

Analisis Model Bisnis Pasar Digital Shopee

Nicholas Herman

Program Studi Kewirausahaan

Universitas Bina Nusantara

Pengantar

Shopee merupakan sebuah platform belanja online yang bisa membuat kita membeli berbagai macam kebutuhan yang kita perlukan serta dengan berbagai macam fitur yang bisa digunakan seperti berbagai macam pembayaran, voucher dan lainnya. Shopee pertama diluncurkan pada tahun 2015 di Singapura dan telah tersedia di beberapa negara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Pada awalnya Shopee didirikan dengan konsep bisnis C2C dan akhirnya beralih ke model hybrid yaitu menggunakan konsep C2C dan B2C. Pada zaman sekarang ini banyak sekali orang yang menggunakan hal serba online mulai dari berbelanja, berinteraksi, dan hal lainnya tanpa perlu repot untuk keluar rumah.

Business Model Canvas

1. Customer Segments

Segmen dari pelanggan adalah tentunya orang-orang yang memiliki perangkat untuk mengakses Shopee. Shopee merupakan platform jual beli online yang banyak digunakan orang-orang untuk membeli maupun menjual produknya. Tentunya hal ini bisa membuat penjual dan pembeli dapat berinteraksi tanpa perlu bertemu secara langsung.

2. Value Proposition

Keunggulan yang dimiliki Shopee adalah platform yang bisa menghubungkan penjual dan pembeli agar bisa saling berinteraksi dan melakukan tindakan jual beli, Tentunya dengan kemudahan pada fiturnya juga dan banyaknya voucher-voucher yang membuat orang tertarik untuk menggunakan Shopee.

3. Channels

Prasana yang digunakan Shopee untuk menyampaikan bisnisnya adalah dengan menggunakan media sosial yang digunakan oleh orang-orang zaman sekarang

ini seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Tidak hanya melakukan promosi melalui media sosial tetapi juga melalui iklan di TV, Youtube, dan lainnya.

Key Partners - Orang yang menjual produk di Shopee. - Jasa ekspedisi - Pembayaran melalui berbagai cara seperti berbagai macam Bank, Indomaret / Alfamart, Shopeepay, dan lainnya.	Key Activities - Pembuatan Web - Promosi - Evaluasi Platform dari Pelanggan - Maintenance	Value Proposition - Sebuah website yang membantu menghubungkan antara penjual dan pembeli. - Memberikan banyak voucher salah satunya seperti gratis ongkir dan lainnya. - Kemudahan dalam membeli dan menjual di Shopee	Customer Relationship - Banyak promo seperti 12.12 dan lainnya. - Voucher gratis ongkir. - Pelayanan yang baik.	Customer Segments - Orang-orang yang memiliki HP / komputer untuk mengakses Shopee. - Orang yang mempunyai kebiasaan berbelanja online. - Dari usia sekitar 17 sampai orang tua. - Orang-orang yang ingin berjualan
	Key Resources - Tenaga (Programer website, orang Marketing) - Paten Merk - Kekayaan intelektual - Komputer / Laptop / HP		Channels - Website Shopee: https://shopee.co.id/ - Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. - Melalui promosi di iklan TV, Youtube, dan lainnya.	
Cost Structure - Biaya karyawan - Biaya Internet - Biaya Server - Biaya Promosi - Biaya Maintenance - Biaya umum dan Administrasi			Revenue Streams - Dari biaya admin - Dari mengiklankan produk penjual - Dari jasa kirim - Partnership dengan brand terkenal	

Gambar. Business Model Canvas Shopee

4. Customer Relationships

Hal ini merupakan hubungan yang dilakukan Shopee untuk membuat pelanggan merasa betah dan nyaman di Shopee adalah dengan mengadakan beberapa voucher atau event pada tanggal-tanggal tertentu yang membuat pelanggan bisa menikmati diskon, voucher gratis ongkir, dan tentunya dengan pelayanan yang baik.

5. Revenue Streams

Shopee mendapatkan penghasilan dari berbagai macam hal yaitu dari biaya admin, dengan mengiklankan produk penjual, dari jasa kirim, dan dari partnership dengan brand terkenal. Dengan adanya hal ini bisa membuat Shopee terus berkembang.

6. Key Resources

Hal ini merupakan sumber daya yang diperlukan agar bisnis Shopee ini berhasil, yaitu dengan adanya tenaga kerja seperti programmer website, orang marketing dan lainnya. Tentunya juga membutuhkan laptop / computer / HP untuk membuatnya.

7. Key Activities

Kegiatan utama yang mungkin dilakukan Shopee adalah mulai dari pembuatan web, kemudian melakukan promosi dengan berbagai macam media sosial serta juga mengiklankan di TV dan Youtube. Selanjutnya adalah evaluasi platform dari pelanggan, dan maintenance yang berarti pemeliharaan.

8. Key Partners

Dari hal ini merupakan siapa yang berkaitan dengan Shopee dan dapat membuat bisnis Shopee berjalan dan berkembang yaitu dari orang yang menjual produk di Shopee, jasa ekspedisi, dan kerja sama dengan berbagai macam bank, Indomaret / Alfamart, Shopeepay untuk pembayaran produk yang dibeli oleh pelanggan.

9. Cost Structure

Hal ini merupakan biaya yang dikeluarkan Shopee untuk mendukung bisnisnya berjalan yaitu dari biaya karyawan Shopee, biaya server, internet, promosi, maintenance, dan juga biaya umum dan administrasi.

References

Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010) *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley and Sons.

Saputra, D. H. *et al.* (2020) *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Shopee. (2022) *Shopee*. <https://shopee.co.id/>

Siregar, D. *et al.* (2020) *Technopreneurship: Strategi dan Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.