

Pengaruh Marketplace Tokopedia Terhadap Peningkatan Penjualan Di Toko RMX Purwokerto

Lilis Septiani¹, Bambang Santoso²

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik (FHISIP) Universitas Terbuka

² Dosen Pembimbing Program Studi Manajemen Bisnis, Politeknik Krakatau, Banten
Email: septianililis2@gmail.com ; bambangsantoso@gmail.com

Abstrak

Toko rmx merupakan toko yang menjual berbagai macam sparepart motocross. Dalam memasarkan produknya toko rmx tidak hanya dengan melalui toko offline namun juga dengan menggunakan e-commerce yaitu salah satunya tokopedia demi meningkatkan penjualan ditoko. Penelitian ini dibuat untuk membahas peranan marketplace tokopedia terhadap peningkatan penjualan ditoko. Pada penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap pemilik toko. Penelitian ini diharapkan mampu membahas bahwa marketplace sangat membantu meningkatkan penjualan ditoko. Serta dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi dapat lebih meningkatkan penjualan ditoko.

Kata Kunci: *Pengaruh marketplace, Peningkatan penjualan*

Abstract

The rmx shop is a shop that sells various kinds of motocross spare parts. In marketing its products, the Rmx shop does not only use offline shops but also uses e-commerce, one of which is Tokopedia to increase sales in the shop. This research was created to discuss the role of the Tokopedia marketplace in increasing sales in stores. In this research, a qualitative research method was used by conducting interviews with shop owners. It is hoped that this research will be able to discuss that marketplaces really help increase sales in stores. And by increasing creativity and innovation, you can further increase sales in stores.

Keywords: *Influence Marketplace, Increased Sales*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi saat ini menyebabkan media semakin beranekaragam. Kemajuan teknologi mulai dari radio, televisi, dan media cetak menyebabkan perkembangan teknologi semakin canggih, termasuk internet, yang

menghasilkan materi yang dapat dimanfaatkan secara terus-menerus. Internet merupakan salah satu media informasi yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh informasi yang diperlukan. Berkat teknologi informasi dan komunikasi, dunia tidak lagi memiliki batasan baik waktu, ruang, bahkan batas (Margaretha, 2017). Melalui internet, pemilik usaha tidak perlu lagi bersusah payah mendapatkan informasi untuk merencanakan kegiatan usahanya. Faktanya, informasi kini dapat diperoleh dalam berbagai bentuk, oleh karena itu penting untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan relevan (Irmawati, 2011).

Perkembangan teknologi khususnya internet memberikan dampak yang luar biasa dalam kehidupan masyarakat. Internet bukan lagi sesuatu yang asing bagi masyarakat dan sudah menjadi bagian dari lifestyle masyarakat saat ini. Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat saat ini menyebabkan perusahaan harus bersaing untuk menghadapi perkembangan teknologi. Internet merupakan media yang memiliki peran penting dalam memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk melakukan transaksi jual beli online atau lazim disebut e-commerce. E-commerce memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa dan melihat informasi mengenai produk tersebut secara online.

Apalagi dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi, dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan daya beli dan mendapatkan keuntungan yang jelas dalam operasional bisnis. Teknologi informasi telah memungkinkan masyarakat dari seluruh dunia untuk berpartisipasi aktif dalam pasar online dan transaksi media. Hal ini berdampak dengan adanya penjualan yang melalui marketplace. Marketplace mengacu pada situs web dan media langsung itu menawarkan kemampuan untuk melakukan proses pembelian online dari berbagai takeaways dan wilayah. Pasar tersebut memiliki konsep yang lebih unggul dibandingkan pasar konvensional. Dengan cara ini, pemilik usaha tidak akan terlalu antusias dengan produk yang mereka jual karena tip mereka dimaksudkan untuk membantu penjual dalam bertukar informasi dan berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang lebih efisien dan kecil kemungkinannya menimbulkan kerugian. Dalam penelitian ini, marketplace dianggap sebagai salah satu media penjualan online yang dimanfaatkan. Marketplace adalah situs web atau aplikasi platform online yang menyederhanakan proses pembelian dari banyak toko. Pasar ini memiliki konsep yang agak berbeda dengan pasar tradisional. Menurut pengamatan

mereka, para pedagang pasar tidak terlalu kritis terhadap barang yang dijual karena tujuan utama mereka adalah memberikan ruang bagi para pedagang yang ingin berbisnis dan membantu para pedagang dalam berinteraksi dengan pelanggan dan melakukan transaksi dengan cara yang lebih lugas dan mudah. Transaksi diselesaikan oleh pihak marketplace, dan setelah penjual menyelesaikan pembayaran, pembeli akan menerima barangnya. Salah satu alasan mengapa pasar ini terkenal adalah karena ramah pengguna dan aman. Banyak orang menggambarkan pasar internet seperti department store. Salah satu marketplace yang dapat membantu meningkatkan penjualan di toko RMX Purwokerto adalah tokopedia. PT Tokopedia merupakan perusahaan teknologi Indonesia dengan misi pemerataan ekonomi secara digital di Indonesia. Visi perusahaan adalah untuk menciptakan ekosistem di mana siapa pun bisa memulai dan menemukan apa pun. Hingga saat ini, Tokopedia termasuk marketplace yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Tokopedia merupakan suatu marketplace di Indonesia yang menjadi wadah untuk memfasilitasi antara masyarakat dengan para penjual untuk melakukan aktivitas transaksi jual beli secara online.

Meningkatnya antusiasme pengguna internet dalam perdagangan online menimbulkan dorongan yang sangat kuat bagi para pelaku bisnis untuk menggunakan media dan pasar online sebagai titik kontak antara pelanggan dan produk yang menggunakan teknologi internet yang telah dirilis sebelumnya. Teknologi modern telah maju secara signifikan sejak awal zaman, namun masih sangat memudahkan penjualan barang dengan cepat dan mudah. Ada beberapa langkah yang terlibat dalam proses pemasaran, termasuk analisis situasi, strategi pemasaran, tujuan, strategi pemasaran, anggaran, dan strategi evaluasi. Penjualan merupakan suatu ilmu yang dapat memberikan manfaat tertentu kepada penjual, mendorong penjual untuk mendekati calon konsumen sehingga tertarik untuk membeli produk tersebut. Dengan adanya marketplace dapat membantu meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha. Peningkatan pendapatan

merupakan suatu keharusan bagi setiap pelaku usaha, oleh karena itu pemilik usaha harus berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan tugasnya. Strategi penjualan tercepat untuk memaksimalkan keuntungan bisnis. Strategi pasar online mungkin bisa menjadi pilihan terbaik. Penanganan yang tepat waktu dan mudah membuat setiap pelanggan merasa dihargai dalam memenuhi kebutuhannya. Tersedianya berbagai aplikasi pasar online memberikan banyak manfaat bagi pemilik usaha. Dalam hal ini para pemilik Toko rmx dapat memilih lokasi yang cocok untuk produknya sehingga dapat menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya ketika menggunakan gadgetnya untuk keperluan bisnis.

Tokopedia merupakan salah satu marketplace yang menjadi pasar online. Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian ini berangkat dari permasalahan penjualan offline yang sering tidak mencapai target dan mengikuti adanya globalisasi 4.0. Forum Ekonomi Dunia menyatakan bahwa kita sedang memasuki fase baru globalisasi dan bahwa "teknologi dan globalisasi berkaitan erat." Pergerakan manusia, material, dan tersedak terhambat dan diharuskan oleh moda transportasi dan komunikasi baru. Selain itu, kemajuan teknologi, secara umum, didorong oleh generasi ide dan percepatan skala yang berasal dari globalisasi. Karena adanya globalisasi Toko RMX Purwokerto menggunakan metode penjualan melalui marketplace tokopedia dan untuk mengetahui pengaruh tokopedia sebagai pemasaran online terhadap peningkatan penjualan di Toko RMX Purwokerto.

Telaah Literatur

1. Marketplace

Sebuah sarana yang digunakan untuk penjualan dan pemasaran suatu produk dan jasa dengan media internet atau website. Sedangkan place artinya adalah tempat. Sehingga dapat disimpulkan pengertian market place adalah suatu tempat atau ruang untuk melakukan penjualan serta pemasaran produk dan jasa dengan menggunakan media internet (Widyayanti, 2019). Selain digunakan sebagai transaksi online dengan fitur penjualan, marketplace memiliki fasilitas pembayaran yang sangat aman bagi penjual maupun pembeli (Safitri, 2020). Saat ini antusias masyarakat terhadap internet dalam berbelanja online. Membuat pengusaha mempunyai momentum dalam memanfaatkan marketplace sebagai penghubung antara pembeli dan produk yang dijual

melalui jaringan internet yang tersedia saat ini. Perkembangan teknologi yang pesat saat ini memudahkan untuk aktivitas jual beli secara tidak langsung. Dalam hal ini, sesuaikan berbagai transaksi dengan mutasinya masing-masing. Pembayaran dilakukan, produk akan dikirimkan oleh penjual kepada pembeli. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa alasan utama popularitas pasar adalah karena selama proses penjualan produk, pengguna diberikan pengalaman yang lancar dan mudah digunakan.

Saat ini dalam hal pemasaran sangat dibantu dengan adanya marketplace. Beberapa marketplace yang ada di Indonesia seperti Tokopedia, shopee, Lazada, bukalapak, dsb. Dengan memasarkan produk di marketplace sangat membantu peningkatan penjualan toko RMX, dikarenakan jangkauan pemasarannya lebih luas. Karena itu marketplace sangat berpengaruh bagi Tingkat penjualan toko rmx.

2. Tingkat Penjualan

Pemasaran adalah langkah pertama dalam perekonomian dan membantu memprediksi pertumbuhan ekonomi. Salah satunya dengan memanfaatkan e-commerce yang sudah ada saat ini. Dalam dunia bisnis, kesuksesan e-commerce sangat bermanfaat bagi pemilik bisnis karena dapat meningkatkan efisiensi, termasuk mengurangi biaya dan waktu tunggu promosi produk. Model bisnis e-commerce mampu memfasilitasi penjualan produk. Untuk meningkatkan penjualan dan menurunkan beban operasional. Dengan cara ini, pertumbuhan bisnis dapat dicapai dengan mudah (Lupi dan Nurdin, 2016). Ada beberapa langkah dalam proses penerapan analisis pemasaran, antara lain analisis situasi, strategi pemasaran, tujuan, strategi pemasaran, anggaran, dan strategi evaluasi. Penjualan merupakan suatu ilmu tertentu yang dapat memberikan manfaat tertentu kepada penjual, mendorong pelanggan agar tertarik untuk membeli produk.

Dengan memanfaatkan pemasaran melalui marketplace yang ada dapat meningkatkan volume penjualan di Toko RMX Purwokerto. Menggunakan strategi pemasaran yang

inovatif dan kreatif membuat konsumen tertarik pada barang yang kita jual. Ini merupakan bentuk dalam mengikuti teknologi di era teknologi yang semakin berkembang dalam hal melakukan pemasaran di era digital saat ini. Hal yang dilakukan untuk menarik pembeli salah satunya dengan menawarkan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama dari penjual lainnya. Strategi harga ini sangat berpengaruh dalam system penjualan marketplace yang banyak saingannya.

3. Usaha sparepart motor cross RMX Purwokerto

Toko rmx merupakan toko yang menjual berbagai macam sparepart motocross. Dari bagian mesin hingga aksesoris motorcross seperti motor KTM, YZ, CRF. Rmx sudah berdiri lebih dari 10 tahun dalam hal memasarkan produk aksesoris motor tril. Produk yang dijual berupa oli, sepatu cross, jersey, mesin bagian dalam motor, serta asesoris motor tril lainnya. Oli merupakan kebutuhan mesin suatu kendaraan bermotor. Sepatu sebagai perlindungan keamanan bagi pengendara, terutama bagi penggemar motor trail yang menyukai trabas melewati hutan. Berbagai macam produk yang diperlukan pengguna motor trail tersedia di toko.

Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Basri (2014) menyimpulkan bahwa fokus dari penelitian kualitatif adalah pada prosesnya dan pemaknaan hasilnya. Menurut McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015), metode kualitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang “apa (what)”, “bagaimana (how)”, atau “mengapa (why)”. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yaitu observasi dan wawancara. Penelitian kualitatif dimulai dengan ide yang dinyatakan dengan pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian tersebut yang nantinya akan menentukan metode pengumpulan data dan analisis. Tujuan dari metodologi penelitian kualitatif sendiri adalah menjelaskan suatu peranan marketplace tokopedia terhadap peningkatan penjualan dengan cara pengumpulan data dan wawancara. Seperti meneliti pengaruh marketplace tokopedia terhadap peningkatan penjualan di toko RMX Purwokerto.

Hasil Dan Pembahasan

Toko RMX merupakan suatu toko yang menjual barang berupa aksesoris motor cross di daerah Purwokerto. Awal mula berdirinya toko pada saat pemilik toko sedang

menjalani kuliah disalah satu universitas di purwokerto. Beliau mempunyai hobi bermain trail, dari situlah muncul inisiatif untuk membuka usaha dengan menjadi montir motor dan berjualan aksesoris motor. Akhirnya pada tahun 2011 mendirikan toko offline yang di beri nama RMX. Semua berjalan dengan lancar hingga pada tahun 2019 akhir ada wabah virus Covid-19, semenjak itu toko offline mulai sepi karna sebagian pelanggan beralih membeli barang melalui toko online. Dari situlah pemilik toko akhirnya bergabung di marketplace Tokopedia mulai dari tahun 2020 hingga saat ini. Namun saat baru bergabung tidak langsung menerima orderan barang, butuh waktu 3 bulan untuk memperoleh orderan pertama. Perlahan orderan barang mulai meningkat, banyak barang terjual melalui tokopedia. Semakin kesini tentunya semakin banyak persaingan dan tentu harus mempunyai cara agar tidak tenggelam dalam persaingan saat ini. Cara yang dilakukan dengan memanfaatkan fitur promosi iklan yang ada didalam aplikasi tokopedia.

Dengan melakukan promosi iklan dapat meningkatkan jumlah orang yang melihat toko dan dagangan kita, dengan iklan yang menarik dapat meningkatkan penjualan barang dan membuat akun tokopedia menjadi terpercaya karna sudah terverifikasi. Selain dengan promosi iklan kita juga memiliki strategi diskon, jadi harga barang di toko offline berbeda dengan di tokopedia. Namun kita juga melihat harga pasaran agar pembeli memiliki perbandingan sendiri antara barang yang kita jual dengan toko lain. Proses pembeli dalam membeli barang di marketplace tokopedia hampir sama dengan marketplace shopee, bukalapak, dsb. Pertama pembeli akan menanyakan ketersediaan barang dan spesifikasi barang, ke-dua kita mengkonfirmasi ketersediaan barang, ke-tiga pembeli akan melakukan pembayaran melalui aplikasi, ke-empat penjual mengkonfirmasi pesanan, ke-lima penjual mengirim barang, lalu pembeli menerima barang dan Ketika barang telah sampai tujuan pembeli akan mengkonfirmasi selesai pesanan dan saldo akan masuk ke akun tokopedia penjual. Tokopedia sangat

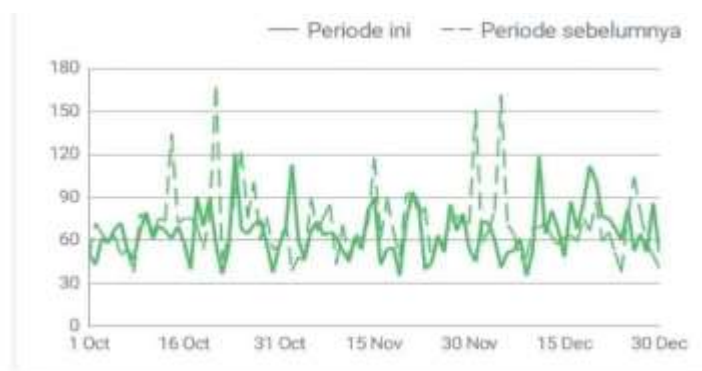
Pengaruh Marketplace Tokopedia Terhadap Peningkatan Penjualan Di Toko RMX Purwokerto **Lilis Septiani, Bambang Santoso**

berpengaruh terhadap penjualan di toko rmx karena di era teknologi yang sudah canggih sekarang, orang lebih mudah membeli suatu barang melalui online karna tidak perlu repot untuk ke toko dan berdesak-desakan dalam memilih barang. Pembeli juga bisa memilih barang sesuai spesifikasi yang diinginkan dengan mudah. Oleh karena itu marketplace sangat membantu meningkatkan penjualan pada UMKM. Apalagi bagi toko RMX sendiri marketplace tokopedia sangat membantu meningkatkan penjualan barang offline 37% dan online Tokopedia 73% dalam penjualan barang selama 3 bulan.



Gambar 1.1 tingkat permintaan barang

Gambar 1.1 menjelaskan tentang tingkat permintaan barang yang dijual ditokopedia. Berdasarkan informasi yang diberikan, berikut rincian statistiknya Jumlah Tayangan: 5.531 dengan Tingkat Konversi: 1,83%. Artinya, dari total 5.531 penayangan, 1,83% penayangan tersebut menghasilkan konversi, dimana pembeli melakukan tindakan pembelian pada suatu produk sehingga meningkatkan penjualan di toko rmx purwokerto.



Gambar 1.2 grafik kunjungan permintaan barang

Grafik gambar 1.2 menunjukkan pada awalnya jumlah pengunjung turun lalu meningkat secara signifikan, kemudian mengalami sedikit penurunan, tetapi kemudian kembali meningkat. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perubahan strategi pemasaran, penawaran produk yang lebih beragam, atau peningkatan kesadaran masyarakat terhadap e-commerce. Namun, walaupun terdapat variasi dalam jumlah pengunjung, grafik tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan tetap stabil dan populer. Hal ini dapat disebabkan karena penjual mempertahankan kualitas produk dan layanan yang diberikan, serta kemampuan situs tersebut dalam menawarkan pilihan produk yang luas dan mudah diakses.



Gambar 1.3 Sumber Kunjungan Produk Dari Luar Halaman Tokopedia

Gambar 1.3 halaman Sumber Kunjungan Produk Dari Luar Halaman yang digunakan penjual (Seller) untuk melihat sumber kunjungan yang berkontribusi terhadap produk dilihat, serta konversinya. Dari luar halaman tokopedia merujuk pada aktivitas calon pembeli yang terjadi di luar aplikasi tokopedia, seperti melalui pencarian di mesin pencari seperti Google atau melalui media social.

Dalam menyikapi bisnis e-commerce, digunakan teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI) di pasar. Teknologi Artificial Intelligence (AI) yang sedang dikembangkan untuk pasar. Tokopedia, salah satunya. Marketplace Tokopedia telah menerapkan sistem

rekomendasi produk. Saat pengguna membuka situs web atau halaman web di internet, sistem rekomendasi menggunakan kecerdasan buatan (AI) untuk menyarankan produk berdasarkan preferensi pengguna. Berdasarkan hal tersebut, kecerdasan buatan (AI) meningkatkan program riset pasar untuk mengevaluasi produk luar negeri, terutama umkm. Tokopedia adalah toko pertama dalam website di Indonesia yang menyediakan peluang bisnis online). Tokopedia berdiri pada 6 Februari 2009 dan website-nya diperkenalkan pada 17 Agustus 2009 oleh William Tanuwijaya, yaitu penemu, pembuat, sekaligus pengembangnya. PT Tokopedia merupakan perusahaan teknologi Indonesia yang memiliki misi memantau perekonomian negara secara digital. Tujuan bisnis adalah menciptakan ekosistem di mana setiap orang dapat tumbuh dan memahami apa pun. Hingga saat ini, Tokopedia merupakan pasar terpopuler bagi penduduk Indonesia.

Tokopedia juga mendukung pihak-pihak lain dan Pemerintah, serta pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan individu untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara berani. Salah satu inisiatif kolaborasi Tokopedia adalah acara Makerfest yang diadakan setiap tahun sejak Maret 2018. Tujuan utama Tokopedia adalah untuk memajukan Indonesia melalui pemanfaatan media online. Oleh karena itu, Tokopedia ingin meningkatkan basis penggunaanya agar dapat lebih berkembang dengan memperkuat komitmennya terhadap setiap hal yang telah selesai, seperti membangun wadah pemasaran produk melalui online. Misi tokopedia adalah mewujudkan pemerataan ekonomi digital. Misi ini niscaya akan berhasil jika seluruh pelaku usaha mendapat kesempatan yang adil dan masuk akal untuk tumbuh dan belajar satu sama lain. Bertransaksi tanpa formalitas apa pun dapat menghasilkan peluang baru dan hasil yang saling menguntungkan. Tokopedia menawarkan berbagai keuntungan bagi penjual seperti: meningkatkan penjualan, meningkatkan efisiensi penjual, dan meningkatkan akses ke pasar nasional. Serta terdapat fitur-fitur yang menguntungkan bagi penjual. Tokopedia memiliki beberapa fitur yang bermanfaat bagi penjual, seperti fitur bernama TopAds (Promosi Berbayar) yang memungkinkan penjual membuat produk yang tampil teratas di halaman produsen, serta fitur bernama Pencarian (Searching) yang memungkinkan produsen untuk menargetkan iklan ke profil konsumen yang sesuai. Tidak hanya untuk pembeli tapi juga untuk pembeli tokopedia memberikan beragam keuntungan bagi pembeli yaitu pengiriman yang aman, akses terhadap layanan dan produk, kualitas layanan yang dapat dipercaya, serta tokopedia memiliki sistem

keamanan yang kuat dan ramah pengguna, dan tim layanan pelanggannya dapat membantu pelanggan melalui banyak saluran komunikasi, termasuk chat messenger, email, Twitter, dan Instagram. Tidak hanya itu tokopedia memberikan kemudahan dalam pembayaran, dan fitur gratis ongkir yang bisa dinikmati pembeli. Tokopedia dapat diakses melalui cara berikut ini:

1. Klik software browser yang ada seperti google chrome, internet, mozilla.
2. Kemudian ketik alamat situ <https://tokopedia.com/> dilaman pencarian browser, lalu tekan enter.
3. Berikut tampilan utama tokopedia yang bisa anda gunakan untuk berbelanja.

Tokopedia merupakan perusahaan teknologi Indonesia yang bertujuan untuk memantau perekonomian negara secara digital. Misinya adalah menciptakan ekosistem di mana setiap orang dapat tumbuh dan memahami apa pun. Sebagai marketplace terpopuler di Indonesia, Tokopedia mendukung pihak lain, baik Pemerintah, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta individu dalam mengembangkan bisnisnya dengan berani memasarkan produk. Salah satu inisiatif kolaborasi Tokopedia adalah acara tahunan Makerfest sejak Maret 2018. Tujuan utama Tokopedia adalah memajukan Indonesia melalui pemanfaatan media online. Oleh karena itu, Tokopedia ingin meningkatkan basis penggunanya untuk memperkuat komitmennya dalam menyelesaikan tugas, seperti membangun platform pemasaran produk online. Misi Tokopedia adalah mencapai kesetaraan ekonomi digital, memastikan peluang yang adil dan masuk akal bagi semua bisnis untuk tumbuh dan belajar satu sama lain. Transaksi tanpa formalitas apa pun dapat menghasilkan peluang baru dan hasil yang saling menguntungkan. Bagi para penjual, Tokopedia menawarkan berbagai keuntungan seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan efisiensi penjual, dan mendapatkan akses ke pasar nasional. Tokopedia menyediakan fitur-fitur bermanfaat bagi penjual, antara lain TopAds (Promosi Berbayar) yang memungkinkan produk muncul di bagian atas halaman

produsen dan fitur Searching yang memungkinkan produsen menargetkan iklan ke profil konsumen yang relevan. Tokopedia tidak hanya menguntungkan pembeli dengan pengiriman yang aman, akses terhadap layanan dan produk, kualitas layanan yang dapat diandalkan, dan sistem keamanan ramah pengguna yang kuat, tetapi juga menawarkan layanan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi seperti chat messenger, email, Twitter, dan Instagram. Selain itu, Tokopedia memfasilitasi pembayaran dan memberikan gratis ongkos kirim bagi pembeli. Dapat disimpulkan bahwa tokopedia mempunyai peran yang penting terhadap tingkat penjualan toko rmx.

Simpulan Dan Saran

Toko RMX salah satu toko aksesoris motor di Purwokerto yang mengalami peningkatan penjualan dengan memanfaatkan marketplace Tokopedia. Dengan maraknya belanja online yang di akibatkan pandemi Covid-19, toko offline mengalami penurunan pelanggan. Namun setelah bergabung dengan Tokopedia pada tahun 2020, butuh waktu tiga bulan untuk menerima pesanan pertama. Dengan memanfaatkan fitur periklanan Tokopedia, toko mampu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Selain menggunakan fitur periklanan, toko juga menerapkan strategi diskon dan memastikan harga yang kompetitif. Proses pembelian di Tokopedia serupa dengan marketplace lainnya, pelanggan menanyakan ketersediaan dan spesifikasi produk, mengonfirmasi ketersediaan, melakukan pembayaran melalui aplikasi, menerima konfirmasi dan pengiriman pesanan, dan terakhir mengonfirmasi penyelesaian transaksi. Tokopedia memainkan peran penting dalam penjualan toko, dengan penjualan offline meningkat sebesar 37% dan penjualan online melalui Tokopedia meningkat sebesar 73% dalam kurun waktu tiga bulan. Kemudahan berbelanja online dan kemampuan membandingkan produk dengan mudah serta menemukan spesifikasi yang diinginkan turut berkontribusi terhadap keberhasilan Tokopedia dalam mendongkrak penjualan sektor UMKM khususnya Toko RMX.

Berdasarkan informasi yang diberikan, Gambar 1.1 menunjukkan tingkat permintaan terhadap produk yang dijual di Tokopedia. Disebutkannya dari total 5.531 views, 1,83% views tersebut menghasilkan konversi, dimana pembeli melakukan pembelian dan meningkatkan penjualan di toko RMX Purwokerto. Sedangkan Gambar 1.2 menggambarkan grafik permintaan pengunjung. Grafik tersebut menunjukkan

penurunan pengunjung pada awalnya, diikuti peningkatan yang signifikan, sedikit penurunan, dan kemudian peningkatan lagi. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan strategi pemasaran, penawaran produk yang lebih beragam, atau meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap e-commerce. Meskipun terdapat variasi dalam jumlah pengunjung, grafik secara keseluruhan menunjukkan stabilitas dan popularitas. Hal ini mungkin disebabkan oleh penjual yang menjaga kualitas dan layanan produk, serta kemampuan situs web untuk menawarkan berbagai macam produk yang mudah diakses. Lanjut ke Gambar 1.3 yang menggambarkan sumber eksternal kunjungan produk di Tokopedia. Penjual menggunakan halaman ini untuk melacak sumber kunjungan yang berkontribusi terhadap tampilan dan konversi produk. Sumber eksternal mengacu pada aktivitas calon pembeli di luar aplikasi Tokopedia, seperti pencarian melalui mesin pencari seperti Google atau platform media social. Informasi yang diberikan menyoroti permintaan produk di Tokopedia, fluktuasi jumlah pengunjung, dan pentingnya sumber eksternal dalam mendorong kunjungan produk. Faktor-faktor ini berkontribusi terhadap kesuksesan platform dan penjualan penjual secara keseluruhan.

Saran

Saat ini sudah banyak fitur yang disediakan oleh tokopedia untuk para penjual. Sebagai seller tokopedia masih kurang dalam memasarkan produknya. Saran agar toko rmx lebih meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan semua fitur yang ada di tokopedia, selain dengan fitur promosi iklan juga dapat berpartisipasi dalam kampanye dengan menggunakan fitur tokopedia "favorite" agar pelanggan dapat mengikuti toko dan selalu update dengan barang baru yang akan dibagikan oleh toko. Serta meningkatkan inovasi dalam penjualan produknya. Inovasi pemasaran memegang peranan penting dalam membantu bisnis tetap kompetitif dan meningkatkan penjualan di pasar yang

Pengaruh Marketplace Tokopedia Terhadap Peningkatan Penjualan Di Toko RMX Purwokerto
Lilis Septiani, Bambang Santoso

semakin kompetitif. Dengan melakukan perbaikan pelayanan menjadi lebih baik dapat membantu meningkatkan penjualan di toko.

Daftar Pustaka

- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh pemasaran media online dan marketplace terhadap tingkat penjualan produk umkm cn collection di sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517-522.
- Dhityaenggarwangi, C., & Purnamasari, D. (2022). Perlindungan Hak Cipta Melalui Regulasi Tokopedia dalam Penjualan Buku Bajakan Supernova. *Reformasi Hukum Trisakti*, 4(1), 1-10.
- Enterprise, J. (2014). *Rahasia Sukses Buka Lapak di Tokopedia*. Elex Media Komputindo.
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fatihah, D. C., & Saidah, I. S. (2021). Model Promosi Marketplace Berbasis Artificial Intelligence (AI) di Indonesia. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3).
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. *Com. Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), 20-29.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 109-126.
- Rahmayanti, N. P. (2023). Pengaruh Marketplace dan Pembayaran Digital Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Di Kota Banjarmasin. *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 10(1), 28-36.
- Rachbini, W. (2023). *Transformasi Marketing-Tradisional Ke Digital*. CV. AA. Rizky.
- Widyayanti, E. R. (2019). Pengaruh Marketplace Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Ukm (Studi Pada Ukm Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Optimum*, 9(1), 1-14.