

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Banjarmasin, sebagai salah satu kota terbesar di Kalimantan Selatan, menawarkan potensi pasar yang cukup besar untuk industri camilan. Dengan populasi yang terus bertambah dan keberagaman demografi yang signifikan, terdapat permintaan yang relatif stabil untuk berbagai jenis camilan di kota ini. Kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi camilan sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari menciptakan peluang pertumbuhan yang menjanjikan bagi pelaku usaha camilan di Kota Banjarmasin.

Industri makanan ringan atau camilan merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang di Banjarmasin, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis. Konsumen kini lebih cenderung mengonsumsi camilan sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, baik untuk menemani waktu kerja, belajar, maupun sekadar bersantai.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) persentase pengeluaran per kapita sebulan di Kota Banjarmasin untuk makanan mencapai 46,99%. Dan Persentase Pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok komoditas per kota/urban di Kalimantan Selatan tahun 2024 dengan kategori makanan dan minuman jadi adalah sebesar 18,85%. Kedua data di atas menunjukkan tingginya alokasi belanja masyarakat terhadap produk makanan termasuk camilan, yang dapat menciptakan peluang besar bagi para pelaku usaha mikro dan kecil salah

satunya adalah toko Cemilan Alisha, sebuah usaha camilan yang berupaya mengoptimalkan pemasarannya melalui *platform* digital.

Di era digital saat ini, *e-commerce* menjadi salah satu saluran distribusi utama bagi pelaku usaha kecil untuk menjangkau konsumen lebih luas. *Platform e-commerce* seperti Shopee menjadi sarana yang penting. Shopee, sebagai salah satu *platform* terkemuka di Indonesia, tidak hanya menyediakan akses pasar yang luas, tetapi juga mendukung pelaku usaha lokal dengan berbagai program dan fitur inovatifnya. Dengan memanfaatkan *platform* Shopee secara efektif, dapat meningkatkan visibilitas, mencapai pasar yang lebih luas, dan mengoptimalkan pertumbuhan bisnis di era digital.

Perusahaan riset pasar Snapcart dalam laporan "*Marketplace* Pilihan UMKM: Pengalaman Berjualan Terbaik" (Q4 2024) menyatakan bahwa Shopee menempati peringkat pertama sebagai *e-commerce* yang memberikan keuntungan paling banyak bagi brand lokal dan UMKM, mencapai 71% (CNN Indonesia, 2024). Data ini menunjukkan bahwa Shopee bukan hanya sekadar *platform* jual beli, tetapi juga ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah.

Aplikasi Shopee menawarkan salah satu fasilitas untuk menarik perhatian dan kepercayaan konsumen melalui pengklasifikasian jenis sebuah toko, berupa toko dengan kategori Non-Star *Seller*, Star *Seller*, Star+ *Seller*, dan Shopee Mall. Dari pernyataan tersebut kategori toko Non-Star *Seller* berada pada level paling bawah, yang berakhir dengan Shopee Mall sebagai kategori toko level paling tinggi. Shopee menawarkan fitur-fitur yang berbeda sesuai dengan tingkatan toko.

Klasifikasi ini dapat memotivasi toko untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan, seperti akses ke berbagai program promosi eksklusif. Berada di level terendah, toko Non-Star *Seller* menghadapi sejumlah tantangan dalam mencapai kesuksesan di tengah persaingan yang semakin ketat, seperti keterbatasan akses ke fitur promosi dan minimnya kepercayaan dari calon pembeli. Sebaliknya, toko Star+ *Seller* memiliki berbagai keuntungan yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Toko Cemilan Alisha merupakan salah satu contoh pelaku usaha yang berupaya mengoptimalkan pemasarannya melalui *platform* Shopee. Dengan menjadi Star+ *Seller*, toko Cemilan Alisha berkesempatan mendapatkan benefit yang lebih banyak serta akses ke berbagai fitur premium yang dapat meningkatkan performa penjualan. Proses optimalisasi ini membutuhkan strategi yang tepat, termasuk pemanfaatan fitur-fitur Shopee secara maksimal, peningkatan kualitas layanan, serta pemahaman terhadap tren pasar dan preferensi konsumen.

Selain menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan oleh Shopee untuk meningkatkan penjualan, menggunakan strategi lain dapat menjadi langkah efektif yang dapat menaikkan potensi penjualan. Analisis SWOT dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam membantu toko Cemilan Alisha merencanakan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan penjualan. Analisis SWOT memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dalam menjalankan bisnis. Dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada Cemilan

Alisha dapat mengidentifikasi bagian-bagian di mana dapat meningkatkan kinerja dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

Berdasarkan latar belakang diatas, judul yang akan ambil oleh peneliti adalah **“Optimalisasi Usaha Cemilan Alisha: Analisis SWOT pada Toko Star+ *Seller* Platform Shopee Indonesia”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana optimalisasi usaha Cemilan Alisha yaitu toko dengan kategori Star+ *Seller* pada *platform* Shopee Indonesia?
2. Bagaimana kondisi internal dan eksternal usaha Cemilan Alisha berdasarkan analisis SWOT?
3. Strategi apa yang tepat digunakan untuk meningkatkan optimalisasi usaha Cemilan Alisha berdasarkan hasil analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana optimalisasi usaha Cemilan Alisha yaitu toko dengan kategori Star+ *Seller* pada *platform* Shopee Indonesia?
2. Mengetahui bagaimana kondisi internal dan eksternal usaha Cemilan Alisha berdasarkan analisis SWOT?
3. Mengetahui strategi apa yang tepat digunakan untuk meningkatkan optimalisasi usaha Cemilan Alisha berdasarkan hasil analisis SWOT?

D. Signifikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi pengetahuan berupa:

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan baru bagi perekonomian di Indonesia, khususnya terkait bagaimana mengoptimalkan perkembangan *e-commerce* saat ini.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian sejenis yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Menambah wawasan pengetahuan bagi peneliti dan pembaca terkait bagaimana proses optimalisasi usaha Cemilan Alisha yaitu toko dengan kategori Star+ *Seller* pada *platform* Shopee Indonesia melalui analisis SWOT.
- b. Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman terutama dalam penulisan karya tulis ilmiah bagi peneliti, dan menjadi bahan referensi bagi penjual online pada *platform* Shopee Indonesia.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dari judul penelitian ini, peneliti membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2025) optimalisasi berasal dari kata optimal, yang berarti terbaik; tertinggi. Menurut peneliti

optimalisasi merujuk pada proses atau upaya untuk mencapai hasil terbaik atau paling efisien dari suatu sistem, proses, atau situasi tertentu. Dalam berbagai konteks, optimalisasi dapat mengacu pada berbagai hal, termasuk penggunaan sumber daya secara efisien, peningkatan kinerja, atau peningkatan hasil.

Secara umum, optimalisasi melibatkan proses analisis, perencanaan, implementasi, dan evaluasi untuk mencapai hasil terbaik sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Dalam konteks bisnis, optimalisasi berarti upaya untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produk atau layanan, atau memaksimalkan profitabilitas. Optimalisasi bisa melibatkan penyesuaian strategi pemasaran, perbaikan proses produksi, atau penggunaan teknologi untuk meningkatkan produktivitas.

2. Usaha Camilan Alisha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2025) usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga dan pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan untuk mencapai sesuatu. Dan camilan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2025) adalah makanan ringan yang dimakan di luar waktu makan utama. Dalam penelitian ini usaha camilan menurut peneliti adalah kegiatan bisnis yang berfokus pada produksi, penjualan, dan distribusi berbagai jenis makanan ringan atau camilan.

Pada penelitian ini pelaku usaha camilan yang diteliti adalah Cemilan Alisha. Berfokus pada produk dengan kategori camilan, Cemilan

Alisha menjual berbagai macam jenis camilan seperti basreng, keripik usus, keripik kaca, cimol, makaroni, keripik tempe, sosreng, keripik kulit ayam, soes isi vanila dan coklat, pastel, bolu kering, kerupuk seblak, kue kacang kering, grubi kremes, kacang mente, akar pinang, akar pinang, choco chips, keripik usus, kacang sembunyi, kacang koro, gem bunga, kuping gajah, dll.

3. Analisis SWOT

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2025) kata analisis berarti penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Dan kata SWOT diambil dari penyingkatan kata *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman).

Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Dari penjelasan di atas analisis SWOT menurut peneliti adalah sebuah metode atau cara yang digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu usaha.

4. Star+ Seller

Star+ Seller adalah salah satu tipe penjual yang ada di *platform* Shopee. Star+ Seller adalah tingkatan ketiga dari tipe-tipe penjual yang ada di shopee, yaitu Non-Star, Star, Star+. Penjual dengan tipe Star+ dapat diketahui melalui tag Star+ yang terletak pada foto profil toko dan pada

setiap produk yang diunggah. Hal ini menjadikan toko dengan tipe ini mudah dikenali dan mendapat kesempatan lebih besar dipilih pembeli sebagai tempat berbelanja yang aman dan terpercaya. Untuk menjadi penjual tipe Star+, toko harus mempertahankan kriteria penjual star selama 24 minggu berturut-turut. Kriteria atau persyaratan yang harus dipenuhi ada pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Kriteria untuk menjadi Tipe Penjual Star+ di Shopee

Kriteria	Target
Penilaian toko	$\geq 4,4$
Jumlah hari dari pelanggaran produk <i>pre-order</i>	$\leq 20\%$ selama maksimal 5 hari (perhitungan hanya akan dilakukan jika ada ≥ 300 produk <i>Pre-order</i> di toko)
Pembeli berbeda 30 hari terakhir	≥ 10
Transaksi berhasil 30 hari terakhir	≥ 20
Pendapatan bersih 30 hari terakhir	≥ 20 pesanan atau pendapatan bersih (tidak termasuk biaya lainnya) ≥ 20 juta
Poin penalti	< 2
Persentase chat dibalas	$\geq 60\%$
Toko tidak memiliki riwayat pesanan yang tidak wajar, kejanggalan pada aktivitas akun, atau penyalahgunaan program dari Shopee untuk kepentingan pribadi	-
Durasi penjual sudah memenuhi seluruh kriteria	≥ 24 minggu

Sumber: <https://seller.shopee.co.id/edu>, 2025

Jika penjual berhasil memenuhi semua target kriteria Penjual Star+, maka toko akan menerima notifikasi bahwa telah diikutsertakan ke program Penjual Star+. Notifikasi ini dikirim setiap hari Senin dan Penjual akan otomatis menjadi Penjual Star+ tanpa perlu melakukan apa-apa. Selain itu penjual juga dapat mengecek status Star+ di halaman kesehatan toko pada fitur *seller centre*.

5. Shopee Indonesia

Shopee adalah nama aplikasi *e-commerce* yang resmi terdaftar di Indonesia. Shopee adalah *platform* jual beli online yang menyediakan fitur-fitur untuk penjual dan pembeli. Di Indonesia Shopee telah menjadi salah satu pemimpin pasar *e-commerce* dengan cakupan yang luas dan pertumbuhan yang cepat.

Shopee menyediakan akses yang mudah bagi pengguna untuk menjelajahi berbagai produk dari berbagai kategori mulai dari fashion dan kecantikan hingga perlengkapan elektronik dan perlengkapan rumah tangga. Selain itu, Shopee Indonesia juga menawarkan fitur-fitur inovatif seperti program diskon, promo eksklusif, dan pengiriman cepat, yang semuanya dirancang untuk meningkatkan pengalaman belanja online.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran umum dan pembahasan yang sistematis terhadap proposal skripsi ini, peneliti menggambarkan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini berisi kajian teori, kajian teori terdahulu, dan kerangka pikir.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan tahapan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Analisis Data, pada bab ini menjelaskan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan.

Bab V Penutup, pada bab ini berisi simpulan dan saran.