

## BAB IV

### LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Laporan Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Perusahaan Shopee

*Marketplace* Shopee merupakan sebuah *platform* berbelanja *online* yang didirikan oleh seorang pengusaha muda asal Singapura bernama Chris Feng. Pada Desember 2015, Shopee diluncurkan di 7 negara Asia, yaitu Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Saat ini, Shopee dikelola oleh Garena *Group* yang telah berubah nama menjadi SEA *Group* yang didirikan Forrest Li pada tahun 2009.

Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei tahun 2015 dan mulai beroperasi pada akhir bulan Juni 2015. Lokasi Shopee Indonesia berada di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pada pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi para penjual untuk menjual barang jualannya dengan mudah serta membekali para pembeli atau konsumen dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Saat ini, angka unduhan shopee telah mencapai lebih dari 100 juta unduhan pada *Google Play Store*.

*Shopee is a mobile marketplace application with a consumer-to-consumer (C2C) concept that is safe and practical for buying and selling. Shopee offers a variety of products to support daily needs, such as fashion,*

*gadgets, cosmetics, electronic devices, home appliances, to shopping vouchers* (Chong & Ali, 2022, hlm.302).

Berdasarkan pernyataan di atas Ding Chong dan Hafzi Ali menyampaikan bahwa Shopee ialah aplikasi *mobile marketplace* dengan konsep konsumen ke konsumen (C2C) yang aman dan praktis dalam jual beli. Shopee menawarkan beragam produk untuk menunjang kebutuhan sehari-hari, seperti *fashion*, gadget, kosmetik, perangkat elektronik, peralatan rumah tangga, hingga *voucher* belanja. Pada mulanya, Shopee memang mengusung model bisnis pelanggan (*customer to customer - C2C*), namun seiring berjalannya waktu, terbentuklah Shopee Mall sehingga model bisnisnya berubah menjadi bisnis untuk pelanggan (*bussiness to consumer – B2C*) dan model hibrid C2C (Damayanti, 2018, hlm. 45).

Shopee adalah aplikasi *marketplace online* yang dapat digunakan untuk transaksi jual beli pada *smartphone* dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari produk *fashion*, kecantikan bahkan produk untuk kebutuhan rumah tangga atau sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan para penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja secara *online* tanpa harus membuka *website* melalui perangkat komputer. Sebagai *marketplace* ternama di Indonesia, Shopee memiliki visi untuk menjadi *mobile marketplace* nomor 1 (satu) di dunia. Sedangkan misi dari Shopee adalah untuk mengembangkan kewirausahaan bagi para penjual di seluruh dunia.

*A review of Islamic business ethics on online buying and selling on the official shopee website, the transacting party must fulfill all the contracts he has made in the online sale and purchase. And you have to be*

*responsible, especially for businesspeople, you can take profits in buying and selling, but the buyer's rights must still be respected* (Wahyuni & Sutrismi, 2022, hlm. 42).

Dari uraian di atas menjelaskan bahwa jika ditinjau dalam etika bisnis islam jual beli *online* pada *website* resmi shopee diperbolehkan namun pihak yang bertransaksi wajib memenuhi seluruh akad yang dibuatnya dalam jual beli *online* tersebut. Selain itu bagi para pelaku usaha juga harus bertanggung jawab, mereka boleh mengambil keuntungan dalam jual beli, namun hak-hak pembeli tetap harus dihormati. Oleh karena itu masyarakat harus lebih memperhatikan prinsip kehati-hatian dalam setiap transaksi jual beli *online*, khususnya dalam melihat produk yang ingin dibelinya di situs jual beli *online*. Berdasarkan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli *online* tidak diperbolehkan adanya unsur-unsur yang merugikan seperti penipuan, riba, *gharar*, dan *maysir*.

Sasaran pengguna shopee ialah kalangan remaja muda yang saat ini telah terbiasa melakukan berbagai macam kegiatan dengan bantuan gadget termasuk pada kegiatan berbelanja. Oleh karena itu shopee datang dalam bentuk aplikasi *mobile* guna menunjang kegiatan belanja yang cepat dan mudah. Kategori produk yang ditawarkan shopee lebih mengarah pada produk-produk fashion, kecantikan, perlengkapan rumah tangga dan lainnya. Shopee juga menyediakan layanan fitur *live chat* yang memudahkan para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dengan cepat dan mudah.

Terdapat ciri khas yang membedakan shopee dengan *marketplace* lainnya. Shopee memiliki promosi gratis ongkos kirim sesuai dengan ketentuan masing-

masing toko, hal inilah yang menjadi jurus utama *marketplace* shopee agar bisa bersaing dengan *marketplace* lainnya. Selain itu terdapat berbagai macam diskon tidak tergantung pada hari maupun dalam rangka memperingati hari. Promosi shopee yang saat ini sedang *booming* ialah *ShopeePay Later* dimana *shopper* (pengguna shopee) dapat melakukan pembelian barang dan membayarnya nanti dengan metode cicilan bunga rendah mulai dari 1,95%. Selain itu pada *marketplace* shopee terdapat jaminan uang kembali apabila nantinya ada orderan yang tidak sampai ke pembeli.

Dalam perkembangannya, shopee telah banyak melakukan inovasi yang bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi pengguna. Salah satu inovasi yang dilakukan yaitu adanya promo gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia. Tentunya, hal ini menarik calon pembeli untuk membeli produk yang ada di *marketplace* ini (Veronica & Yohanes, dkk, 2021, hlm 47-48).



**Gambar 4.1** Foto gratis ongkir Shopee

*Marketplace* shopee hadir dilengkapi dengan berbagai macam fitur-fitur yang memudahkan pembeli dan penjual khususnya dalam mengakses atau menggunakan aplikasi ini. Berikut merupakan beberapa fitur yang tersedia pada *marketplace* shopee untuk mempromosikan produk-produk penjual yang terdapat pada *marketplace* shopee:

a. Fitur Promo Toko

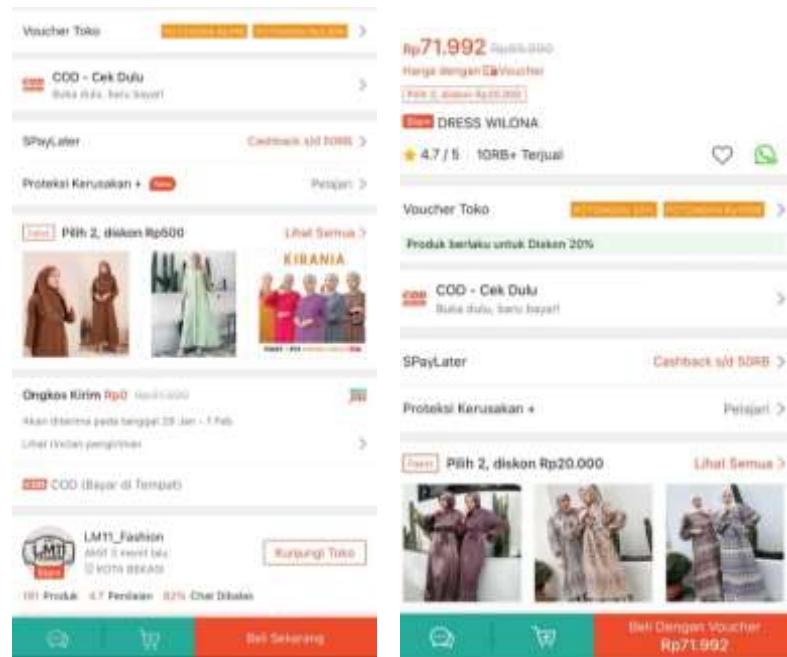
Promo pada *marketplace* shopee diadakan secara berkala dan dapat diikuti oleh seluruh penjual pada *marketplace* shopee. Promo pada *marketplace* shopee selalu menawarkan promo yang menarik untuk pembeli yang nantinya akan ditampilkan pada halaman utama situs atau aplikasi shopee.



**Gambar 4.2** Foto fitur promo toko

### b. Fitur Paket Diskon

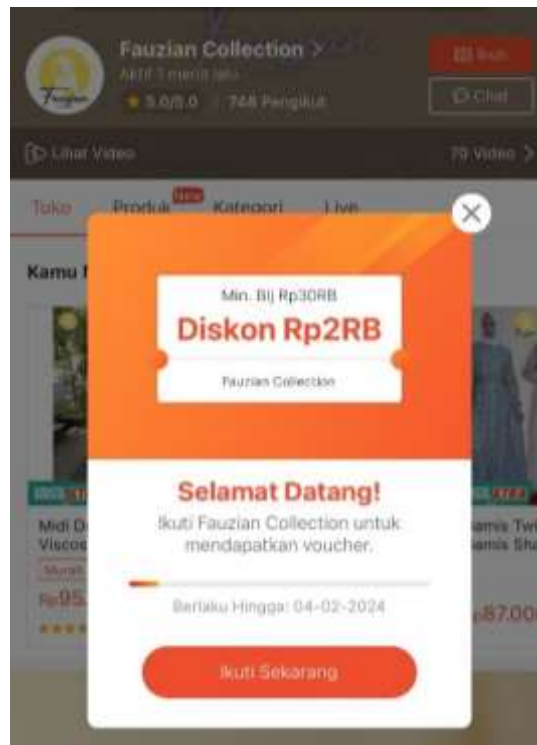
Paket diskon pada *marketplace* shopee memungkinkan penjual untuk membuat promo dalam bentuk paket (*bundle*) pada toko penjual di shopee. Fitur ini tersedia di *seller center* dan juga pada *marketplace* shopee.



**Gambar 4.3** Foto fitur paket diskon

### c. Fitur *Voucher* Ikuti Toko

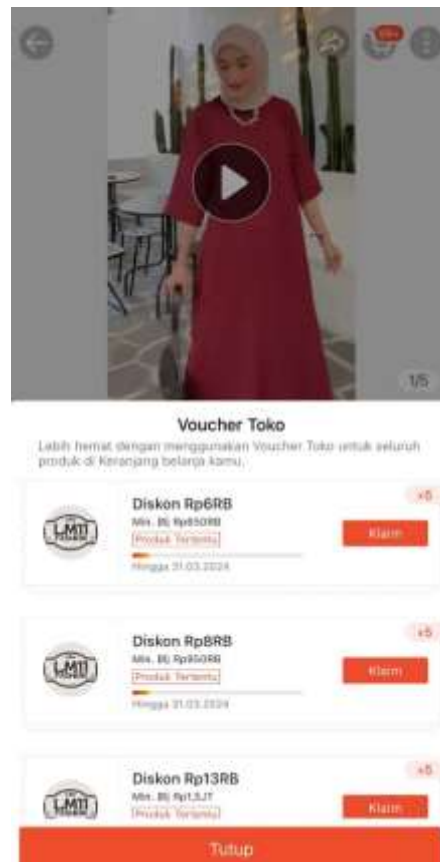
*Voucher* ikuti toko merupakan fitur promosi yang membantu penjual untuk mendapatkan pengikut toko baru dengan memberikan *voucher* saat calon pembeli mulai mengikuti toko penjual tersebut pada *marketplace* shopee. Fitur ini dapat membantu penjual untuk meningkatkan jumlah pengikut, sehingga pengikut toko penjual akan menerima *update* tentang promosi dan produk terbaru dari toko penjual pada *marketplace* shopee.



**Gambar 4.4** Foto fitur *voucher* ikuti toko

d. Fitur *Voucher* Toko Saya

*Voucher* toko saya merupakan fitur promosi di *seller centre* dan aplikasi shopee yang memungkinkan penjual mengatur berbagai jenis diskon untuk mendorong pembelian. Penjual dapat membuat *voucher* toko yang berlaku untuk semua produk di toko penjual atau *voucher* produk yang berlaku hanya pada produk tertentu saja.



**Gambar 4.5** Foto fitur *voucher* toko

e. Fitur *Flash Sale* Shopee

*Flash sale* shopee adalah promo terbaik dari shopee yang memberikan penawaran secara eksklusif untuk jangka waktu yang terbatas. Dengan menggunakan fitur *flash sale* pada *marketplace* shopee, maka penjual dapat meminimalkan produk dalam sesi *flash sale* shopee mendatang. Nominasi *flash sale* pada *marketplace* shopee hanya terbuka untuk penjual yang terpilih untuk diberikan akses meminimalkan produknya. Jika penjual belum terpilih untuk berpartisipasi dalam promo *flash sale* pada *marketplace* shopee, penjual dapat meningkatkan performa tokonya terlebih dahulu.

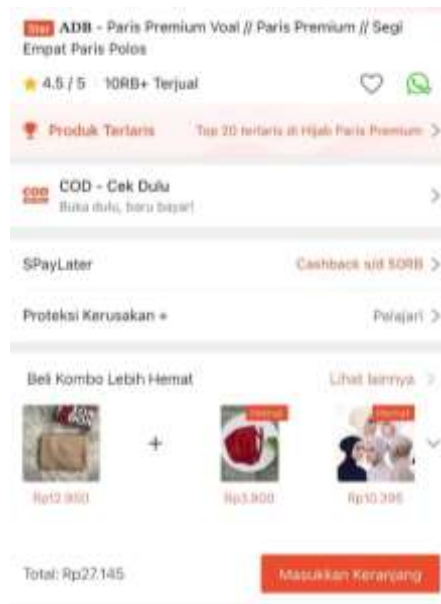




**Gambar 4.6** Foto fitur *flash sale*

f. Fitur Kombo Hemat

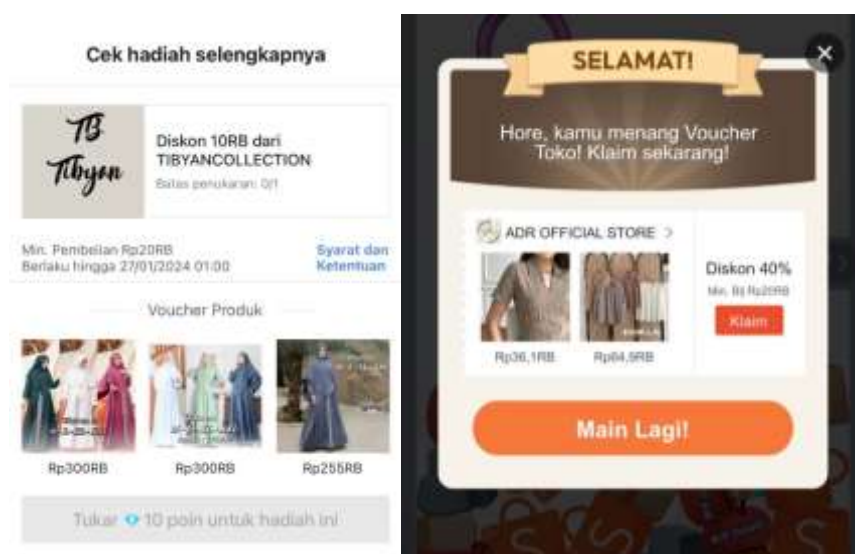
Kombo hemat membantu penjual pada *marketplace* shopee untuk mendorong penjualan produk tertentu serta menarik pembeli untuk menambahkan produk lebih banyak ke keranjang belanja mereka. Pembeli pada *marketplace* shopee akan melihat label kombo hemat atau hadiah gratis pada produk penjual di halaman shopee. Hal ini akan membuat produk penjual lebih menarik, sehingga dapat menghasilkan banyak klik serta penjualan.



**Gambar 4.7** Foto fitur kombo hemat

g. Fitur Game Toko

Game toko merupakan fitur di *seller centre* yang memungkinkan penjual membuat game di tokonya sendiri pada *marketplace* shopee. Pembeli dapat memainkan game di toko penjual dan memenangkan hadiah berupa *voucher* yang dapat digunakan untuk membeli produk di toko tersebut.



**Gambar 4.8** Foto fitur game toko

#### h. Fitur *Chat* Penjual

Fitur *chat* penjual merupakan fitur pengiriman pesan instan secara *online* yang memudahkan penjual untuk berinteraksi dengan pembeli dengan mudah dan efisien. Fitur *chat* penjual memungkinkan para penjual pada *marketplace* shopee memberikan pelayanan kepada pembeli baik sebelum dan setelah penjualan. Fitur *chat* penjual dapat diakses melalui aplikasi shopee, portal fitur *chat* penjual dan *seller centre*.

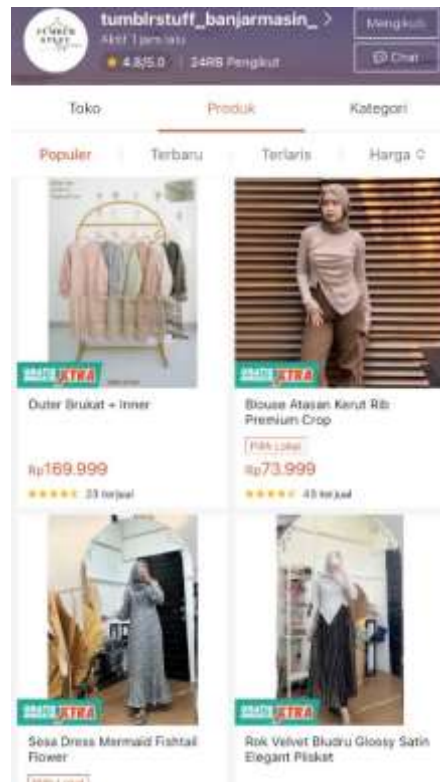


**Gambar 4.9** Foto fitur *chat* penjual

#### i. Fitur *Shopee Feed*

*Shopee feed* merupakan fitur pada *marketplace* shopee yang memungkinkan penjual untuk menampilkan produknya dan berinteraksi dengan pengikut toko secara langsung melalui foto serta video. Penjual dapat memposting tentang promosi, *voucher* bahkan mengadakan *giveaway* untuk meningkatkan visibilitas

toko pada *marketplace* shopee dan menghasilkan penjualan. Untuk mengakses shopee *feed*, bisa mengunjungi *tab feed* pada *marketplace* shopee.



**Gambar 4.10** Foto fitur shopee *feed*

#### j. Fitur Shopee *Live*

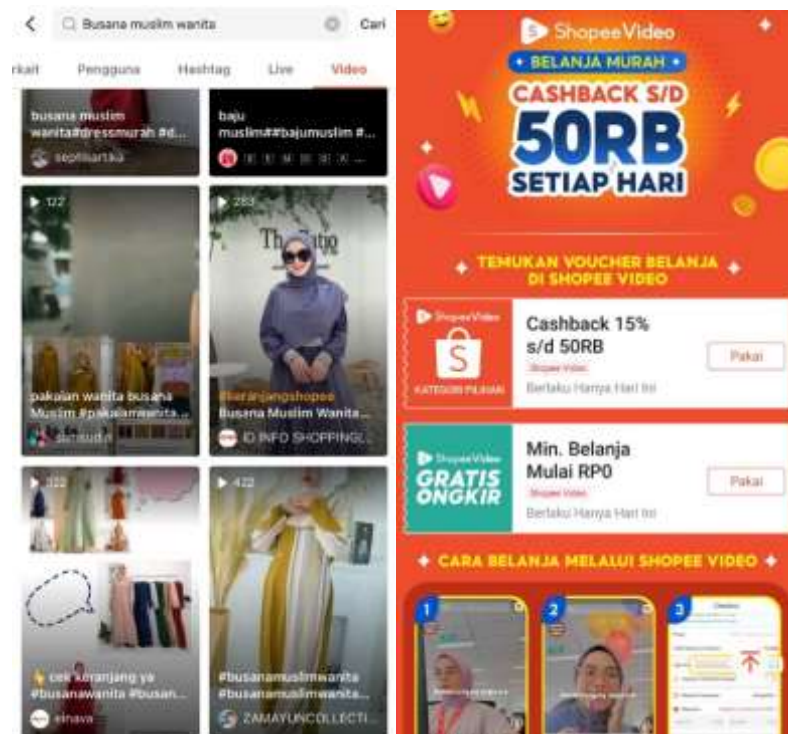
Shopee *live* merupakan sebuah fitur yang memungkinkan penjual untuk membuat sesi *streaming* dan mempromosikan toko serta produk secara langsung ke pembeli. Pembeli dapat secara langsung berkomunikasi dengan penjual secara *real-time* untuk lebih banyak mengetahui produk-produk penjual dan membelinya secara langsung tanpa meninggalkan halaman *streaming*. Penjual yang menayangkan ulang sesi *streaming* akan mempunyai *tab shopee live* pada halaman tokonya (Dirnaeni, dkk, 2021, hlm.47).



Gambar 4.11 Foto fitur shopee live

#### k. Fitur Shopee Video

Shopee Video adalah fitur terbaru di Shopee yang bertujuan untuk menyediakan tempat bagi para Pengguna Shopee untuk bersosialisasi dengan sesama Pengguna Shopee melalui video. Shopee Video memungkinkan Pengguna untuk meng-*upload* dan membagikan video pendek yang disertai musik dan *filter* sebagai pendukung.



**Gambar 4.12** Foto fitur shopee video

## 2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

### a. Maharajaa Maryam Medina

#### 1) Latar Belakang

Toko Maharajaa Maryam Medina adalah distributor dari *brand* busana muslim yaitu Maharajaa dengan *caption* dibawahnya bertuliskan “*simple fashionable*” yang didirikan oleh Eko Budi Raharjo berusia 44 tahun bersama sang istri yang bernama Mayla Ulfa yang berusia 37 tahun. Adapun nama Maryam Medina dari toko tersebut terinspirasi dari nama kedua anak perempuan mereka yang bernama Maryam dan Medina. Toko Maharajaa Maryam Medina berdiri sejak tahun 2016 dan beralamat di Pasar

Hanyar Ramayana Sentra Antasari Blok A No.4-5 Lt.2, Kelayan Luar Kec. Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Namun toko ini baru memanfaatkan *marketplace* Shopee pada tahun 2017 hingga sekarang. Adapun tujuan didirikannya toko ini adalah ingin memperkenalkan *brand* Maharajaa Maryam Medina dengan desain produk yang berkualitas dan tentunya *trendy*.

Toko Maharajaa Maryam Medina merupakan distributor resmi yang melakukan proses konveksi pembuatan produk busana muslim *brand* Maharajaa di Jakarta. Jadi untuk pembelian kain yang akan diolah juga berasal dari toko-toko yang ada di Jakarta lalu diantar ke tempat konveksi pembuatan busana muslim *brand* Maharajaa baru setelah itu dikirimkan ke Banjarmasin. Toko ini menyediakan berbagai macam gamis syar'i perempuan yang dapat dijual dengan harga grosir, reseller maupun ecer. Adapun ketentuan untuk bisa mendapatkan harga grosir adalah minimal pembelian 18 lembar baju per model sedangkan untuk mendapatkan harga reseller yaitu minimal pembelian 6 lembar baju per model.

## 2) Visi dan Misi

Visi dari toko Maharajaa Maryam Medina yaitu:

- a) Menciptakan *brand* produk busana muslim sendiri.
- b) Memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan keinginan konsumen.

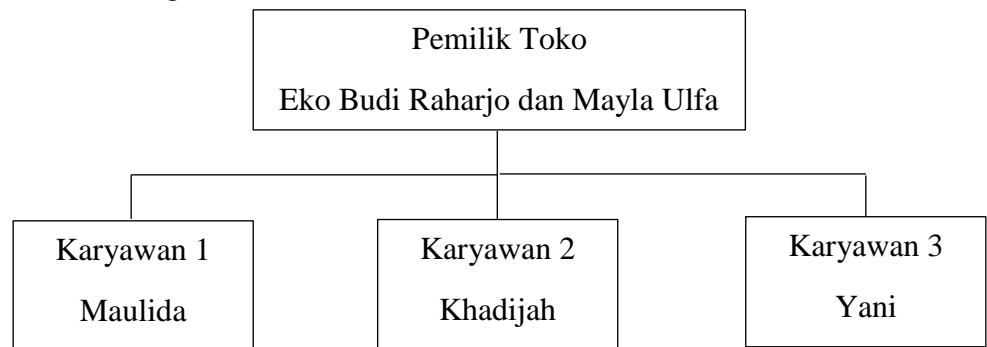


- c) Mensyiarkan busana muslim yang baik dan benar sesuai syariat Islam.

Misi dari toko Maharajaa Maryam Medina yaitu:

- a) Memberikan pelayanan yang baik dan ramah.  
 b) Memberikan produk busana muslim yang berkualitas demi kepuasan pelanggan.  
 c) Menciptakan produk busana muslim modern tapi tetap syar'i.

### 3) Struktur Organisasi



## b. Tumblrstuff Banjarmasin

### 1) Latar Belakang

Tumblrstuff Banjarmasin adalah toko *online* yang didirikan sejak tahun 2016 oleh seorang pemuda berusia 26 tahun bernama Alifa Azzahra Abadi. Namun toko *online* tersebut sebenarnya sudah terbentuk sejak tahun 2014 yang beroperasi di media sosial *online* yaitu BBM, Instagram dan Line akan tetapi belum terlalu rutin menjalankannya. Motif didirikan toko tersebut adalah karena pemilik toko yang senang dalam bidang *fashion*



wanita terlebih *fashion* busana muslim *trendy* dan juga suka dengan bisnis dagang mengikuti jejak orang tuanya. Oleh karena itu Tumblrstuff tidak hanya memproduksi busana muslim berbentuk gamis namun juga berbagai macam *fashion* muslim wanita dengan model kekinian dan *trendy*.

Kemudian seiring berjalannya waktu dengan memasarkan produknya menggunakan *marketplace* Shopee, Tumblrstuff Banjarmasin di tahun 2018 memiliki perkembangan yang sangat pesat karena produknya banyak disukai oleh konsumen. Sehingga pada tahun 2022 Alifa Azzahra Abadi mampu mendirikan toko *offline*-nya yang beralamat di Jl. A. Yani Km. 5 Pemurus Baru Kec. Banjarmasin Selatan Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan tepatnya berada di depan Stadion Car Wash samping gerbang uvaya. Di toko tersebut Tumblrstuff menyediakan bermacam-macam baju muslim wanita dan aneka hijab yang selalu *up to date*. Selain itu Tumblrstuff juga menjual berbagai aneka aksesoris wanita sebagai pelengkap penampilan dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus.

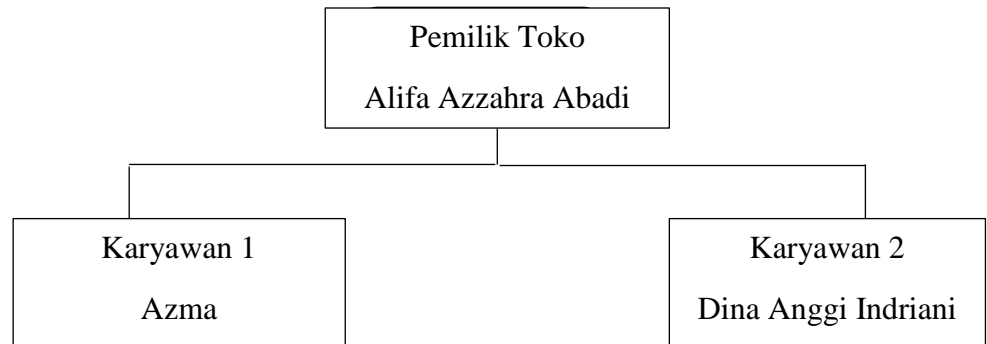
## 2) Visi dan Misi

Visi dari toko Tumblrstuff Banjarmasin yaitu: Tampil cantik dengan *fashion* muslim sesuai syariat Islam.

Misi dari toko Tumblrstuff Banjarmasin yaitu: Memperkenalkan *fashion* muslim modern dan mengajak wanita untuk berbusana

muslimah tetapi tetap tampil *trendy* dan selalu mengikuti perkembangan model baju masa kini.

### 3) Struktur Organisasi



### 3. Hasil Penelitian

Data yang akan disajikan ini merupakan data tentang pemanfaatan *marketplace* Shopee oleh pedagang busana muslim dalam meningkatkan penjualannya yang peneliti peroleh dari hasil wawancara dan dokumentasi yang dilaksanakan dan ditunjukkan kepada informan pemilik toko Maharajaa Maryam Medina dan Tumblrstuff Banjarmasin sebagai responden dalam penelitian ini. Seluruh data yang terkumpul akan disajikan dalam bentuk deskriptif, yaitu dengan mengemukakan data yang diperoleh ke dalam bentuk penjelasan melalui uraian kata sehingga menjadi kalimat yang padu dan mudah dipahami.

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi yang dilakukan peneliti selama proses pengambilan dan pengumpulan data, transaksi yang dilakukan dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee adalah sebuah perilaku jual beli barang yang dilakukan secara *online* oleh toko Maharajaa Maryam Medina dan

Tumblrstuff Banjarmasin. Berbelanja dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee semakin banyak digandrungi oleh masyarakat, karena terbilang cukup mudah yaitu hanya dengan koneksi internet kita bisa bertransaksi kapan saja dan dimana saja membuat hal menjadi lebih mudah. Banyaknya ketertarikan konsumen akan belanja *online* pada *marketplace* Shopee membuat sejumlah *online shop* banyak bermunculan. Munculnya *online shop* ini membuktikan bahwa teknologi semakin canggih dan para pelaku *online shop* harus bisa memaksimalkan pemanfaatan *marketplace* Shopee untuk memikat para konsumen dalam meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan hasil wawancara langsung yang penulis lakukan kepada informan yaitu pemilik toko Maharajaa Maryam Medina dan Tumblrstuff Banjarmasin serta pelanggan dari masing-masing toko tersebut. Pemanfaatan *marketplace* Shopee antara kedua toko tersebut memiliki perbedaan walaupun dengan tujuan yang sama yaitu untuk meningkatkan penjualan mereka. Namun dengan penelitian ini akan diketahui mana pemanfaatan *marketplace* Shopee yang paling sesuai, paling efektif dan efisien menurut peneliti. Untuk mendapatkan jawaban tersebut peneliti perlu mengumpulkan sejumlah data dari kedua toko tersebut melalui pengamatan lapangan secara langsung dan wawancara dengan 2 orang narasumber pada masing-masing toko, karena dianggap mampu memberikan informasi yang sedang dicari peneliti. Sehingga dapat memberikan jawaban atas apa yang dipermasalahkan dalam penelitian ini. Berikut pemaparan data dari temuan peneliti pada masing-masing toko busana muslim:

### **a. Maharajaa Maryam Medina**

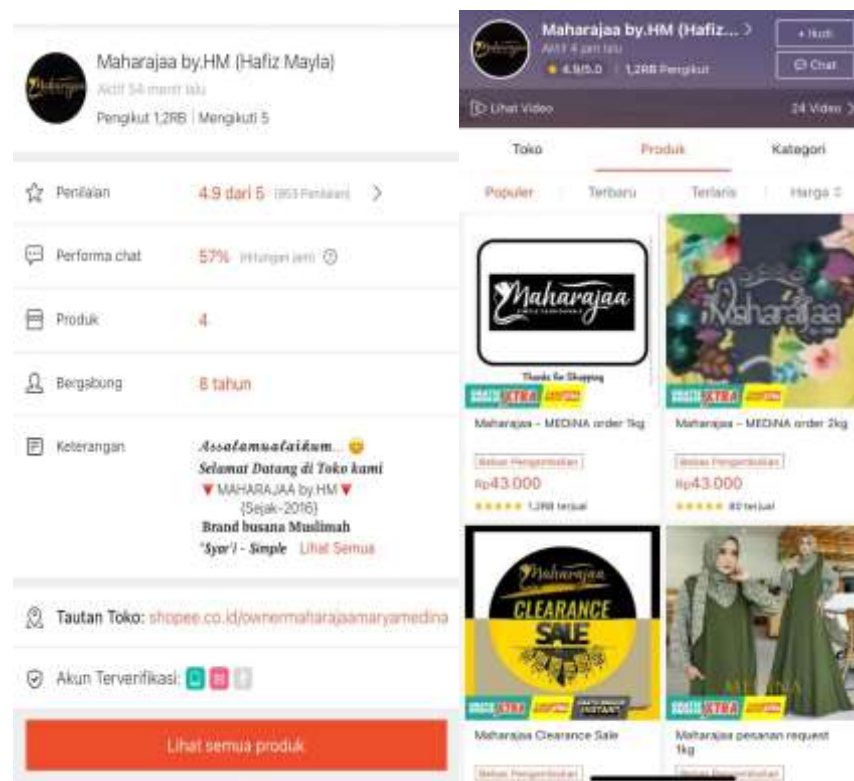
#### 1) Pemanfaatan *Marketplace* Shopee

Toko Maharajaa Maryam Medina dulunya hanya memasarkan produk busana muslimnya secara *offline* di Pasar Hanyar Ramayana Sentra Antasari Blok A No.4-5 Lantai 2. Namun karena perkembangan zaman dan permintaan konsumen khususnya para reseller toko tersebut yang berada di luar kota menjadikan pemilik toko Maharajaa Maryam Medina bergabung menggunakan *marketplace* Shopee untuk memasarkan jualannya.

Menurut bapak Eko Budi Raharjo selaku pemilik toko Maharajaa Maryam Medina selama kurang lebih 8 tahun bergabung dan memanfaatkan *marketplace* Shopee sangat memberikan kemudahan dan manfaat dalam menjalankan usahanya tersebut seperti kepercayaan konsumen untuk berbelanja *online* di toko ini karena adanya pihak ketiga antara penjual dan pembeli yaitu perantara *marketplace* Shopee yang dapat menjamin produk yang dibeli akan sampai kepada konsumen. Terlebih lagi pemanfaatan *marketplace* Shopee oleh toko ini terbilang berbeda dengan toko pada umumnya.

Dari hasil wawancara dengan ibu Mayla Ulfa, beliau mengatakan bahwa toko Maharajaa Maryam Medina memiliki cara tersendiri dalam memanfaatkan *marketplace* Shopee untuk memasarkan jualannya sejak tahun 2020 dikarenakan biaya admin yang meningkat lumayan 9% sampai 11% dan tidak bisa dicek di awal. Sehingga beliau memanfaatkan Shopee hanya untuk membantu pelanggan yang mau bertransaksi lewat perantara *marketplace* Shopee tersebut dengan cara tidak memposting produk busana muslimnya

secara langsung namun hanya foto *brand* dari toko ini yang ditampilkan pada *feed marketplace* Shopee mereka. Harganya pun tidak sesuai dengan harga produk busana muslim yang dijual namun dengan harga minimal yang dapat memenuhi persyaratan gratis ongkir. Sedangkan sisa dari harga produk yang dijual kepada konsumen dilakukan melalui *transfer* bank pribadi antara penjual dan pembeli. Adapun untuk pelanggan yang ingin menggunakan fitur *shopeepay later*, ibu Mayla Ulfa dan bapa Eko Budi Raharjo menaruh harga produk pada *marketplace* Shopee lebih tinggi dari harga di toko guna menutupi biaya admin yang dibebankan kepada penjual. Oleh karena itu walaupun sudah 8 tahun bergabung dengan *marketplace* Shopee namun hanya 4 produk yang dijual pada katalog toko Maharajaa Maryam Medina seperti pada gambar berikut ini.



**Gambar 4.13** Marketplace Shopee Maharajaa

Disamping itu ketika ditanya mengenai efektivitas yang dirasakan dalam memanfaatkan *marketplace* Shopee oleh toko ini bapak Eko Budi Raharjo mengatakan dulunya memang dengan Shopee dapat menghemat biaya pemasaran dan promosi produk serta tenaga dan waktu saat masih memasarkan produk dengan menampilkan gambar busana muslim yang dijual pada *marketplace* Shopee. Namun sekarang dikarenakan cara pemanfaatannya yang berubah maka efektivitas dari pemanfaatan *marketplace* Shopee tersebut kurang dapat dirasakan lagi berhubung toko ini lebih mengutamakan menjual secara *offline* di toko dan menggunakan grup Whatsapp untuk para reseller toko tersebut. Akan tetapi beliau juga menjelaskan bahwa tidak dapat dipungkiri dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee dapat menjadikan produktifitas dan kinerja toko ini meningkat dikarenakan kemudahan para reseller maupun konsumen dalam memanfaatkan gratis ongkir walaupun harus *check out* berkali-kali. Selain itu, dikarenakan pemanfaatannya yang berbeda maka fitur-fitur yang dimanfaatkan toko Maharajaa Maryam Medina pada *marketplace* Shopee hanya fitur gratis ongkir, *shopeepay later*, *dropshipper* bagi reseller dan COD.

## 2) Peningkatan Penjualan

### a) Produk

Sebagai salah satu agen busana muslim di Banjarmasin, Maharajaa Maryam Medina tentu memiliki berbagai macam produk *fashion* muslim yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga dari produk-produk tersebut

dapat memenuhi kebutuhan konsumen khususnya masyarakat umat Islam di Indonesia. Berikut contoh foto produk busana muslim yang dijual di toko Maharajaa Maryam Medina:



**Gambar 4.14** Produk-produk Maharajaa

Dari hasil wawancara dengan bapak Eko Budi Raharjo dan ibu Mayla Ulfa selaku pemilik toko Maharajaa Maryam Medina, mereka menjelaskan bahwa produk yang dijualnya sebagian besar yaitu 80-85% adalah *brand* mereka sendiri. Tapi terkadang mereka juga menjual produk busana muslim merek luar dikarenakan akan menjelang hari raya. Menurut pengamatan peneliti produk yang ditawarkan memang bagus-bagus dari kualitas dan menarik karena modelnya *trendy* namun tetap syar'i. Produk desainnya sendiri memang sesuai dengan permintaan pelanggan namun beliau membuatnya dengan kreasinya sendiri agar lebih khas dan berbeda lebih bagus dari permintaan. Justru design dari kreasinya tersebut yang cepat laku terjual. Seperti yang dijelaskan oleh ibu Mayla Ulfa bahwa dari

perkembangan model busana muslim sekarang lagi *trend* gamis syar'i bernuansa mewah menggunakan kain brukat atau kain *shimmer*. Sehingga beliau mengeluarkan produk baru dengan kreasi desain beliau sendiri menggunakan kain tersebut agar dapat menarik perhatian pelanggan guna meningkatkan penjualan.

Tidak hanya itu ketika ditanyakan mengenai bagaimana cara mereka memasarkan produk pada *marketplace* Shopee terkait bahan, warna dan ukuran. Beliau menjelaskan bahwa dikarenakan Maharajaa Maryam Medina ini hanya memanfaatkan Shopee untuk menggunakan fitur-fiturnya bukan untuk memasarkan produk maka mereka tidak menjelaskan pada *platform* tersebut bagaimana kualitas bahan, warna dan ukurannya. Akan tetapi para reseller bisa mengetahui dari grub Whatsapp yang mereka buat dan untuk para konsumen bisa langsung melihat ke toko *offline* secara langsung.

Kemudian menurut ibu Diana selaku reseller dari toko Maharajaa Maryam Medina menyatakan bahwa beliau memutuskan untuk jadi reseller di toko ini karena selain toko ini menyediakan harga khusus untuk reseller tetapi para pelanggan di toko ibu ini juga banyak menyukai berbelanja busana muslim *brand* dari Maharajaa karena produknya yang *simple* dan tetap *fashionable*.



## b) Harga

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu barang yang dibutuhkan. Harga memiliki dampak langsung terhadap peningkatan penjualan karena mempengaruhi persepsi nilai produk di mata konsumen. Di toko Maharajaa Maryam Medina ini harga yang terbentuk dijelaskan oleh pemiliknya sendiri yaitu Bapak Eko Budi Raharjo. Berdasarkan hasil wawancara, beliau menjelaskan bahwa keistimewaan toko Maharajaa Maryam Medina miliknya adalah harga yang relatif murah dan terjangkau yaitu dari 100.000 hingga 400.000 dengan kualitas yang bagus, karena beliau tidak mengambil keuntungan yang terlalu besar. Karena dalam jual beli tidak hanya mencari keuntungan semata, namun mengutamakan kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama. Bahkan di toko beliau tidak jarang mengadakan *sale* produk untuk menghabiskan *stok*. Dengan demikian hal ini dapat meningkatkan penjualan di toko Maharajaa Maryam Medina. Berikut daftar harga produk busana muslim di toko tersebut.

**Tabel 4.1 Daftar Harga Produk di Toko Maharajaa Maryam Medina**

No	Produk Maharajaa	Harga
1.	Maharajaa Syar'I Khimar Ceruty	Rp 100.000
2.	Maharajaa Dress Crinkle	Rp 125.000
3.	Maharajaa Dress Shakila	Rp 125.000
4.	Maharajaa Syar'I Plisket	Rp 126.000
5.	Maharajaa Dress Medina Kancing	Rp 135.000

6.	Maharajaa Set Syar'I Armani	Rp 147.500
7.	Maharajaa Dress Rayon	Rp 150.000
8.	Maharajaa Dress Roskrep Payet	Rp 210.000
9.	Maharajaa Dress Jetblack	Rp 300.000
10.	Syafira List Bordir Jelujur	Rp 305.000
11.	Maharajaa Dress Set Khimar	Rp 310.500
12.	Dress Maharajaa Limited	Rp 350.000 – Rp 400.000

Sumber : Wawancara peneliti dengan informan, *data diolah* (2024)

Adapun mengenai pemanfaatan *marketplace* Shopee yang dilakukan oleh toko Maharajaa Maryam Medina ini yang terbilang berbeda dengan toko *online* pada umumnya seperti yang telah beliau jelaskan pada latar belakang toko Maharajaa Maryam Medina. Jadi harga yang mereka tetapkan di *marketplace* tersebut tidak sama dengan harga asli produk di toko *offline*, mereka menggunakan harga minimal yang dapat memenuhi persyaratan gratis ongkir saja. Sedangkan sisa dari harga produk yang dijual kepada konsumen dilakukan melalui transfer bank pribadi antara penjual dan pembeli. Sedangkan untuk konsumen yang ingin menggunakan *shopeepay later* maka mengharuskan toko ini menaikkan harga untuk menutupi biaya admin yang dibebankan oleh pihak Shopee kepada penjual.

Kemudian menurut salah satu pelanggan di toko ini mengenai harga, menurutnya harga yang ditawarkan oleh toko Maharajaa Maryam Medina memang sudah sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan. Dari penjelasan ibu Diana, dapat kita ketahui bahwa menurut beliau harga yang

ditawarkan pada toko Maharajaa ini relatif, ada yang mahal, sedang dan murah, semua tergantung dengan uang dan keinginan yang dimiliki masing-masing konsumen.

c) Distribusi

Pendistribusian produk bertujuan untuk memperlancar dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga produk dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. Untuk penjelasan mengenai distribusi Bapak Eko Budi Raharjo menyatakan bahwa awalnya tempat distribusi produk yang dijual oleh Maharajaa Maryam Medina hanya di toko *offline* namun karena permintaan konsumen dan untuk meningkatkan penjualan pada toko tersebut mengharuskan mereka mengikuti perkembangan zaman yaitu menggunakan beberapa *platform* diantaranya *marketplace* Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop dan Facebook. Akan tetapi yang paling banyak menjadi permintaan konsumen adalah melalui *marketplace* Shopee.

Selain itu saat menjelang Ramadhan tahun 2024 tadi Maharajaa Maryam Medina memperluas tokonya untuk menaruh khusus barang-barang yang mau di sale atau mereka sebut dengan mengadakan promo *clearance sale*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menghabiskan produk-produk di toko Maharajaa Maryam Medina yang sudah lama di toko tersebut.



**Gambar 4.15** Clearance Sale di toko Maharajaa

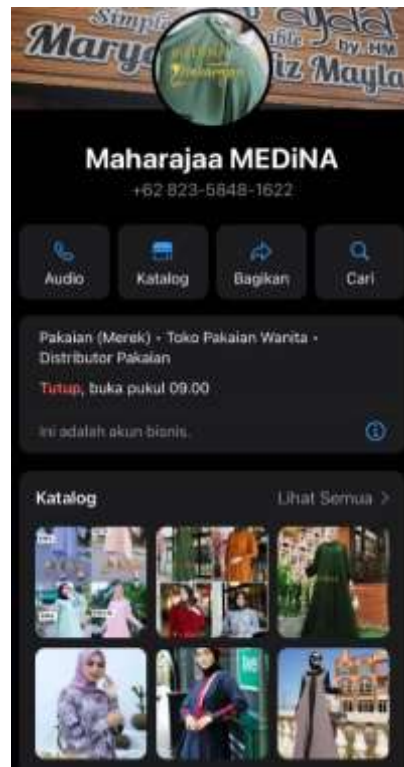
Adapun beberapa jasa ekspedisi yang toko ini gunakan pada *marketplace* Shopee diantaranya adalah JnT dan Shopee Express. Sedangkan untuk para reseller yang berada di luar kota mereka menggunakan jasa pengantaran seperti travel yeso, line parcel, taksi dan kurir pribadi dari pelanggan.

Menurut ibu Diana selaku pelanggan dan reseller toko ini menjelaskan bahwa beliau biasanya berbelanja menggunakan perantara *marketplace* Shopee dikarenakan mudah digunakan dan dipahami. Selain itu beliau juga bisa memanfaatkan *marketplace* Shopee di toko tersebut agar dapat gratis ongkir semaksimal mungkin walaupun harus *check out* berkali-kali. Jadi apabila ibu Diana membeli 3 kilogram produk busana muslim maka beliau akan *check out* 3 kali agar dapat menggunakan gratis ongkir pada setiap transaksinya.

d) Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan sebuah toko untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produknya kepada pasar sasaran mengenai keistimewaan produknya, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, dan untuk mendorong orang tertarik untuk membeli produk di toko tersebut. Di toko Maharajaa Maryam Medina ini promosi yang digunakan sesuai penjelasan dari Ibu Mayla Ulfa bahwa toko Maharajaa Maryam Medina mempromosikan produk busana muslimnya pada beberapa sosial media seperti grub Whatsapp, Instagram dan TikTok. Namun yang paling aktif mereka gunakan dan sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan di toko mereka adalah grub Whatsapp dikarenakan toko ini sebagai distributor jadi sudah banyak memiliki reseller di grub Whatsapp sehingga memudahkan mereka memasarkan produk pada grub tersebut.

Adapun *marketplace* Shopee tidak mereka gunakan sebagai promosi produk dikarenakan mereka hanya memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada *marketplace* tersebut untuk membantu bisnis online yang mereka miliki. Berikut promosi yang dilakukan oleh toko Maharajaa Maryam Medina:



Gambar 4.16 Whatsapp Maharajaa



Gambar 4.17 TikTok Maharajaa



Gambar 4.18 Instagram Maharajaa

Sesuai seperti penjelasan dari ibu Diana pelanggan dari toko ini, dapat diketahui bahwa beliau biasanya dapat informasi produk-produk busana muslim terbaru dari grub Whatsapp atau bisa juga beliau langsung datang ke toko *offline* Maharajaa Maryam Medina karena beliau tidak hanya membeli untuk dijual kembali tetapi juga membeli untuk kebutuhan pribadi.

**Tabel 4.2**

**Ringkasan Hasil Wawancara**

**Pemanfaatan *Marketplace* Shopee Oleh Toko Maharajaa Maryam Medina Dalam Meningkatkan Penjualan**

No.	Indikator	Keterangan
Pemanfaatan <i>Marketplace</i> Shopee		
Cara Memanfaatkan		Untuk memenuhi permintaan konsumen tetapi tidak memasarkan secara langsung produk pada <i>marketplace</i> Shopee. Harga produk sama dengan toko namun harga yang dicantumkan di Shopee adalah harga minimal untuk memenuhi syarat gratis ongkir.
1.	Kegunaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memudahkan pelacakan posisi barang.</li> <li>b. Menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap manfaat Shopee.</li> <li>c. Dapat meningkatkan produktifitas.</li> </ul>

2.	Efektivitas	<p>a. Dulunya dengan Shopee dapat menimbulkan efektivitas seperti dapat menghemat biaya pemasaran dan promosi serta tenaga dan waktu namun sekarang tidak.</p> <p>b. Berkembangnya kinerja pekerjaan sehingga dapat memperluas toko <i>offline</i> di pasar.</p>
3.	Fitur-Fitur yang digunakan	<p>a. Gratis Ongkir.</p> <p>b. <i>Shopeepay Later</i>.</p> <p>c. <i>Dropshipper</i> bagi reseller.</p> <p>d. COD.</p>
Peningkatan Penjualan		
1.	Produk	<p>a. Menjual berbagai macam gamis syar'i.</p> <p>b. Produk 80-85% <i>brand</i> sendiri.</p> <p>c. Menciptakan model-model yang selalu <i>trendy</i> namun tetap syar'i.</p> <p>d. Tidak menjelaskan kualitas bahan, warna dan ukuran produk di Shopee.</p>
2.	Harga	<p>a. Menyediakan harga grosir, reseller dan ecer.</p>



		<p>b. Harga produk dari Rp 100.000 sampai Rp 400.000.</p> <p>c. Harga di Shopee adalah harga minimal untuk memenuhi syarat gratis ongkir.</p>
3.	Distribusi	<p>a. Toko offline sejak tahun 2016 di Pasar Hanyar Ramayana Sentra Antasari Blok A No.4-5 Lantai 2, Kelayan Luar Kec. Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin, KalSel.</p> <p>b. <i>Platform</i> yang digunakan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Shopee.</li> <li>2) Tokopedia.</li> <li>3) Tiktok Shop.</li> <li>4) Facebook.</li> </ol> <p>c. Jasa ekspedisi yang digunakan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) JnT.</li> <li>2) <i>Shopee Express</i>.</li> <li>3) Travel Yeso.</li> <li>4) <i>Line Parcel</i>.</li> <li>5) Taksi.</li> <li>6) Kurir pribadi.</li> </ol>
4.	Promosi	<p>a. Whatsapp.</p>

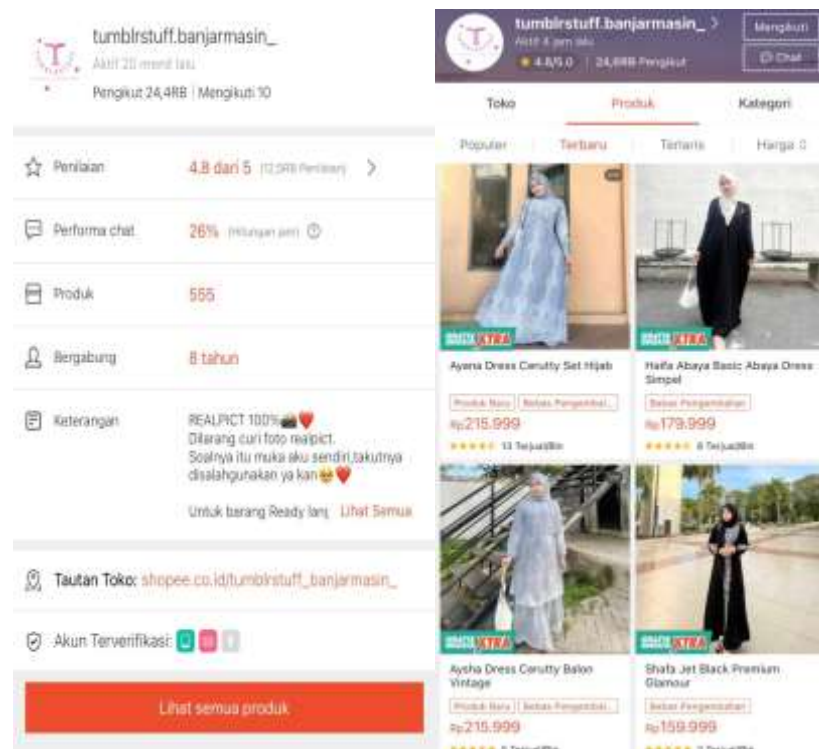
		b. Instagram. c. Tiktok.
--	--	-----------------------------

Sumber : Wawancara peneliti dengan informan, *data diolah* (2024)

## **b. Tumblrstuff Banjarmasin**

### 1) Pemanfaatan *Marketplace* Shopee

Toko Tumblrstuff Banjarmasin sebelumnya merupakan toko *online* yang bergabung dan memanfaatkan *marketplace* Shopee di tahun 2016 untuk memasarkan jualanannya. Bahkan menurut penjelasan dari pemilik toko yaitu ibu Alifa Azzahra Abadi, toko tersebut awalnya juga memanfaatkan *marketplace* Shopee ini untuk membeli produk dari toko lain dan dijual kembali. Akan tetapi berkat ketekunannya dalam berbisnis *online* dan juga memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada *marketplace* Shopee ini semaksimal mungkin menjadikan toko tersebut berkembang sangat pesat di tahun 2018. Adapun fitur-fitur yang beliau gunakan pada *marketplace* Shopee ini diantaranya adalah Shopee *live*, Shopee video, gratis ongkir, COD, *cashback*, *shopeepay later* hingga Shopee pinjam yang dikhususkan untuk penjual. Oleh karena itu berkat peningkatan penjualan dari pemanfaatan *marketplace* Shopee ini, pemilik usaha dapat mendirikan toko *offline*-nya tepat di tahun 2022 yang beralamat di Jl. A. Yani Km. 5 Pemurus Baru Kec. Banjarmasin Selatan Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.



**Gambar 4.19** Marketplace Shopee Tumblrstuff

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui selama kurang lebih 8 tahun menjalankan toko *online* di *marketplace* Shopee toko ini sudah memasarkan produk sebanyak 555 produk dan terus meningkat hingga hari ini, ibu Alifa Azzahra Abadi mengaku sangat merasakan kemudahan dan manfaat dari *marketplace* tersebut terhadap bisnis *online* nya seperti tidak perlu mengeluarkan modal yang banyak untuk memulai usaha jual beli produk busana muslim *fashion* wanita, kemudahan konsumen maupun penjual dalam mencari dan mengkategorikan produk yang ia inginkan dengan adanya fitur pencarian dan kategori produk pada *marketplace* tersebut serta meningkatnya penjualan dikarenakan banyaknya masyarakat Indonesia yang lebih menyukai dan mempercayakan belanja *online* mereka pada *marketplace* Shopee dibanding *marketplace* yang lain.

Masalah meningkatnya biaya admin pada *marketplace* Shopee juga dirasakan oleh pemilik toko Tumblrstuff Banjarmasin. Oleh karena itu ibu Alifa Azzahra Abadi juga memiliki cara tersendiri dalam menangani hal tersebut. Dari penjelasan ibu Alifa berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa cara pemanfaatan *marketplace* Shopee di toko Tumblrstuff Banjarmasin dalam menghadapi masalah biaya admin ini adalah dengan cara meningkatkan harga produk yang dijual pada *marketplace* tersebut kisaran dari 5.000 sampai 10.000 per produk. Beliau terpaksa menaikkan harga produk pada Shopee karena pembebanan biaya admin yang sangat lumayan oleh pihak Shopee. Hal ini menjadikan harga produk yang dijual pada toko *offline* berbeda dengan toko *online* di Shopee. Beliau juga menjelaskan bahwa peningkatan harga yang beliau lakukan itupun biasanya tidak dapat menutupi semua biaya admin yang dibebankan oleh Shopee. Oleh karena itu perbedaan harga antara di toko *offline* dengan toko *online* sudah pernah beliau infokan kepada pelanggan melalui media sosial Instagram agar mereka tidak salah paham.

Walaupun demikian menurut ibu Alifa pemanfaatan *marketplace* Shopee sangat penting bagi bisnis *online* yang dibangunnya. Hal ini dikarenakan meningkatnya efektivitas pekerjaan seperti dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu untuk pemasaran dan promosi produk busana muslim *fashion* wanita yang ia jual. Dengan hanya memposting produk pada *marketplace* tersebut jangkauan pemasaran menjadi sangat luas. Oleh karena itu berkat pemanfaatan *marketplace* nomor 1 di Indonesia ini menjadikan toko Tumblrstuff

Banjarmasin berkembang dan menjadikan produktifitas yang dijual menjadi meningkat pesat. Tidak heran jika ibu Alifa juga menambahkan pernyataan bahwa dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan yaitu meningkat dari 60% menjadi 90% hasil penjualan.

## 2) Peningkatan Penjualan

### a) Produk

Sebagai salah satu toko busana muslim, Tumblrstuff Banjarmasin tentu memiliki berbagai macam produk *fashion* wanita khususnya busana muslim yang ditawarkan untuk konsumennya. Sehingga dari produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen khususnya masyarakat yang beragama Islam. Dari hasil wawancara dengan ibu Alifa Azzahra Abadi selaku pemilik dari toko Tumblrstuff Banjarmasin, beliau menjelaskan bahwa produk yang beliau pasarkan harus selalu mengikuti perkembangan zaman, harus selalu *up to date* mengenai model-model terkini busana muslim agar dapat meningkatkan penjualan. Sehingga orang akan selalu tertarik dan ingin mencoba model terbaru busana muslim yang lagi *ng-trend* apalagi di kalangan anak remaja sekarang yang selalu ingin tampil kekinian. Walaupun produk yang ia jual masih merupakan barang yang diambil langsung dari konveksi besar luar kota bahkan luar negeri dengan sistem grosir. Akan tetapi beliau menjelaskan bahwa akan mengusahakan menjual produk busana muslim dengan menciptakan merek sendiri.

Selanjutnya ibu Alifa menjelaskan bahwa beliau sebagai penjual pada *marketplace* Shopee harus mampu menjelaskan secara *detail* tentang produk busana muslim yang dijualnya kepada konsumen. Seperti mendeskripsikan bagaimana kualitas bahan, ukuran baju dan warna secara jelas. Selain itu beliau juga mengutamakan kepuasan konsumen agar menghindari indikasi penipuan yaitu dengan memasarkan gambar produk hasil foto dari kamera sendiri pada *marketplace* tersebut tidak mengambil gambar produk dari orang lain. Sehingga dapat dipastikan produk yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan yang mereka lihat di *feed* foto produk. Berikut foto produk-produk di toko Tumblrstuff Banjarmasin:



**Gambar 4.20** Produk-produk Tumblrstuff

Wawancara juga dilakukan kepada salah satu pelanggan dari toko Tumblrstuff Banjarmasin yaitu ibu Rita, beliau memberikan penjelasan bahwa sering membeli baju busana muslim untuk dipakai di hari raya. Menurut ibu Rita produk busana muslim yang dijual di toko ini selalu *trendy* dan mengikuti perkembangan zaman. Semua barang yang di-*upload* pada *marketplace* Shopee merupakan foto *real picture* dari Tumblrstuff, yang diperagakan sendiri oleh ownernya yaitu ibu Alifa Azzahra Abadi. Dengan demikian pembeli tidak perlu khawatir barang tidak sesuai pesanan, karena pihak Tumblrstuff akan menjelaskan secara detail produk dan meyakinkan kepada konsumen akan barang yang dipesan pembeli.

b) Harga

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu barang yang dibutuhkan. Faktor harga memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan penjualan karena harga produk dapat memengaruhi daya tarik dan persepsi konsumen untuk membeli suatu barang. Di toko Tumblrstuff Banjarmasin ini harga yang ditetapkan pada *marketplace* Shopee dijelaskan oleh pemiliknya sendiri yaitu ibu Alifa Azzahra Abadi. Menurutnya harga di toko Tumblrstuff ini diterapkan berdasarkan harga pasaran yang ada di Banjarmasin. Harga tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah dalam arti standart yaitu kisaran dari harga Rp 20.000 hingga Rp 270.000. Karena beliau menetapkan harga dengan pertimbangan persepsi konsumen tentang harga berdasarkan

kualitas produknya. Jika barang yang ditawarkan terlalu murah, beliau takut jika para konsumen meragukan kualitas produknya. Sedangkan jika harganya terlalu mahal, kebanyakan orang akan enggan dan berpikir terlebih dahulu membelanjakan uangnya untuk membeli barang tersebut. Selain itu beliau juga menambahkan bahwa alasan mengapa beliau tidak menaikkan harga terlalu tinggi dikarenakan harga produk tidak termasuk hitungan sewa toko. Beliau mengatakan apabila nanti toko Tumbkrstuff Banjarmasin diperbesar maka akan dinaikkan harga setiap produknya untuk menutupi biaya operasional toko. Berikut daftar harga produk-produk yang dijual di toko Tumbkrstuff Banjarmasin.

**Tabel 4.3 Daftar Harga Produk di Toko Tumbkrstuff Banjarmasin**

No	Produk Tumbkrstuff	Harga
1.	Aksesoris (belt, bandu, bros dll)	Rp 20.000 – Rp 50.000
2.	Hijab Paris Segitiga	Rp 35.000
3.	Hijab Pashmina Kaos	Rp 50.000
4.	Hijab Pashmina Shimmer	Rp 50.000
5.	Hijab Pashmina Silk	Rp 50.000
6.	Fashion Wanita Baju Atasan	Rp 50.000 – Rp 180.000
7.	Rok	Rp 75.000 – Rp 165.000
8.	Busana Muslim	Rp 150.000 – Rp 250.000
9.	Gamis + Hijab	Rp 180.000 – Rp 270.000

Sumber : Wawancara peneliti dengan informan, *data diolah* (2024)



Adapun mengenai harga produk pada *marketplace* Shopee sudah dijelaskan pada latar belakang toko Tumblrstuff Banjarmasin bahwa harga produk busana muslim di toko berbeda dengan harga pada *marketplace* tersebut. Hal ini dikarenakan biaya admin yang dibebankan oleh Shopee meningkat sehingga mengharuskan ibu Alifa menaikkan harga pada Shopee sekitar 5.000 sampai 10.000 per produk. Itupun biasanya tidak sepenuhnya dapat menutupi biaya admin yang dikurangi langsung oleh Shopee. Namun hal ini tidak menurunkan peningkatan penjualan pada toko ini karena ibu Alifa sudah menginfokan dengan jelas kepada semua pelanggannya akan hal tersebut agar mereka bisa mengerti dan tidak salah paham. Walaupun demikian, ibu Alifa sudah menghitung keuntungan yang di dapat pada setiap produk sebelum dimasukkan ke Shopee agar toko Tumblrstuff tidak mengalami kerugian. Jadi harga produk sudah dinaikkan lebih dulu saat masuk toko lalu dinaikkan lagi 5000 sampai 10.000 untuk menutupi biaya admin pada *marketplace* Shopee.

Kemudian ibu Rita yang juga sering berbelanja di Tumblrstuff Banjarmasin mengungkapkan bahwa alasan beliau menjadi pelanggan tetap di toko ini karena harganya yang terjangkau, ada yang murah dan ada yang mahal. Tetapi harga tersebut berdasarkan kualitas dari produk yang ditawarkan. Sehingga tidak diragukan lagi jika barangnya murah maka kualitasnya pun pas-pasan. Begitupun sebaliknya jika harga produknya mahal pasti kualitasnya memang bagus dan terjamin. Beliau juga pernah membandingkan harga produk busana muslim di Tumblrstuff, menurutnya

memang yang paling murah dibandingkan toko-toko busana muslim yang lain di Banjarmasin.

c) Distribusi

Faktor distribusi memiliki dampak langsung terhadap peningkatan penjualan karena memengaruhi ketersediaan, aksesibilitas, dan kemudahan konsumen dalam mendapatkan produk. Untuk penjelasan mengenai pendistribusian produk di toko Tumblrstuff Banjarmasin, ibu Alifa Azzahra Abadi menjelaskan bahwa *platform marketplace* yang Tumblrstuff gunakan untuk memasarkan produk busana muslim selain di Shopee adalah Tokopedia. Namun beliau kurang mengerti cara penggunaannya serta beliau merasa peminat *marketplace* tersebut juga tidak sebanyak *marketplace* Shopee. Jadi beliau memilih lebih memaksimalkan memanfaatkan *marketplace* Shopee untuk meningkatkan penjualan di tokonya. Di sana beliau meng-*upload* foto-foto produknya untuk dikenalkan kepada konsumen. Karena memang dari awal Ibu Alifa ini memulai bisnisnya dari toko online. Akhirnya dari banyaknya peminat yang ada di toko online menjadikan jumlah penjualan produknya meningkat pesat sehingga beliau membuka toko offline di Jl. A. Yani Km. 5 Banjarmasin tepatnya berada di depan Stadion Car Wash samping gerbang uvaya. Tujuan didirikannya toko *offline* oleh ibu Alifa selain untuk galeri produk Tumblrstuff Banjarmasin juga agar konsumen bisa melihat dan mencoba langsung ke toko produk-

produk busana muslim yang ia jual. Beliau juga menyatakan toko *offline* biasanya ramai didatangi pelanggan saat *weekend* yaitu sabtu dan minggu.

Adapun untuk melayani pesanan dan menyalurkannya ke tangan konsumen pada *marketplace* Shopee ibu Alifa menggunakan beberapa jasa ekspedisi diantaranya yaitu JnT, ID Express dan JNE. Ibu Alifa juga menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan Shopee membuat jangkauan pemasaran menjadi sangat luas sehingga beliau pernah dapat orderan di kota yang sangat jauh dengan Banjarmasin seperti kota Padang dan Papua. Padahal harga ongkir dikirimkannya produk ke kota tersebut lebih mahal dibandingkan harga produk busana muslim yang mereka beli.

Sedangkan menurut hasil wawancara dengan ibu Rita mengenai bagaimana lokasi dan penyaluran produk busana muslim Tumblrstuff kepada konsumen. Beliau menjelaskan lebih suka berbelanja langsung ke toko karena bisa lihat dan coba langsung. Akan tetapi karena lokasi toko yang jauh dari rumah beliau maka ibu Rita tidak bisa terlalu sering mengunjungi toko. Oleh karena itu biasanya ibu Rita belanja produk Tumblrstuff lewat *marketplace* Shopee agar tidak kehabisan produk yang ia inginkan.

Kemudian ibu Rita juga menambahkan untuk jasa pengiriman beliau selalu memilih ekspedisi JnT di Shopee karena sudah sering dan merasa aman barang sampai ke rumah dengan ekspedisi tersebut dan tidak pernah bermasalah.

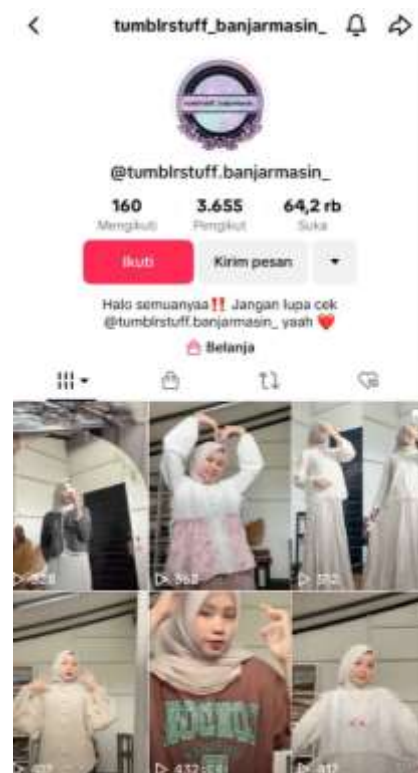
d) Promosi

Promosi memiliki peran penting dalam peningkatan penjualan karena membentuk persepsi konsumen tentang produk dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Seperti yang sudah dijelaskan pada latar belakang toko Tumblrstuff Banjarmasin, ibu Alifa mengawali bisnis *fashion* wanita ini dengan cara berjualan *online* terlebih dahulu. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko yaitu ibu Alifa, beliau menjelaskan bahwa media sosial *online* yang beliau gunakan antara lain Instagram dan TikTok. Koleksi produk *update* beliau *upload* di Instagram dengan foto-foto *real picture* (asli) dengan ibu Alifa sendiri sebagai peraganya. Selain itu yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan adalah promosi di Instagram dengan menyertakan *link* yang akan mengarahkan pelanggan ke tempat transaksi belanja *online*-nya pada *marketplace* Shopee. Beliau juga sering mengkreasikan rekomendasi busana muslim dengan warna hijab yang serasi sehingga dapat menginspirasi para pelanggan untuk tampil cantik dengan berpakaian yang modis. Berikut promosi yang dilakukan oleh Tumblrstuff Banjarmasin pada aplikasi Instagram dan TikTok:



Gambar 4.21 Instagram Tumblrstuff



Gambar 4.22 TikTok Tumblrstuff

Mengenai promosi yang dilakukan oleh toko Tumblrstuff Banjarmasin menurut salah satu pelanggan yaitu Ibu Rita menjelaskan bahwa beliau menyukai cara promosi yang dilakukan Tumblrstuff melalui media sosial khususnya Instagram, karena Instagram di zaman sekarang dianggap aplikasi yang paling *hits* apalagi dikalangan anak muda yang suka *fashion*. Menurut pengamatan peneliti pasti setiap orang yang punya akun Instagram mengikuti *online shop* di akun mereka. Hal tersebut karena jual beli *online* saat ini sangat banyak peminatnya, dengan cara *searching* barang yang kita inginkan melalui internet, barang yang dipesan akan sampai dalam hitungan beberapa hari saja. Selain itu juga dapat menghemat waktu dan tenaga, namun dengan proses dan ketentuan yang berlaku di masing-masing

*online shop*. Cara pemilik toko dalam mempromosikan produknya di Instagram sangat kreatif yaitu dengan foto ataupun video contoh pemakaian yang sangat disukai oleh ibu Rita tambahnya dalam hasil wawancara.

**Tabel 4.4**

**Ringkasan Hasil Wawancara**

**Pemanfaatan *Marketplace* Shopee Oleh Toko Tumblrstuff Banjarmasin Dalam Meningkatkan Penjualan**

No.	Indikator	Keterangan
Pemanfaatan <i>Marketplace</i> Shopee		
Cara Memanfaatkan		Memasarkan produk secara langsung pada <i>marketplace</i> Shopee dengan menaikkan harga setiap produk Rp 5.000 sampai Rp 10.000 dari harga di toko.
1.	Kegunaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memudahkan membangun usaha bisnis <i>online</i> tanpa modal yang besar.</li> <li>b. Konsumen lebih menyukai dan percaya menggunakan <i>marketplace</i> Shopee dibanding <i>marketplace</i> lain.</li> <li>c. Dapat meningkatkan produktifitas produk dari hasil penjualan di Shopee.</li> </ul>
2.	Efektivitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menghemat biaya, tenaga dan waktu untuk pemasaran dan promosi produk.</li> </ul>

		b. Berkembangnya kinerja pekerjaan sehingga dapat membangun toko <i>offline</i> di tahun 2022.
3.	Fitur-Fitur yang digunakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Shopee <i>Live</i>.</li> <li>b. Shopee Video.</li> <li>c. Gratis Ongkir.</li> <li>d. COD.</li> <li>e. <i>Cashback</i>.</li> <li>f. <i>Shopeepay Later</i>.</li> <li>g. Shopee pinjam khusus penjual.</li> </ul>
Peningkatan Penjualan		
1.	Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyediakan <i>fashion</i> wanita busana muslim (gamis, atasan dan bawahan), jilbab/kerudung dan aksesoris lainnya seperti bros, belt dan sebagainya.</li> <li>b. Menjual produk <i>brand</i> luar baik dari konveksi luar kota atau import luar negeri.</li> <li>c. Produk yang ditawarkan selalu <i>trendy</i> dan kekinian para remaja.</li> <li>d. Menjelaskan produk secara detail di Shopee dengan foto <i>realpict</i> produk.</li> </ul>

2.	Harga	<p>a. Menyediakan harga khusus <i>member</i> dan <i>non member</i>.</p> <p>b. Harga jilbab dan aksesoris : Rp 35.000 sampai Rp 50.000.</p> <p>Harga gamis, atasan dan bawahan : Rp 50.000 sampai Rp 280.000.</p> <p>c. Harga di <i>marketplace</i> Shopee berbeda dengan toko yaitu dinaikkan Rp 5.000 sampai Rp 10.000 per produk.</p>
3.	Distribusi	<p>a. Toko <i>offline</i> dari tahun 2022 di Jl. A. Yani Km. 5 Banjarmasin, KalSel tepatnya berada di depan Stadion Car Wash samping gerbang uvaya.</p> <p>b. <i>Platform</i> yang digunakan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Shopee</li> <li>2) Tokopedia (dulu sekarang tidak lagi).</li> </ol> <p>c. Jasa ekspedisi yang digunakan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) JnT.</li> <li>2) ID Express.</li> <li>3) JNE.</li> </ol>
4.	Promosi	<p>a. Instagram.</p> <p>b. Tiktok.</p>

Sumber : Wawancara peneliti dengan informan, *data diolah* (2024)



## **B. Analisis Data**

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik masing-masing toko yaitu toko Maharajaa Maryam Medina dan toko Tumblrstuff Banjarmasin secara langsung, observasi awal dan lapangan ketika riset serta dokumen-dokumen pendukung data penelitian. Peneliti menyajikan analisis data sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat sebagai berikut.

### **1. Pemanfaatan *Marketplace* Shopee Pedagang Busana Muslim di Toko Maharajaa Maryam Medina dalam Meningkatkan Penjualan**

Sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya disebut pemanfaatan. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi *marketplace* shopee dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja orang yang menggunakannya (Hanafi, dkk, 2013, hlm.3)

Dalam pemanfaatan *marketplace* Shopee, pemilik toko Maharajaa Maryam Medina dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka, meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pasar sesuai aspek-aspek yang dijelaskan dalam definisi pemanfaatan yang dibagi menjadi dua faktor oleh Chin dan Todd (1995) sebagai berikut.

#### **a. Kegunaan**

Toko Maharajaa Maryam Medina memang sudah bergabung dan memanfaatkan *marketplace* Shopee selama kurang lebih 8 tahun namun dalam menggunakannya mereka tidak memanfaatkan seperti penjual pada umumnya.

Akan tetapi selama bergabung menggunakan *marketplace* Shopee dalam usaha busana muslim berdasarkan penjelasan pemilik toko, *marketplace* Shopee sangat memberikan kemudahan dan manfaat dalam menjalankan usahanya tersebut seperti kemudahan pelacakan posisi barang yang dijual saat dikirimkan kepada konsumen serta manfaat adanya perantara menggunakan *marketplace* Shopee dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen dalam berbelanja *online*. Hal ini sesuai dengan dimensi-dimensi dalam teori kegunaan yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), memberikan manfaat (*usefull*) serta menambah produktifitas (*increase productivity*). Selain itu para pelanggan toko Maharajaa Maryam Medina lebih suka dan percaya berbelanja *online* di *marketplace* Shopee dibanding *marketplace* lain, hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Adams, Nelson, & Todd (1992) bahwa sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih mudah dipahami, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah untuk digunakan.

Adapun dalam memanfaatkan *marketplace* Shopee oleh toko Maharajaa Maryam Medina juga menjadikan bertambahnya produktifitas dikarenakan kemudahan para reseller maupun konsumen yang gemar dalam memanfaatkan fitur gratis ongkir yang disediakan oleh Shopee. Bagi mereka dengan adanya gratis ongkir tersebut dapat mengurangi modal para reseller dalam menjual produk *brand* Maharajaa kepada konsumen mereka. Bahkan dalam memanfaatkan fitur gratis ongkir tersebut para reseller toko Maharajaa Maryam Medina rela harus *check out* berkali-kali agar dapat mengoptimalkan fitur tersebut.

#### b. Efektivitas

Selain faktor kegunaan dalam teori pemanfaatan menurut Chin dan Todd juga ada faktor efektivitas dalam pemanfaatan *marketplace* Shopee yang dilakukan oleh pemilik toko Maharajaa Maryam Medina. Menurut beliau efektivitas juga dirasakan toko tersebut selama memanfaatkan *marketplace* Shopee dalam pemasaran produk busana muslim *brand* Maharajaa yang mereka jual seperti dapat menghemat biaya pemasaran dan promosi produk serta tenaga dan waktu. Namun efektivitas tersebut hanya dapat dirasakan dulu saat toko ini masih memasarkan produk dengan menampilkan gambar produk busana muslim secara langsung pada *marketplace* Shopee. Sedangkan sekarang menurut pemilik toko Maharajaa Maryam Medina efektivitas sudah kurang dirasakan lagi semenjak cara pemanfaatannya yang berubah berhubung toko ini lebih mengutamakan menjual secara *offline* di toko dan menggunakan grup Whatsapp untuk para reseller toko tersebut. Bahkan saat bulan Ramadhan tahun 2024 kemarin toko Maharajaa Maryam Medina memperluas toko khusus menaruh produk-produk busana muslim yang sudah lama digudang untuk dilakukan *Clearance Sale* agar dapat menghabiskan stok.

Hal ini bertentangan dengan salah satu dimensi dalam faktor efektivitas dalam teori pemanfaatan Chin dan Todd ini yaitu dapat mempertinggi efektivitas (*enhance effectiveness*). Menurut peneliti toko Maharajaa Maryam Medina tidak dapat meningkatkan efektivitasnya dalam memanfaatkan *marketplace* Shopee dikarenakan toko ini bergerak sebagai *Founder* dan *Owner brand* Maharajaa yang sudah besar dan memiliki reseller yang banyak berasal dari berbagai kota khususnya di Kalimantan Selatan. Sehingga mereka hanya fokus pada toko *offline*

dan pemasaran produk kepada para reseller melalui grup Whatsapp. Bagi mereka kedua tempat pemasaran tersebut sudah dapat meningkatkan penjualan pada toko Maharajaa Maryam Medina. Analisis ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reni Rupiati dan teman-temannya yang membuktikan bahwa penyebab kegagalan perusahaan BlackBerry beradaptasi dengan era digital dikarenakan kurangnya pemahaman mereka tentang tujuan utama dalam mengadaptasikan teknologi. Kurangnya pemahaman tentang tujuan ini dapat terjadi ketika perusahaan hanya fokus pada mengotomasi proses bisnis atau mengadaptasikan teknologi bagi pelanggan tanpa memahami tujuan utama dari transformasi digital tersebut. Beberapa perusahaan mungkin tergoda untuk mengikuti tren teknologi tanpa mempertimbangkan bagaimana teknologi tersebut dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi bisnis mereka. Oleh karena itu dapat diketahui dari penelitian terdahulu ini bahwa perusahaan BlackBerry hanya fokus pada pengembangan dan peningkatan fitur-fitur teknis pada produknya tanpa memperhatikan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Akibatnya, mereka kalah bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang mampu menghadirkan pengalaman pengguna yang lebih baik (Rupianti, dkk, 2023, hlm. 219).

Walaupun salah satu dari dimensi faktor efektivitas ini tidak sesuai dengan pemanfaatan *marketplace* Shopee yang dilakukan oleh toko Maharajaa Maryam Medina akan tetapi dimensi kinerja pekerjaan pada toko tersebut justru dapat berkembang dan meningkat. Hal ini dikarenakan produktifitas yang meningkat akibat dari memanfaatkan *marketplace* Shopee maka juga dapat meningkatkan dan mengembangkan kinerja pekerjaan toko Maharajaa Maryam

Medina. Dari penjelasan pemilik toko juga diketahui bahwa penjualan dari *marketplace* Shopee maupun dari para reseller di grup Whatsapp sangat meningkat saat menjelang lebaran itulah mengapa toko Maharajaa Maryam Medina meluaskan toko *offline*-nya di Pasar Sentra Antasari hanya saat Ramadhan untuk menaruh produk-produk busana muslim *brand* Maharajaa yang ingin di *sale*. Walaupun demikian, menurut pemilik toko mengembangkannya kinerja pekerjaan toko Maharajaa Maryam Medina lebih dominan dirasakan dari hasil pemasaran di grup Whatsapp dibandingkan pada *marketplace* Shopee. Hal ini dikarenakan pemanfaatan *marketplace* Shopee yang berbeda pada toko ini maka tidak dapat memaksimalkan menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh *marketplace* Shopee tersebut, fitur-fitur yang mereka gunakan hanya yang umum digunakan yaitu fitur gratis ongkir, *shopeepay later*, *dropshipper* bagi reseller dan COD.

Adapun untuk meningkatkan penjualan berdasarkan teori di bab 2 yang penulis jadikan sebagai landasan untuk meninjau hasil penelitian, menurut Basu Swastha (2001) ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam peningkatan penjualan yaitu sebagai berikut.

a. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk diperhatikan, diminta, diberi, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Thjiptono, 1997, hlm. 95). Jadi produk merupakan sesuatu yang memiliki manfaat dan nilai guna bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, baik untuk kebutuhan jasmani maupun rohani. Untuk dapat memiliki dan memenuhi

kebutuhan hidupnya dengan produk tersebut, maka konsumen harus berusaha untuk mendapatkannya, seperti dengan cara pembelian.

Di toko Maharajaa Maryam Medina peneliti menemukan beberapa pernyataan mengenai produk busana muslim yang dijual ditoko tersebut bersumber dari penjelasan pemilik toko secara langsung. Berikut kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari hasil wawancara kepada pemilik toko Maharajaa Maryam Medina mengenai produk busana muslim yang mereka jual.

Produk busana muslim yang ditawarkan oleh toko Maharajaa Maryam Medina merupakan busana muslim dengan *brand* toko sendiri yaitu Maharajaa *Simple Fashionable* yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat khususnya kota Banjarmasin. Untuk meningkatkan penjualan, toko ini juga menjual produk busana muslim merek luar seperti saat akan menjelang lebaran, namun 80-85% produk yang mereka jual adalah *brand* mereka sendiri yaitu Maharajaa dengan kualitas yang bagus dan modelnya yang selalu *trendy* namun tetap syar'i. Selain itu dikarenakan toko Maharajaa Maryam Medina ini adalah distributor produk busana muslim yang mereka produksi sendiri melalui jasa konveksi *brand* Maharajaa di Jakarta maka pemilik toko dapat mendesain baju sesuai keinginan dan permintaan pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan mereka. Dengan demikian hal ini sesuai dengan faktor produk dalam teori peningkatan penjualan yang dijelaskan oleh Basu Swastha (2001) bahwa untuk meningkatkan penjualan produsen diminta untuk bertindak secara konstan dan inovatif dalam memproduksi produk serta memberikan saran perbaikan yang diperlukan dalam memproduksi/mengembangkan sebuah produk. Di toko Maharajaa Maryam Medina ini produk

busana muslim yang mereka jual selalu inovatif di desain langsung oleh pemilik toko sesuai permintaan konsumen dan tentunya akan selalu *trendy* dengan kualitas bahan yang bagus.

Akan tetapi dikarenakan toko Maharajaa Maryam Medina ini hanya memanfaatkan Shopee untuk menggunakan fitur-fiturnya bukan untuk memasarkan produk busana muslim secara langsung maka pemanfaatan *marketplace* Shopee yang mereka lakukan tidak dapat menjelaskan kualitas bahan, warna dan ukuran dari produk pada *marketplace* tersebut. Toko ini lebih mengutamakan memasarkan produk melalui toko *offline* dan grub Whatsapp untuk para reseller sehingga dapat meningkatkan penjualan di toko Maharajaa Maryam Medina.

#### b. Harga

Berdasarkan teori faktor harga dalam peningkatan penjualan menurut Basu Swastha (2001), untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan maka konsumen harus membayarnya sesuai jumlah nominal uang yang sudah ditetapkan oleh penjual atau disebut dengan harga. Penetapan harga oleh penjual sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan karena hal ini menjadi salah satu usaha penjual untuk menarik para pembeli agar mau membeli produk yang dijual dalam jumlah yang banyak.

Sementara itu dikarenakan toko Maharajaa Maryam Medina ini sebagai distributor produk busana muslim *brand* sendiri maka mereka menyediakan berbagai macam gamis syar'i perempuan yang dapat dijual dengan harga grosir, reseller maupun ecer kepada konsumen. Hal inilah yang dapat meningkatkan penjualan di toko tersebut. Menurut pemilik toko harga produk yang ditawarkan

kepada konsumen relatif murah dan terjangkau berkisar dari harga 100.000 hingga 400.000 dengan kualitas bahan yang bagus serta model baju yang selalu *trendy*. Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu pelanggan di toko tersebut bahwa harga yang ditawarkan di toko Maharajaa Maryam Medina relatif, ada yang mahal, sedang dan murah sesuai kualitas produk. Bahkan menurut pelanggan di toko ini dengan harga standart yang ditawarkan ia sudah dapat membeli produk busana muslim yang bermerek. Selain itu, agar dapat meningkatkan penjualan toko ini juga sering kali mengadakan *sale* produk yang sudah lama di toko agar dapat menghabiskan stok.

Adapun harga produk yang ditetapkan oleh toko Maharajaa Maryam Medina yang mereka cantumkan pada *marketplace* Shopee tidak sama dengan harga asli produk di toko *offline*. Hal ini dilakukan agar dapat meringankan konsumen yang meminta melakukan transaksi melalui *marketplace* Shopee tersebut agar dapat menggunakan fitur gratis ongkir dengan maksimal. Jadi harga produk pada *marketplace* Shopee hanya untuk memenuhi syarat gratis ongkir dan sisanya konsumen *transfer* melalui atm pribadi kepada penjual. Selain agar dapat menggunakan gratis ongkir, melakukan transaksi melalui *marketplace* Shopee dipilih konsumen karena mereka percaya dan merasa lebih aman dengan melakukan jual beli melalui perantara *marketplace* Shopee ini.

#### c. Distribusi

Menurut temuan peneliti di lapangan lokasi toko Maharajaa Maryam Medina berada di Pasar Hanyar Ramayana Sentra Antasari Blok A No.4-5 Lantai 2, Kelayan Luar Kec. Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.



Lokasi tersebut cukup strategis dan terjangkau serta mudah dicari dan juga dekat dengan pemukiman warga. Untuk konsumen yang dekat pasti akan sangat mudah menemukannya, sedangkan untuk konsumen yang jauh Maharajaa juga melayani kirim barang melalui jasa ekspedisi.

Sebelumnya produk *brand* Maharajaa hanya dipasarkan di toko *offline* saja namun dalam usaha meningkatkan penjualan mengharuskan toko Maharajaa Maryam Medina mengikuti perkembangan zaman dan permintaan pelanggan yaitu menggunakan beberapa *platform* diantaranya *marketplace* Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop dan Facebook. Namun yang paling banyak menjadi permintaan konsumen adalah melakukan transaksi jual beli melalui *marketplace* Shopee. Adapun beberapa jasa ekspedisi yang toko ini gunakan pada *marketplace* Shopee diantaranya adalah JnT dan Shopee Express. Sedangkan untuk para konsumen dan reseller yang berada di luar kota mereka menggunakan jasa pengantaran seperti travel yeso, line parcel, taksi ataupun kurir pribadi agar barang dapat sampai ke tangan konsumen. Hal ini sesuai dengan teori faktor distribusi dalam mempengaruhi tingkat penjualan menurut Basu Swastha (2001), beliau menjelaskan bahwa semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi tingkat penjualan.

#### d. Promosi

Aktifitas yang dijalankan perusahaan bertujuan membujuk, menginformasikan, mengingatkan dan mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan disebut promosi sesuai dengan penjelasan teori oleh Basu Swastha (2001) mengenai faktor promosi dalam meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hal tersebut toko Maharajaa Maryam Medina juga melakukan promosi melalui media sosial agar dapat meningkatkan penjualan produk busana muslim yang mereka jual seperti grup Whatsapp, Instagram dan TikTok.

Akan tetapi yang paling aktif toko ini gunakan dan sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan di toko mereka adalah grup Whatsapp dikarenakan mereka sudah memiliki banyak reseller pada grup tersebut. Adapun *marketplace* Shopee tidak mereka gunakan sebagai promosi produk dikarenakan mereka hanya memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada *marketplace* tersebut untuk membantu bisnis online yang mereka miliki.

Berdasarkan analisis terhadap pemanfaatan *marketplace* Shopee oleh pedagang busana muslim di toko Maharajaa Maryam Medina, disimpulkan bahwa meskipun toko tersebut telah mengambil langkah untuk bergabung dengan *platform* tersebut, pemanfaatan yang mereka lakukan tidak sepenuhnya mengoptimalkan potensi penjualan secara langsung. Meskipun telah terjadi peningkatan produktivitas dan kemudahan dalam proses bisnis, seperti penggunaan fitur gratis ongkir dan *shopeepay later*, efektivitas pemasaran melalui Shopee kurang terasa seiring perubahan strategi penjualan yang lebih mengutamakan toko *offline* dan grup WhatsApp untuk para reseller. Namun demikian, peningkatan penjualan tetap terjadi terutama menjelang momen-momen tertentu seperti Ramadhan, yang menunjukkan bahwa kombinasi strategi bisnis *offline* dan online dapat berkontribusi pada kesuksesan penjualan. Meskipun faktor produk, harga, distribusi, dan promosi telah diterapkan dengan baik, tetapi belum sepenuhnya

dioptimalkan dalam pemanfaatan *marketplace* Shopee untuk pemasaran langsung produk busana muslim *brand* Maharajaa.

## **2. Pemanfaatan *Marketplace* Shopee Pedagang Busana Muslim di Toko Tumblrstuff Banjarmasin dalam Meningkatkan Penjualan**

Definisi pemanfaatan yang dibagi menjadi dua faktor oleh Chin dan Todd (1995) menjelaskan bagaimana pemilik toko Tumblrstuff Banjarmasin dapat memanfaatkan *marketplace* Shopee untuk dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka, meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pasar sesuai aspek-aspek sebagai berikut.

### **a. Kegunaan**

Berdasarkan teori pemanfaatan oleh Chin dan Todd, dalam faktor kegunaan memiliki beberapa dimensi diantaranya menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), memberikan manfaat (*usefull*) serta dapat menambah produktifitas (*increase productivity*). Sedangkan menurut penjelasan pemilik toko mengenai pemanfaatan *marketplace* Shopee yang telah dilakukan oleh toko Tumblrstuff Banjarmasin selama kurang lebih 8 tahun sangat memberikan kemudahan dan manfaat dalam bisnis usaha busana muslim yang dikelolanya. Dengan demikian pemilik toko Tumblrstuff yang awalnya hanya pedagang bisnis *online* di *marketplace* Shopee pada 6 tahun pertama menjadikannya sangat terbantu dengan adanya *marketplace* tersebut dikarenakan beliau tidak perlu mengeluarkan modal yang besar untuk memulai usaha jual beli produk busana muslim *fashion* wanita yang dibangunnya. Selain itu dengan adanya *marketplace* Shopee

memudahkan konsumen maupun penjual mencari produk yang diinginkan berdasarkan kategori yang sudah disediakan oleh Shopee. Berdasarkan data yang didapat manfaat dari menggunakan *marketplace* Shopee ini juga dirasakan oleh pemilik toko Tumblrstuff karena dapat meningkatkan produktifitas penjualan yang disebabkan oleh banyaknya masyarakat Indonesia yang lebih menyukai dan mempercayakan belanja *online* pada *marketplace* nomor 1 di Indonesia ini dibandingkan *marketplace* lain. Pernyataan ini juga dikuatkan dengan pengakuan pemilik toko bahwa sebelum dan sesudah menggunakan *marketplace* Shopee penjualan di toko Tumblrstuff Banjarmasin meningkat dari 60% menjadi 90% hasil penjualan. Bahkan hingga saat ini produk yng dipasarkan pada *marketplace* Shopee oleh Tumblrstuff sudah mencapai 555 produk dan terus menerus meningkat hingga sekarang.

Pemilik toko Tumblrstuff juga pernah mencoba menggunakan *marketplace* lain yaitu Tokopedia namun tidak dilanjutkannya karena dirasa tidak mudah dioperasikan dan kurangnya minat pelanggan dalam berbelanja online menggunakan *marketplace* Tokopedia tersebut. Oleh karena itu hanya *marketplace* Shopee yang masih beliau gunakan sampai sekarang. Hal ini dapat sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh dari Adams, Nelson, & Todd (1992) bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih mudah dipahami, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah untuk digunakan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka Tumblrstuff lebih mempercayakan menggunakan *marketplace* Shopee untuk bisnisnya karena dapat

dengan mudah dipahami dan sistem yang digunakan dapat dengan mudah dipahami, dioperasikan dan digunakan.

b. Efektivitas

Bagi toko Tumblrstuff Banjarmasin memanfaatkan *marketplace* Shopee sangat penting dalam bisnis usaha busana muslim *fashion* wanita yang dibangunnya. Hal ini disebabkan karena efektivitas pekerjaan yang meningkat seperti dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu untuk pemasaran dan promosi produk yang dijual. Dengan hanya memposting produk busana muslim yang dijual pada *marketplace* Shopee tersebut maka jangkauan pemasaran menjadi sangat luas dan calon konsumen pun dapat datang dari berbagai kota tidak hanya di Banjarmasin saja. Hal ini sesuai dengan teori pada bab 2 yang mengatakan bahwa pemanfaatan *marketplace* dapat menghemat biaya pemasaran dan promosi, serta tenaga dan waktu. Karena dianggap efisien *marketplace* dapat menciptakan harga jual yang mampu bersaing dengan produsen lain di pasaran (Ivtachul, dkk, 2022, hlm. 349). Begitu pula dengan dimensi-dimensi yang ada dalam faktor efektivitas ini yaitu dalam memanfaatkan *marketplace* Shopee dapat mempertinggi efektivitas (*enchance effectiveness*) dan dapat mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).

Dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat membantu mengembangkan kinerja pekerjaan seseorang dalam dunia pekerjaan yang dimiliki oleh orang tersebut (Rahadi, 2007, hlm. 3-4). Begitu halnya dengan pemanfaatan *marketplace* Shopee yang digunakan oleh toko Tumblrstuff Banjarmasin, pemilik

toko ini sangat giat berbisnis di Shopee dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Shopee, terlebih lagi fitur-fitur yang sedang ramai digunakan penjual dikarenakan *marketplace* Shopee tersebut mengadakan promo khusus penjual yang menggunakan fitur tersebut seperti *shopee live* dan *shopee video*. Selain itu fitur-fitur yang juga digunakan oleh toko ini diantaranya gratis ongkir, COD, *cashback*, *shopeepay later* hingga Shopee pinjam yang dikhususkan untuk penjual. Berkat ketekunannya dalam berbisnis online pada *marketplace* Shopee ini menjadikan penjualan di Tumblrstuff meningkat pesat pada tahun 2018 sehingga pemilik toko yang hanya berjualan secara *online* ini dapat membangun toko *offline* di Banjarmasin pada tahun 2022 di Jl. A. Yani Km. 5 Pemurus Baru Kec. Banjarmasin Selatan. Dengan demikian pembeli pun juga semakin bertambah dari masyarakat kota Banjarmasin yang lebih menyukai datang langsung ke store untung berbelanja busana muslim *fashion* wanita yang dijual di Tumblrstuff Banjarmasin.

Adapun untuk meningkatkan penjualan berdasarkan teori di bab 2 yang penulis jadikan sebagai landasan untuk meninjau hasil penelitian, menurut Basu Swastha (2001) ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam peningkatan penjualan yaitu sebagai berikut.

a. Produk

Pada toko Tumblrstuff Banjarmasin peneliti menemukan beberapa pernyataan mengenai produk busana muslim yang dijual ditoko tersebut bersumber dari penjelasan pemilik toko secara langsung. Berikut kesimpulan yang dapat

peneliti ambil dari hasil wawancara kepada pemilik toko Tumblrstuff Banjarmasin mengenai produk busana muslim yang mereka jual.

Produk busana muslimah di toko ini selalu *trendy* dan mengikuti perkembangan model terkini. Produk Tumblrstuff menggunakan kualitas yang bagus, import dan nyaman dipakai. Adapun produk yang ditawarkan antara lain, jilbab/kerudung, busana muslim (gamis, atasan dan bawahan) import ataupun lokal dan aksesoris lainnya seperti bros, belt dan sebagainya. Pasar sasaran yang dituju oleh toko Tumblrstuff adalah para wanita remaja atau dewasa yang menyukai *fashion* muslimah. Sehingga produk yang ditawarkannya selalu terlihat *trendy* dan kekinian sesuai dengan minat dan selera para remaja. Walaupun produk yang dijual di toko ini masih barang-barang yang diambil dari konveksi besar luar kota bahkan luar negeri dengan sistem grosir. Akan tetapi pemilik toko sedang mengusahakan menjual produk busana muslim dengan *brand* sendiri namun belum tercapai. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas lebih ingat dan mengenal toko Tumblrstuff dan tentunya supaya mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi untuk perkembangan toko.

Adapun dalam usaha meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee, toko Tumblrstuff Banjarmasin selalu menjelaskan secara detail tentang produk busana muslim yang mereka jual. Baik itu dari deskripsi kualitas bahan, ukuran baju dan warna secara jelas serta dengan menampilkan foto produk hasil foto sendiri dengan contoh pemakaian dari pemilik toko secara langsung. Sehingga konsumen dapat lebih percaya bahwa produk yang mereka pesan melalui *marketplace* Shopee akan sesuai dengan gambar di foto. Karena

menurut pengamatan peneliti, sering sekali penjual yang menggunakan perantara *marketplace* Shopee ini menggunakan gambar produk dari orang lain sehingga tidak jarang toko-toko yang menggunakan cara tersebut mendapat komplain di komentar bahwa barang yang mereka beli tidak sesuai dengan yang ada di foto.

Berdasarkan deskripsi tersebut faktor produk yang dilakukan oleh toko Tumblrstuff Banjarmasin telah sesuai dengan teori dari Basu Swastha (2001) yang menyatakan bahwa penjual diminta untuk memproduksi produk yang inovatif serta memberikan saran perbaikan yang diperlukan dalam memproduksi/mengembangkan sebuah produk. Dengan demikian, dalam hal ini dapat kita ketahui bahwa produk dapat meningkatkan penjualan karena kualitasnya yang baik, kebutuhan yang terpenuhi, inovasi yang dibawanya, branding yang kuat, strategi pemasaran yang efektif, serta pemahaman yang mendalam terhadap pasar dan keinginan konsumen. Dengan kombinasi ini, produk dapat menarik perhatian, membangun kepercayaan, dan memenuhi harapan pelanggan, yang akhirnya menghasilkan peningkatan dalam penjualan.

#### b. Harga

Harga adalah jumlah nominal uang yang harus dibayarkan oleh konsumen dalam mendapatkan suatu produk yang mereka inginkan. Menurut teori dari Basu Swastha (2001) menyatakan bahwa penetapan harga pada suatu produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan. Penetapan harga yang tepat merupakan salah satu usaha penjual untuk menarik para pembeli agar mau membeli produk yang dijual dalam jumlah yang banyak.



Dari penjelasan pemilik toko Tumblrstuff Banjarmasin harga produk yang mereka tawarkan standart sesuai dengan kualitas produk dan berdasarkan harga pasaran. Untuk harga jilbab mulai harga Rp 35.000,00 sampai Rp 50.000,00 sedangkan untuk baju busana muslim dan *fashion* perempuan lainnya mulai dari harga Rp 50.000,00 sampai Rp 280.000,00. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan peneliti pada *marketplace* Shopee yang digunakan oleh toko Tumblrstuff Banjarmasin bahwa harga terendah pada katalog toko tersebut adalah Rp 35.000,00 sedangkan harga tertinggi seharga Rp 280.000,00. Baju busana muslim yang ditawarkannya merupakan baju dengan kualitas import sehingga tidak heran jika ada yang bilang mahal karena mahal sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Akan tetapi untuk meningkatkan penjualan pada toko tersebut, konsumen yang berbelanja langsung di toko dan memiliki kartu member karena sudah langganan maka Tumblrstuff juga menawarkan harga produk khusus member yang tentunya lebih murah.

Sedangkan harga produk yang ada pada *marketplace* Shopee itu berbeda dengan harga di toko dikarenakan adanya biaya admin yang dibebankan oleh Shopee terhadap penjual maka mengharuskan pemilik toko menaikkan harga produk pada Shopee sekitar 5.000 sampai 10.000 dihitung dari harga jual yang sudah ditetapkan oleh pemilik toko. Namun hal ini tidak menurunkan peningkatan penjualan Tumblrstuff Banjarmasin pada *marketplace* tersebut. Hal ini karena Tumblrstuff yang memulai bisnis melalui toko *online* sehingga sebagian besar pelanggan di toko ini adalah dari media sosial serta pemilik toko juga sudah

menginfokan dengan jelas kepada semua pelanggan melalui media sosial yang mereka gunakan untuk promosi mengenai perbedaan harga ini.

c. Distribusi

Distribusi merupakan jalur barang dari tangan produsen kepada konsumen. Pemilik toko Tumblrstuff Banjarmasin awalnya memulai bisnisnya melalui toko *online* yaitu menggunakan *platform marketplace* Shopee dan Tokopedia. Namun yang masih digunakan hingga saat ini hanya *marketplace* Shopee karena beliau kurang mengerti menggunakan Tokopedia dan menurutnya konsumen kurang berminat melakukan transaksi melalui *marketplace* Tokopedia tersebut dan lebih suka dan merasa mudah melakukan transaksi lewat *marketplace* Shopee. Sehingga untuk meningkatkan penjualan Tumblrstuff Banjarmasin lebih memaksimalkan menjual produk busana muslim serta *fashion* wanita lainnya pada *marketplace* Shopee tersebut.

Setelah terjadi peningkatan penjualan yang sangat pesat di tahun 2018 pada *marketplace* Shopee Tumblrstuff Banjarmasin. Pemilik usaha tersebut memutuskan untuk memperluas tempat pendistribusian dan membangun toko *offline* Tumblrstuff Banjarmasin pada tahun 2022 yang beralamat di Jl. A. Yani Km. 5 Banjarmasin. Lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat kota Banjarmasin. Toko ini pun ramai dikunjungi oleh pelanggan setia Tumblrstuff yang bertempat tinggal di kota Banjarmasin. Menurut mereka berbelanja dengan langsung datang ke toko lebih mereka sukai karena dapat melihat dan mencoba langsung produk-produk yang dijual di toko tersebut. Oleh karena itu,

perluasan tempat pendistribusian yang dilakukan oleh toko Tumblrstuff Banjarmasin ini sesuai dengan teori faktor distribusi yang dikemukakan oleh Basu Swastha (2001) dalam meningkatkan penjualan. Beliau menyatakan bahwa semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi tingkat penjualan. Selain itu, dikarenakan jangkauan Shopee yang begitu luas toko Tumblrstuff pernah mendapatkan orderan paling jauh yaitu dikirim ke kota Padang dan Papua bahkan harga produknya pun lebih kecil dari biaya ongkos kirim kesana. Sedangkan jasa ekspedisi yang Tumblrstuff gunakan pada *marketplace* Shopee agar barang dapat sampai dengan aman kepada konsumen diantaranya yaitu JnT, ID Express dan JNE.

#### d. Promosi

Berdasarkan teori dari Basu Swastha (2001) mengenai faktor promosi dalam meningkatkan penjualan. Beliau menyatakan bahwa promosi yang dijalankan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk membujuk, menginformasikan, mengingatkan dan mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Aktifitas promosi ini juga dilakukan oleh pemilik toko Tumblrstuff Banjarmasin dalam mengenalkan jualannya kepada masyarakat luas untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Karena latar belakang Tumblrstuff yang mengawali bisnisnya melalui toko *online*, beberapa aplikasi seperti Instagram dan TikTok sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualannya. Seperti yang peneliti sendiri alami, peneliti mengetahui toko Tumblrstuff Banjarmasin ini dari aplikasi sosial media yaitu Instagram. Begitu pula menurut narasumber lain mengetahui toko ini juga dari

promosi produk pada Instagram Tumblrstuff Banjarmasin. Adapun yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan menurut pemilik toko adalah promosi yang dilakukan melalui media sosial Instagram lalu disertakan link yang mengarahkan pada *marketplace* Shopee Tumblrstuff agar konsumen bisa langsung melakukan transaksi melalui *marketplace* tersebut.

Dari analisis tentang pemanfaatan *marketplace* Shopee oleh pedagang busana muslim di toko Tumblrstuff Banjarmasin, dapat disimpulkan bahwa pemilik toko telah berhasil mengoptimalkan proses bisnis mereka, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam *marketplace* Shopee. Dalam aspek kegunaan, Shopee memberikan kemudahan dan manfaat yang signifikan bagi pemilik toko dalam menjalankan usaha mereka, yang tercermin dari peningkatan produktivitas dan penjualan yang pesat. Sementara dalam aspek efektivitas, penggunaan *marketplace* Shopee membawa efisiensi dalam hal biaya, tenaga, dan waktu untuk pemasaran dan promosi produk. Meskipun harga produk di *marketplace* Shopee sedikit berbeda dan pembeli lebih menyukai datang langsung ke toko, promosi melalui media sosial seperti Instagram tetap berpengaruh besar dalam meningkatkan penjualan melalui *platform* tersebut. Jika dilihat dari keseluruhan, strategi pemanfaatan *marketplace* Shopee oleh toko Tumblrstuff Banjarmasin telah memperlihatkan hasil yang positif dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka.

### 3. Perbandingan Pemanfaatan *Marketplace* Shopee antara Toko Maharajaa Maryam Medina dengan Toko Tumblrstuff Banjarmasin dalam Meningkatkan Penjualan

Penelitian dengan menggunakan analisis komparatif menurut Sugiyono adalah suatu penelitian yang sifatnya membandingkan. Studi perbandingan atau biasa disebut dengan *comparative study* merupakan penelitian yang dilakukan untuk menemukan perbedaan tertentu dari dua atau lebih kelompok subjek penelitian (Ramdhan, 2021, hlm.8).

Berdasarkan analisis data dari masing-masing toko yang sudah dijelaskan sebelumnya sehingga peneliti dapat menganalisis secara komparatif antara toko Maharajaa Maryam Medina dengan toko Tumblrstuff Banjarmasin mengenai pemanfaatan *marketplace* Shopee oleh pedagang busana muslim dalam meningkatkan penjualan sebagai berikut.

**Tabel 4.5**

**Analisis Perbandingan Pemanfaatan *Marketplace* Shopee**

<b>Pemanfaatan <i>Marketplace</i> Shopee</b>			
No	Indikator	Maharajaa Maryam Medina	Tumblrstuff Banjarmasin
1.	Faktor Kegunaan	a. Memberikan kemudahan pelacakan posisi barang yang dijual	a. Memberikan kemudahan dalam membangun usaha <i>online</i> tanpa modal

		<p>saat dikirimkan kepada konsumen.</p> <p>b. Memberikan manfaat karena adanya Shopee dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen dalam belanja <i>online</i>.</p> <p>c. Meningkatnya produktifitas karena para reseller gemar dan merasa diringankan dengan menggunakan fitur gratis ongkir.</p>	<p>yang besar serta memudahkan konsumen atau penjual mencari produk berdasarkan kategori.</p> <p>b. Memberikan manfaat karena masyarakat Indonesia lebih menyukai dan mempercayakan belanja <i>online</i> melalui <i>marketplace</i> Shopee dibanding <i>marketplace</i> lain.</p> <p>c. Meningkatnya produktifitas atas banyaknya pelanggan yang menyukai belanja</p>
--	--	--	--

			<i>online</i> lewat Shopee karena dianggap mudah dan terjamin.
2.	Faktor Efektivitas	<p>a. Tidak dapat mempertinggi efektivitas karena cara pemanfaatannya yang berbeda dan bukan bertujuan untuk pemasaran produk secara langsung serta toko ini lebih mengutamakan penjualan secara <i>offline</i> dan di grup Whatsapp khusus reseller.</p> <p>b. Kinerja pekerjaan dapat berkembang karena</p>	<p>a. Dapat mempertinggi efektivitas karena melalui Shopee pemilik dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu untuk pemasaran dan promosi produk yang dijual.</p> <p>b. Kinerja pekerjaan dapat berkembang dikarenakan meningkatnya penjualan <i>online</i> di tahun 2018 sehingga pemilik toko dapat membangun toko</p>

		meningkatnya produktifitas dalam Shopee saat menjelang lebaran sehingga pemilik toko meluaskan toko <i>offline</i> -nya untuk menaruh khusus barang-barang <i>sale</i> .	<i>offline</i> di tahun 2022.
3.	Fitur-Fitur yang digunakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Gratis Ongkir.</li> <li>b. <i>Shopeepay Later</i>.</li> <li>c. <i>Dropshipper</i> bagi reseller.</li> <li>d. COD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Shopee Live</i>.</li> <li>b. <i>Shopee Video</i>.</li> <li>c. Gratis Ongkir.</li> <li>d. COD.</li> <li>e. <i>Cashback</i>.</li> <li>f. <i>Shopeepay Later</i>.</li> <li>g. <i>Shopee pinjam khusus penjual</i>.</li> </ul>

### Peningkatan Penjualan

Peningkatan Penjualan			
No	Indikator	Maharajaa Maryam Medina	Tumblrstuff Banjarmasin



1.	Faktor Produk	<p>a. Menyediakan berbagai macam gamis syar'I perempuan.</p> <p>b. Menjual produk busana muslim 80-85% <i>brand</i> sendiri selebihnya menjual <i>brand</i> luar hanya karena menjelang lebaran.</p> <p>c. Mengeluarkan busana muslim terbaru dengan model-model yang selalu <i>trendy</i> namun tetap syar'i dan tentunya dengan kualitas bahan yang bagus.</p> <p>d. Hanya memanfaatkan Shopee untuk</p>	<p>a. Menyediakan produk <i>fashion</i> wanita busana muslim (gamis, atasan dan bawahan), jilbab/kerudung dan aksesoris lainnya seperti bros, belt dan sebagainya.</p> <p>b. Masih menjual produk busana muslim <i>brand</i> luar. Barang-barang yang diambil dari konveksi besar luar kota bahkan luar negeri dengan sistem grosir.</p> <p>c. Menawarkan produk busana muslim yang</p>
----	---------------	--	---

		<p>menggunakan fitur-fiturnya bukan untuk memasarkan dan tidak dapat menjelaskan kualitas bahan, warna dan ukuran produk pada <i>marketplace</i> tersebut. Mereka lebih memfokuskan penjualan di toko <i>offline</i> dan grup Whatsapp agar dapat meningkatkan penjualannya.</p>	<p><i>trendy</i> dan kekinian sesuai dengan minat dan selera para remaja.</p> <p>d. Menjelaskan secara detail produk yang dijual pada <i>marketplace</i> Shopee seperti deskripsi kualitas bahan, ukuran baju dan warna serta menampilkan foto produk dengan referensi pemakain dari pemilik toko.</p>
2.	Faktor Harga	<p>a. Menyediakan harga grosir, reseller dan ecer.</p> <p>b. Kisaran harga produk dari Rp 100.000 hingga Rp 400.000 sudah</p>	<p>a. Menyediakan harga khusus <i>member</i> dan <i>non-member</i>.</p> <p>b. Harga jilbab dan aksesoris lainnya mulai dari harga Rp</p>

		<p>termasuk harga produk yang di <i>sale</i>.</p> <p>c. Harga produk pada <i>marketplace</i> Shopee berbeda dengan harga produk asli di toko. Harga yang dicantumkan pada <i>marketplace</i> Shopee hanya untuk memenuhi syarat gratis ongkir sisanya di <i>transfer</i> melalui bank pribadi kepada penjual agar dapat meminimalisir biaya admin yang dibebankan Shopee kepada penjual.</p>	<p>35.000 sampai Rp 50.000. Sedangkan harga produk <i>fashion</i> wanita termasuk busana muslim mulai dari Rp 50.000 sampai Rp 280.000.</p> <p>c. Harga produk pada <i>marketplace</i> Shopee berbeda dengan harga produk di toko yaitu dinaikkan sekitar Rp 5000 sampai Rp 10.000 untuk menutupi biaya admin.</p>
3.	Faktor Distribusi	<p>a. Berdiri sejak tahun 2016. Lokasi toko cukup strategis dan terjangkau serta</p>	<p>a. Toko offline baru dibangun tahun 2022 dan lokasinya cukup strategis dan</p>

		<p>mudah dicari dan juga dekat dengan pemukiman warga yaitu di Pasar Hanyar Ramayana Sentra Antasari Blok A No.4-5 Lantai 2, Kelayan Luar Kec. Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.</p> <p>b. <i>Platform</i> yang digunakan diantaranya <i>marketplace</i> Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop dan Facebook. Namun yang paling banyak menjadi permintaan konsumen adalah melalui <i>marketplace</i> Shopee.</p>	<p>mudah dijangkau oleh masyarakat kota Banjarmasin yaitu di Jl. A. Yani Km. 5 Banjarmasin tepatnya berada di depan Stadion Car Wash samping gerbang uvaya.</p> <p>b. <i>Platform</i> yang digunakan hanya <i>marketplace</i> Shopee, pernah mencoba menggunakan Tokopedia namun kurang mengerti dan kurangnya minat pelanggan belanja <i>online</i> melalui Tokopedia tersebut.</p>
--	--	---	--

		<p>c. Jasa ekspedisi yang digunakan pada <i>marketplace</i> Shopee adalah JnT dan Shopee Express. Sedangkan untuk para konsumen dan reseller yang berada di luar kota mereka menggunakan jasa pengantaran seperti travel yeso, <i>line parcel</i>, taksi dan kurir pribadi.</p>	<p>c. Jasa ekspedisi yang digunakan pada <i>marketplace</i> Shopee adalah JnT, ID Express dan JNE.</p>
4.	Faktor Promosi	<p>a. Mempromosikan produk busana muslim melalui grub Whatsapp, Instagram dan Tiktok.</p> <p>b. <i>Marketplace</i> Shopee tidak digunakan sebagai promosi</p>	<p>a. Mempromosikan produk-produk yang dijual melalui Instagram dan Tiktok. Namun yang paling aktif adalah promosi di Instagram lalu menyertakan link</p>

		<p>produk dikarenakan mereka hanya memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada <i>marketplace</i> tersebut untuk membantu pelanggan yang ingin belanja melalui Shopee.</p>	<p>untuk membeli pada <i>marketplace</i> Shopee.</p> <p>b. Pemasaran dan promosi produk pada <i>marketplace</i> Shopee sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan di toko ini karena berkat bisnis online pada Shopee pemilik toko dapat membangun toko <i>offline</i>.</p>
--	--	---	--

Melalui analisis pemanfaatan *marketplace* Shopee antara dua toko busana muslim di Banjarmasin, dapat disimpulkan bahwa kedua toko tersebut telah mengambil langkah untuk bergabung dengan *platform marketplace* Shopee. Namun, pendekatan yang diambil oleh masing-masing toko berbeda, yang tercermin dalam strategi bisnis *online* dan penjualan mereka.

Pertama, toko Maharajaa Maryam Medina telah bergabung dengan Shopee selama kurang lebih 8 tahun. Namun, pemanfaatannya tidak sepenuhnya mengoptimalkan potensi penjualan secara langsung. Meskipun telah terjadi peningkatan produktivitas dan kemudahan dalam proses bisnis, seperti penggunaan fitur gratis ongkir dan *shopeepay later*, efektivitas pemasaran melalui Shopee kurang terasa seiring perubahan strategi penjualan yang lebih mengutamakan toko *offline* dan grup WhatsApp untuk para reseller. Meskipun demikian, peningkatan penjualan tetap terjadi terutama menjelang momen-momen tertentu seperti Ramadhan, menunjukkan bahwa kombinasi strategi bisnis *offline* dan *online* dapat berkontribusi pada kesuksesan penjualan. Namun, faktor produk, harga, distribusi, dan promosi belum sepenuhnya dioptimalkan dalam pemanfaatan Shopee untuk pemasaran langsung produk busana muslim *brand* Maharajaa.

Di sisi lain, toko Tumblrstuff Banjarmasin telah memanfaatkan Shopee secara aktif dan berhasil meningkatkan penjualan mereka secara signifikan. Dengan lebih dari 555 produk yang dipasarkan, pemilik toko telah memanfaatkan fitur-fitur Shopee secara maksimal, termasuk *shopee live*, *shopee video*, gratis ongkir, COD, *cashback*, dan lainnya. Melalui strategi pemasaran yang efektif, termasuk deskripsi produk yang detail dan foto-foto yang menarik, serta harga yang kompetitif, Tumblrstuff berhasil mencapai peningkatan penjualan yang signifikan. Bahkan, keberhasilan ini memungkinkan mereka untuk memperluas ke toko *offline* pada tahun 2022, menunjukkan betapa pentingnya pemanfaatan *marketplace* Shopee dalam mengembangkan bisnis mereka. Bisa dikatakan toko ini lebih aktif dalam mengoptimalkan pemanfaatan *marketplace* Shopee dibanding dengan toko

Maharajaa Maryam Medina dikarenakan pemilik toko yang jauh lebih muda dan peka terhadap perkembangan teknologi sekarang dibanding pemilik toko Maharajaa Maryam Medina.

Dengan demikian, perbandingan antara kedua toko ini menyoroti pentingnya pendekatan yang tepat dalam memanfaatkan *marketplace* Shopee. Sementara toko Maharajaa Maryam Medina mungkin membutuhkan evaluasi lebih lanjut dalam strategi pemasaran *online* mereka, Tumblrstuff Banjarmasin telah membuktikan bahwa pemanfaatan maksimal dari fitur-fitur Shopee dapat membawa dampak positif yang signifikan pada penjualan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.