

# Strategi Pemasaran Menggunakan E-Commerce Shopee Di B21 Digital Printing

Syakira Rusyida Salma\*<sup>1</sup>

Hesty Prima Rini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

\*e-mail: [syakiraoci@gmail.com](mailto:syakiraoci@gmail.com)<sup>1</sup>, [hestyprimarini.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:hestyprimarini.mnj@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

Penulisan ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pemasaran B21 Digital Printing menggunakan e-commerce Shopee, dengan fokus pada pemanfaatan fitur gratis ongkos kirim dan strategi penetapan harga kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis data melalui wawancara dengan anggota departemen Shopee B21 Digital Printing dan referensi dari literatur terkait. Hasil temuan menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur gratis ongkos kirim Shopee secara signifikan meningkatkan daya saing B21 Digital Printing di pasar e-commerce dan memperluas jangkauan konsumen. Strategi penetapan harga yang mempertimbangkan harga pesaing juga berhasil menarik perhatian konsumen. Langkah-langkah ini diintegrasikan dengan baik melalui fitur "Naikkan Produk," partisipasi dalam kampanye promosi Shopee, variasi produk, dan penawaran voucher toko. Evaluasi menyeluruh menunjukkan bahwa strategi pemasaran ini efektif dalam meningkatkan penjualan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Kesimpulan penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang implementasi strategi pemasaran di e-commerce Shopee dan memberikan dasar untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih lanjut di masa depan.

**Kata kunci:** Digital, E-Commerce, Shopee, Strategi Pemasaran

## Abstract

This writing aims to evaluate B21 Digital Printing's marketing strategy using Shopee e-commerce, with a focus on utilizing the free shipping feature and competitive pricing strategies. The research method used is descriptive qualitative with data analysis through interviews with members of the Shopee B21 Digital Printing department and references from related literature. The findings show that utilizing Shopee's free shipping feature significantly increases B21 Digital Printing's competitiveness in the e-commerce market and expands consumer reach. Pricing strategies that take into account competitors' prices are also successful in attracting consumer attention. These steps are well integrated through the "Raise Products" feature, participation in Shopee promotional campaigns, product variations, and store voucher offers. A thorough evaluation shows that this marketing strategy is effective in increasing sales and meeting consumer needs. The conclusions of this research provide an in-depth understanding of the implementation of marketing strategies in Shopee e-commerce and provide a basis for developing further marketing strategies in the future.

**Keywords:** Digital, E-Commerce, Shopee, Marketing Strategy

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini telah melaju dengan cepat di berbagai belahan dunia. Dampaknya sangat terasa dalam penggunaan internet oleh masyarakat, terutama di Indonesia. Internet kini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat untuk berkomunikasi, mencari informasi, dan menjalankan kegiatan sehari-hari tanpa batasan, dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Pertumbuhan yang pesat dalam penggunaan internet menciptakan peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna internet di kalangan masyarakat Indonesia. Dapat dibuktikan dengan adanya Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa (APJII, 2023). Dengan meningkatnya penggunaan internet, banyak masyarakat telah mengalami manfaat, terutama melalui kegiatan berjualan online yang berkontribusi pada peningkatan aktivitas ekonomi mereka. Berjualan secara online tidak lagi merupakan hal baru di kalangan masyarakat, karena

pelaku bisnis kini memanfaatkan peluang tersebut untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen melalui platform online.

Dengan pesatnya perkembangan jual beli online di Indonesia, berbagai platform telah muncul, memberikan masyarakat sarana untuk menjual produk dan memperkenalkannya kepada konsumen. Istilah yang dikenal untuk platform-platform ini adalah e-commerce. E-commerce, atau perdagangan elektronik, merujuk pada aktivitas pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet. E-commerce, secara singkat dan sederhana, adalah suatu platform yang digunakan untuk mengelola, menciptakan, dan memperluas pasar dagang atau bisnis ke level yang lebih luas. Dengan kata lain, e-commerce adalah bentuk bisnis jual beli yang dilakukan secara online. Sesuai dengan definisinya, e-commerce dioperasikan melalui platform online, memberikan manfaat kepada pelaku bisnis untuk menjalankan dan menjangkau pasar yang lebih besar (Asih, 2018). Terdapat beberapa e-commerce yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, Blibli, Ralali, JD.ID.

Shopee menjadi salah satu media yang digemari oleh pelaku pemasaran digital di Indonesia. Shopee adalah sebuah platform e-commerce yang telah meraih popularitas tinggi di tingkat global, khususnya di kawasan Asia Tenggara. Shopee memberikan wadah bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara online, menyediakan berbagai produk mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga barang-barang eksklusif. Platform ini menggabungkan kelebihan berbelanja konvensional dengan fitur-fitur inovatif, seperti program diskon, cashback, dan sistem pembayaran yang fleksibel. Shopee menjadi salah satu pemain utama dalam ekosistem e-commerce, memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyeluruh. Pemanfaatan Shopee sebagai alat pemasaran menawarkan sejumlah manfaat strategis.

Oleh karena itu B21 Digital Printing, sebagai pelaku usaha di industri cetak digital, mengadopsi Shopee sebagai salah satu media digital marketing. Penelitian ini akan mengulas strategi pemasaran yang diambil oleh B21 Digital Printing menggunakan e-commerce Shopee.

## METODE

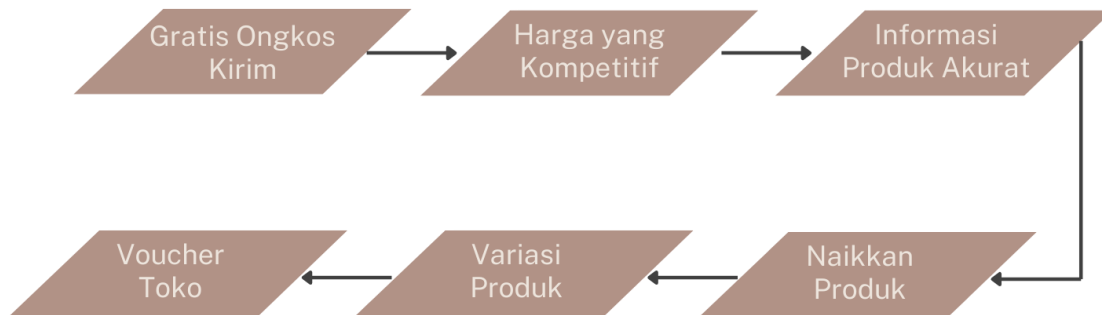
Dalam penulisan ini, digunakan metode penulisan deskriptif kualitatif untuk memperoleh data yang diperlukan. Moleong (1991) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif ini berfokus pada latar belakang alamiah secara holistik, menganggap manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, dan lebih menekankan pada proses daripada hasil penelitian. Metode deskriptif dipilih karena penelitian ini berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan terkait dengan kondisi masa sekarang. Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa metode deskriptif digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, subjek, kondisi, sistem pemikiran, atau kelas peristiwa pada masa sekarang. Fokus dari penelitian ini adalah mengetahui dampak dari strategi pemasaran menggunakan E-Commerce Shopee B21 Digital Printing. Pada penelitian ini, ditetapkan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis data yang diperoleh wawancara pada anggota departemen Shopee di B21 Digital Printing dan juga dari jurnal maupun sumber yang terkait.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran sebelum B21 Digital Printing menggunakan e-commerce Shopee sebagai salah satu strategi pemasarannya adalah dengan menggunakan pemasaran secara online melalui media sosial. Media sosial yang digunakan berupa Instagram, WhatsApp Business, dan Facebook. Dalam pemasaran melalui Instagram dan Facebook B21 Digital Printing menggunakan platform yang dinamakan MetaAds. MetaAds adalah platform periklanan yang digunakan untuk membuat, mengelola, dan melacak campaign iklan di jaringan Meta. Sedangkan dalam pemasaran melalui WhatsApp Business, B21 Digital Printing menggunakan Aplikasi Whats Bulk Sender yang dimana kegunaan aplikasi tersebut adalah mengirimkan konten iklan ke semua kontak customer yang ada di data base B21 Digital Printing. Namun dalam strategi pemasaran yang telah dilakukan,

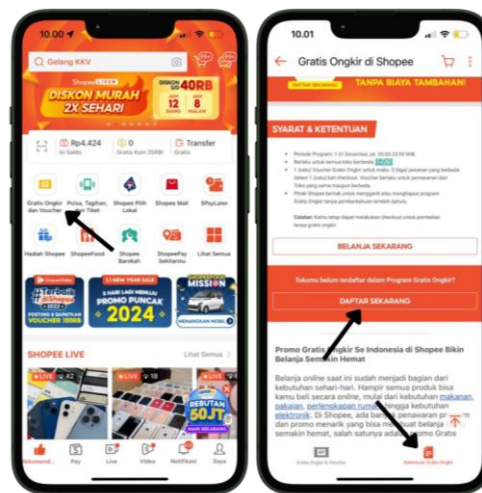
B21 Digital Printing hanya mencapai audiens sekitar lokasi toko atau terlalu sempit jangkauan yang dicapai yang dimana hanya sekitar Gresik, Surabaya dan sekitarnya saja. Oleh karena itu B21 Digital Printing mengadopsi e-commerce Shopee sebagai media pemasaran digital yang dimana e-commerce Shopee dapat menjangkau audiens yang sangat luas.

B21 Digital Printing menggunakan Strategi pemasaran e-commerce Shopee yang ada dan memaksimalkan fitur fitur dari e-commerce Shopee.



Gambar 1. Strategi Pemasaran E-Commerce Shopee

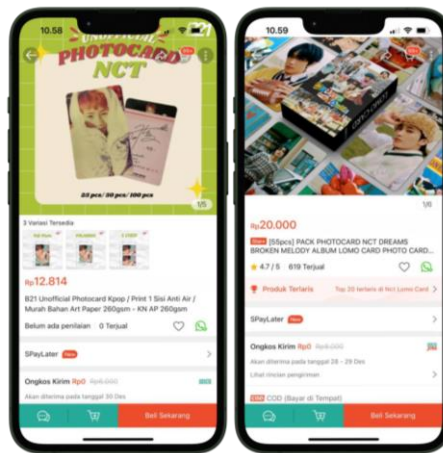
### 1. Mendaftarkan Fitur “Gratis Ongkir”



Gambar 2. Fitur Gratis Ongkir

Strategi pemasaran menggunakan e-commerce Shopee yang pertama adalah mendaftarkan fitur gratis ongkos kirim dari akun penjualan Shopee. Pengaruh pemanfaatan fitur gratis ongkos kirim Shopee dalam strategi pemasaran sangat signifikan bagi B21 Digital Printing dan konsumen. Bagi B21 Digital Printing, fitur ini tidak hanya meningkatkan daya saing di pasar e-commerce, tetapi juga membuka peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, mengingat banyaknya preferensi konsumen yang cenderung memilih produk dengan beban ongkos kirim yang lebih rendah atau bahkan gratis.

### 2. Menetapkan Harga yang Kompetitif



Gambar 3. Perbandingan Harga di B21 Digital Printing dan Pesaing

Dalam menetapkan harga produk, B21 Digital Printing melakukan perhitungan HPP sebelumnya. Namun dalam strategi pemasaran menggunakan e-commerce Shopee, B21 Digital Printing tidak hanya menghitung HPP saja namun melihat juga harga dari pesaing. Sebagai contohnya pesaing menetapkan harga Rp.10.000, B21 Digital Printing dapat menggunakan strategi penetapan harga produk ini dengan menetapkan harga Rp.9.990 dengan kualitas dan kuantitas barang yang sama. Konsumen akan cenderung memilih barang yang lebih murah dengan kualitas dan kuantitas barang yang sama

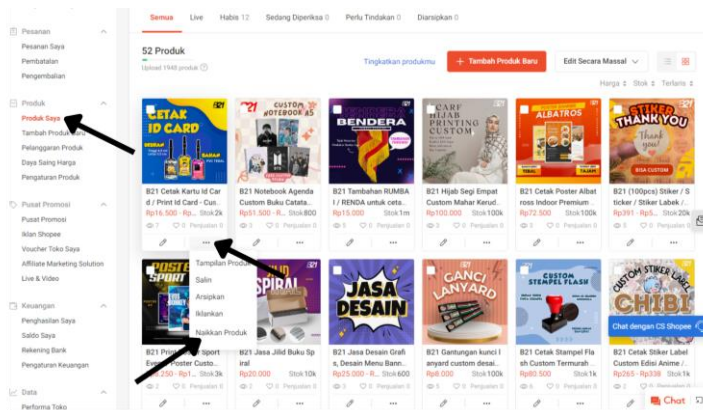
### 3. Memberikan Informasi Produk yang Akurat

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |        |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| * Nama Produk      | B21 Cetak Kartu Id Card / Print Id Card- Custom Id Card PVC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 60/255 |
| * Kategori         | Buku & Alat Tulis > Perlengkapan Sekolah & Kantor > Lanyard & Name Tag                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |        |
| * Deskripsi Produk | <p>Custom ID Card PVC</p> <p>WARNING!!!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimum Order 5 Pcs</li> <li>• BISA CUSTOM DESIGN ANDA - Silahkan konsultasikan design Anda melalui chat kami</li> </ul> <p>Spesifikasi Produk:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan Bahan PVC ID CARD</li> <li>2. Ukuran Standart 8,5 x 5,5 cm</li> <li>3. Bisa Cetak 1 Sisi atau 2 Sisi</li> </ol> |        |

Gambar 4. Informasi Produk

Setelah menetapkan harga yang kompetitif, B21 Digital Printing juga memberikan informasi yang akurat pada produknya untuk meraih kepercayaan dari konsumen. Memberi nama produk yang struktur seperti berawal dari merek produk, model produk, spesifikasi produk dan diikuti ukuran produk. Menuliskan deskripsi yang informatif dengan detail dan mudah dipahami oleh konsumen dengan menjelaskan spesifikasi produk, kegunaan dan garansi produk jika perlu. Selain itu memilih kategori produk yang tepat dan mengisi atribut yang sesuai sangat diperlukan.

### 4. Memanfaatkan Fitur “Naikkan Produk”



Gambar 5. Fitur Naikkan Produk

Memanfaatkan fitur "Naikkan Produk" di Shopee. Dengan meningkatkan penjualan dan rating, produk akan memiliki peluang lebih besar untuk muncul di bagian ini, meningkatkan visibilitas produk. B21 Digital Printing dapat meningkatkan visibilitas produk dengan mengoptimalkan listing produk dan menggunakan kata kunci yang relevan. Selain itu, B21 Digital Printing juga dapat berpartisipasi dalam kampanye promosi Shopee untuk meningkatkan exposure produk mereka.

## 5. Menambahkan Variasi Produk

Informasi Penjualan

Variasi

Variasi 1 OPSI CETAK 10/14

Pilihan 1 Sisi 6/20 2 Sisi 16500 11/20

contoh: Merah, dll. 0/20

Variasi 2 [+ Tambah Variasi 2](#)

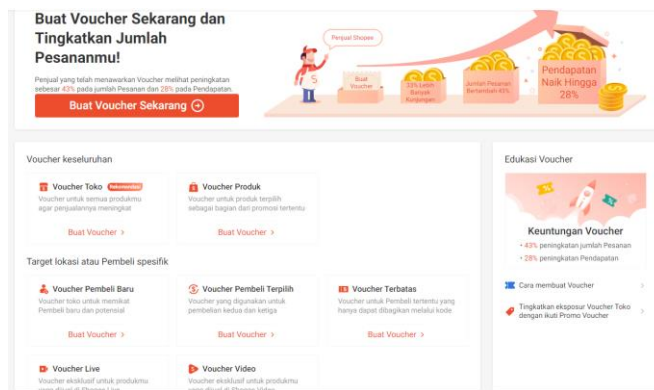
Daftar Variasi

|              | Rp       | Harga | Stok | Kode Variasi   |
|--------------|----------|-------|------|----------------|
| OPSI CETAK   |          |       |      |                |
| 1 Sisi       | Rp 16500 |       | 1000 | Mohon masukkan |
| 2 Sisi 16500 | Rp 22000 |       | 1000 | Mohon masukkan |

Gambar 6. Menambahkan Variasi Produk

Menawarkan beragam produk dengan berbagai warna, ukuran, dan gaya dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Penjual dapat mengatur produk sesuai dengan preferensi pasar. Dampaknya konsumen akan memiliki banyak pilihan dari produk tersebut tanpa harus mencari pilihan lain pada toko lain.

## 6. Mendaftarkan Voucher Toko



Gambar 7. Voucher Toko

Membuat dan menyebarkan voucher toko untuk meningkatkan daya tarik pembeli. B21 Digital Printing juga dapat menyelenggarakan promo khusus, seperti diskon saat hari besar, ulang tahun toko atau voucher ikuti toko. B21 Digital Printing dapat menawarkan voucher toko untuk menarik lebih banyak konsumen. Voucher ini dapat digunakan untuk mendapatkan diskon pada pembelian mereka.

Dengan memaksimalkan strategi pemasaran melalui platform e-commerce Shopee, B21 Digital Printing memiliki peluang besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui keberadaannya di Shopee, B21 Digital Printing dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti promosi produk, penawaran khusus dan yang lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen. Dengan menyediakan berbagai produk digital printing yang berkualitas, B21 dapat menarik perhatian konsumen potensial yang mencari solusi cetak digital secara online. Selain itu, keberadaan di platform e-commerce terkemuka seperti Shopee juga membuka peluang untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, meningkatkan layanan pelanggan, dan membangun citra merek yang kuat di dunia digital.

## KESIMPULAN

Strategi pemasaran B21 Digital Printing menggunakan e-commerce Shopee menunjukkan bahwa langkah-langkah yang diambil dapat memberikan dampak positif terhadap perusahaan. Pemanfaatan fitur gratis ongkos kirim dari Shopee telah membantu B21 Digital Printing meningkatkan daya saingnya di pasar e-commerce, sekaligus memperluas jangkauan konsumen. Referensi dari Anderson dan Chen (2019) memberikan dasar bahwa preferensi konsumen terhadap beban ongkos kirim yang rendah atau gratis dapat menjadi keunggulan kompetitif. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif dengan mempertimbangkan harga pesaing dapat menjadi strategi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Pemberian informasi yang akurat dan transparan pada produk, seperti struktur nama produk, deskripsi yang informatif, dan kategori yang tepat, dapat membangun kepercayaan konsumen, seiring dengan upaya meningkatkan visibilitas produk melalui fitur "Naikkan Produk" dan kampanye promosi Shopee. Variasi produk, penawaran voucher toko, dan promo khusus juga dapat menjadi pilihan strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Dengan menyajikan beragam produk dan memberikan insentif seperti voucher toko, B21 Digital Printing dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi berbagai segmen konsumen.

Meskipun demikian, evaluasi efektivitas strategi pemasaran ini memerlukan pemantauan secara kontinu terhadap metrik penjualan, tingkat kepuasan konsumen, dan perkembangan kompetitor. Analisis data dan feedback dari pelanggan akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang keberhasilan atau kegagalan setiap langkah strategi pemasaran. Kesimpulan ini dapat diperkuat dengan menyusun laporan kinerja yang merinci pencapaian target penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan feedback pelanggan. Dengan demikian, B21 Digital Printing dapat terus mengoptimalkan strategi pemasaran mereka di platform Shopee untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua yang telah memberi dukungan finansial maupun emosional terhadap penulisan ini. Terima kasih tak terhingga atas dedikasi dan cinta tanpa batas dari orang tua yang telah menjadikan pencapaian ini mungkin. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada rekan Tim B21 telah memberikan pengalaman dan bimbingan terhadap penulisan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2023). Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Diakses dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang/>
- Asih, "E-Commerce Web Mobile Untuk Layanan Jual Beli Hp Yang Bebas Teknologi," Progr. Stud. Sist. Inf. STMIK Pringsewu Lampung, vol. 6, no. 09, pp. 83-89, 2018.
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (1991). Metodologi penelitian kualitatif. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, P. Dr. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.