

**PERAN PENGGUNAAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP
PENJUALAN PADA BISNIS FASHION**

**E-BISNIS KELAS R
SUPANGAT, M.Kom., ITIL., COBIT.**



OLEH :

DINA FRENTI OKVIRA HUTABARAT

NBI : 1211900020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

PERAN PENGGUNAAN *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP PENJUALAN PADA BISNIS *FASHION*

Dina Frenti Okvira Hutabarat

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : dinafrenty17@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat kompleks dan memberi banyak dampak bagi kehidupan manusia termasuk bisnis dengan menggunakan *internet*. Hal ini menjadi peluang bagi sebagian besar perusahaan, khususnya *e-Commerce* untuk menyajikan pasar dalam bentuk jual beli produk secara *online*. *E-Commerce* mencakup segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas. Salah satunya adalah *website e-Commerce* Shopee yang melayani penjualan barang dan jasa secara *online*, sehingga siapa saja dapat berbisnis dan bersaing dengan biaya rendah. Shopee menyediakan peluang bisnis dalam menjual berbagai macam produk dengan harga lebih terjangkau dibanding toko pada umumnya. Adapun menurut hasil riset MarkPlus mengenai *e-Commerce* yang ada di Indonesia dapat disimpulkan bahwa produk yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah produk pakaian atau *fashion*, sehingga mampu menjadi produk unggulan di Shopee dengan penjualan tertinggi.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Penjualan, Produk Fashion, Shopee.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini Teknologi Informasi (TI) menjadi suatu bagian yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga-lembaga yang berskala enterprise. Perusahaan atau lembaga menempatkan teknologi sebagai suatu hal yang dapat mendukung pada suatu pencapaian rencana strategis perusahaan untuk mencapai sasaran tujuan, visi dan misi perusahaan atau lembaga tersebut. Perusahaan atau lembaga tersebut menerapkan suatu sistem informasi yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dalam mencapai kebutuhan perusahaan dalam mencapai tujuannya, misalnya untuk meningkatkan kegiatan operasional kerja. Manfaat teknologi informasi tidak hanya untuk meningkatkan kegiatan operasional kerja saja, tetapi juga memberikan keuntungan dan nilai tambah bagi perusahaan atau lembaga tersebut (Septiadi et al., 2019).

Teknologi Informasi (TI) banyak diaplikasikan sebagai *website* untuk penjualan produk secara *online*, dimana sistem penjualan berevolusi dari konvensional menjadi digital, hal ini memberikan banyak keuntungan bagi produsen maupun konsumen yang bergelut dibidang penjualan secara elektronik atau *e-Commerce*.

Oleh karena itu, banyak jasa yang menawarkan aplikasi *e-Commerce* bagi penjualan produk secara *online* melalui fitur-fitur yang telah disesuaikan dengan kebutuhan toko *online* itu sendiri. *E-Commerce* memfokuskan pada aktivitas atau mekanisme transaksi secara elektronik (Supangat, 2020). Sehingga dapat meningkatkan penjualan secara otomatis, dan konsumen dapat dengan mudah mengakses setiap produk yang dibutuhkan secara cepat dan aman tanpa terkendala batasan geografis.

Saat ini telah banyak *e-Commerce* yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Shopee. Shopee merupakan salah satu situs belanja online yang hadir di Indonesia mulai bulan Desember tahun 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Prestasi Shopee dapat dilihat melalui promosi yang dalam waktu singkat dapat menarik pengguna dalam jumlah banyak, bahkan tidak kalah banyak dari para pesaing *e-Commerce* lainnya. Shopee cukup gencar dalam mempromosikan layanannya di Indonesia, khususnya adalah layanan bebas ongkos kirim (*free ongkir*), sehingga banyak menarik minat pelanggan.

Adapun hasil riset MarkPlus mengenai *e-Commerce* yang ada di Indonesia dapat disimpulkan bahwa produk yang paling banyak diminati oleh konsumen selama kuartal

III 2020 adalah produk pakaian atau *fashion*. *Fashion* menjadi satu hal yang tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat. Perkembangan bisnis di bidang ini juga terbilang sangat pesat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka penulis akan membuat sebuah artikel yang berjudul “Peran Penggunaan *E-Commerce* Shopee terhadap Penjualan pada Bisnis *Fashion*” dengan tujuan untuk memberi gambaran cara meningkatkan efektifitas dan efisiensi penjualan produk melalui *e-Commerce*, sehingga dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia usaha terkait cara meningkatkan penjualan pada bisnis *online*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Electronic Commerce (E-Commerce)*

E-Commerce adalah suatu proses menjual atau membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan lain dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Pendapat lain menyatakan bahwa *e-Commerce* atau yang biasa disebut dengan istilah *Ecom* atau *Emmerce* (EC) merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi *Electronic Data Interchange* (EDI), *email*, *electronic bulletin board*, *mesin faximile*, dan *electronic found transfer* yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di *internet shopping* (Permana et al., 2021).

E-Commerce mengacu pada internet untuk melakukan proses jual beli secara *online* dan dengan jangkauan yang lebih sempit. Dimana *e-Commerce* merupakan sub perangkat dari *e-Business*. *E-Commerce* memfokuskan pada aktivitas atau mekanisme transaksi secara elektronik (Supangat, 2020). Dimana transaksi dalam *e-Commerce* saat ini telah dilengkapi dengan *bearing risk* yang mampu memberikan jaminan keamanan bagi penggunaannya.

Jadi, secara sederhana *e-Commerce* merupakan aktivitas perdagangan yang dilakukan secara elektronik dengan mekanisme transaksi jual beli secara *online* yang memanfaatkan fasilitas *internet* yang menyediakan layanan “*get and deliver*”. *E-Commerce* dapat mengubah kegiatan marketing bertransformasi dari transaksi konvensional menjadi digital, yang mana kegiatan tersebut dapat memangkas biaya operasional perusahaan.

2.2 *Penjualan*

Penjualan (*sales*) merupakan aktivitas atau bisnis dalam menjual produk atau jasa. Pengertian penjualan secara umum adalah kegiatan jual beli yang dijalankan oleh dua belah pihak atau lebih dengan alat pembayaran yang sah (Rahma Syabania, 2021).

2.3 *Produk Fashion*

Pengertian *fashion* dapat didefinisikan sebagai gaya yang dapat diterima dan digunakan oleh anggota atau kelompok dengan waktu tertentu. *Fashion* di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir mengingat arus

modernisasi yang terus berjalan. Perkembangan ini menjadikan masyarakat lebih selektif dalam hal berpenampilan. *Fashion* sendiri identik dengan gaya hidup seseorang, karena *fashion* dapat berfungsi sebagai refleksi status sosial dan ekonomi, selain itu *fashion* merupakan salah satu bagian penting dalam menunjang penampilan seseorang agar lebih baik dan menarik.

Berbicara tentang *trend fashion* di Indonesia awal perkembangannya sangatlah dipengaruhi oleh budaya Barat, namun seiring waktu berjalan sejarah *trend fashion* di Indonesia sendiripun memiliki banyak perubahan dalam perkembangannya. Awalnya Indonesia cenderung meniru gaya Barat dari segi bahan yang digunakan maupun desain yang dirancang, untuk saat ini Indonesia mulai perlahan-lahan memperlihatkan eksistensinya di dunia *fashion*, dengan mengadaptasi keragaman budaya yang dimiliki Indonesia sebagai trend fashion (Studi et al., 2021).

2.4 Shopee

Shopee merupakan *e-Commerce* international yang pertama kali muncul pada awal tahun 2015 di Singapura sebagai *mobile marketplace* pertama di Asia Tenggara. Dengan kemajuan zaman yang begitu cepat, Shopee membuka *store* di Thailand, Vietnam dan Malaysia untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup pria dan wanita Asia Tenggara. Setelah itu, pada Desember 2015 Shopee memasuki wilayah Indonesia dengan membuka *store* di Indonesia untuk memenuhi gaya hidup pria dan wanita di Indonesia yang beraneka ragam.

E-Commerce Shopee menyediakan beberapa fitur yang membuat orang tertarik untuk belanja melalui Shopee, misalnya saja diskon untuk beberapa barang, gratis ongkir, dan beberapa promo lainnya. Selain itu Shopee juga menawarkan fitur toko *online* bagi yang ingin membuka toko di Shopee dan memasarkan produk atau jasa di Shopee, untuk membuka toko di Shopee bisa dilakukan melalui aplikasi pada Handphone atau *website e-Commerce* pada computer (Wijayanti et al., 2021).

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Penerapan Strategi Promosi pada Perusahaan Shopee

Strategi yang diterapkan pada Shopee menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan. Adapun bauran promosi yang diterapkan oleh Shopee adalah sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan memiliki peranan yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan dari barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan iklan yang dilakukan oleh Shopee memiliki dampak yang signifikan. Dengan adanya iklan, masyarakat diberbagai kalangan akan lebih mengetahui tentang aplikasi Shopee.

Contoh periklanan yang dilakukan oleh Shopee :

a. Pemasangan iklan melalui Instagram Official seperti menginfokan acara yang akan dilakukan oleh Shopee dan promo-promo yang sedang berlaku pada aplikasi Shopee, seperti Shopee 11.11 Big Sale, Shopee 12.12 Birthday Sale dan masih banyak lainnya.

b. Brand Ambassador

Brand ambassador adalah ikon budaya atau identitas di mana mereka bertindak sebagai alat pemasaran yang mewakili pencapaian individualisme, ketenaran manusia, dan pemasaran suatu produk. Artis papan yang sedang hits dapat menjadi salah satu sarana promosi bagi suatu perusahaan, itulah yang digunakan oleh Shopee dengan menjadikan grup band BLACKPINK sebagai brand ambassador mereka supaya Shopee dapat dikenal lebih luas oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain BLACKPINK, bahkan Cristiano Ronaldo, Alm. Didi Kempot, Tukul Arwana juga pernah menjadi brand ambassador dari Shopee.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

a. Kupon Gratis Ongkir

Pada promosi penjualan, perusahaan Shopee menggunakan alat promosi seperti kupon, diskon, dan pertandingan agar cepat untuk menarik minat masyarakat untuk

menggunakan aplikasi Shopee sebagai alat belanja online. Berikut adalah promosi penjualan yang dilakukan Shopee :

Dengan memberikan berbagai voucher seperti gratis ongkir terhadap pembelian produk di shopee tentu akan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan platform shopee sebagai aplikasi belanja yang lebih hemat biaya

b. Kupon Potongan Harga dan Cash Back

Dengan memberikan banyak voucher menarik selain gratis ongkir, shopee juga memberikan voucher potongan harga serta cash back yang menarik untuk para pembelinya.

c. Mengadakan Giveaway

Pengadaan *giveaway* memang sedang gencar dilakukan oleh berbagai kalangan, sama halnya dengan Shopee, dengan mengadakan acara *giveaway* ini Shopee akan dilihat oleh lebih banyak orang dan mengundang minat untuk mengikuti *giveaway* ini dengan demikian, shopee dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.

3. Hubungan dengan Masyarakat (*Public Relation*)

Kegiatan publikasi Shopee yaitu dengan membuat website perusahaan yang beralamatkan <https://careers.shopee.co.id/>. *Website* tersebut memberikan informasi mengenai Shopee Indonesia mulai dari profil singkat perusahaan, lowongan pekerjaan, lokasi kantor hingga kontak perusahaan. Shopee Indonesia juga sering mengadakan promo menyesuaikan dengan tanggal dan bulan yang sama. Dalam berhubungan dengan masyarakat, perusahaan Shopee bekerja sama dengan para influencer atau youtuber sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan masyarakat guna membangun citra positif perusahaan.

3.2 Langkah-langkah Berjualan Produk *Fashion* di Shopee Agar Menarik Minat Konsumen

1. Riset Market Sebelum Menjual Produk

Untuk mengurangi jumlah produk yang tidak laku, ada baiknya sebelum mengunggah foto produk, lakukan riset sederhana terlebih dahulu. Cari tahu terlebih dahulu bagaimana pandangan pasar mengenai produk yang akan dijual. Cara paling mudah untuk melakukan riset market adalah melihat apakah ada banyak penjual yang menjual produk seperti yang akan kita jual.

Jika banyak yang menjualnya, perlu diperhatikan apakah produk tersebut laku keras di Shopee. Kita bisa melihat berapa banyak jumlah produk yang terjual dari penjual-penjual lain di Shopee. Hal ini juga berlaku untuk masalah harga. Kita juga perlu melihat apakah harga jual produk kita termasuk harga yang murah atau justru mahal di Shopee. Jika sudah banyak penjual yang menjual produk sejenis dengan harga yang lebih murah dari harga kita, berarti kemungkinan besar cukup sulit untuk menjual produk tersebut di Shopee.

2. Mengurangi Keuntungan untuk Mendapatkan Rating Penjualan

Salah satu faktor terpenting dalam berjualan *online* adalah *rating*. Bagi kita yang ingin mengetahui bagaimana cara berjualan produk *fashion* agar cepat laku, maka wajib meningkatkan *rating* penjualan terlebih dahulu. Yaitu dengan cara menurunkan keuntungan yang anda dapatkan dari produk yang anda jual.

Dengan menurunkan keuntungan, secara otomatis harga jual produk kita akan semakin murah. Produk yang dijual dengan harga murah kemungkinan besar lebih cepat laku. Jika sudah cukup banyak mengumpulkan *rating* penjualan, maka bisa sedikit demi sedikit meningkatkan keuntungan terutama pada produk-produk baru yang kita jual di Shopee.

3. Ikuti Fitur Gratis Ongkir dari Shopee

Shopee membuat satu fitur menarik bagi pembeli yaitu fitur gratis ongkir. Bagi penjual, fitur ini adalah fitur yang wajib diaktifkan. Jika kita mengaktifkan fitur gratis ongkir ini, calon pembeli memang jauh lebih tertarik untuk membeli produk yang anda jual. Karena mereka tidak perlu membayar ongkos kirim dari produk yang mereka beli.

Namun yang membayar ongkos kirim juga bukan penjual. Akan tetapi membayar ongkos kirim adalah dari pihak Shopee. Jadi mengaktifkan fitur gratis ongkir juga termasuk sebagai faktor penting dalam berjualan produk *fashion* di Shopee agar menarik minat konsumen.

4. Perbanyak Follower Akun Shopee

Shopee juga menggunakan sistem follower seperti halnya Instagram. Oleh sebab itu, jangan sampai tidak memaksimalkan hal ini. Memperbanyak follower akun Shopee sedikit banyak dapat membantu meningkatkan jumlah penjualan produk anda. Adapun caranya sangat mudah yaitu dengan follow sebanyak-banyaknya akun Shopee penjual

lain. Dengan kita follow akun Shopee lain, secara otomatis mereka yang memiliki akun Shopee kemungkinan besar akan follow balik akun Shopee kita.

3.3 Kelebihan dan Kekurangan Berjualan Produk Fashion melalui *E-Commerce* Shopee

Dalam berjualan produk *fashion* baik melalui penjualan secara konvensional maupun *online* tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Adapun kelebihan dan kekurangan berjualan produk *fashion* melalui *e-Commerce* Shopee adalah sebagai berikut:

3.3.1 Kelebihan Berjualana Produk *Fashion* melalui *E-Commerce* Shopee

1. Mempromosikan Produk

Kelebihan pertama yang bisa dirasakan ketika berjualan online di aplikasi Shopee adalah tersedianya fitur untuk Up atau bahasa lainnya “menaikkan produk” pada posisi paling atas, tujuan dari fitur ini adalah memprioritaskan produk anda dari *marketplace* lain sehingga mudah dijangkau calon pembeli atau konsumen. Sistem seperti ini tentu akan sangat menguntungkan, disini lain produk akan cepat laris dan nama *marketplace* kita juga mudah di ingkat. Namun fitur ini tidak bisa didapatkan secara gratis, butuh modal juga untuk meng-Up suatu produk ke paling atas, kembali lagi dikarenakan kompetitornya yang begitu ketat.

2. Fitur Chat Langsung

Kelebihan lainnya yang wajib untuk diketahui para seller atau calon penjual di aplikasi Shopee adalah mengenai fitur chat langsung. Fitur ini sangat bermanfaat sekali bagi banyak penjual karena bisa langsung berinteraksi atau berkomunikasi dengan calon pembeli ketika mereka ingin menanyakan stock produk, alamat pengiriman dan lain sebagainya. Pastinya fitur live chat akan berguna untuk para pebisnis UKM *online*.

3. Transaksi Jual Beli Paling Besar

Hal penting yang menjadikan aplikasi ini banyak diminati para pebisnis UKM khususnya dalam berjualan *fashion* dikarenakan transaksi jual belinya yang begitu besar setiap hari. Penjualan produk *fashion* di Shopee yang paling menguntungkan adalah ketika **HARBONALS** atau Hari Belanja Nasional tiba, maka kita harus siap-siap untuk memasang produk-produk yang terbaik dan dijamin akan laku keras di hari tersebut.

4. Upload Gambar Produk Sebanyak Mungkin

Cara pertama untuk membangun kepercayaan dari pembeli tentu dengan memasang produk dengan gambar orisinal artinya gambar asli dari produk yang kita miliki, jika kita sebagai penjual ingin menjual produk fashion misalkan “kemeja” contohnya maka kita harus menjual dengan gambar asli sesuai dengan kondisi dari barang tersebut.

Di aplikasi ini kita juga bisa memasang setidaknya paling banyak 9 gambar, maka dari sini tentu pembeli bisa melihat secara detail produk yang hendak dibeli sehingga tidak perlu tanya-tanya kembali. Fitur seperti ini penting karena sistemnya jual beli *online*, berbeda ketika buyer datang langsung ke toko untuk melihat produk yang akan mereka beli.

5. Fitur Lengkap Untuk Pebisnis UKM

Kita tidak perlu khawatir, setiap produk yang kita jual semuanya memiliki kategori masing-masing sehingga dalam hal ini fitur Shopee juga disesuaikan dengan kebutuhan jenis barang yang kita jual. Sebagai contoh disini kita menjual barang berupa “kemeja wanita” maka yang dibutuhkan tentu merk, ukuran atau size, desain dan lain sebagainya. Maka di aplikasi Shopee sudah tersedia fitur tersebut hingga penjual hanya tinggal menyesuaikan saja dengan produk yang mereka jual.

3.3.2 Kekurangan Berjalan Produk *Fashion* melalui *E-Commerce* Shopee

1. Tampilan Deskripsi Produk

Pertama yang menjadi kekurangan dari aplikasi Shopee ini sebenarnya terletak dari hal-hal yang terlihat sepele, seperti penggunaan fitur paragraf dan *font* pada bagian deskripsi yang membuat mata calon konsumen tidak nyaman karena bisa dibayangkan cukup *hard* untuk penggunaan fontnya. Mungkin akan lebih halus atau *soft* ketika *font* diganti dan fitur tata letaknya sedikit dirapikan.

2. Pencairan Dana Ke Rekening

Umumnya ketika *e-Commerce* seperti Shopee dengan jutaan *seller* memiliki waktu tersendiri untuk memproses penghasilan dari *seller* ke rekening mereka masing-masing. Biasanya maksimal sekitar 7 hari kerja tidak terhitung untuk Sabtu dan Minggu, namun bisa seringkali menjadi lebih lama. Hal ini dapat menjadi koreksi untuk kedepannya supaya pihak Shopee bisa menambahkan fitur penarikan

dana yang lebih cepat dan otomatis sehingga *seller* bisa mempunyai dana untuk menyetock produk kembali.

3. Butuh Modal di Awal

Maksud dari butuh modal diawal berjualan tentu membuat para penjual berpikir kembali kenapa harus mengeluarkan modal kalau kita bisa berjualan langsung, jadi disini ketika kita berhasil menjual barang seperti contohnya produk *fashion* maka diharuskan terlebih dahulu setelah 3 hari harus upload resi pengiriman ke Shopee sebagai tanda bukti bahwa kita sudah mengirimkan barang ke *customer* yang mengorder pesanan, jadi resi itu sangat penting untuk bukti kepada pihak Shopee.

Setelah itu baru kita bisa menerima pembayaran yang nantinya masuk ke akun Shopee kita, selang 3 hari sebelum dana pembeli masuk ke akun seller, yang tentunya kita membutuhkan modal untuk menyiapkan produk lainnya, khususnya untuk kurir pengiriman J&T, kita sebagai penjual tidak perlu meminjami uang ongkir terlebih dahulu.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dalam penjualan suatu produk tentunya terdapat beberapa faktor penentu suatu keberhasilan dalam program pemasaran, salah satunya yaitu promosi. Meskipun suatu perusahaan yang bergerak di bidang barang atau jasa memiliki kualitas produk yang bagus, jika masyarakat yang berperan sebagai calon konsumen belum pernah mengetahui ataupun mendengarnya maka mereka tidak akan pernah menggunakannya. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat agar kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan dapat mencapai target.

Maka dari itu, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan agar penjualan produk *fashion* melalui *e-Commerce* Shopee dapat menarik minat konsumen, diantaranya adalah :

1. Riset market sebelum menjual produk
2. Mengurangi keuntungan untuk mendapatkan rating penjualan
3. Ikuti fitur gratis ongkir dari Shopee
4. Perbanyak follower akun Shopee

Namun dalam berjualan produk *fashion* baik melalui penjualan secara konvensional maupun *online* tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, akan tetapi hal tersebut tidak menjadi penghalang *seller* untuk terus memasarkan produk sehingga dapat menjual produk-produk yang dipasarkan hingga mencapai target yang ditentukan.

4.2 Saran

Disini penulis mengajukan beberapa saran, yaitu sebagai berikut :

1. Sebaiknya Shopee lebih teliti dan mengkaji lebih mendalam mengenai kekurangan beberapa fitur yang ada pada aplikasi Shopee diantaranya adalah penggunaan fitur paragraf dan *font* pada bagian deskripsi yang membuat mata calon konsumen tidak nyaman karena bisa dibilang cukup *hard* untuk penggunaan fontnya. Maka dari itu akan lebih halus atau *soft* ketika *font* tersebut diganti dan fitur tata letaknya sedikit dirapikan.
2. Dalam pencairan dana ke rekening *seller*, diharapkan hal ini dapat menjadi koreksi untuk kedepannya supaya pihak Shopee bisa menambahkan fitur penarikan dana yang lebih cepat dan otomatis sehingga *seller* bisa mempunyai dana untuk menyetock produk kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Aini, N. (2021). *ANALISA TRANSAKSI BELANJA ONLINE PADA MASA PANDEMI*. *15*(1), 32–37.
- Rahma Syabania, N. R. (2021). Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website. *Rekayasa Informasi*, *10*(1), 44–49.
- Septiadi, B. E., Kusnanto, G., & Supangat, S. (2019). Analisis Tingkat Kematangan Dan Perancangan Peningkatan Layanan Sistem Informasi Rektorat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Studi Kasus : Badan Sistem Informasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Konvergensi*, *15*(1). <https://doi.org/10.30996/konv.v15i1.2831>
- Studi, P., Komunikasi, D., Desain, J., & Rupa, F. S. (2021). *PERANCANGAN BRANDING FASHION BOUTIQUE PERANCANGAN BRANDING FASHION BOUTIQUE UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta*.
- Supangat, S. (2020). *Dan DaftarIsi*.
- Wijayanti, N. W. E., Putri, N. W. S., Suryana, I. G. P. E., Suryati, K., Kartini, K. S., Wardika, I. W. G., & Krisna, E. D. (2021). Pelatihan Bisnis Online Menggunakan Aplikasi Shopee. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *5*(1)(1), 206–215.

Bukti Hasil Cek Plagiasi

(<https://www.check-plagiarism.com/id/>)

87%
Konten unik

13%
Konten yang dijiplak

✓ COMPLETED
100%

Kalimat hasil bijak URL yang Cocok

Buat Laporan Plagiarisme

unik	PERAN PENGGUNAAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP PENJUALAN PADA BISNIS FASHION Dina Fren....
unik	: dinafrenty17@gmail.
unik	comABSTRAK Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat kompleks dan memberi ba...
unik	Hal ini menjadi peluang bagi sebagian besar perusahaan, khususnya e-Commerce untuk
unik	E-Commerce mencakup segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman,
Menjiplak	luas. Mbandingkan
unik	Salah satunya adalah website e-Commerce Shopee yang melayani penjualan barang dan
unik	rendah.
unik	Shopee menyediakan peluang bisnis dalam menjual berbagai macam produk dengan harga
unik	Adapun menurut hasil riset MarkPlus mengenai e-Commerce yang ada di Indonesia dapa....
unik	banyak diminati oleh konsumen adalah produk pakaian atau fashion, sehingga mampu me....
Menjiplak	tertinggi. Mbandingkan
unik	Kata Kunci : E-Commerce, Penjualan, Produk Fashion, Shopee.

Kata Kunci Kata Kepadatan

1-word 2-words 3-words

yang	2.99%
jual	2.24%
shopee	2.19%
produk	1.92%
akan	1.45%