



Transformasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Shopee

Rezki Abdillah

Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Asahan, Kisaran, Indonesia

Korespondensi penulis: riskiabdillah808@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to determine whether digital marketing media can influence consumer interaction with the Shopee marketplace. Online communication and sales are new things in the realm of marketing thanks to the rapid development of technology that allows individuals to make transactions through digital platforms. Currently, buying and selling transactions in the marketplace are in great demand and are popular with the public. One of the applications most often used by the public is Shopee. By using a digital marketing strategy in the Shopee marketplace, selling products without having to meet face to face with consumers becomes very easy. Business actors also try to apply efficient tactics to influence the level of consumer buying interest. In this study, the researcher applied a qualitative method that was explained descriptively by utilizing books, websites, and related journals. The quality and unique characteristics of the products being promoted*

Keywords: *Digital marketing, Market, Shoope.*

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah media pemasaran digital dapat mempengaruhi interaksi konsumen dengan marketplace Shopee. Komunikasi dan penjualan online merupakan hal baru dalam ranah pemasaran berkat pesatnya perkembangan teknologi yang memungkinkan individu melakukan transaksi melalui platform digital. Saat ini transaksi jual beli di marketplace sangat diminati dan digemari oleh masyarakat. Salah satu aplikasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat adalah Shopee. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital di marketplace Shopee, penjualan produk tanpa harus bertatap muka dengan konsumen menjadi sangat mudah. Pelaku usaha pun berusaha menerapkan taktik yang efisien untuk mempengaruhi tingkat minat beli konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif dengan memanfaatkan buku, situs web, dan jurnal terkait. Kualitas dan karakteristik unik produk yang dipromosikan

Kata Kunci: Pemasaran digital, Pasar, Shoope.

1. LATAR BELAKANG

Dengan adanya internet di setiap rumah, konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Di era modern, kemajuan teknologi yang sangat pesat telah membuat masyarakat semakin mudah menggunakan media digital. Saat ini, teknologi tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, tetapi juga dapat digunakan untuk melakukan jual beli, atau mendapatkan informasi tentang barang atau jasa yang Anda butuhkan. Saat ini, masyarakat sehari-hari memanfaatkan media digital untuk melakukan transaksi jual beli. Pemasaran digital adalah strategi promosi yang memanfaatkan media secara online untuk mencapai efisiensi klien dengan bantuan platform digital.

Digital marketing saat ini didefinisikan sebagai strategi atau inovasi baru untuk memasarkan barang dan jasa produsen dengan peluang penjualan yang sangat efektif.¹ Media

¹ Dianur Permatasari et al., "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar," *Journal Pengabdian Masyarakat 2* (2022): 60–72.

digital tidak hanya dapat digunakan untuk mempromosikan produk dengan kuat, tetapi juga dapat melakukan pembayaran, menjual produk, dan mengirimkannya. Dengan berkembangnya teknologi internet saat ini, pemasaran juga menggunakan media digital untuk

proses jual beli, seperti marketplace digital seperti Shoope. Shopee adalah platform yang memungkinkan transaksi jual beli melalui media online yang terpercaya. Shopee pertama kali tersedia di Indonesia pada akhir bulan mei 2015, dan mulai beroperasi pada bulan juni 2015.

Dalam hal ini, Shopee membantu penjual mempromosikan barang mereka dengan mudah dan memberikan layanan yang baik dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistic yang terintegrasi dengan baik. Karena kalangan muda lebih banyak menggunakan media internet, terutama untuk mencari produk yang diinginkan, target pasar atau pengguna shoope saat ini yang paling utama adalah kalangan muda. Shopee lebih fokus pada fashion dan perlengkapan rumah tangga, dengan berbagai kategori produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pelanggan.

Seiring dengan meningkatnya jumlah jual beli yang dilakukan melalui platform e-commerce Shoope, penjual dipaksa untuk mengembangkan berbagai metode penjualan dengan menawarkan promosi yang menarik untuk menarik pelanggan. Penjual juga lebih mudah melakukan transaksi jual beli dengan media marketplace Shopee karena mereka tidak perlu mengeluarkan modal untuk menyimpan stok produk yang akan dijual. Oleh karena itu, ide penjualan dengan metode dropship muncul. Dalam metode ini, penjual hanya mempromosikan barang yang dijual tanpa menyimpan stok barang yang akan dijual. Media marketplace Shoope menghubungkan pembeli dengan berbagai penjual melalui satu aplikasi, yang membuat proses penjualan lebih mudah. Dengan ide ini, pelanggan dapat lebih mudah mengakses dan membeli barang dari berbagai toko dengan kualitas terbaik.

Aplikasi Shopee memanfaatkan situs web seperti platform perdagangan yang dapat diakses oleh semua pengguna. Melalui situs web ini, konsumen dapat memasarkan produk atau membeli barang sesuai kebutuhan mereka. Di samping itu, konsumen dapat dengan praktis dan segera membandingkan harga serta mendapatkan produk serupa di berbagai gerai online di Shopee. Ini memfasilitasi mereka dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan. Penjual bertemu dengan strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat konsumen, mempromosikan produk dengan cara yang menarik, dan menawarkan layanan berkualitas tinggi untuk mencapai tujuan toko Shopee.

Kecenderungan konsumen untuk membeli produk yang mereka inginkan, dengan mempertimbangkan sejumlah faktor dan kriteria yang sesuai dengan keperluan mereka.

Elemen-elemen ini meliputi barang-barang yang diperlukan konsumen dalam jangka waktu tertentu.

Untuk mengambil keputusan berbelanja di marketplace Shopee, Anda akan mulai menelusuri informasi produk dari satu penjual ke penjual lainnya, memilih harga yang sesuai dengan anggaran Anda, dan mencari tahu lebih lanjut tentang produk yang memenuhi kebutuhan Anda. Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap keputusan penjual dalam membeli produk yang dijual, karena hal tersebut dapat berdampak pada kepercayaan pelanggan serta ulasan yang mereka tulis mengenai produk di toko online yang dimiliki. Akibatnya, konsumen akan melakukan pembelian selanjutnya karena produk dan kualitas yang mereka inginkan sesuai. Ketika konsumen merasakan bahwa harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi selama proses pembelian barang atau jasa, mereka akan merasa puas. Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang timbul dari proses pembelian. Saat memasarkan produk atau layanan di platform shoope, penjual perlu memperhatikan berbagai aspek. Anda akan terbentuk pada bulan Oktober 2023.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti merek yang lebih terkenal atau produk berkualitas tinggi, akan berperan signifikan dalam proses pengambilan keputusan oleh konsumen. Ketika suatu merek atau merek dikenal oleh konsumen, mereka akan melakukan penilaian untuk membeli. Tentunya, merek yang memiliki reputasi baik dan ulasan positif akan mendukung penjual dalam meningkatkan minat pembeli. Penelitian ini bertujuan menemukan metode baru untuk menganalisis dampak pemasaran digital yang meningkatkan minat pelanggan berbelanja di platform online Shopee.

2. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Para peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif—analisis data deskriptif kualitatif—yang mengandalkan data kualitatif yang telah dijelaskan. Penelitian ini umumnya diterapkan untuk menganalisis peristiwa dan situasi sosial. Para peneliti membutuhkan naluri yang tajam, sehingga umumnya mereka menggunakan statistika deskriptif untuk menganalisis atau memahami kejadian dalam studi kasus berdasarkan teori tertentu dan menerapkan metode ilmiah.

Biasanya, penelitian deskriptif kualitatif memanfaatkan studi literatur atau pustaka yang meliputi buku, situs web, dan jurnal. Data kualitatif bisa diperoleh atau disajikan dalam bentuk verbal melalui beragam metode pengumpulan data, termasuk wawancara. Pengamatan langsung terhadap objek penelitian juga termasuk dalam metode pengumpulan data observasi.

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami fenomena dengan lebih mendalam. yang dialami subjek penelitian, serta untuk menganalisisnya dalam konteks alami.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang relevan digunakan; metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3. Studi literatur

Metode studi literatur meliputi proses pengumpulan, pencatatan, dan pembacaan data pustaka guna menyusun hasil penelitian. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis berbagai teori serta kerangka pemikiran yang berhubungan dengan topik penelitian. Saat membahas hasil penelitian, teori-teori ini dijadikan referensi. Studi literatur dapat dilakukan tanpa perlu pergi ke lapangan dan bertemu dengan responden..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemasaran digital di pasar shopee berkontribusi pada peningkatan daya minat beli konsumen. Penelitian menemukan bahwa analisis penentuan strategi digital marketing yang efektif di pasar shopee memainkan peran penting dalam keberhasilan dan peningkatan produk atau jasa yang dipasarkan. Berikut ini adalah beberapa faktor yang memengaruhi peningkatan penjualan:

A. Strategi yang diterapkan di marketplace Shopee untuk menarik perhatian pembeli mencakup penyediaan informasi produk yang mendetail dan tepat, sehingga mengurangi pertanyaan dari pelanggan dan membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan; penerapan teknik penjualan yang inovatif; promosi produk dengan potongan harga; pemanfaatan strategi pemasaran sesuai tren terkini; penetapan target pasar yang jelas; serta pengimplementasian beragam taktik pemasaran.

B. Jaminan harga terendah: Harga merupakan unsur penting yang mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli suatu produk, sehingga strategi ini memungkinkan bisnis untuk menetapkan harga terendah demi bersaing dengan pasar lainnya. Melalui strategi ini, perusahaan dapat melakukan riset secara intensif untuk menemukan pemasok dengan harga terendah dan kemudian menawarkan produk mereka dengan harga paling murah.

C. Memperbaiki layanan. Salah satu elemen penting yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah laju pelayanan. Pengusaha mungkin bosan dengan fungsionalitas yang diusulkan oleh aplikasi Shopee, yang memberitahukan bahwa respons otomatis untuk merespons dengan cepat pesan tambahan dari klien dan menggunakan bahasa yang dapat

dipahami untuk memfasilitasi obrolan klien. Ini memungkinkan Anda untuk meningkatkan akses internet dan mengurangi kemungkinan Anda mengunjungi butik lain.

D. Peningkatan Kualitas Produk : Pengusaha dapat beragam

Keuntungan utama teknologi digital adalah memberikan efisiensi waktu kepada pelanggan untuk menemukan secara cepat dan relevan serta memperoleh produk atau layanan yang mereka inginkan. Resor ini juga memiliki strategi pemasaran nomor yang sama dengan para pedagang di platform Shopee yang menarik, ditambah minat para konsumen untuk produk yang diusulkan lebih banyak. Ada sejumlah indikator pemasaran digital yang berdampak pada minat beli konsumen, salah satunya adalah website yang menjadi indikator penting bagi kesuksesan penjualan. Hal ini disebabkan konsumen memanfaatkan situs web untuk mengakses dan mendapatkan informasi tentang produk yang dipromosikan di pasar shopee melalui situs resmi aplikasi shopee serta pemasaran mesin pencari juga berpartisipasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital yang sesuai di pasar Shopee akan meningkatkan minat beli konsumen dan nantinya berpotensi meningkatkan penjualan. Beberapa indikator pemasaran digital yang berdampak pada minat konsumen untuk membeli produk termasuk mengunjungi situs resmi Shopee guna mendapatkan informasi lebih mendalam tentang produk yang dijual di sana, serta mengakses beberapa situs web lainnya.

Melalui penelitian ini, diharapkan para pelaku bisnis dapat memanfaatkan berbagai fitur yang ada di Shopee, seperti fitur balasan cepat, fitur asisten FAQ, promosi atau diskon, peningkatan mutu produk, serta memberikan pelayanan yang baik dan sigap. Dengan menerapkan strategi ini dengan tepat dan optimal, pelaku usaha dapat memenuhi target penjualan mereka serta meningkatkan minat konsumen.

5. DAFTAR REFERENSI

- Ilmiyah, Khafidatul, and Indra Krishernawan. "Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto." *Maker: Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2020): 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>.
- Permatasari, Dianur, Febrialdy Yogapratama, Isabella Intan Kurniafitra, and Wulansari Islamiah. "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar." *Journal Pengabdian Masyarakat 2* (2022): 60–72.

- Ramadhani, AS, HDM Dewi, RA Qawiyyu, A Chusen, and L Diana. “Pendampingan Sertifikasi Halal Dan NIB Bagi UMKM Di Kelurahan Tanjungsari, Sukorejo, Kota Blitar.” *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 3 (2022): 30–35. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/download/159/136.
- Rizky, Robby, Zaenal Hakim, Ayu Mira Yunita, and Neli Nailul Wardah. “Implementasi Teknologi IoT (Internet of Think) Pada Rumah Pintar Berbasis Mikrokontroler ESP 8266.” *Jurnal Teknologi Informasi* 4, no. 2 (2020): 278–81. <https://doi.org/10.36294/jurti.v4i2.1452>.
- Romli, Mochamad Edwar. “Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta.” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 16, no. 4 (2020): 296. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v16i4.3726>.