

Dampak Media Sosial Shopee Terhadap Pendapatan Bisnis Online

Rowiyani ^{1*}, Adiyah Mahiruna ², Khoerul Soleh ³, Muhammad Robeth Suprayitno ⁴, Bintang Maira Cahaya Putra ⁵

^{1*,3,5} Department of Management Retail, Institut Teknologi Statistika Dan Bisnis Muhammadiyah Semarang, Indonesia

^{2,4} Department of Software Engineering, Institut Teknologi Statistika Dan Bisnis Muhammadiyah Semarang, Indonesia

Email: rowiyani@itesa.ac.id ¹, adiyah.mahiruna@itesa.ac.id ², khoerul.soleh@itesa.ac.id ³, mhdddrobethh@gmail.com ⁴, bintangmaira211@gmail.com ⁵

Article history:

Received June 12, 2024.

Revised June 20, 2024.

Accepted June 21, 2024.

Abstract

The development of information and communication technology, especially the internet and social media, has brought significant changes to various aspects of life, including the business world. The internet has become a vital platform for running an online business, providing easy access to information and expanding market reach without geographic limitations. One social media platform that is increasingly popular in supporting online businesses is Shopee. This research aims to examine how using Shopee can increase income for online business people in Amposari Village, Pedurungan District, Semarang City. The method for carrying out this research includes preparation stages, training implementation, and evaluation. Training activities were carried out by lecturers and students of the Muhammadiyah Semarang Institute of Statistics and Business Technology for one month in March 2024. The training participants were Dasa Wisma women who were involved in various sectors such as agriculture, animal husbandry, and waste management. The training uses lectures, discussion, and question-and-answer methods to explore participants' ideas or opinions about online business development and increasing digital literacy. The research results showed that the participants were very cooperative and enthusiastic in all training activities. There are no significant obstacles that hinder the implementation of activities. The training material on Shopee social media was well received by participants, with 80% of participants understanding the content of the material presented. This training improved participants' abilities in optimizing business through social media, especially Shopee, and fostered an entrepreneurial spirit to improve people's lives. The conclusion of this research shows that Shopee has a significant influence on increasing online business revenue and offers great potential for new and established businesses. However, further research is needed to explore the most effective strategies for utilizing Shopee features to maximize revenue.

Keywords:

Shopee; Social media; Business; Online.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Internet telah menjadi platform vital dalam menjalankan bisnis online, memberikan kemudahan akses informasi serta memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis. Salah satu platform media sosial yang semakin populer dalam mendukung bisnis online adalah Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penggunaan Shopee dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku bisnis online di Desa Amposari, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Metode pelaksanaan penelitian ini meliputi tahapan persiapan, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Kegiatan pelatihan dilakukan oleh dosen dan mahasiswa Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang selama satu bulan pada bulan Maret 2024. Peserta pelatihan adalah ibu-ibu Dasa Wisma yang terlibat dalam berbagai sektor seperti pertanian, peternakan, dan pengelolaan sampah.

Pelatihan menggunakan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab untuk menggali ide atau pendapat peserta tentang pengembangan bisnis online dan peningkatan literasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta sangat kooperatif dan antusias dalam mengikuti keseluruhan kegiatan pelatihan. Tidak ada kendala berarti yang menghambat pelaksanaan kegiatan. Materi pelatihan tentang media sosial Shopee diterima dengan baik oleh peserta, dengan 80% peserta memahami isi materi yang disampaikan. Pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam mengoptimalkan bisnis melalui media sosial, khususnya Shopee, serta menumbuhkan jiwa berwirausaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan bisnis online dan menawarkan potensi besar bagi usaha baru maupun yang sudah mapan. Namun, diperlukan penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi strategi paling efektif dalam memanfaatkan fitur-fitur Shopee untuk meningkatkan pendapatan secara maksimal.

Kata Kunci:

Shopee, media sosial, Bisnis, *Online*.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Internet telah menjadi platform yang sangat vital dalam menjalankan bisnis online, memberikan kemudahan akses informasi serta memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis. Media sosial, sebagai salah satu aplikasi internet yang paling populer, telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan konsumen mereka. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn menjadi alat penting dalam strategi pemasaran digital. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun hubungan yang lebih dekat, serta mempromosikan produk dan layanan secara lebih efektif (Kaplan & Haenlein, 2010). Selain itu, penggunaan media sosial dalam bisnis online juga memungkinkan analisis data yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen. Dengan adanya fitur analitik yang tersedia di berbagai platform media sosial, perusahaan dapat mengumpulkan data berharga mengenai preferensi konsumen, pola pembelian, dan umpan balik pelanggan (Tiago & Veríssimo, 2014). Data ini sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif. Pentingnya internet dan media sosial dalam bisnis online juga tercermin dari peningkatan e-commerce. Penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sekarang lebih memilih untuk berbelanja secara online, yang menawarkan kenyamanan dan berbagai pilihan produk yang lebih luas (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2016). Oleh karena itu, kemampuan untuk memanfaatkan internet dan media sosial menjadi kunci keberhasilan dalam bisnis online. Melalui pemahaman mendalam mengenai peran internet dan media sosial, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan strategi digital mereka untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin dinamis (Kotler & Keller, 2016).

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat penting bagi berbagai sektor, termasuk sektor bisnis. Salah satu platform media sosial yang semakin populer dalam mendukung bisnis online adalah Shopee. Shopee merupakan platform e-commerce yang menawarkan berbagai fitur menarik untuk penjual dan pembeli, seperti kemudahan dalam bertransaksi, berbagai promosi, dan antarmuka yang ramah pengguna. Pengaruh Shopee dalam peningkatan pendapatan bisnis online menjadi topik yang relevan untuk diteliti, mengingat semakin banyaknya pelaku usaha yang beralih ke platform ini untuk memasarkan produk mereka (Abdi, 2019).

Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara, menawarkan berbagai kemudahan bagi para pengusaha kecil dan menengah untuk mengembangkan bisnis mereka. Shopee menyediakan alat-alat promosi yang dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan visibilitas produk. Dengan fitur-fitur seperti Shopee Live, Shopee Ads, dan Shopee Mall, pelaku usaha dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan meningkatkan penjualan secara signifikan (Chandra, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penggunaan Shopee dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku bisnis online.

Selain kemudahan promosi, Shopee juga menawarkan berbagai program edukasi untuk penjual, seperti Shopee University, yang memberikan pelatihan tentang cara mengoptimalkan penjualan di platform ini. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan penjual dalam mengelola toko online mereka, sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka. Peningkatan literasi digital di kalangan pelaku bisnis online diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan mereka (Mangole, 2017).

Penggunaan Shopee juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan berbagai fitur pembayaran dan pengiriman yang ditawarkan, Shopee memudahkan transaksi antara penjual dan pembeli dari berbagai daerah. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis online untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan (Wiryany, 2019).

Dalam era digital saat ini, internet dan media sosial telah menjadi komponen integral dalam operasi bisnis modern. Namun, masih banyak perusahaan yang belum sepenuhnya memahami atau memanfaatkan potensi penuh dari media sosial untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Permasalahan utama yang dihadapi adalah bagaimana perusahaan dapat secara efektif menggunakan media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, mengumpulkan data perilaku konsumen yang berharga, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efisien. Tanpa pemahaman yang mendalam dan penerapan yang strategis, potensi media sosial sebagai alat pemasaran digital yang kuat dapat terlewatkan, mengakibatkan hilangnya peluang untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang berkelanjutan di pasar yang semakin dinamis (Haenlein, 2010). Peran media sosial dalam bisnis online telah menjadi topik yang banyak dibahas dalam literatur. (Haenlein, 2010) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun hubungan yang lebih dekat, serta mempromosikan produk dan layanan secara lebih efektif. (Verissimo, 2014) menambahkan bahwa media sosial juga memberikan kemampuan untuk melakukan analisis data yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen, yang sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif.

Khususnya dalam konteks e-commerce, Shopee telah muncul sebagai platform yang dominan di kawasan Asia Tenggara. (Chaffey, 2016) menekankan bahwa keberhasilan Shopee sebagian besar didorong oleh kemampuannya untuk memanfaatkan media sosial dalam strategi pemasaran mereka. Shopee menggunakan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens yang lebih luas. Strategi ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga dalam membangun komunitas pengguna yang aktif dan loyal.

Shopee juga dikenal dengan penggunaan fitur-fitur interaktif seperti live streaming dan gamifikasi dalam aplikasinya, yang menurut (Kotler, 2016) merupakan inovasi penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian konsumen. Live streaming memungkinkan penjual untuk menunjukkan produk secara real-time, menjawab pertanyaan konsumen, dan menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan menyenangkan. Gamifikasi, di sisi lain, menciptakan elemen permainan yang membuat proses belanja lebih menarik dan dapat meningkatkan keterlibatan pengguna.

Dari berbagai literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial secara strategis sangat penting bagi kesuksesan platform e-commerce seperti Shopee. Kemampuan untuk memanfaatkan fitur-fitur interaktif dan analitik media sosial dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan dalam pasar yang kompetitif ini.

Shopee dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk dengan membuat konten menarik dan informatif yang relevan dengan produk dan target audiens, serta mempostingnya secara konsisten di berbagai platform media sosial (Haenlein, 2010). Selain itu, bekerja sama dengan influencer yang memiliki basis pengikut besar dan relevan dapat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan mendorong penjualan (Verissimo, 2014). Iklan berbayar di platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube juga dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tertarget.

Integrasi fitur interaktif seperti live streaming dan gamifikasi juga dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong keterlibatan yang lebih tinggi (Chaffey, 2016). Live streaming memungkinkan penjual untuk memamerkan produk, menjawab pertanyaan konsumen secara real-time, dan menawarkan diskon eksklusif selama sesi berlangsung. Gamifikasi menambahkan elemen permainan seperti kuis, tantangan, dan hadiah, yang membuat proses belanja lebih menyenangkan dan menarik.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang. Kegiatan berlangsung satu bulan, di bulan maret 2024, dilaksanakan di desa amposari kec. Pedurungan Kota Semarang. Adapun metode pelaksanaan meliputi rangkaian pada gambar 1 dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.1. Metode Pelaksanaan

- a. Tahap Persiapan, yaitu melakukan wawancara dan diskusi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada saat pelatihan, serta menetapkan sasaran dalam pelatihan.
- b. Tahap Pelaksanaan Pelatihan, Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan metode sosialisasi dan praktik atau bimbingan teknis.
- c. Tahap Evaluasi dan Pelaporan, Setelah pelatihan selesai evaluasi akan dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelatihan dan pelaporan.

2.2. Masyarakat Sasaran/Mitra Kegiatan

Berdasarkan hasil identifikasi dan diskusi dengan tokoh masyarakat desa Amposari maka peserta yang terpilih untuk menjadi peserta pelatihan adalah ibu-ibu Dasa wisma (Dawis) di RT I, RT II, RT III, RT IV, RT V, dan RT VI di desa Amposari yang ditugaskan oleh dosen dan mahasiswa dari Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang. Ibu-ibu Dawis sehari-hari bekerja sebagai petani, peternak dan petugas sampah. Ibu-ibu Dawis dibentuk oleh dosen dan mahasiswa Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang untuk mendampingi masyarakat untuk berperan aktif mewujudkan desa Amposari menjadi desa digital yang mandiri, terutama dengan melakukan 3 fokus kegiatan yaitu: Peningkatan literasi digital, Pengembangan bisnis online untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas, dan optimalisasi YouTube sebagai media promosi dan pemasaran.

2.3. Kegiatan Pelatihan

Metode yang digunakan adalah pelatihan berupa ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Kegiatan diskusi dilakukan untuk menggali ide atau pendapat peserta tentang pengembangan ide bisnis online dan peningkatan jiwa berwirausaha. Suasana pelatihan dirancang interaktif sehingga peserta akan lebih mudah untuk memahaminya.

Suasana pelatihan dirancang interaktif sehingga peserta akan lebih mudah memahaminya. Pada pelatihan yang dilakukan hadir sebanyak 25 ibu-ibu dawis yang menjadi peserta. Daftar kehadiran ibu-ibu dawis sebagai peserta, dosen dan mahasiswa. Meskipun materi yang disajikan bertema teknologi dan media sosial untuk generasi milenial, namun ibu-ibu dawis tetap antusias mengikutinya.



Gambar 1. Narasumber sedang memaparkan materi Media Sosial Shopee

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

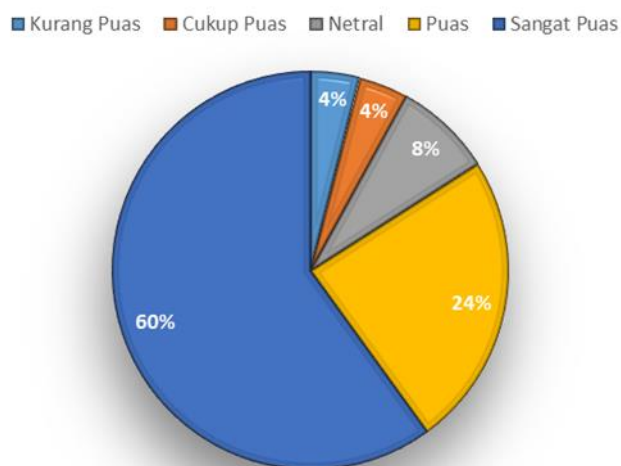
Peserta sangat kooperatif dan antusias dalam mengikuti keseluruhan kegiatan pelatihan. Tidak ada kendala yang berarti pada saat keseluruhan rangkaian kegiatan pelatihan ini dilaksanakan. Kegiatan berlangsung tepat waktu dan dihadiri 25 peserta yang memang direncanakan dan ditargetkan pada saat wawancara dan diskusi awal dengan pihak Desa Amposari, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang dilakukan. Peserta yang hadir juga tepat sasaran seperti yang diharapkan. Kegiatan dapat berlangsung dengan baik dan diikuti oleh peserta pelatihan yaitu Ibu-ibu Dasa Wisma (Dawis). Pelatihan yang dilakukan dapat diterima, dilaksanakan, dan direspon dengan baik. Kegiatan ini juga didukung langsung oleh perangkat desa, seperti Ketua RW dan tokoh masyarakat untuk menjamin materi pelatihan dapat dipahami dan dapat dilaksanakan oleh para peserta dan warga masyarakat sekitar. Ketika sesi tanya jawab dibuka, antusiasme peserta sangat besar, banyak yang bertanya mengenai seputar strategi promosi, cara bertahan berwirausaha disaat terdesak dan niat untuk berjualan online dalam situasi apapun. Dan manfaat menggunakan aplikasi Shopee untuk pebisnis pemula, tentunya hal ini sesuai dengan pernyataan dari hasil dan penelitian terdahulu.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

Secara umum keberhasilan dapat dilihat dari manfaat yang diperoleh secara langsung yaitu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengoptimalkan bisnis melalui media social, kemampuan yang diharapkan dari pelatihan ini adalah:

- Penumbuhan jiwa berwirausaha dari masyarakat, untuk meningkatkan keadaan ekonomi masyarakat sehingga meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- Penumbuhan jiwa berwirausaha dari masyarakat melalui media sosial, dengan tujuan khusus pemanfaatan Shopee sebagai media penjualan.



Gambar 3. Diagram Kepuasan Peserta Pelatihan

Berdasarkan gambar diatas maka dapat disimpulkan bahwa 60% peserta sangat menyukai akan materi yang disampaikan. Sedangkan sisanya menyatakan puas dan netral. Hal ini dapat diimplikasikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang mengambil tema tentang dampak media sosial shopee sangat disukai oleh peserta dimana peserta sangat terbantu dalam pelatihan penggunaan media sosial shopee dalam berbisnis online. Diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai dampak spesifik penggunaan media sosial oleh Shopee dalam meningkatkan pendapatan bisnis online.

4. KESIMPULAN

Pelatihan ini dilakukan bertujuan untuk menambah ilmu dan pengetahuan kepada peserta agar peserta dapat menggunakan aplikasi Shopee beserta fitur-fiturnya untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki atau bagi yang ingin memulai usaha berbasis online. Walaupun peserta tidak terlalu banyak, namun antusiasme peserta sangat besar. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diberi kepada pemateri. Tips dan trik yang diberikan oleh pemateri kepada para peserta juga dapat menambah informasi seputar kegiatan jual beli di Shopee yang dapat diterapkan di bisnis mereka ke depannya. Dari hasil evaluasi yang dilaksanakan sebanyak 80% peserta dapat memahami isi materi pelatihan yang disampaikan. Namun, diperlukan penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai strategi yang paling efektif dalam memanfaatkan fitur-fitur Shopee untuk meningkatkan pendapatan secara maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada ibu-ibu Dawis Amposari yang sangat antusias dalam pelatihan memanfaatkan media social Shopee sebagai solusi untuk ibu-ibu Dawis yang ingin meningkatkan pendapatan atas usaha mereka.

REFERENCES

- Abdi, L. P. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Elektronik. *Jurnal Administrasi*, Vol. 67 (1).
- Adinda Fara Adhary, ., F. (2021). Youtuber sebagai Perubahan Minat Profesi Kaum Milenial di Era Postmodern. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek* , Volume 4, No 2, (121-130) .
- Chaffey, D. &-C. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Chandra, E. (2018). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406.
- Haenlein, A. M. (2010). User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizon*, 53, 59 – 68.
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika UPGRI*, Volume 2 Nomor 1 (45-55).
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: : Pearson Prectice Hall.
- Mangole, K. D. (2017). Pemanfaatan youtube dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat di desa paslaten kecamatan remboken minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(4).
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, Vol.2 No.1, hlm. 80-86.
- Verissimo, T. &. (2014). *Digital marketing and social media: Why bother?* Kelley School of Business. Indiana University.
- Wiryany, D. &. (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *ArtComm: Jurnal Komunikasi Dan Desain* , 2 (02), 25–30.