



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (1) 2024: 128-135

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Analisis Efektivitas Pemberian Diskon Saat Shopee *Live* pada Produk Makanan Daerah

Muhamad Adiala Yasmin¹, Muhamad Alfariji², Fajar Qobli Ramdhani³, Nurjaya⁴,
Nurmono⁵, Oky Aji Pamungkas⁶, Pajar Amin⁷, R. Suhenda⁸

Universitas Pamulang

* Corresponding author: e-mail: author@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima (Februari 2024)
Disetujui (Februari 2024)
Diterbitkan (Februari 2024)

Kata Kunci:

Diskon, Shopee *Live*,
Produk, Makanan Daerah

ABSTRAK

Perkembangan *E-Commerce* semakin pesat didukung banyaknya platform online shop salah satunya Shopee. Shopee *Live* merupakan fitur layanan *live streaming* penjual untuk mempromosikan produk yang dijual. Dengan adanya Shopee *Live* ini penjual dan pembeli dapat berinteraksi secara *real time* karena termasuk pemasaran langsung. Tulisan ini menganalisis efektivitas pemberian diskon saat Shopee *Live* pada produk makanan daerah yang dijual oleh Ngabret.id. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa fitur *live streaming* dengan pemberian diskon cukup efektif kepada pembeli karena memberikan dampak langsung terhadap penjual yaitu ngabret.id yang penjualannya menjadi maksimal melalui produk unggulannya tersebut. Diskon dan potongan harga dapat diklaim dan digunakan oleh pengguna ketika *live stream* agar bisa untuk melakukan pemesanan menggunakan harga yang lebih hemat. Penulis menyarankan ngabret.id untuk sering melakukan interaksi langsung dengan pelanggannya dan selalu beradaptasi menyesuaikan perubahan baik dari segi fitur maupun kebijakan aplikasi Shopee.

ABSTRACT

The development of E-Commerce is increasingly rapid, supported by the many online shop platforms, one of which is Shopee. Shopee Live is a seller's live streaming service feature to promote the products being sold. With Shopee Live, sellers and buyers can interact in real time because it includes direct marketing. This article analyzes the effectiveness of providing discounts during Shopee Live on regional food products sold by Ngabret.id. This research uses a qualitative descriptive method with primary and secondary data collection. The results of the research conducted show that the live streaming feature with discounts is quite effective for buyers because it has a direct impact on sellers, namely ngabret.id, whose sales are maximized through their superior products. Discounts and discounts can be claimed and used by users during live streams so they can place orders at cheaper prices. The author advises ngabret.id to frequently interact directly with its customers and always adapt to changes both in terms of features and policies of the Shopee application.

Keywords:

Discount, Shopee *Live*,
Product, Local Food

PENDAHULUAN

Di era perkembangan zaman yang sudah maju ini teknologi semakin maju perkembangannya, dengan kemajuan teknologi ini masyarakat semakin mudah aktivitasnya. Salah satu bentuk kemajuan teknologi yaitu adanya *e-commerce*. Dengan munculnya *e-commerce* sekarang ini dapat dibilang bahwa ekonomi ikut berkembang juga, karena persaingan semakin meluas serta para usaha atau pelaku ekonomi juga dituntut untuk inovatif dan dapat beradaptasi dengan kemajuan sekarang ini. *E-commerce* merupakan bentuk kegiatan perdagangan melalui aplikasi atau website internet yang mempunyai beberapa ciri khas tertentu (Rehatalanit, 2016). Adanya *e-commerce* ini semakin membuat luas ranah bisnis ekonomi karena mencakup transaksi secara keseluruhan mulai dari tingkatan nasional hingga internasional.

Berdasarkan data Google, di Indonesia sendiri *e-commerce* terdapat platform *online shop* terbesar yaitu Shopee. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan sejak saat itu semakin memperluas jangkauan pasarnya ke negara Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina, hingga Indonesia. Shopee merupakan salah satu aplikasi jual beli secara *online* yang memiliki beberapa fitur penting. Salah satu fiturnya yaitu Shopee *Live* yang memudahkan sebagai pemasaran penjual dalam mengenalkan produk yang dijual olehnya kepada para pelanggan sekaligus pengguna Shopee.

Shopee *Live* adalah fitur dari Shopee yang membuat penjual berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui *video streaming* yang dilakukan dalam aplikasi Shopee untuk memasarkan produknya serta memberikan diskon menarik. Selain memasarkan produk secara langsung, penjual juga dapat memberikan informasi lainnya kepada pengguna seperti sesi tanya jawab langsung melalui kolom komentar yang membuat pengguna dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Selain mengenalkan produk yang dijualnya, banyak penjual yang menggunakan fitur diskon untuk membuat calon pembeli semakin tertarik atas produknya. Menurut (Adinda dan Alhada, 2023) dalam penelitiannya, pengguna atau calon pembeli lebih senang jika penjual sering mempromosikan produknya melalui *live streaming* terlebih lagi memberikan diskon atau potongan harga secara langsung dalam *livenya* karena dapat menguntungkan pembeli juga.

Diskon atau promosi yang diberikan oleh penjual sifatnya terbatas tidak selalu ada, tergantung bagaimana penjual yang mengatur alur diskon tersebut terhadap produk yang dijual. Pemberian diskon saat penjual sedang *live* lebih besar dibandingkan ketika penjual tidak melakukan *live*. Hal ini merupakan kelebihan fitur *live* sekaligus menjadi nilai tambah penjual agar pengguna semakin berminat untuk membeli produknya

Salah satu pengguna yang menjual produknya melalui aplikasi Shopee adalah produsen produk makanan dengan nama ngabret.id. ngabret adalah penjual toko *online* yang menjual makanan khas dari Bandung, Jawa Barat, Indonesia. ngabret bergabung di Shopee pada tahun 2019 dengan produk yang dijual yaitu makaroni. Makaroni merupakan makanan kategori cemilan khas yang memiliki berbagai macam varian rasa. Sekarang ngabret sudah banyak menambahkan produk lainnya seperti basreng, baso aci instan, seblak instan, mie lidi, cuanki pedas, baso aci jumbo, cimol kering, keripik usus ayam, kentang mustofa, dan lain sebagainya.

Ngabret ini membuka usaha jualan produknya melalui Shopee, Instagram, dan Lazada. Pada penjualan di Shope ini Ngabret dapat melakukan Live Shopee dengan memanfaatkan fitur ini sebaik mungkin untuk menarik minat beli pengguna Shopee.

Dalam penjualannya di Shopee, ngabret memberikan diskon ketika *live*. Pemberian diskon ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan produknya di Shopee. Tulisan ini akan menganalisis analisis efektivitas pemberian diskon saat shopee *live* pada produk ngabret.id makanan daerah khas bandung.

KAJIAN LITERATUR

Diskon

Diskon adalah sebuah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai pemberian atau penghargaan tertentu bagi penjual (Tjiptono, 1997). Diskon merupakan pengurangan harga terhadap suatu produk yang dijual secara langsung pada waktu tertentu. Dengan adanya pemberian diskon berarti membuat para pembeli hanya perlu membayar harga yang sudah dipotong

oleh diskon yang berlaku sesuai ketentuan dari penjual maupun aplikasi terkait. Diskon termasuk salah satu strategi penjualan atau pemasaran akan suatu produk dalam suatu usaha.

Adapun tujuan diskon menurut (Faridha, 2016) diskon sebagai tujuan utama agar perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan kepuasan konsumen didalam minat beli terhadap keputusan pembelian. Setiap perusahaan maupun pelaku usaha bisnis harus berorientasi terhadap suatu promo dan diskon adalah salah satu bentuk promo yang dapat diterapkan untuk penjualan suatu produk. Jika tidak ada diskon maka akan menyulitkan proses penjualan atas suatu produk yang ditawarkan para penjual. Penetapan diskon juga harus jelas agar tidak sembarangan dilakukan karena dapat mempengaruhi arus keuangan perusahaan atau penjual karenanya setiap perusahaan atau penjual memiliki kebijakan terkait pemberian diskon kepada para pembelinya. Diskon yang diberikan oleh penjual saat melakukan *Live Shopee* adalah termasuk promosi *real time*. Saat kupon promo diklaim oleh pengguna maka potongan harga dapat dilakukan sesuai ketentuan yang berlaku, kupon berlaku mulai dari 1 sampai 3 hari umumnya tergantung jenis kupon diskon yang didapat oleh pengguna. Kupon diskon seperti bisa didapat ketika pengguna menonton *live ngabret.id*.

Shopee Live

Shopee Live adalah sebuah fitur video *live streaming* dimana penjual dapat berjualan sekaligus berinteraksi langsung dengan pembeli menggunakan platform *Shopee*. Fitur *Shopee Live* pertama kali diluncurkan pada tanggal 6 Juni 2019 yang dioptimalkan untuk pengguna handphone. Para penjual dapat memanfaatkan fitur tersebut sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan, membangun perkembangan toko dan mengoptimalkan *branding* toko. *Live streaming* sering disebut sebagai tayangan langsung melalui sebuah jaringan yang disiarkan pada banyak orang dalam waktu bersamaan dengan kejadian seperti aslinya (Prajana, 2021).

Dalam fitur *Shopee Live* terdapat tab Putar Ulang, tab tersebut merupakan hasil rekaman video *live streaming* yang ditampilkan kembali di halaman toko selama 60 hari. Walaupun pelanggan tidak dapat berinteraksi langsung ketika menonton video di tab Putar Ulang seperti halnya *live streaming*, namun banyak penjual yang menonton video tersebut untuk mencari informasi mengenai produk yang akan mereka beli. Jika diperhatikan, video di tab *Replay* menggambarkan karakteristik verbal dan visual dari promosi penjual yang dapat dibaca dan dipahami oleh pelanggan *Shopee*.

Dengan *live streaming* konsumen dapat mengetahui lebih dalam mengenai detail informasi sebuah produk yang akan dibeli, seperti bahan, tekstur, bentuk, kelebihan dan kekurangannya. Sehingga konsumen dapat lebih objektif dan terpuaskan secara informasi dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidaknya sebuah produk. Proses interaksi penjual dan pembeli tersebut termasuk dalam *direct marketing*. Salah satu alat utama *direct marketing* adalah *direct response advertising*, dimana suatu produk dipromosikan melalui sebuah media yang mendorong konsumen untuk berinteraksi dan membeli langsung dari produsen. Fitur *live streaming* mampu mendorong peningkatan penjualan karena pengguna aplikasi *shopee* dapat langsung membeli produk yang di inginkan pada saat penjual melakukan *live streaming*, sehingga semua pengguna *shopee* dapat mengaksesnya dimanapun dan kapanpun

Makanan Daerah

Makanan khas daerah merupakan masakan yang biasa disantap di suatu daerah dan disesuaikan dengan selera setempat. Rasa bervariasi dari satu daerah ke daerah lain. Hidangan ini menjadi salah satu kekayaan budaya masing-masing daerah. Misalnya Soto Betawi khas Jakarta, Siomay khas Bandung, Pempek khas Palembang, dan masih banyak tempat lainnya. Menurut (Marwanti, 1997), makanan khas daerah merupakan menu masakan yang berasal dari daerah tertentu yang memiliki citra rasa yang unik dan khas. Dengan adanya makanan khas daerah dapat menambah ciri khas suatu daerah tersebut misalkan cimol kering khas Bandung yang dijual oleh *ngabret.id* melalui *Shopee* yang dapat dipesan secara *online* kapanpun dan dimanapun.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat atau positivisme. Keduanya hal tersebut digunakan saat mencari objek alamiah ketika peneliti menjadi instrumen kunci. Data Penelitian ini menggunakan data primer

dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung. Penulis memperoleh data primer dengan mengamati kegiatan *Shopee Live* pada makanan ngabret.id di aplikasi tersebut. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau dokumen (Rahmat, 2017). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mencari di banyak website resmi dan aplikasi populer. Serta publikasi resmi terkait masalah penelitian. Selain itu, data penelitian juga diambil dari berbagai publikasi ilmiah dan hasil penelitian sebelumnya.

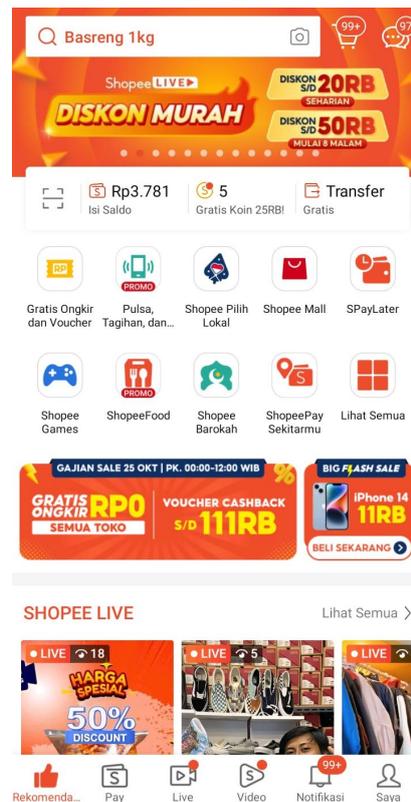
HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan aplikasi Shopee saat ini menjadi perhatian bagi berbagai kalangan di masyarakat. Hal ini karena banyaknya fitur yang bisa dimanfaatkan oleh penggunanya tidak hanya sekedar jual beli, tetapi pengguna juga bisa membuat akun, mempromosikan produk dan menjual produknya secara real time melalu *Shopee Live*. *Shopee Live* ini menjadi daya tarik untuk masyarakat karena banyak masyarakat mendapatkan diskon yang besar saat mereka menonton *live streaming* di Shopee.



Gambar 1. Logo aplikasi Shopee v3.09.10.5.95.6

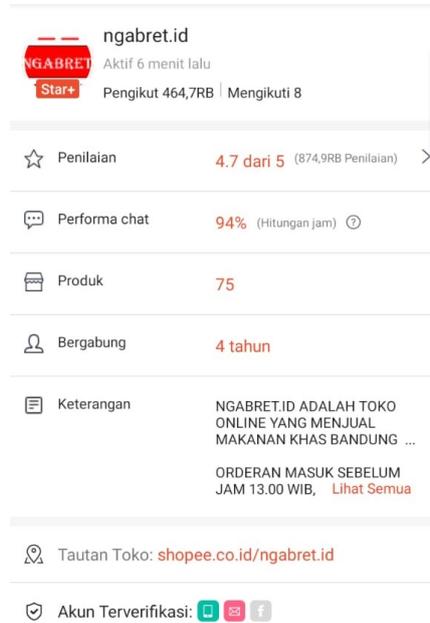
Pada gambar 1 merupakan logo dari aplikasi Shopee yang terdapat di ponsel penulis yang diunduh melalui aplikasi *Google Play Store*. Aplikasi Shopee dapat diunduh secara gratis di *Play Store* untuk pengguna android dan *App Store* untuk pengguna ios. Shopee kini sudah diunduh sebanyak 100 juta lebih pengguna dari seluruh kalangan. Hal ini mendukung jika Shopee menjadi aplikasi *online shop* terfavorit bagi orang Indonesia.



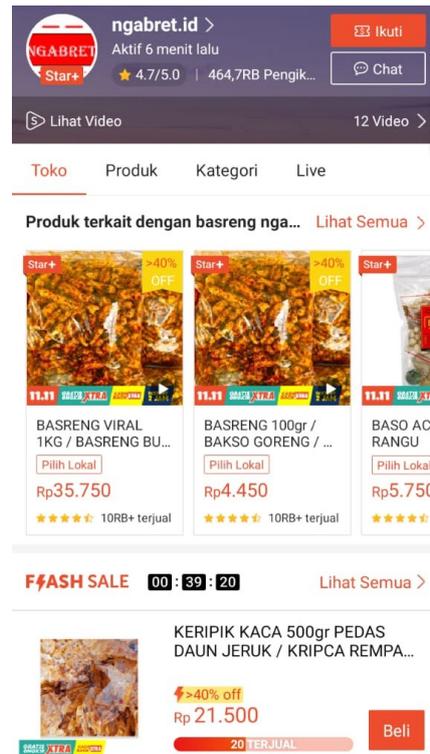
Gambar 2. Tampilan menu utama Shopee

Aplikasi Shopee juga seperti aplikasi lain pada umumnya yaitu memiliki tampilan menu utama atau yang biasa disebut beranda. Tampilan menu utama Shopee menampilkan menu-menu lainnya seperti isi saldo, transfer, *ShopeeFood*, *Shopee Live*, notifikasi, akun saya, dan sebagainya.

Menurut *suara.com* berdasarkan RISET IPSOS menunjukkan Shopee (65%) diasosiasikan sebagai *marketplace* yang memberikan omzet terbesar bagi bisnis para penjual online. Artinya Shopee menjadi nomor 1 pilihan masyarakat ketika ingin melakukan belanja atau bisnis secara *online* dengan efektif. Melalui riset Populix yang bertajuk “*Understanding Live Streaming*” pada bulan juni lalu, menunjukkan 69% responden memilih Shopee Live sebagai fitur streaming yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini membuktikan Shopee melalui *Live* dapat meningkatkan penjualan dan pembelian.

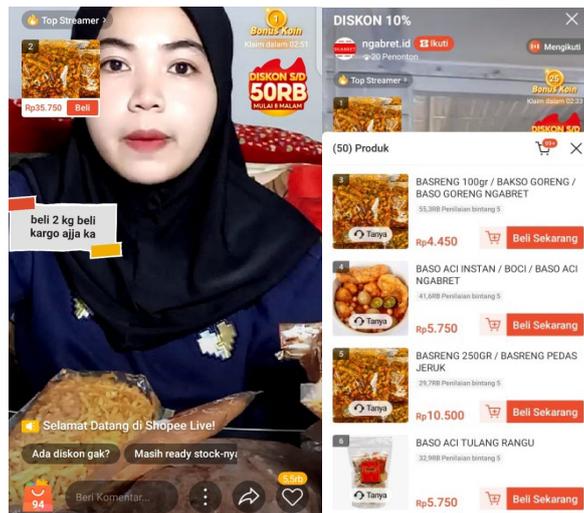


Gambar 3. Informasi toko ngabret.id Shopee



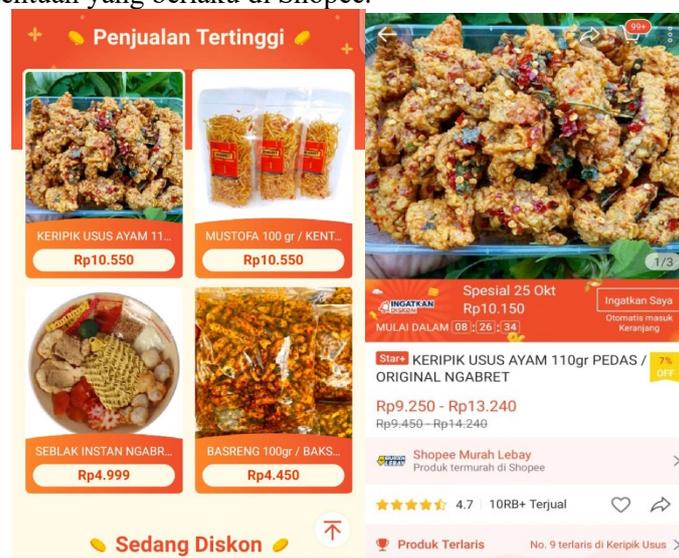
Gambar 5. Beranda toko ngabret.id

Toko ngabret memiliki total 75 produk yang dijual di Shopee yang dapat dipesan oleh setiap pengguna Shopee, dengan pengikut 494 ribuan dan skor total toko 4,7/5 serta performa chat 94% yang dibalas hitungan jam. Hal ini didukung karena ngabret sudah 4 tahun berjualan atau sejak 2019 silam.



Gambar 6. Live stream reseller ngabret dan diskonnya

Saat livestream, tentunya pelanggan dapat melakukan interaksi langsung seperti bertanya melalui kolom komentar atau klaim koin dan diskon yang tersedia di menu *live* penjual. Pada gambar 6 merupakan *live stream* yang dilakukan oleh *reseller* ngabret yang menjual produk ngabret serta diskon yang disediakan oleh ngabret.id. Dengan fitur ini penonton live bisa klaim diskonnya yang akan dilanjutkan dengan pemesanan salah satu makanan yang dijual dengan potongan harga 10% dan sebagainya sesuai ketentuan yang berlaku di Shopee.



Gambar 7. Penjualan tertinggi ngabret.id

Toko Ngabret memiliki beberapa produk teratas sebagai penjualan tertinggi yaitu keripik usus ayam, kentang mustofa, seblak instan ngabret, dan basreng. Setiap produk tersebut memiliki penjualan rata-rata diatas 10 ribu penjualan. Hal ini juga disebabkan oleh pemberian diskon melalui fitur *live stream* di Shopee dengan claim koin atau claim potongan harga untuk pemesanan makanan milik toko ngabret.id.

Untuk produk terlaris salah satunya yaitu keripik usus ayam berat 110 gram yang memiliki varian rasa yaitu pedas dan original. Produk ini merupakan unggulan karena keripik usus jarang ada yang menjual di *online shop* dan harganya juga sangat kompetitif yaitu kisaran Rp.9250 – Rp.13.240, ditambah produk terlaris ngabret ini memasuki peringkat ke 9 dalam kategori makanan daerah > keripik usus. Tentunya hal ini sangat berdampak positif bagi penjualan toko ngabret.id.



Gambar 8. Flash Sale ngabret.id

Selain melalui fitur Shopee *Live*, ngabret juga mengadakan fitur *flash sale* untuk produk unggulannya di Shopee. Dengan diskon potongan harga hampir setengahnya yaitu harga Rp.45.000 menjadi Rp.21.500, tujuan mengadakan *flash sale* masih tetap sama yaitu menambah penjualan dan meningkatkan minat beli pelanggan Shopee.



Gambar 9. Platform jualan ngabret.id

Ngabret.id tidak hanya berjualan di Shopee saja, melainkan juga berjualan di aplikasi Lazada, Facebook, Instagram, bahkan menerima pesanan langsung melalui telepon whatsapp.

Penjualan yang dilakukan ngabret.id sangat efektif terutama menggunakan fitur *live streaming* yang didukung oleh penjualan pada produk terlarisnya dengan berbagai varian rasa yang disediakan. Fitur Shopee *Live* sangat membantu baik penjual yaitu ngabret.id maupun pembeli dan calon pembeli dalam berinteraksi jual beli yang dilakukan secara *online* pada aplikasi Shopee.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa fitur *live streaming* dengan pemberian diskon cukup efektif kepada pembeli karena memberikan dampak langsung terhadap penjual yaitu ngabret.id yang penjualannya menjadi maksimal melalui produk unggulannya tersebut. Diskon dan potongan harga dapat diklaim dan digunakan oleh pengguna ketika *live stream* agar bisa untuk melakukan pemesanan menggunakan harga yang lebih hemat. Jika ngabret tidak menggunakan fitur shopee *live* maka penjualannya akan tidak maksimal bahkan bisa mengalami penurunan, oleh karena itu pentingnya menggunakan fitur terbaru ketika muncul di platform aplikasi seperti Shopee ini. Penulis menyarankan ngabret.id untuk sering melakukan interaksi langsung dengan pelanggannya dan selalu beradaptasi menyesuaikan perubahan baik dari segi fitur maupun kebijakan aplikasi Shopee.

REFERENSI

- Adinda Ayu Puspita Sari, M. A. (2023, September). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41-58.
- Adya Mulya Prajana, A. S. (2021, Agustus). Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live. *Jurnal Tanra*, 8(2), 145-152.
- Anggraeni, F. (2016, Juli). Pengaruh Promosi, Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket Ptc Surabaya . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(7), 1-15.
- Cahyono, A. S. (2017, Maret 14). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Endhar Widjaya Putra, S. K. (2016, September 2). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2).
- Erwin Permana, F. B. (2023, Oktober). Efektivitas Pemberian Diskon saat Tiktok Live Shopping Produsen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(1), 31-41.
- Fitryani, A. S. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542-555.
- Gunartin, f. P. (2019). Strategi Pemasaran Home Industry Tempe Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Di Kampung Pulo. *PEKOBIS Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 24-34.
- Made Rest Handika, G. S. (2018, April). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Nana Dyki Dirbawanto, H. A. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Penjualan Di Era New Normal. *EcoGen*, 5(1), 136-143.
- Rahmat, Rani, Anantawikrama Tungga Atmadja, Ak SE, Ni Luh Gede Erni Sulindawati, dan M. SE Ak. 2017. "Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Zakat, Infaq, Shadaqah, (Studi Kasus Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Buleleng)." *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha* 7(1)
- Rapha Natanael, M. A. (2019). Pembuatan Video Makanan Khas Jawa Timur. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 3543-3551.
- Rehatalanit. (201). PERAN E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5, 62-69.
- Riswandi, D. (2019, Mei). Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, 1(1), 1-13