

Berminat berbisnis ecommerce? Pahami dan terapkan taktik Tokopedia, Elevenia, Bukalapak



Punya ide brilian tentang ecommerce? Eiits, jangan terlalu bangga dengan hal tersebut. Bisa jadi , langkah menuju kesuksesan akan sangat berat. Persaingan akan semakin ketat mengingat pemain lokal dan internasional berebut segmen market Indonesia.

Berdasarkan jumlah populasi penduduknya, Indonesia adalah "pasar subur" bagi industri ecommerce. Setidaknya, hal tersebut yang saya tangkap dari artikel [techinasia.com](#) ini:

Indonesia adalah pemimpin *de facto* di Asia Tenggara dalam urusan belanja *online*. Ini bisa dilihat dengan kehadiran bermacam pemain *e-commerce* berskala besar maupun kecil, seperti **Rocket Internet** dan **Tokopedia**, yang bersaing meraup keuntungan dari masifnya populasi negara kepulauan ini.

Meski sangat "padat akan persaingan", peluang untuk memenangkan persaingan di tanah nenek moyang masih terbuka lebar. Anda bisa bernafas lega setelah membaca artikel berjudul "... Persaingan E-Commerce di Indonesia". Lihat di bagian ini:

Dari sepuluh besar *e-commerce* yang diurutkan berdasarkan pengunjung per bulan, tujuh di antaranya adalah *e-commerce* lokal: Tokopedia, elevenia, Bukalapak, Blibli, Alfacart, MatahariMall dan Bhinneka. Sementara itu, tiga *e-commerce* internasional yang masuk ke dalam daftar adalah Lazada, JD.ID dan Blanja.

Seperti biasa, sebelum benar-benar terjun ke bisnis ini atau pivot dari ide awal ke konsep ecommerce, ada baiknya cermati beberapa hal berikut:

Tonjolkan esensi lokal di setiap content marketing

Siapa target market Anda? Orang Indonesia atautkah orang asing (bule)? Apabila segmen merupakan orang lokal, maka adaptasikan produk atau bisnis menjadi "seperti" mereka. Coba simak ini:

Ada beberapa hal yang memengaruhi ini. Pertama, karena pemain lokal selalu berusaha untuk membuat produk mereka "dekat" dengan masyarakat. Dekat di sini adalah memainkan kondisi psikologis masyarakat Indonesia yang selalu bangga dengan produk yang berasal dari dalam negeri. Hal ini dapat dilihat dari produk mereka, kampanye media sosial, dan promosi-promosi yang mereka lakukan.

E-commerce selalu berusaha untuk membuat produk mereka "dekat" dengan masyarakat. Dekat di sini adalah memainkan kondisi psikologis masyarakat Indonesia yang selalu bangga dengan produk yang berasal dari dalam negeri. Hal ini dapat dilihat dari produk mereka, kampanye media sosial, dan promosi-promosi yang mereka lakukan.

Selain itu, penggunaan istilah lokal dalam penamaan perusahaan memengaruhi hal ini, karena masyarakat semakin mudah menyebutkan dan mengingat nama *e-commerce* tersebut, contohnya Bukalapak, Tokopedia, Bhinneka, dan MatahariMall.

Proses adaptasi ini akan lebih cepat dan mudah bila diimplementasikan melalui bahasa berdasar kondisi masyarakat sekitar. Soal bahasa, permintaan akan penggunaan native language (bahasa nenek moyang) cukup tinggi yaitu sebesar 85%.

Don't just take it from me – take it from the IT Pros who are actually facing this challenge. One researcher from Brazil said, "Vendor Information in my native tongue is always much appreciated, especially when we have to expose information to third parties." And 82% of Chinese and Japanese buyers said they are more likely to download a piece of content in their native language than in English. The good news is, by simply providing in-language content, you'll likely win your brand favorability with buyers, and increase the likelihood that your content gets downloaded. You'd be crazy

Seperti kutipan teks di atas, para customer tidak segan memberi apresiasi kepada pelaku bisnis atas upaya pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan bahasa mereka. Di Indonesia, sebagian besar bisnis pun mulai melakukan hal sama. Salah satunya OLX. Mereka menggunakan bahasa Jawa untuk memberi "announcement" kepada pengunduh Apps mobile-nya.



Barang bekasmu mesti akeh sing golek. Klik nek meh dodolan saiki 🤝

4 jam yang lalu



di Yogyakarta Kota ono 3.928 iklan anyar 💎 komputer 💎 anyar, cocok wes gawe panjenengan. Klik gawe ndelok...

2 hari yang lalu



di Yogyakarta Kota ono 3.931 iklan anyar 💎 komputer 💎 anyar, cocok wes gawe panjenengan. Klik gawe ndelok...

5 hari yang lalu



Barang bekasmu mesti akeh sing golek. Klik nek meh dodolan saiki 🤝

6 hari yang lalu



di Yogyakarta Kota ono 4.011 iklan anyar 💎 komputer 💎 anyar, cocok wes gawe panjenengan. Klik gawe ndelok...



Home



Kategori



Jual



Pesan

52



Favorit

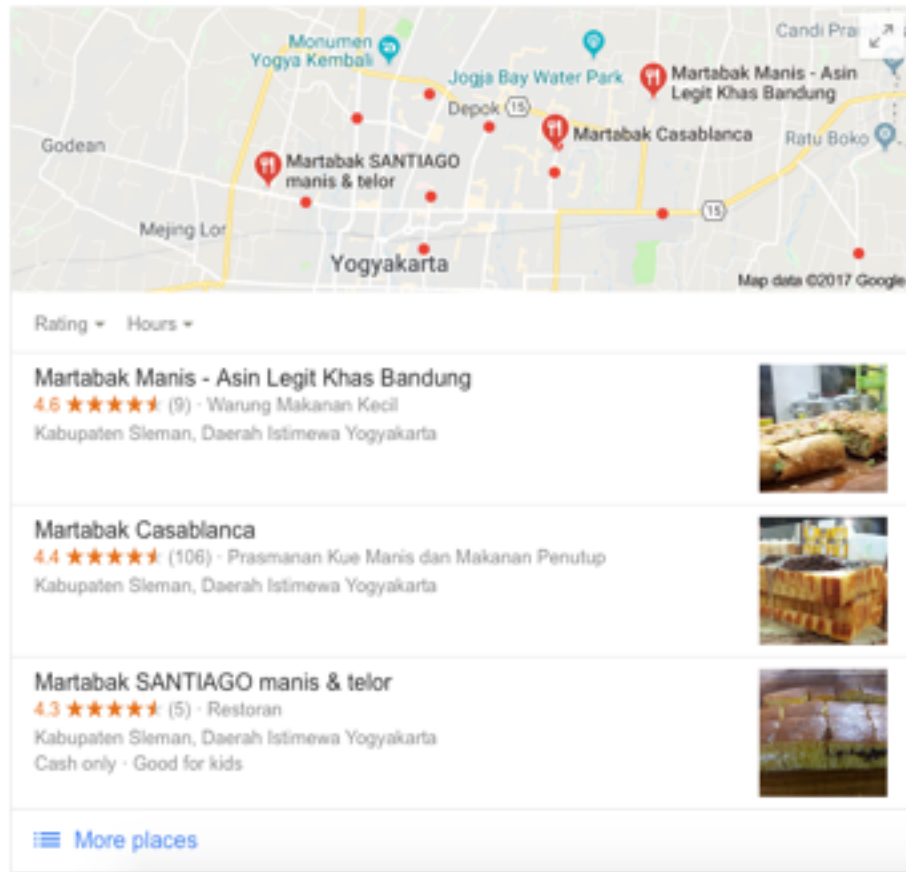
Selain bahasa, tampilan visual dari konten pemasaran pun perlu diperhatikan. Hampir sebagian besar pebisnis mengadaptasi kondisi sosial budaya sekitar ke dalam konten visual bisnisnya, terutama startup internasional yang ber-ekspansi ke Indonesia.

Driver stories
Get to know our community



Gunakan channel daring untuk mendistribusikan "karakter nusantara" dari ecommerce Anda

Selain konsep konten yang menyesuaikan konteks sosial budaya customer, proses distribusinya pun tidak kalah penting. Proses distribusi yang efektif akan berimbas pada online presence bisnis Anda. Misalnya ini:



Semakin pandai dalam proses ini, semakin cepat bisnis Anda ditemukan oleh customer. Contoh di atas hanya menggunakan satu dari di antara banyak cara. Misalnya:

- Instagram location
- Facebook grup
- Twitter hashtag
- Channel Youtube

Namun, itu adalah cara reguler. Untuk memperoleh hasil cepat dan optimal, Anda gunakan fitur iklan premium di masing-masing channel. Entah itu Facebook Ads, Instagram Ads, atau bahkan Google AdWords. Pastikan pula bahwa semua upaya mendatangkan lead sudah direncanakan secara matang. Setidaknya, Anda sudah mengetahui indikator apa saja yang menandakan bahwa digital campaign premium pilihan tersebut memang sudah pas, misalnya:

- Campaign mampu mempromosikan bisnis ke calon pelanggan yang relevan
- Campaign mampu mendapatkan calon pelanggan yang lebih banyak
- Campaign bertujuan untuk menjual produk/layanan secara online
- Campaign mampu menambah panggilan telepon, daftar email, atau bahkan interaksi melalui messenger

Ingin bertanya mengenai strategi bisnis daring kepada saya? Silakan tanyakan kepada saya di halaman ini.

Source:

<https://www.pexels.com>

<https://id.techinasia.com/persaingan-e-commerce-di-asia-tenggara-semakin-panas>

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

<https://id.techinasia.com/talk/temuan-menarik-dalam-persaingan-ecommerce>