dan voucher yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan. Menurut Sulistiyawati (2020), penggunaan *marketplace* dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan mengoptimalkan penjualan. Penelitian sebelumnya oleh Amelia dan Sudrartono (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan strategi pemasaran yang tepat di Shopee dapat meningkatkan volume penjualan. Namun, penelitian oleh Rahmah (2022) juga mengungkapkan bahwa kurangnya pengetahuan tentang fitur-fitur Shopee menjadi kendala utama bagi banyak UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penggunaan Shopee oleh UMKM.

#### **Hipotesis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018:63), menyatakan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan pada studi literatur terdahulu dan kerangka berpikir, maka di rumuskan hipotesis penelitian ini bagaimana pemanfaatan *marketplace* shopee dalam meningkatkan penjualan toko sartika musik pekanbaru.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada Toko Sartika Musik Pekanbaru. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan beberapa konsumen toko, sementara data sekunder diperoleh dari literatur dan laporan yang relevan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data wawancara. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi studi pustaka, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Penelitian ini juga memanfaatkan triangulasi data untuk meningkatkan validitas temuan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Lokasi penelitian merupakan tempat wilayah atau wilayah dimana penelitian akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Toko Sartika Musik Pekanbaru, yang beralamat di Jl. Darma Bakti Gg. Rino No. 01 A, Kecamatan Payung Sekaki, Kelurahan Labuhbaru Barat, Kota Pekanbaru, Riau. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Toko Sartika Musik Pekanbaru masih menghadapi beberapa kendala dalam memanfaatkan Shopee secara optimal. Salah satu faktor penghambat utama adalah kurangnya pemahaman mengenai fitur-fitur yang ada seperti promosi toko, gratis ongkir, dan fitur chat yang cepat tanggap. Pemilik toko menyatakan bahwa mereka kurang memahami cara menggunakan fitur-fitur tersebut secara efektif untuk menarik lebih banyak pembeli. Karyawan yang menangani Shopee juga masih belajar mengoptimalkan fitur-fitur ini. Di sisi lain, ada peluang yang bisa dimanfaatkan seperti mengikuti tren penjualan,

menggunakan analitik penjualan yang disediakan oleh Shopee, serta mengikuti program-program promosi yang diselenggarakan oleh Shopee. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pelatihan berkelanjutan dan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital bagi pemilik dan karyawan toko.

### KESIMPULAN

Pemanfaatan *marketplace* Shopee di Toko Sartika Musik Pekanbaru belum maksimal, terutama karena kurangnya pengetahuan tentang fitur-fiturnya. Namun, ada potensi besar yang bisa digali jika toko dapat lebih memahami dan mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur yang ada. Pelatihan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan platform ini, serta strategi pemasaran digital yang tepat, dapat membantu meningkatkan penjualan di masa mendatang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai dampak penggunaan berbagai strategi digital marketing lainnya yang belum dijelajahi di penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., & Sudrartono, T. (2023). Pemanfaatan *Marketplace* Shopee dalam Peningkatan Volume Penjualan Jaket Hoodie Toko Mikayla Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 118–124.
- Asyikin, Z. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Industri Kerajinan Griya Batik Tulis Wates Bakaran Juwana Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2).
- Fitria, L., & Nawawi, Z. M. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Shopee dalam Meningkatkan Penjualan Hyunbina Collection. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3 (1).
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT.Gramedia: Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P. 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, jilid 2*, Mitra Wacana Media. Bogor
- Priansa, Donni Junni. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta
- Rahmah, Dewi Nur. 2022. *Pemanfaatan Marketplace Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Buku Fiqzi Media*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sulistiyawati, Eka Septiana. 2020. *Marketplace* Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. Blitar: Akademi Komunitas Komunikasi Negeri Putra Sang Fajar. Diakses dari DOI:10.32493/jpkpk.v4i1.7087.
- Sutopo, J., Kusumaningsih, S & Nurlaeli, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace* CV. GlobalaksaraPres.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Vahlia, Ira., & Lelawati, Nina,. 2020. Pemanfaatan *E-Commerce* Shopee Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mitra Keripik Pisang Arjuna Di Yosodadi Metro Timur. Jurnal PATRIA. Vol. 2 No. 2.