



## Pemanfaatan ShopeeFood Sebagai Strategi Marketing Digital Pada UMKM di Depok Selama Covid-19

<sup>1</sup>Diva AzzamawadahUtami, <sup>2</sup>Sri Ariska Putri, <sup>3</sup>Erwin Permana  
<sup>1,2</sup> Politeknik Negeri Jakarta  
<sup>3</sup> Universitas Pancasila

### Alamat Surat

**Email:** divaami37@gmail.com, sariskaputri24@gmail.com, erwin.permana@univpencasila.ac.id

### Article History:

**Diajukan:** 10 Oktober 2022; **Direvisi:** 21 November 2022; **Diterima:** 29 November 2022

### ABSTRAK

Analisis marketing digital merupakan salah satu kajian yang banyak dilakukan dimasa pandemik Covid-19, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Sedangkan analisis secara spesifik pada satu marketplace masih terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan ShopeeFood sebagai strategi marketing digital UMKM di Depok selama pandemic. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui pengamatan di aplikasi ShopeeFood dan dukungan data dari berbagai situs resmi, publikasi ilmiah yang diperoleh dengan cara penelusuran sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sektor UMKM terdampak parah yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Dengan menggunakan strategi marketing pada ShopeeFood memberikan dampak positif dalam meningkatkan pendapatan secara online. Dengan itu UMKM Depok memiliki kesempatan untuk memperluas pasar melalui ShopeeFood dalam menjual produk makanan siap saji. Shopee merupakan e-commerce yang dibuat khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman dan cepat. ShopeeFood adalah layanan pesan-antar makanan dan minuman. Banyak UMKM yang kini membuka usaha melalui ShopeeFood karena melihat adanya peluang bisnis.

**Kata kunci:** Strategi, Marketing, Digital, ShopeeFood

### ABSTRACT

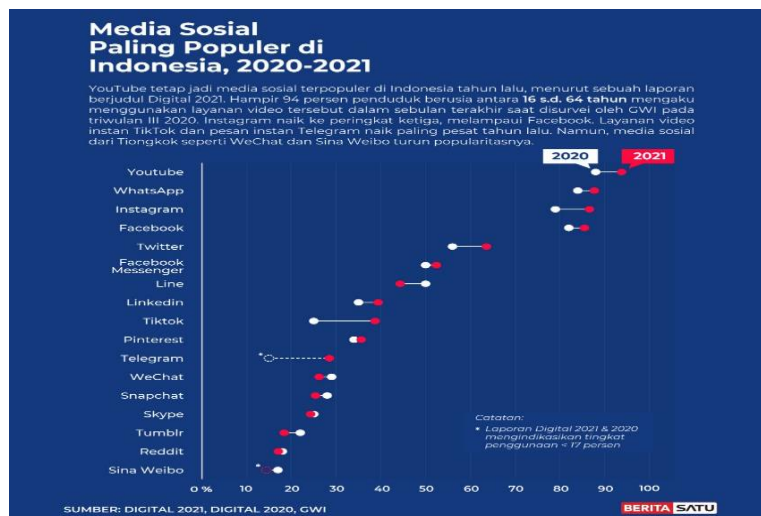
*The Digital marketing analysis is one of the studies that is widely carried out during the Covid-19 pandemic, both large companies and small companies. Meanwhile, analysis specifically on one marketplace is still developing. This study aims to analyze the use of ShopeeFood as a digital marketing strategy for SMEs in Depok during the pandemic. The research was conducted with a descriptive qualitative approach. The data is obtained through observations in the ShopeeFood application and data support from various official sites, scientific publications obtained by means of systematic searches. The results showed that the MSME sector was the worst affected, namely food and beverages. By using a marketing strategy on ShopeeFood, it has a positive impact in increasing online income. With this, MSMEs in Depok have the opportunity to expand the market through ShopeeFood in selling ready-to-eat food products. Shopee is an e-commerce platform specifically designed to provide an easy, safe and fast online shopping experience. ShopeeFood is a food and beverage delivery service. Many MSMEs are now opening businesses through ShopeeFood because they see a business opportunity*

**Keywords:** Strategy, Marketing, Digital, ShopeeFood

## 1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dalam bidang teknologi dan internet pada zaman sekarang tentunya memberikan dampak pada dunia bisnis. Dampak yang dapat terlihat pada perkembangan dunia bisnis ini ditandai dengan adanya tren pemasaran yang kini telah berubah dari penjualan secara konvensional menjadi digital atau yang biasa disebut dengan Digital Marketing. Digital marketing adalah aktivitas yang berkaitan dengan pemasaran atau promosi bisnis melalui media digital. Dengan kata lain, digital marketing merupakan sebuah strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan perangkat elektronik dan internet.

Tujuan dari digital marketing sendiri adalah untuk menarik konsumen maupun calon konsumen supaya membeli atau berlangganan produk secara cepat dan efisien. Mengingat teknologi yang terus berkembang dan penggunaannya yang semakin luas, tentu menjadi peluang bagi perusahaan atau brand untuk mendorong penjualan produk.



Gambar 1. Daftar Media Sosial di Indonesia

Platform digital sangat efektif untuk mengumpulkan data mengenai target market yang relevan. Data di atas sangat diperlukan untuk menjadi *database* yang dibutuhkan ketika berkomunikasi bahkan sangat berguna untuk UMKM yang kini banyak mempromosikan usahanya menggunakan digital.

Sektor usaha mikro kecil menengah memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Saat ini di daerah Depok, Jawa Barat terdapat banyak sekali UMKM untuk menggerakkan roda perekonomian rakyat. Dengan adanya pandemic covid-19 yang sedang meningkat di Depok membuat para UMKM memilih untuk menggunakan salah satu *e-commerce* seperti ShopeeFood yang dapat menjalankan kegiatan jual beli mereka.

Pemanfaatan ShopeeFood pada masa pandemic covid-19 meningkat karena penyebaran virus covid-19 yang begitu cepat sehingga sering terjadi pembatasan kegiatan sosial atau PPKM. Penggunaan ShopeeFood di Depok tergolong tinggi karena memudahkan konsumen dan juga para UMKM. Para UMKM menggunakan ShopeeFood untuk tetap bisa meningkatkan perekonomian mereka dengan cara memanfaatkan teknologi yang kian berkembang.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Strategi Digital Marketing

Strategi digital marketing adalah strategi yang digunakan para pelaku bisnis dalam memaksimalkan potensi aktivitas digital marketing yang sedang dilaksanakan. Setiap pelaku bisnis atau perusahaan memiliki strategi digital marketing yang berbeda-beda, disesuaikan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Dengan kemajuan dalam dunia teknologi

mengakibatkan perubahan dalam bidang bisnis yang sebelumnya dilakukan secara langsung sekarang dapat dilakukan secara *online*.

Digital marketing menurut Kleindl & Burrow (2005) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen.

Digital marketing menurut Chaffey (2002:14) adalah penerapan teknologi digital yang membentuk *online channel* ke pasar (*website, e-mail, database, digital TV* dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya *blog, feed, podcast*, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

Digital marketing menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti "*interactive marketing*", *one-to-one marketing* dan "*e-marketing*" berat kaitannya adengan "digital marketing".

Digital marketing menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog, website, e-mail, adwords*, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet.

## **2.2. Pemanfaatan E-commerce ShopeeFood**

*E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses, bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Dapat berbagai jenis manfaat bagi konsumen terhadap *e-commerce* seperti konsumen dapat berbelanja dengan mudah selama 24 jam sehari sepanjang tahun, konsumen juga dapat melihat dan mengeksplor berbagai pilihan produk yang diinginkan serta dengan berbagai pilihan harga yang terendah hingga termahal sesuai keinginan selera dan kebutuhan, selain itu konsumen juga dapat membeli produk dan jasa dengan biaya yang lebih mudah setelah melakukan perbandingan dengan berbagai *e-commerce* dan tanpa menguras energy untuk berpergian berbelanja.

Memanfaatkan *e-commerce* dapat dilakukan melalui situs online atau berbasis digital. Selain itu manfaat *e-commerce* dapat menjadi solusi UMKM tanpa terpengaruh batas wilayah seperti contoh ShopeeFood yang dapat mempromosikan UMKM di wilayah kota Depok. Penelitian ini yang membahas manfaat *e-commerce* untuk UMKM menyimpulkan bahwa ada manfaat dari pembuatan perangkat lunak dengan memudahkan pemilik UMKM dalam melakukan pesanannya. Dari beberapa penelitian terdahulu *e-commerce* telah menjadi kebutuhan serta membantu UMKM pada masa pandemic Covid 19 initerutama UMKM yang terdapat di kota Depok.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari

teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan; sedangkan dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, dan berakhir dengan suatu “teori”.

Penelitian dekriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai *setting* sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Dalam penelitian ini, peneliti telah memiliki definisi jelas tentang subjek penelitian dan akan menggunakan pertanyaan *who* dalam menggali informasi yang dibutuhkan.

Menurut Sugiyono (2005), Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk menarik simpulan secara luas. Berdasarkan pendapat - pendapat di atas, penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang menjelaskan suatu gambaran dari data-data penelitian secara spesifik berdasarkan peristiwa alam dan sosial yang terjadi di masyarakat. Proses dari penelitian deskriptif ini haruslah urut dari awal sampai dengan akhir, sehingga mendapatkan hasil penelitian yang bagus.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Latar Belakang Shopee



Gambar 2. Logo ShopeeFood

Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee.

Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng, mantan karyawan Rocket Internet yang pernah memimpin Zalora dan Lazada. Shopee pertama kali meluncur sebagai *Marketplace Consumer To Consumer* (C2C). Namun kini mereka telah beralih ke model hibrid C2C dan *Business To Consumer* (B2C) semenjak meluncurkan Shopee Mall yang merupakan *platform* toko daring untuk brand ternama.

Pada tahun 2017, platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. Pada kuartal keempat tahun 2017, Shopee melaporkan nilai perdagangan bruto (GMV) sebesar US\$1,6 miliar, naik 206 persen dari tahun sebelumnya. Shopee memiliki nilai total GMV pada tahun 2018 sebesar US\$2,7 miliar, naik 153 persen dari tahun 2017.

Di Malaysia, Shopee menjadi portal perdagangan elektronik ke-3 yang paling banyak dikunjungi di Q4 2017, menggantikan Lelong dan melampaui peringkat Lazada sebagai aplikasi terbaik di Google Play dan iOS App store.

Demikian pula di kalangan konsumen di Indonesia, survei yang dilakukan pada bulan Desember 2017 oleh TheAsianParent mengungkapkan bahwa Shopee adalah platform belanja pilihan pertama bagi para ibu di Indonesia (73%), diikuti oleh Tokopedia (54%), Lazada (51%), dan Instagram (50 %).

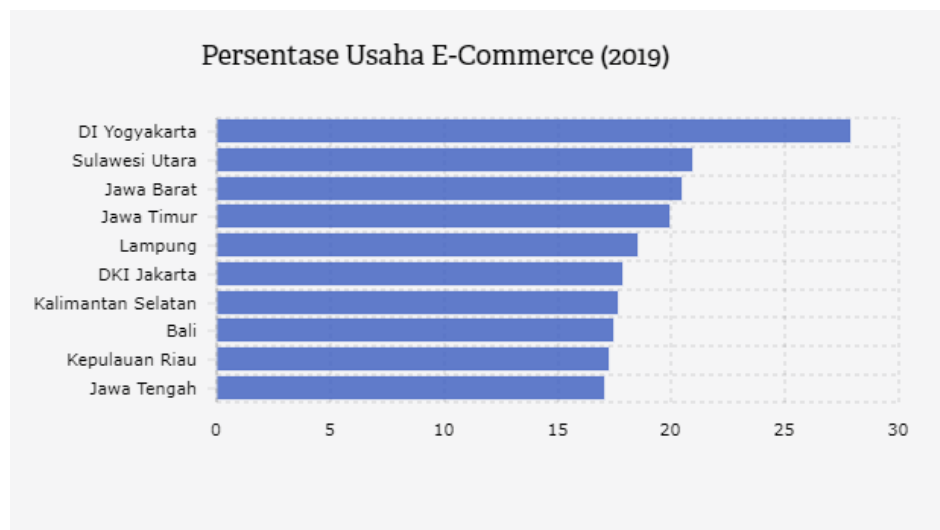
Shopee merupakan tempat belanja *online* se-Indonesia. Shopee merupakan *e-commerce* yang dibuat khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman dan cepat. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Shopee kemudian menyediakan ShopeeFood untuk para UMKM atau pengusaha bisnis kuliner cepat saji.

ShopeeFood adalah layanan pesan-antar makanan dan minuman. ShopeeFood kini banyak diminati masyarakat karena banyak menawarkan promo, *discount*, *cashback* dan fitur gratis ongkir. Banyak UMKM yang kini membuka usaha melalui ShopeeFood karena melihat adanya peluang bisnis. ShopeeFood mempermudah kegiatan belanja secara *online* dengan adanya *delivery order*.

### 3.2. Pemanfaatan ShopeeFood Sebagai Strategi Marketing Digital Pada UMKM di Depok

Sebagai salah satu portal dagang *online* terbesar di Indonesia, Shopee mendukung upaya Pemkot Depok dalam pemberdayaan UMKM di daerah. *Head of Government Affairs* Shopee Balques Manisang mengatakan, pihaknya hadir melalui komitmen #ShopeeAdaUntukUMKM dengan tujuan pemberian edukasi dan pendampingan dalam segi pengembangan bisnis digital serta dukungan pembiayaan.

Dalam kerjasama tersebut, produk dari UMKM Depok, seperti makanan dan minuman serta produk fashion akan dihadirkan dalam aplikasi Shopee mulai 24 Agustus hingga 5 September 2021. Selain itu, edukasi berupa pelatihan dan pendampingan juga diberikan melalui Kampus Shopee. UMKM, di Kampus Shopee, dapat mengikuti beragam inspiratif, mulaidaricara membuka toko online, cara mengoperasikan toko, hingga strategi pemasaran online. UMKM Depok, kata Balques, memiliki kesempatan untuk memperluas pasar melalui ShopeeFood dalam menjual produk makanan siap saji.



Gambar 3. Persentase Usaha E-Commerce

Hasil data diatas menunjukkan bahwa wilayah Depok yang termasuk di Provinsi Jawa Barat menduduki posisi ketiga terbanyak dalam penggunaan usaha melalui *e-commerce*. Penjualan melalui shopee merupakan salah satu cara UMKM melakukan usahanya kembali dengan itu shopee membina lebih banyak pelaku UMKM agar bisa naik kelas dan dapat berkembang dengan maksimal. Penggunaan shopee terhadap UMKM bisa mendapatkan tambahan pengetahuan serta mendapatkan aspek pengembangan bisnis sehingga bisa meningkatkan skala usahanya.

Shopee sebagai *e-commerce* dengan menggunakan pengembangan digital UMKM dapat membuat UMKM langsung memahami dengan detail mengenai cara berjualan *online* yang tepat, mendekati diri antara penjual kepada pembeli, hingga mengembangkan strategi bisnis digital secara optimal. Oleh karena itu, banyak UMKM depok memilih shopee sebagai salah satu kunci kesuksesan usahanya dan menjadikan *e-commerce* terbaik dan terbanyak dalam penggunaannya.

### 3.3.Perbandingan setelah memanfaatkan ShopeeFood Sebagai Strategi Marketing Digital Pada UMKM

UMKM mengalami penurunan omzet secara drastis dari penjualan sebelum masa *pandemic* yang disebabkan adanya Covid-19. Saat ini UMKM berhasil membangun kembali usahanya karena adanya layanan pesan antar terbaru yang sedang ramai pelanggan yaitu dengan menggunakan aplikasi layanan pesan antar ShopeeFood.



Gambar 4. Prosentase Daftar Marketplace Penyumbang Omzet

Setelah bergabung dengan ShopeeFood kini para UMKM sedikit demi sedikit berhasil menutup penurunan omzet yang terjadi karena *pandemic*. Dengan bergabung dengan ShopeeFood maka pasar konsumen otomatis semakin luas karena dapat diakses oleh semua orang secara *online*. Selain itu, ShopeeFood juga hampir setiap hari mengadakan *voucher* untuk para pengguna ShopeeFood dengan harga yang lebih murah dan hemat sehingga dapat menarik perhatian *customer*.

## 4. KESIMPULAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi pada zaman sekarang memberikan dampak luas pada dunia bisnis dengan metode jual beli secara *online*. Memberikan peluang untuk para UMKM agar terus berkembang dengan memanfaatkan teknologi dengan menggunakan strategi *marketing* pada *e-commerce*. UMKM kota Depok dalam urutan ketiga besar di Provinsi Jawa Barat yang terdampak *pandemic* Covid 19. Sektor UMKM terdampak parah yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. UMKM mengalami penurunan omzet secara drastis dari penjualan

sebelum masa *pandemic* yang disebabkan adanya Covid-19. Dengan menggunakan strategi *marketing* pada *ShopeeFood* memberikan dampak positif dalam meningkatkan pendapatan secara *online*. Karena UMKM sangat memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan itu UMKM Depok memiliki kesempatan untuk memperluas pasar melalui *ShopeeFood* dalam menjual produk makanan siap saji. *Shopee* merupakan *e-commerce* yang dibuat khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman dan cepat. *Shopee Food* adalah layanan pesan-antar makanan dan minuman. Banyak UMKM yang kini membuka usaha melalui *ShopeeFood* karena melihat adanya peluang bisnis.

## 5. REFERENSI

- Salma (2021). Penelitian Deskriptif: Pengertian, Kriteria, Metode, dan contoh. <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-deskriptif/>
- Febriyantoro M. T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital *Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara* Vol 1 No 2, Desember 2018
- Magdalena H. & Ellyani W. (2017). Strategi Memanfaatkan *E-commerce* Dalam Memasarkan Makanan Khas Bangka (Studi Kasus: Aneka Citra Snack) Vol 3 No 2, Desember 2017
- Hariadi E. & Winarno W. W. (2013). Analisis Pemanfaatan *E-commerce* Sebagai Strategi Bisnis Jual Beli Emas Terhadap Kepuasan Pelanggan. A-95 - A-103.
- Aris Prayitno. (2020). Pengertian Digital *Marketing* Menurut Para Ahli, Strategi, dan Perkembangannya di Indonesia. <https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>
- Kontributor Wikipedia. Penelitian Deskriptif. "Wikipedia, 8 Juni 2021". [https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian\\_deskriptif](https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_deskriptif)
- Kurniawan A. (2021). Dukung Ribuan UMKM Lokal, Pemkot Depok Gandeng *Shopee* Hadirkan Depok Virtual Expo 2021. <https://money.kompas.com/read/2021/08/24/180000426/dukung-ribuan-umkm-lokal-pemkot-depok-gandeng-shopee-hadirkan-depok-virtual?page=all>
- Veracious. (2022). "Shopee". Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>