

Belanja Online Jelang Ramadan 2023, Inilah E-Commerce Pilihan Terfavorit

JAKARTA - Menjelang Ramadan 2023, para pelaku e-commerce semakin gencar mempersiapkan program unggulan. Melihat hal ini, Snapcart melakukan riset konsumen untuk mengetahui lebih dalam terkait Tren Perilaku Belanja Online Sambut Ramadan 2023 selama 3 bulan terakhir. Riset ini dilakukan dengan metode online yang diikuti oleh 1000 responden dari usia 20 - 35 tahun dan tersebar di berbagai area di Indonesia. Astrid Wiliandry, Director Snapcart Indonesia mengatakan, "Melalui survei ini, kami ingin melihat perkembangan peta persaingan e-commerce yang semakin menarik menjelang bulan Ramadan 2023, periode di mana aktivitas belanja online cenderung sangat tinggi. **BACA JUGA: Serunya Bulan Puasa dengan Promo Terbesar se-Indonesia di Shopee Big Ramadan Sale 2023** Ia menambahkan, dalam dua tahun terakhir, tren belanja online juga terus berkembang, mulai dari faktor yang dicari saat berbelanja online, pilihan promo yang dimanfaatkan hingga berbagai cara baru atau fitur yang muncul untuk melengkapi pengalaman berbelanja. Melihat hal tersebut, terutama dengan kondisi yang berbeda, tentunya terdapat pengaruh terhadap perilaku belanja masyarakat dalam memenuhi kebutuhan Ramadan hingga persiapan lebaran nanti. "Pada survei ini, terdapat 4 indikator utama yang dapat menggambarkan persebaran preferensi konsumen dalam memilih platform e-commerce untuk berbelanja online pada 3 bulan terakhir," katanya. Di antara pemain e-commerce di Indonesia, Shopee, Tokopedia, Lazada dan TikTok Shop, berdasarkan hasil survei, Shopee menduduki peringkat pertama pada 4 indikator utama. Adapun indikatornya antara lain: 1. Berdasarkan indikator Brand Use Most Often (BUMO) atau merek yang paling sering digunakan, (61 persen) responden memilih Shopee, disusul dengan Tokopedia (22 persen), TikTok Shop (9 persen) dan Lazada (7 persen). 2. Untuk indikator merek yang paling pertama diingat atau Top Of Mind, Shopee unggul di peringkat pertama dengan angka 70 persen, diikuti oleh Tokopedia (22 persen), Lazada (5 persen) dan TikTok Shop (2 persen). 3. Untuk indikator pangsa pasar jumlah transaksi (share of order), Shopee berhasil mencatatkan pangsa pasar jumlah transaksi tertinggi dalam tiga bulan transaksi, yakni 51 persen, diikuti dengan

Tokopedia (22 persen), TikTok Shop (11 persen) dan Lazada (8 persen). 4. Pada indikator pangsa pasar nilai transaksi, Shopee menduduki peringkat pertama yang mencatatkan pangsa pasar nilai transaksi terbesar, yaitu 46 persen. Peringkat kedua disusul oleh Tokopedia (26 persen), TikTok Shop (10 persen) dan Lazada (7 persen). Hal di atas sejalan dengan data data.ai di mana di sepanjang 2022, Shopee tercatat sebagai platform belanja online nomor satu di Indonesia dengan jumlah total unduhan terbanyak baik di Google Play atau Apple Store, juga menjadi platform belanja online nomor satu dalam jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak. Data tersebut semakin diperkuat dengan data dari SimilarWeb, Shopee adalah marketplace dengan pengunjung website tertinggi pada Februari 2023 dengan 143 juta pengunjung, memimpin jauh dari Tokopedia (108 juta pengunjung), serta Lazada (74 juta pengunjung) pada periode yang sama. Tren Perilaku Jelang Ramadan Mengacu pada hasil riset ini, 98 persen responden tertarik untuk berbelanja online guna memenuhi kebutuhan selama bulan Ramadan. Momentum yang berlangsung kurang lebih satu bulan ini menjadi ruang e-commerce untuk berlomba, ditambah dengan antusiasme masyarakat yang semakin tinggi dengan situasi Lebaran pasca pandemi. Pada survei yang dilakukan pada 3 bulan terakhir, 4 faktor pertimbangan responden untuk memilih platform e-commerce untuk berbelanja online selama bulan Ramadan ialah Gratis Ongkir (71 persen), Menyediakan Metode Pembayaran COD (37 persen), Program Ramadan yang Menarik (36 persen) dan Keseruan Livestream dengan Penjual (16 persen). Gratis Ongkir Jadi Daya Tarik Utama Sejak hadir di tengah masyarakat, Gratis Ongkir kerap menjadi bagian dari strategi para pemain e-commerce untuk menarik minat masyarakat berbelanja online. Kemudahan yang ditawarkan, menarik minat masyarakat yang tinggi, khususnya bagi masyarakat yang berasal dari daerah. Survei ini mengungkap, dari beragam promo yang ditawarkan e-commerce selama bulan Ramadan, 85 persen responden memilih Gratis Ongkir sebagai promosi yang paling dicari untuk Ramadan nanti, diikuti dengan Voucher Diskon atau potongan harga (75 persen), Cashback (68 persen), Flash Sale (65 persen) dan Keseruan Hadiah (31 persen). Dapat dikatakan, tahun ini Gratis Ongkir masih menjadi bintang dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan platform untuk berbelanja online. Hampir setiap pemain menghadirkan penawaran ini, tetapi Shopee menduduki

posisi pertama sebagai e-commerce yang menawarkan promo gratis ongkir terbaik (62 persen), memimpin jauh dari Tokopedia (20 persen), TikTok Shop (9 persen) dan Lazada (6 persen). Penawaran menarik khususnya gratis ongkir sepertinya akan selalu menjadi salah satu kunci daya tarik utama pada setiap program, khususnya di bulan Ramadan. Keunggulan Shopee dalam indikator ini dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi belanja online yang akan dimanfaatkan masyarakat saat Ramadan nanti, ujar Astrid. Belanja Online Lebih Mudah dengan Metode Pembayaran COD Metode pembayaran yang beragam juga menjadi salah satu faktor pertimbangan yang utama saat berbelanja online. Selain transfer bank dan dompet digital, Cash on Delivery (COD) masih menjadi salah satu metode pembayaran yang menarik banyak minat konsumen. Salah satu alasannya adalah metode pembayaran ini memberikan akses bagi mereka yang ingin berbelanja online tetapi tidak memiliki rekening bank ataupun kartu kredit. Mengacu pada hasil survei ini, Shopee merupakan platform belanja online dengan metode pembayaran COD terbaik (60 persen), jauh unggul dari kompetitor terdekatnya yaitu Tokopedia (17 persen), TikTok Shop (12 persen) dan Lazada (9 persen). Program Affiliates (Afiliasi) Buka Kesempatan Tambah Pendapatan Tren yang sedang marak beberapa waktu terakhir ini adalah program Affiliates (afiliasi). Peluang dan kemudahan yang ditawarkan menjadikan program atau strategi marketing ini berkembang dengan sangat pesat. E-commerce yang merupakan perpanjangan tangan, turut mengambil peran dan berlomba-lomba menghadirkan program afiliasi. Bukan hanya untuk memberikan keuntungan bagi penjualan produk dan pelaku usaha, tetapi juga melahirkan sebuah peluang baru. Program ini banyak memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk mendapatkan pendapatan tambahan, hanya dengan berkreasi membuat konten menarik dan membagikan custom link. Berbagai program seperti Shopee Affiliates Program, Lazada Affiliate Program, Tokopedia Affiliate Program dan TikTok Shop Affiliate menjadi pilihan bagi masyarakat untuk memilih peruntungannya. Melalui survei ini, terungkap Shopee Affiliate menduduki peringkat pertama sebagai e-commerce yang memiliki program afiliasi terbaik (61 persen), jauh di atas Tokopedia Affiliate (20 persen), TikTok Affiliate (13 persen) dan Lazada Affiliate (4 persen). Momentum seperti Ramadan dengan beragam kebutuhan dan tingginya antusiasme untuk memenuhi kebutuhan

menjadi ladang kesempatan untuk para affiliate unjuk gigi. Ranah ini pun menjadi ruang bagi para pemain e-commerce untuk meningkatkan daya tarik. Mulai dari pemberian komisi yang kompetitif hingga keunggulan program yang diberikan. Utamanya, komisi merupakan faktor utama yang diperhatikan, dimana melalui survei terungkap bahwa Shopee Affiliate menawarkan program afiliasi dengan komisi terbesar (57 persen), memimpin jauh dari Tokopedia Affiliate pada urutan kedua (18 persen), diikuti oleh TikTok affiliate (16 persen) dan Lazada affiliate (5 persen).

Fitur Inovatif

Temani Ramadan

Kecenderungan perilaku belanja bukan hanya berubah didasari oleh perkembangan teknologi, tetapi juga berdasarkan momentum yang berlangsung. Berbeda dengan hari biasa, hasil survei menunjukkan 33 persen responden lebih memilih untuk berbelanja di malam hari setelah berbuka puasa (antara pukul 18:00 - 24:00), diikuti oleh 23 persen responden yang menjadikan belanja sebagai pengisi waktu luang saat ngabuburit (16:00 - 18:00). Sementara itu, 21 persen mengaku lebih suka berbelanja di siang hari (pukul 12:30 - 15:00), 14 persen memanfaatkan waktu setelah sahur sambil menunggu subuh (03:00 - 06:00), dan 8 persen berbelanja di pagi hari (09:00 - 11:00). Melihat kecenderungan preferensi yang bergeser, para pemain e-commerce semakin gigih menghadirkan fitur-fitur interaktif yang dapat menemani selama Ramadan. Mulai dari menghadirkan fitur live streaming, yang memberikan akses pada pengguna untuk berinteraksi secara proaktif dengan penjual hingga konten video pendek yang kreatif. Berdasarkan hasil temuan Snapcart, 46 persen memilih Shopee Live sebagai fitur yang paling digunakan konsumen untuk menemani rutinitas Ramadan nanti. Diikuti Shopee Video (43 persen), Tokopedia Play (24 persen) dan Laz Live (8 persen).

E-Commerce Pilihan Jelang Ramadan

Data-data di atas menunjukkan bahwa Shopee menjadi unggulan pada aspek-aspek yang diproyeksi menjadi faktor pertimbangan utama saat berbelanja online pada bulan Ramadan nanti. Hal ini didukung dengan hasil survei, di mana Shopee menduduki peringkat pertama sebagai e-commerce yang paling sering digunakan untuk berbelanja persiapan dan kebutuhan selama bulan Ramadan (65 persen). Memimpin jauh dari posisi kedua yaitu Tokopedia (21 persen), diikuti oleh TikTok Shop (7 persen) dan Lazada (5 persen). Hal ini didukung dengan hasil survei bahwa 64 persen responden memilih Shopee sebagai e-commerce yang menawarkan promo Ramadan terbesar, jauh melampaui Tokopedia (20 persen),

TikTok Shop (7 persen) dan Lazada (6 persen). "Melihat kebutuhan Ramadan yang beragam serta situasi yang berbeda, kami memprediksi Ramadan tahun ini masyarakat akan menjadi lebih kritis dalam berbelanja online. Selain karena semakin beragam program yang dihadirkan, tetapi juga perilaku belanja yang turut berubah. Seperti keinginan tambahan faktor untuk meningkatkan pengalaman belanja," tuturnya. "Akan tetapi tetap saja dari paparan data di atas, bahwa dasar utama pengalaman belanja seperti kenyamanan dan keamanan juga masih mengambil peranan penting, katanya. Keamanan dan kenyamanan menjadi faktor penting untuk memilih platform belanja online saat memenuhi kebutuhan Ramadan masyarakat Indonesia. Mengacu pada data di atas, Shopee unggul dalam kedua indikator, dibandingkan dengan pemain e-commerce lain. Aspek-aspek seperti fitur garansi, layanan pelanggan 24 jam, hingga peraturan produk yang boleh dan tidak boleh dijual mengambil peran signifikan untuk menawarkan rasa aman dalam berbelanja online konsumen. Jika ditelaah, Shopee menghadirkan fitur seperti Garansi Shopee yang melindungi Pembeli dengan cara menahan dana Pembeli hingga Pembeli mengonfirmasi bahwa barang sudah diterima dengan baik. Selain itu, Shopee juga menggalakan peraturan terkait kebijakan produk yang dilarang dan dibatasi, agar sesuai aturan yang berlaku. Strategi untuk memastikan aspek-aspek mendasar seperti inilah menjadi salah satu alasan konsumen mendapatkan rasa aman saat berbelanja. Melihat sengitnya persaingan dan hal-hal yang harus dipersiapkan menjelang bulan Ramadan, para pemain e-commerce berlomba untuk melengkapi ragam aspek yang dapat menjadikan mereka destinasi pilihan belanja online khususnya saat Ramadan nanti. Mulai dari ragam promo, fitur interaktif, dan program menarik yang dihadirkan, dapat diproyeksi pada Ramadan 2023 nanti Shopee akan menjadi e-commerce pilihan pengguna untuk melengkapi berbagai kebutuhan jelang dan selama Ramadan, hingga Hari Raya. Dapat disimpulkan Shopee masih unggul mempertahankan posisinya sebagai e-commerce no.1 pilihan konsumen untuk berbelanja kebutuhan Ramadan. Tingginya animo masyarakat terhadap belanja online akan kebutuhan Ramadan nanti, sepertinya akan terus menarik perhatian para pemain e-commerce untuk berlomba-lomba memberikan pengalaman belanja terbaik bagi para pengguna.

Baca Juga: Ketahui Kerugian Membeli Mobil Bekas Banjir (Wul)