

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesibukan sering kali berhubungan erat dengan tuntutan ekonomi dan perubahan dalam pola hidup. Gaya hidup modern yang sangat dinamis membuat individu sering berpindah tempat atau menjalani jadwal yang padat, sehingga menimbulkan kebutuhan yang lebih besar terhadap sumber daya ekonomi. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam fleksibilitas bekerja, yang menyebabkan aktivitas masyarakat lebih banyak dilakukan melalui internet. Hal ini juga menimbulkan harapan untuk terus berinovasi dan berkembang, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kesibukan. Di era digital saat ini, teknologi menjadi bagian tak terpisahkan dalam banyak aspek kehidupan, termasuk dalam penyampaian informasi dan kegiatan lainnya. Perkembangan teknologi industri yang terus maju menyesuaikan dengan kebutuhan komunikasi bisnis di tengah kemajuan teknologi digital.[1]

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam sektor perdagangan, terutama dalam dunia e-commerce. E-commerce menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, didorong oleh meningkatnya penetrasi internet, penggunaan smartphone yang semakin luas, serta perubahan perilaku konsumen yang cenderung lebih memilih belanja online dibandingkan belanja konvensional. Berdasarkan data yang dirilis oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), jumlah pengguna e-commerce di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini juga didukung oleh kebijakan pemerintah yang.

mendorong transformasi digital melalui berbagai program, seperti digitalisasi UMKM dan pengembangan infrastruktur telekomunikasi. Shopee sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia telah menjadi pilihan utama bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk. Dengan fitur-fitur unggulan seperti Shopee Seller Center, para penjual memiliki kesempatan untuk meningkatkan penjualan melalui berbagai strategi pemasaran digital. [2]

Dalam era digital yang semakin kompetitif, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan menjadi sangat penting bagi pelaku usaha agar dapat bertahan dan berkembang. Di antara berbagai platform e-commerce yang berkembang di Indonesia, Shopee menjadi salah satu marketplace yang memiliki pangsa pasar terbesar. Shopee adalah platform e-commerce yang berasal dari Singapura dan beroperasi di berbagai negara, termasuk Taiwan serta beberapa negara di kawasan ASEAN seperti Indonesia, Singapura, Malaysia, Vietnam, Filipina, dan Thailand. Shopee menawarkan berbagai fitur yang menarik bagi penjual dan pembeli, termasuk promosi, subsidi ongkos kirim, serta kemudahan dalam sistem pembayaran. Salah satu fitur yang mendukung pertumbuhan penjualan para penjual (seller) di Shopee adalah Shopee Seller Center, yang memungkinkan penjual untuk mengelola toko, memantau kinerja penjualan, serta mengoptimalkan strategi pemasaran dengan berbagai alat yang disediakan oleh Shopee. [2] Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan penjualan AnE Store Official di Shopee Seller Center tahun 2024.

Setiap tahunnya, Shopee menyelenggarakan promo besar-besaran, seperti Shopee 9.9 Super Shopping Day pada 9 September, Shopee 11.11 Big Sale pada

11 November, serta Shopee 12.12 Birthday Sale yang berlangsung pada 12 Desember. Dalam setiap periode promo tersebut, Shopee menghadirkan berbagai strategi pemasaran, seperti flash sale, cashback, gratis ongkir, serta potongan harga besar untuk berbagai merek ternama yang tergabung dalam Shopee Mall. CEO Shopee, Chris Feng, mengungkapkan bahwa promo tahunan pada tahun 2018 berhasil melampaui pencapaian penjualan dari tahun sebelumnya. Menurut riset yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) terkait peta e-commerce di Indonesia tahun 2018, sebanyak 59,38% penjual memanfaatkan momentum Shopee 9.9 Super Shopping Day untuk meningkatkan angka penjualan mereka. [3]

Menggunakan strategi pemasaran yang tepat dapat secara signifikan mempengaruhi penjualan. Ini termasuk penggunaan keyword yang tepat dalam judul produk, mengikuti promosi Shopee, serta memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas produk. Penjual juga disarankan untuk mengadakan promosi seperti diskon atau gratis ongkir untuk menarik lebih banyak pembeli. Pengelolaan toko yang baik melalui fitur-fitur di Shopee Seller Center, seperti analisis performa toko dan pengaturan promosi, juga sangat penting. Dengan memantau performa penjualan secara teratur, penjual dapat menyesuaikan strategi untuk meningkatkan hasil. [4]

Dengan pertumbuhan pesat e-commerce, persaingan antar penjual di platform Shopee juga semakin ketat. Para penjual harus mampu menerapkan strategi bisnis yang tepat agar dapat meningkatkan volume penjualan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Shopee Seller Center menjadi salah satu alat yang dapat dimanfaatkan oleh penjual untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Namun, tidak semua penjual memahami bagaimana cara mengoptimalkan

penggunaan fitur-fitur dalam Shopee Seller Center untuk mendukung peningkatan penjualan mereka.[5]

AnE Store Official merupakan salah satu seller yang aktif berjualan di platform Shopee. Sebagai penjual resmi, AnE Store Official menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan penjualannya, terutama dalam menghadapi kompetisi dari penjual lain yang juga menggunakan platform yang sama. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan penjualan di Shopee Seller Center Ane Store Official. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengelompokkan variabel-variabel tersebut ke dalam beberapa faktor utama menggunakan metode analisis faktor.. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan di Shopee Seller Center, sehingga dapat memberikan rekomendasi strategi yang lebih efektif bagi Ane Store Official dan penjual lainnya di Shopee.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan di Shopee Seller Center, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih objektif terhadap hubungan antara variabel-variabel yang dianalisis. Pendekatan ini akan mengukur sejauh mana faktor-faktor tertentu, seperti strategi pemasaran digital, manajemen stok, kualitas produk, serta tren pasar, mempengaruhi tingkat penjualan di AnE Store Official. [6]

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari kesimpulan pemanfaatan fitur-fitur Shopee Seller Center serta strategi pemasaran digital yang tepat menjadi faktor penting yang

dapat mempengaruhi peningkatan penjualan dapat diambil Rumusan Masalah yaitu:

- Faktor-faktor apa yang mempengaruhi peningkatan penjualan di AnE Store Official?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas dapat disimpulkan bahwa Tujuan Penelitian yaitu:

- Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan di AnE Store Official.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat praktis adalah manfaat yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah secara praktis. Manfaat ini bisa menjadi alternatif solusi dari suatu permasalahan. Penelitian akan memecahkan masalah secara praktikal atau bisa juga menjadi alternatif solusi dari permasalahan penelitian.

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penulisan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan sumber sumbangan yang cukup penting terhadap realisasi dan aplikasi langsung di dalam masyarakat atas pengetahuan teori yang telah didapat selama mengikuti bangku perkuliahan dengan praktis.

b. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai sebagai salah satu pertimbangan atau masukan tentang bagaimana Faktor-faktor yang tertentu yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

c. Bagi Universitas

Sebagai suatu hasil karya dan sebuah karya yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk wacana dan referensi pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti dibidang yang sama.

1.5 Batasan penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pembatasan terhadap objek yang diteliti yaitu penelitian ini berfokus kepada penjual atau pemilik toko online AnE Store Official dan konsumen yang telah membeli barang (sandal atau sepatu) di Marketplace Shope toko AnE Store Official.