

MANFAAT SHOPEE TERHADAP BRAND LOKAL INDONESIA

E – BISNIS KELAS R

Supangat, S.Kom., M.Kom.



Oleh :

Lilis Nur Khafida

1211900154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
TAHUN AKADEMIK 2021**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala kemampuan rahmat dan hidayah-nya sehingga kami dapat menyelesaikan Tugas Artikel yang berjudul “Manfaat Shopee terhadap Brand Lokal Indonesia”. Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, dan atas doa restu dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu kami memberikan referensi dalam pembuatan artikel ini. Terutama kepada dosen pembimbing kami SUPANGAT, S.Kom., M.Kom. yang ikut berperan besar dalam pembuatan artikel ini.

Kami dapat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan artikel ini, oleh karena itu kami sangat menghargai akan saran dan kritik untuk membangun artikel ini untuk lebih baik lagi. Demikian yang dapat kami sampaikan, semoga melalui tugas artikel yang telah dibuat ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 28 Oktober 2021

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi khususnya internet mengalami perkembangan yang cepat dan pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Penelitian ini fokus pada analisis pemanfaatan penggunaan aplikasi *E-Commurce Marketplace* Shopee sebagai upaya penjualan terhadap brand lokal Indonesia yang dapat di order malalui online media social. Pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dari akun shopee. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Shopee memberikan akses kemudahan bagi para penjual dan pembeli sehingga mereka tidak lagi mengalami kesulitan untuk memasarkan produk lokal di beberapa negara. Kemudahan akses yang diberikan terhadap Shopee berupa transaksi yang mudah, sistem pembayaran yang efisien dan tampilan toko online dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan pelanggan memberikan penilaian terhadap toko online.

Kata kunci : E-Commurce, Marketplace, Shopee, Poduk Brand Lokal, Strategi Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat	2
1.4 Metode Penelitian	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1 E-Commerce	3
2.2 Strategi Marketing	3
BAB III PEMBAHASAN	4
3.1 Pembahasan	4-5
BAB IV PENUTUP	6
4.1 Kesimpulan	6
4.2 Saran	6
DAFTAR PUSTAKA.....	7
Hasil Plagiasi	8

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat cepat dan pesat. Perkembangan teknologi internet dapat mengubah berbagai aspek kehidupan manusia karena saat ini internet telah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari. Selain kebutuhan sandang, pangan dan papan bagi sebagian besar orang terutama didaerah perkotaan pemanfaatan internet juga sudah lebih jauh dan bukan hanya untuk komunikasi, tetapi juga dapat untuk memesan transportasi, berbisnis, berkarya, bahkan untuk membeli barang. Dengan banyaknya orang yang menggunakan internet untuk membeli barang secara online, maka hal ini menjadi peluang bisnis untuk membuka online shop bagian dari e-commerce.

E-commerce adalah proses pembelian dan penjualan produk menggunakan elektronik data melalui internet (Grandon and Pearson, 2004). Terdapat banyak jenis *e-commerce* yang berkembang di Indonesia salah satunya ialah marketplace. *Marketplace* adalah sebuah tempat atau pasar elektronik yang melakukan kegiatan jual beli suatu barang atau jasa. Marketplace memberikan banyak keuntungan bagi penjual maupun pembeli, salah satu contoh keuntungan bagi penjual adalah tidak perlu membuat situs atau membuat online shop sendiri. Marketplace ada di Indonesia antara lain shopee, tokopedia, bukalapak, lazada, blibli, dan lain-lain. Banyak dari marketplace yang ada di Indonesia tidak hanya dapat akses menggunakan situs web saja, akan tetapi dapat diakses melalui aplikasi mobile berbasis Android dan IOS yang dapat di install melalui playstore atau aplikasi store.

Shopee adalah perusahaan *e-commerce* yang dikelola oleh SEA Group. Shopee Indonesia resmi hadir di Indonesia pada Desember 2015 yang dikelola oleh PT Shopee International Indonesia. Shopee akan dapat dengan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat karena shopee menjalankan bisnis C2C (customer to customer) mobile marketplace, termasuk di Indonesia serta shopee memiliki beragam kategori produk seperti elektronik, fashion, bayi dan anak, perawatan dan kesehatan, perlengkapan olahraga, bahkan perlengkapan rumah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Melalui strategi apa yang akan digunakan untuk memasarkan produk lokal kepada konsumen?
2. Manfaat apa yang diberikan shopee terhadap brand lokal?
3. Apa kelebihan produk brand lokal terhadap konsumen?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat pembuatan artikel ini adalah untuk memberikan pengetahuan perkembangan internet dan teknologi yang semakin pesat sehingga berdampak pada pebisnis kecil. Dengan adanya E-Commurce marketplace shopee dapat membantu perekonomian pebisnis atau umkm kecil untuk memasarkan produk mereka dan memperkenalkan produk lokal diberbagai negara melalui online atau shopee media social.

1.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus adalah penelitian yang menempatkan objek yang dapat diteliti. Studi kasus adalah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Dalam penelitian ini ada beberapa hal yang harus dapat diperhatikan, yang berkaitan dengan studi kasus. Seperti, mengumpulkan bukti-bukti dari berbagai sumber, wawancara dan dokumentasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 E-Commerce

E-Commerce merupakan sebuah wadah penjualan, pembelian, penyebaran, dan pemasaran jasa sekaligus barang melalui media elektronik online dengan menggunakan cara mentransfer uang secara online (Suyanto, 2019:10). *E-Commerce* adalah bagian dari E-Business, namun E-Business memiliki jangkauan yang lebih luas. *E-Commerce* telah ada sejak 1994, pada tahun tersebut *E-Commerce* pertama kali diperkenalkan. Sejak era tersebut, para jurnalis telah memperkirakan bahwa *E-Commerce* merupakan sebuah sektor ekonomi yang akan terus berkembang pesat.

2.2 Strategi Marketing

Strategi marketing adalah sebuah perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjangkau orang menjadi pelanggan atau klien. Isi dari strategi marketing adalah informasi produk yang akan ditawarkan, informasi tentang sasaran pelanggan atau klien. Manfaat memiliki strategi marketing adalah untuk membangun citra produk atau brand dari sebuah perusahaan, penjualan lebih efisien, memperluas pemasaran. (Prawinda, 1945)

Turban et al. (2004), Katawetawaraks dan Wang (2011) menjelaskan bahwa belanja online adalah kegiatan pembelian produk yang dilakukan (baik barang ataupun jasa) melalui media internet, kegiatan belanja online meliputi kegiatan Business to Business (B2B) maupun Business to Consumers (B2C). Sementara pada penelitian kegiatan belanja online dikaitkan dengan B2C karena kegiatan pembelian yang dimaksud adalah kegiatan pembelian yang digunakan oleh konsumen sendiri dan tidak diperjualkan kembali. Kegiatan belanja online di sini adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu, sehingga belanja online di sini adalah sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu secara online atau melalui media social. (Supangat & ..., 2021)

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Pembahasan

Mencintai dan membeli produk lokal sendiri itu artinya, anda telah membantu meningkatkan perekonomian negara. Kualitas produk lokal yang ada saat ini juga tidak kalah saing dengan produk luar negeri. Bahkan saat ini telah banyak brand lokal yang mulai merambah di pasar internasional, karena memiliki kualitas dan produk yang menarik. Tidak hanya dilirik saja, akan tetapi produk lokal juga sangat laku keras di pasaran bahkan sampai mengalahkan brand internasional. Produk lokal saat ini tidak hanya diminati di dalam negeri saja, akan tetapi pasar produk lokal juga merambah ke luar negeri bahkan sangat diminati dan laku keras disana. Banyak produk lokal yang sangat diminati karena beberapa alasan tertentu seperti keunikan dalam berkarya, atau makanan yang jarang di dapatkan di luar negeri dan sebagainya. Kita sebagai calon milenial harus bangga dengan karya sendiri yang dapat mengenalkan brand lokal kepada konsumen luar negeri. Terbantunya marketplace shopee menjadikan brand lokal indonesia sebagai cara yang sangat cepat dan efektif untuk mengenalkan produk lokal di beberapa negara karena shopee sendiri sudah memperluas jangkauannya seperti di Indonesia, Inggris, Vietnam, Thailand, Taiwan, Malaysia, Singapura, Amerika, Portugis, Spanyol, Brasil, Filipina dan sebagainya.

Keunggulan yang ditawarkan pada produk lokal sehingga sangat laku di pasaran karena memiliki kualitas dan jaminan yang tinggi. Bahan baku yang digunakan untuk membuat produk sangat berkualitas sehingga tidak dapat diragukan lagi, tidak hanya produk yg terjamin kualitasnya saja tapi brand lokal juga sangat mementingkan kepuasan pelanggan sehingga sangat terbuka untuk memberikan kritik dan saran demi produk berkualitas di masa mendatang. Tidak hanya mengandalkan kualitas produk saja, brand lokal juga menawarkan desain yang unik yaitu orisinal dan otentik. Inilah mengapa produk lokal sangat diminati oleh konsumen selain unik, desain produk seperti ini juga bisa mengenalkan budaya asli kepada masyarakat yang lebih luas bahkan ke luar negeri. Dengan begitu nama Indonesia juga akan lebih dikenal dengan produk berkualitasnya yang bagus.

Produsen brand produk lokal saat ini memiliki kreativitas tinggi untuk membuat produk yang menarik. Produk yang diciptakan mengikuti perkembangan zaman sehingga selalu update dan menarik minat konsumen untuk membeli produk atau bahan tersebut. Tidak hanya produk kekinian, produsen brand lokal juga memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media promosi agar bisa mengait konsumen lebih luas. Hal ini dikarenakan konsumen sekarang lebih tertarik untuk membeli produk yang dilihatnya di media sosial dibandingkan di katalog toko. Salah satu alasan kenapa produk lokal bisa sangat laku di pasaran adalah karena memiliki pola promosi yang menarik karena promosi menjadi salah satu kunci kesuksesan sebuah bisnis. Untuk meningkatkan penjualan, produsen brand produk lokal biasanya akan melakukan flash sale dan promo diskon untuk memenuhi target. Strategi marketing seperti ini sangat ampuh untuk mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk karena tergiur dengan harga yang lebih miring atau murah. Kita harus mulai menghargai dan mencintai produk-produk dari negeri sendiri, salah satunya dengan membeli atau menciptakan produk lokal yang baik.

Manfaat shopee terhadap brand lokal Indonesia dapat membantu bisnis kecil atau UMKM untuk dapat berkarya melalui ide-ide kreatif dan inovatif. Menjadikan kesempatan emas untuk memasarkan produk dalam negeri kepada luar negeri, agar lebih dikenal banyak orang dan dapat mengembangkan skill mereka. Terbantunya marketplace shopee menjadikan pebisnis atau wirausaha untuk membuka lowongan pekerjaan di beberapa daerah setempat dan dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di indonesia. Kemudahan akses yang diberikan terhadap Shopee berupa transaksi yang mudah, sistem pembayaran yang efisien dan tampilan toko online dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan pelanggan memberikan penilaian terhadap toko online.

BAB III

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

E-commerce adalah salah satu perkembangan teknologi dan informasi yang melalui proses pembelian dan penjualan produk menggunakan elektronik data melalui internet. Marketplace adalah sebuah tempat atau pasar elektronik yang melakukan kegiatan jual beli suatu barang atau jasa. Marketplace memberikan banyak keuntungan bagi penjual maupun pembeli, salah satu contoh keuntungan bagi penjual adalah tidak perlu membuat situs atau membuat online shop sendiri. Terbantunya marketplace, shopee menjadikan brand lokal Indonesia sebagai cara yang sangat cepat dan efektif untuk mengenalkan produk lokal di beberapa negara karena shopee sendiri sudah memperluas jangkauannya seperti di Indonesia, Inggris, Vietnam, Thailand, Taiwan, Malaysia, Singapura, Amerika, Portugis, Spanyol, Brasil, Filipina dan sebagainya.

Manfaat shopee terhadap brand lokal Indonesia dapat membantu bisnis kecil atau UMKM untuk dapat berkarya melalui ide-ide kreatif dan inovatif. Menjadikan kesempatan emas untuk memasarkan produk dalam negeri kepada luar negeri, agar lebih dikenal banyak orang dan dapat mengembangkan skill mereka. Terbantunya marketplace shopee menjadikan pebisnis atau wirausaha untuk membuka lowongan pekerjaan di beberapa daerah setempat dan dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia. Kemudahan akses yang diberikan terhadap Shopee berupa transaksi yang mudah, sistem pembayaran yang efisien dan tampilan toko online dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan pelanggan memberikan penilaian terhadap toko online.

4.2 Saran

Saran kepada peneliti selanjutnya yakni dapat mengembangkan kajian menjadi lebih variatif dan mengembangkan objek pembahasan dengan lebih detail serta tetap berdasar pada ketentuan akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- (Supangat & Amna, 2019) Prawinda, E. (1945). *Tugas UAS Technopreneurship (A) Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram Makwinfood Disusun Oleh : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya i.*
- Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, 8(2), 97–102. <https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157>.
- Supangat, S., & ... (2021). Artikel Ilmiah Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi. ... *Marketing Digital Di ...*, 1151700200. <http://repository.untag-sby.ac.id/7424/>

HASIL PLAGIASI

83%
Konten unik

17%
Konten yang dijiplak

✓ COMPLETED

Kalimat hasil bijak URL yang Cocok

unik	MANFAAT SHOPEE TERHADAP BRAND LOKAL INDONESIA E – BISNIS KELAS R Supangat, S. Kom.,....
unik	-45781114608600 Oleh : Lilis Nur Khafida 1211900154 PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULT...
unik	KATA PENGANTAR Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala kemampua....
unik	Shopee terhadap Brand Lokal Indonesia*.
unik	Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya....
Menjiplak	restu dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu kami memberikan referens.... Membandingkan
unik	Terutama kepada dosen pembimbing kami SUPANGAT, S. Kom., M. Kom.
unik	yang ikut berperan besar dalam pembuatan artikel ini.
unik	Kami dapat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan artikel ini, o....
unik	kami sangat menghargai akan saran dan kritik untuk membanqun artikel ini untuk lebi....

←

Iklan oleh Google

[Stop lihat iklan ini](#) [Mengapa iklan ini? ⓘ](#)