



BAB III – Media Sosial Untuk Bisnis

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, peserta diharapkan mampu:

1. Menjelaskan manfaat media sosial dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan.
2. Mengidentifikasi jenis-jenis media sosial yang populer untuk kegiatan bisnis (*Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business*).
3. Menyebutkan perbedaan antara akun pribadi dan akun bisnis.
4. Membuat akun media sosial khusus untuk usaha.
5. Mengatur profil bisnis untuk pemasaran.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat terpenting dalam dunia bisnis, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga sebagai sarana efektif untuk mempromosikan produk dan jasa dengan biaya yang relatif rendah. Bagi UMKM, penguasaan media sosial dapat menjadi kunci dalam meningkatkan keterampilan digital dasar yang sangat dibutuhkan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Pertama, media sosial menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan lainnya, UMKM dapat mengenalkan produk mereka kepada audiens yang jauh lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar seperti iklan tradisional. Hal ini sangat penting mengingat keterbatasan modal yang biasanya dimiliki oleh UMKM. Selain itu, media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pelaku bisnis dan pelanggan. Melalui fitur komentar, pesan, dan ulasan, UMKM bisa mendapatkan masukan langsung dari pelanggan yang membantu meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Selain membuka akses pasar yang lebih luas, penggunaan media sosial juga membantu UMKM dalam mengembangkan keterampilan digital dasar. Keterampilan seperti pembuatan dan pengelolaan akun bisnis, pembuatan konten digital seperti foto dan video promosi, serta penggunaan fitur iklan berbayar dan alat analitik sederhana sangat penting untuk menunjang keberhasilan pemasaran *online*. Dengan menguasai keterampilan tersebut, pelaku UMKM tidak hanya mampu menjalankan bisnisnya

secara digital, tetapi juga mampu menganalisis tren pasar dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Lebih jauh lagi, pengelolaan komunikasi secara *online* melalui media sosial mengajarkan UMKM bagaimana membangun hubungan yang baik dan kepercayaan dengan pelanggan. Manajemen interaksi yang baik akan meningkatkan citra bisnis serta loyalitas pelanggan. Kemampuan untuk mengikuti tren digital dan mengadaptasi strategi pemasaran sesuai perubahan kebutuhan pasar juga merupakan keuntungan yang diperoleh dari penguasaan media sosial. Manfaat lain yang didapatkan UMKM dari peningkatan keterampilan digital melalui media sosial adalah efisiensi dalam pengelolaan waktu dan biaya. Dengan modal perangkat sederhana dan akses internet, UMKM dapat melakukan promosi kapan saja dan di mana saja tanpa harus terikat oleh jam operasional toko fisik. Hal ini memberikan fleksibilitas tinggi serta potensi skalabilitas bisnis yang lebih besar. Dengan demikian, media sosial menjadi alat strategis yang sangat penting bagi UMKM dalam meningkatkan keterampilan digital dasar mereka. Tidak hanya membantu dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun citra bisnis yang kuat serta memberikan fleksibilitas dan efisiensi dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, penguasaan media sosial wajib menjadi bagian dari pengembangan kapasitas UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di era digital yang semakin maju ini. Ada beberapa platform yang dapat digunakan dalam melakukan promosi yakni :

a. Platform Populer:

1. *WhatsApp Business* : Katalog produk dan *auto-reply*.

WhatsApp Business merupakan salah satu aplikasi pesan instan yang dirancang khusus untuk pelaku usaha kecil, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Aplikasi ini memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan secara profesional dan efisien. Dalam konteks peningkatan keterampilan digital dasar, WhatsApp Business menjadi sarana praktis yang dapat digunakan UMKM untuk mulai memahami dan menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Salah satu cara utama *WhatsApp Business* membantu UMKM meningkatkan keterampilan digital dasar adalah melalui pengelolaan komunikasi bisnis yang lebih sistematis. Fitur seperti balasan cepat, pesan otomatis, dan salam pembuka memungkinkan pemilik usaha memberikan layanan pelanggan yang responsif dan konsisten. Dengan memanfaatkan fitur ini, pelaku UMKM belajar

bagaimana mengatur dan mengotomatisasi komunikasi, yang merupakan bagian penting dari keterampilan digital modern. Selain itu, *WhatsApp Business* juga memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat profil bisnis yang berisi informasi penting seperti alamat, jam operasional, katalog produk, dan link ke media sosial atau *website*. Ini mengajarkan pelaku usaha bagaimana menyusun informasi bisnis secara profesional dan mudah diakses oleh pelanggan, yang merupakan bagian dari keterampilan digital dalam membangun identitas dan kehadiran online.

Fitur katalog dalam *WhatsApp Business* juga sangat bermanfaat dalam mengembangkan keterampilan pemasaran digital. UMKM dapat membuat daftar produk lengkap dengan foto, deskripsi, dan harga. Ini mendorong pelaku usaha untuk belajar membuat konten digital yang menarik dan informatif, sekaligus memahami pentingnya presentasi visual dalam menarik perhatian pelanggan.

Lebih jauh, penggunaan *WhatsApp Business* juga memperkenalkan pelaku UMKM pada data dan analitik dasar. Fitur statistik pesan, seperti jumlah pesan yang dikirim, diterima, dibaca, dan dibalas, memberikan wawasan mengenai efektivitas komunikasi bisnis. Ini adalah langkah awal bagi UMKM untuk belajar membaca data digital sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan yang lebih baik. Dengan semua fitur tersebut, *WhatsApp Business* menjadi alat yang sangat efektif untuk memperkenalkan dan melatih pelaku UMKM pada keterampilan digital dasar yang dibutuhkan di era digital. Aplikasi ini tidak memerlukan perangkat atau pengetahuan teknis yang rumit, sehingga sangat cocok sebagai langkah awal transformasi digital bagi pelaku usaha kecil. Secara keseluruhan, penggunaan *WhatsApp Business* memberikan banyak manfaat bagi UMKM, tidak hanya dalam meningkatkan pelayanan dan promosi bisnis, tetapi juga dalam membentuk keterampilan digital dasar seperti komunikasi *online*, manajemen konten, dan analisis data sederhana. Oleh karena itu, *WhatsApp Business* merupakan salah satu solusi digital yang tepat untuk memperkuat daya saing UMKM di era teknologi yang terus berkembang.

2. *Instagram & Facebook* : Promosi visual dan iklan.

Dalam era digital yang semakin berkembang, platform media sosial seperti Instagram dan Facebook telah menjadi alat penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Kedua platform ini tidak hanya berguna untuk mempromosikan produk atau layanan, tetapi juga dapat menjadi media pembelajaran langsung bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan digital dasar secara bertahap dan praktis.

- **Membantu UMKM Membangun Identitas Digital**

Melalui Facebook dan Instagram, pelaku UMKM belajar membuat akun bisnis yang berisi informasi penting seperti nama usaha, alamat, kontak, kategori bisnis, dan jam operasional. Proses ini melatih pelaku UMKM dalam membentuk identitas digital yang profesional. Dengan mengatur tampilan profil yang menarik dan informatif, UMKM mulai memahami pentingnya konsistensi merek secara *online*.

- **Pengembangan Keterampilan Konten Digital**

Instagram dan Facebook menekankan pada visual yang kuat, seperti foto dan video. Ini memotivasi pelaku UMKM untuk mengasah keterampilan dasar dalam mengambil dan mengedit foto produk, membuat video pendek promosi dan menulis *caption* yang menarik dan informatif. Dengan begitu, UMKM secara tidak langsung belajar konten marketing serta teknik dasar fotografi produk dan *copywriting*, yang merupakan bagian dari keterampilan digital penting dalam dunia bisnis saat ini.

- **Belajar Menggunakan Fitur Pemasaran Digital**

Melalui Instagram dan *Facebook*, UMKM diperkenalkan pada berbagai fitur pemasaran seperti *Facebook Page* dan *Instagram Business Account*, *Stories* dan *Reels* untuk promosi cepat dan *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan secara tertarget serta *Insight* dan Statistik yang menunjukkan performa konten.

3. TikTok : Menjangkau pasar muda dengan konten kreatif.

Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial paling populer di dunia. Tak hanya sebagai hiburan, TikTok kini menjadi alat pemasaran digital yang sangat efektif, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui penggunaannya yang sederhana namun sangat dinamis, TikTok menawarkan peluang besar bagi

pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan digital dasar, sekaligus mempromosikan produk secara kreatif dan menjangkau pasar yang lebih luas.

- Mendorong Kreativitas dan Pembuatan Konten Digital

TikTok berfokus pada konten video pendek, yang secara tidak langsung mendorong pelaku UMKM untuk belajar membuat, mengedit, dan mengemas video secara menarik. Hal ini melatih keterampilan digital dasar seperti mengambil video menggunakan smartphone, mengedit video menggunakan fitur bawaan TikTok (menambahkan teks, musik, efek visual) dan menentukan durasi dan alur cerita yang tepat dalam format singkat. Proses ini melatih pelaku UMKM agar lebih kreatif dan adaptif dalam mengomunikasikan nilai produk mereka ke audiens digital.

- Mengenal dan Memanfaatkan Tren Digital

TikTok dikenal dengan fitur "For You Page (FYP)" yang menampilkan konten berdasarkan tren dan minat pengguna. UMKM bisa belajar memanfaatkan tren ini untuk mengikuti tagar (hashtag) populer, menggunakan audio viral untuk menarik perhatian dan mengemas produk mereka ke dalam format konten yang sedang ramai dibicarakan. Dengan mengikuti tren, UMKM belajar memahami perubahan perilaku konsumen digital dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara real-time.

- Belajar Storytelling dan Branding

TikTok mendorong UMKM untuk menyampaikan cerita singkat yang menarik, baik itu tentang proses pembuatan produk dan cerita di balik usaha dan testimoni pelanggan serta tips dan edukasi ringan seputar produk. Ini membantu pelaku usaha untuk membangun keterampilan storytelling digital, yaitu kemampuan menceritakan brand dan produk secara singkat, menarik, dan mudah diingat oleh audiens.

- Interaksi dan Komunitas

Fitur komentar, live streaming, dan balasan video pada TikTok membuka ruang interaksi langsung antara pelaku UMKM dan audiens. Dari situ, mereka belajar: menanggapi komentar secara profesional, membangun komunitas digital dan mendapat masukan langsung dari pelanggan. Kegiatan ini meningkatkan kemampuan komunikasi online, yang merupakan bagian dari keterampilan digital dasar.

- Analisis Performa Konten

TikTok menyediakan fitur *Analytics* bagi akun bisnis, yang menampilkan data penting seperti : jumlah tayangan video, interaksi (*like, share, komentar*), pertumbuhan *followers* dan demografi *audiens*. Dengan menganalisis data tersebut, pelaku UMKM dapat mulai memahami cara membaca dan menggunakan data digital sederhana untuk meningkatkan strategi promosi mereka ke depannya.

2. *E-Commerce dan Marketplace*

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi telah merubah cara berbisnis, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu inovasi yang sangat berpengaruh adalah keberadaan *e-commerce* dan *marketplace*. *Platform-platform* ini tidak hanya mempermudah transaksi jual beli, tetapi juga menjadi sarana penting untuk meningkatkan keterampilan digital dasar bagi pelaku UMKM. Pertama, *e-commerce* dan *marketplace* memperkenalkan pelaku UMKM pada dunia digital secara langsung. Dengan harus membuat akun dan mengelola toko *online*, para pelaku usaha belajar memahami fungsi berbagai fitur digital seperti pengunggahan produk, pengaturan harga, hingga pengelolaan stok. Proses ini secara tidak langsung melatih mereka untuk terbiasa dengan penggunaan teknologi digital, yang menjadi keterampilan dasar penting dalam bisnis modern. Selain itu, *e-commerce* dan *marketplace* mengajarkan UMKM untuk mengelola transaksi secara digital. Pelaku usaha belajar menerima pembayaran melalui berbagai metode elektronik, seperti transfer bank, *e-wallet*, dan kartu kredit. Dengan terbiasa melakukan transaksi digital, UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko kesalahan yang mungkin terjadi pada transaksi konvensional. Selanjutnya, melalui marketplace, UMKM juga dapat mengasah keterampilan dalam promosi dan pemasaran digital. Platform ini menyediakan berbagai fitur seperti diskon, voucher, dan iklan berbayar yang dapat dimanfaatkan untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Pelaku usaha belajar bagaimana membuat strategi pemasaran yang efektif, menggunakan data dari platform untuk menyesuaikan produk dan penawaran mereka. Ini meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan alat digital untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Tidak kalah penting, interaksi dengan pelanggan secara digital melalui fitur chat dan ulasan membantu UMKM mengembangkan keterampilan layanan pelanggan. Dengan merespon pertanyaan dan masukan dari pelanggan secara cepat dan profesional, pelaku

usaha membangun kepercayaan dan reputasi yang kuat di ranah digital. Keterampilan komunikasi digital ini sangat krusial dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Terakhir, data yang disediakan oleh platform e-commerce memberikan pelaku UMKM wawasan berharga tentang performa produk dan perilaku konsumen. Dengan belajar membaca dan menganalisis data tersebut, UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan strategis. Hal ini menjadi pondasi penting bagi UMKM untuk berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, e-commerce dan marketplace bukan hanya menjadi sarana transaksi, tetapi juga media pembelajaran digital yang efektif bagi UMKM. Melalui penggunaan platform ini, UMKM secara bertahap mengembangkan keterampilan digital dasar yang menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital. Keberadaan e-commerce dan marketplace membuka peluang luas bagi UMKM untuk tumbuh dan berinovasi dengan dukungan teknologi yang terus berkembang.

a. Platform Lokal:

- Tokopedia, *Shopee*, *TikTok Shop*

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah mendorong transformasi besar dalam dunia perdagangan, khususnya melalui *e-commerce* dan platform *marketplace*. Di antara berbagai pilihan yang tersedia, Tokopedia, *Shopee*, dan *TikTok Shop* muncul sebagai platform lokal yang paling populer dan banyak digunakan oleh pelaku usaha maupun konsumen. Ketiga *platform* ini bukan hanya memfasilitasi transaksi jual beli secara *online*, tetapi juga menyediakan berbagai fitur yang mendukung pertumbuhan bisnis digital. Pemanfaatan *platform* ini secara efektif dapat memberikan peluang besar bagi pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat identitas merek.

Tokopedia dan *Shopee* merupakan contoh *platform marketplace* yang menyediakan wadah terbuka bagi para penjual untuk menawarkan produk mereka kepada konsumen. *Marketplace* berarti bahwa *platform* tersebut tidak menjual produk sendiri, tetapi memfasilitasi pihak ketiga (penjual) untuk menjual kepada pelanggan melalui sistem yang sudah terintegrasi. Pengguna dapat dengan mudah membuka toko *online*, mengunggah produk, menentukan harga, serta memilih metode pengiriman dan pembayaran yang sesuai. Fitur-fitur tambahan seperti manajemen inventaris, program diskon, promosi

berbayar, dan laporan penjualan juga membantu pelaku usaha mengelola bisnis mereka secara profesional.

Shopee lebih dikenal karena strategi harga rendah, *flash sale*, serta fitur gamifikasi yang menarik minat pengguna, menjadikannya cocok bagi penjual yang fokus pada *volume* penjualan tinggi dengan margin rendah. Tokopedia, di sisi lain, lebih identik dengan kebutuhan sehari-hari, gadget, dan produk rumah tangga, dan banyak digunakan oleh pelaku usaha yang menawarkan produk bernilai lebih tinggi atau dari kategori kebutuhan rutin. Kedua platform ini telah berhasil membangun ekosistem yang mendukung berbagai jenis pelaku usaha, mulai dari UMKM hingga brand besar.

Sementara itu, *TikTok Shop* hadir sebagai bentuk evolusi *e-commerce* berbasis sosial atau yang biasa disebut *social commerce*. Melalui integrasi fitur belanja dengan konten video pendek dan *live streaming*, *TikTok Shop* menawarkan pengalaman belanja yang lebih interaktif dan menghibur. Penjual maupun *content creator* dapat mempromosikan produk secara langsung dalam bentuk video maupun siaran langsung, dan konsumen dapat langsung melakukan pembelian dari konten yang mereka tonton. *TikTok Shop* memanfaatkan algoritma yang sangat personalisasi, sehingga produk dapat ditampilkan ke pengguna yang paling berpotensi tertarik untuk membeli.

Keunggulan *TikTok Shop* terletak pada kemampuannya menciptakan koneksi emosional antara produk dan konsumen melalui *storytelling* visual. Selain itu, sistem afiliasi memungkinkan siapa saja menjadi promotor produk dan mendapatkan komisi dari penjualan yang terjadi melalui konten mereka. Hal ini membuka peluang baru bagi individu kreatif dan *influencer* untuk berperan dalam ekosistem *e-commerce* tanpa harus memiliki produk sendiri.

Ketiga platform ini menunjukkan bahwa *e-commerce* di Indonesia tidak lagi terbatas pada sekadar jual beli barang, melainkan telah menjadi ekosistem digital yang kompleks dan terintegrasi. Penggunaan Tokopedia, *Shopee*, dan *TikTok Shop* secara strategis memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dari berbagai segmen dan preferensi. Bagi pelaku usaha baru, keberadaan *platform* ini menghapus hambatan awal seperti kebutuhan modal besar atau pengetahuan teknis yang kompleks, karena semua infrastruktur telah disediakan oleh *platform*.

b. Langkah Awal:

1. Daftar akun sebagai penjual

Di era digital saat ini, memulai bisnis tidak lagi memerlukan toko fisik atau modal besar. Dengan hadirnya *platform* lokal seperti Tokopedia, *Shopee*, dan *TikTok Shop*, siapa pun dapat menjadi pelaku usaha melalui sistem *e-commerce* dan *marketplace* yang sudah tersedia. Ketiga platform ini mempermudah proses penjualan *online* dengan menyediakan infrastruktur lengkap, mulai dari pembuatan toko, pengelolaan produk, hingga sistem pembayaran dan pengiriman. Namun, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mendaftar sebagai penjual di *platform* tersebut. Berikut ini adalah penjelasan cara mendaftar di masing-masing platform dan bagaimana penggunaannya dalam konteks bisnis digital.

a. Mendaftar Sebagai Penjual di Tokopedia

Tokopedia adalah salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia yang menyediakan *platform* bagi individu dan pelaku usaha untuk menjual produk secara *online*. Untuk mendaftar sebagai penjual:

- Buka situs Tokopedia atau unduh aplikasinya.
- Buat akun menggunakan email atau nomor HP.
- Setelah berhasil login, pilih menu “**Buka Toko Gratis**”.
- Masukkan nama toko, alamat, dan kategori produk.
- Lengkapi informasi seperti rekening bank dan identitas diri (KTP).
- Unggah produk pertama dan toko Anda sudah aktif.

Pemanfaatan Tokopedia dalam *e-commerce*:

Setelah toko dibuat, penjual bisa memanfaatkan berbagai fitur seperti *TopAds* (iklan berbayar), analisis performa toko, serta integrasi logistik otomatis. Tokopedia cocok untuk produk kebutuhan sehari-hari, alat elektronik, dan produk lokal yang memiliki daya saing tinggi.

b. Mendaftar Sebagai Penjual di *Shopee*

Shopee adalah platform *marketplace* yang populer karena harga bersaing dan fitur interaktifnya. Untuk bergabung sebagai penjual:

- Kunjungi situs *Shopee* atau unduh aplikasinya.

- Daftarkan akun menggunakan email atau nomor HP.
- Masuk ke menu “**Mulai Jual**” atau kunjungi *Shopee Seller Center*.
- Lengkapi profil toko, informasi produk, dan rekening bank.
- Unggah foto produk dan mulai berjualan.

Pemanfaatan Shopee dalam e-commerce:

Shopee sangat mendukung penjual dengan berbagai program seperti gratis ongkir, *flash sale*, dan *voucher* promosi. Penjual juga dapat menggunakan fitur *live streaming* untuk menarik perhatian pelanggan. Marketplace ini sangat ideal untuk pelaku usaha baru atau *dropshipper* karena mudah digunakan dan memiliki basis pengguna yang besar.

c. Mendaftar Sebagai Penjual di *TikTok Shop*

TikTok Shop merupakan integrasi antara *platform* media sosial dan *e-commerce*. Untuk menjual di *TikTok Shop*:

- Kunjungi situs *TikTok Shop Seller Center*.
- *Login* menggunakan akun TikTok pribadi.
- Isi data toko, unggah identitas (KTP) dan rekening bank.
- Setelah diverifikasi, penjual bisa langsung mengunggah produk.
- Produk dapat dipromosikan melalui video *TikTok* atau *live streaming*.

2. Unggah foto produk, deskripsi, dan harga

Dalam dunia *e-commerce* dan *marketplace*, tampilan produk secara digital adalah aspek krusial yang menentukan daya tarik serta kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Tanpa interaksi fisik seperti di toko konvensional, konsumen hanya bisa menilai kualitas dan informasi suatu barang melalui foto, deskripsi, dan harga yang ditampilkan secara *online*. Oleh karena itu, pengunggahan produk dengan informasi yang lengkap dan menarik menjadi bagian penting dari strategi bisnis digital. Di Indonesia, platform seperti Tokopedia, *Shopee*, dan *TikTok Shop* memberikan kemudahan bagi penjual untuk menampilkan produk mereka secara profesional. Berikut adalah langkah-langkah dan pemanfaatannya dalam *e-commerce*.

1. Tokopedia : *Upload* Produk dengan Fitur Lengkap

Adapun langkah-langkahnya yakni :

- Masuk ke akun penjual di aplikasi Tokopedia atau melalui *Seller Center (web)*.
- Klik menu “Tambah Produk”.
- Unggah foto produk (bisa lebih dari satu) dengan kualitas tinggi dan latar belakang yang jelas.
- Isi nama produk, pilih kategori, dan deskripsi lengkap (ukuran, bahan, manfaat, dan cara penggunaan).
- Tentukan harga jual, jumlah stok, dan berat produk.
- Atur varian produk jika tersedia (misalnya ukuran atau warna).
- Simpan dan produk akan tampil di etalase toko Anda.

Pemanfaatan dalam *E-Commerce* dan *Marketplace*:

Tokopedia mendukung tampilan katalog produk yang profesional. Dengan fitur deskripsi mendetail dan varian produk, konsumen dapat membandingkan produk secara objektif. Ini meningkatkan kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian, terutama untuk produk kebutuhan sehari-hari, elektronik, atau peralatan rumah tangga.

2. *Shopee* : *Upload* Produk Secara Efisien

Adapun langkah-langkahnya yakni :

- *Login* ke akun *Shopee* melalui aplikasi atau *Shopee Seller Center*.
- Pilih menu “Tambah Produk Baru”.
- Unggah foto atau video produk (*Shopee* mendukung hingga 9 foto).
- Isi nama produk, pilih kategori yang tepat, dan tulis deskripsi menarik (maksimal 3000 karakter).
- Masukkan harga, jumlah stok, dan berat produk.
- Tambahkan varian jika diperlukan, seperti warna atau ukuran.
- Klik “Simpan dan Tampilkan”.

Pemanfaatan dalam *E-Commerce* dan *Marketplace* :

Shopee mengutamakan kemudahan dan kecepatan proses jual beli. Fitur unggulan seperti *upload* massal dan *template* produk membuat penjual bisa

menambahkan banyak produk dengan cepat. *Shopee* juga memberi label “produk terlaris” dan rating bintang, yang menambah kepercayaan konsumen. Dengan visual produk yang kuat, produk lebih mudah ditemukan di hasil pencarian.

3. *TikTok Shop* : Upload Produk Berbasis Konten Visual

Adapun langkah-langkahnya yakni :

- *Login* ke *TikTok Shop Seller Center*.
- Klik “Add Product”.
- Unggah gambar produk dengan kualitas tinggi atau tambahkan video pendek.
- Tulis nama produk, isi deskripsi singkat, dan pilih kategori.
- Tentukan harga jual, stok, dan informasi pengiriman.
- Hubungkan produk tersebut dengan video *TikTok* atau *live streaming* untuk dipromosikan.

Pemanfaatan dalam *E-Commerce* dan *Marketplace*:

TikTok Shop sangat mengandalkan kekuatan visual dan *storytelling*. Gambar dan video produk berperan sebagai daya tarik utama untuk menarik perhatian calon pembeli. *TikTok Shop* memungkinkan produk dipromosikan langsung dalam konten hiburan, sehingga menciptakan koneksi emosional dan mendorong pembelian spontan. Ini sangat efektif untuk produk seperti kosmetik, fashion, atau aksesoris.

3. Atur metode pembayaran dan pengiriman

Dalam sistem e-commerce dan marketplace, kemudahan dan keamanan transaksi merupakan fondasi utama yang menentukan kenyamanan pengguna, baik pembeli maupun penjual. Salah satu aspek penting dalam mendukung hal ini adalah pengaturan metode pembayaran dan pengiriman. Tanpa pengelolaan sistem logistik dan pembayaran yang baik, transaksi online dapat menimbulkan keraguan konsumen dan menurunkan kepercayaan terhadap penjual. Oleh karena itu, platform e-commerce seperti Tokopedia, *Shopee*, dan *TikTok Shop* menyediakan sistem pembayaran dan pengiriman yang telah diintegrasikan,

sehingga proses jual beli menjadi lebih mudah, cepat, dan aman. Berikut adalah penjelasan bagaimana cara mengaturnya di masing-masing platform dan bagaimana fitur ini berperan penting dalam aktivitas bisnis digital.

1. Tokopedia: Sistem Pembayaran dan Pengiriman Terintegrasi

a. Pengaturan Pembayaran : Tokopedia secara otomatis menyediakan berbagai metode pembayaran untuk pembeli, seperti:

- *Transfer bank (virtual account)*
- Dompot digital (OVO, GoPay, DANA)
- Kartu kredit dan debit
- Gerai *offline* (Alfamart/Indomaret)
- Cicilan (Kredivo, Akulaku)

Penjual hanya perlu menautkan rekening bank saat pendaftaran toko. Dana hasil penjualan akan masuk ke Saldo Tokopedia, dan bisa dicairkan ke rekening pribadi.

b. Pengaturan Pengiriman : Tokopedia menawarkan sistem kurir otomatis (*instant* dan *reguler*). Langkah pengaturannya:

- Masuk ke *Seller Center* → Pengaturan Toko → Kurir.
- Pilih kurir yang ingin diaktifkan (JNE, SiCepat, AnterAja, dll).
- Atur alamat gudang dan waktu operasional pengiriman.

Pemanfaatannya dalam *Marketplace* : Dengan sistem ini, penjual tidak perlu mengatur pembayaran atau logistik secara manual. Platform menangani semua transaksi dan distribusi, memungkinkan fokus pada penjualan dan layanan pelanggan.

2. Shopee: Fleksibilitas Pembayaran dan Pengiriman untuk Semua Skala

a. Pengaturan Pembayaran : *Shopee* otomatis mendukung metode seperti:

- *ShopeePay*
- Transfer bank dan *virtual account*
- Kartu kredit/debit
- *PayLater (ShopeePayLater)*
- Gerai minimarket

Penjual cukup mendaftarkan rekening bank aktif untuk menerima dana. Hasil penjualan masuk ke Saldo Penjual, dan bisa ditarik kapan saja.

b. Pengaturan Pengiriman : *Shopee* menggunakan sistem Jasa Kirim yang Didukung *Shopee* :

- Masuk ke *Seller Center* → Pengaturan Pengiriman.
- Aktifkan ekspedisi yang diinginkan (J&T, JNE, Ninja *Xpress*, *Shopee Xpress*).
- Sesuaikan biaya, berat, dan waktu penjemputan.
- *Shopee* juga menyediakan *pick-up* gratis, jadi penjual tidak perlu datang ke *drop point*.

Pemanfaatannya dalam *Marketplace* : *Shopee* sangat memudahkan UMKM dengan sistem otomatis dan bebas repot. Penjual tinggal mencetak resi, tempelkan di paket, dan menunggu kurir datang. Dengan kemudahan ini, transaksi bisa dilakukan dalam skala besar, bahkan oleh bisnis rumahan sekalipun.

3. TikTok Shop: Pembayaran dan Pengiriman Terpadu dalam Ekosistem Sosial

a. Pengaturan Pembayaran : Saat mendaftar di *TikTok Shop*, penjual wajib:

- Menghubungkan akun dengan rekening bank pribadi.
- TikTok akan memverifikasi data dan mencairkan dana otomatis ke rekening setelah status pesanan selesai.
- Metode pembayaran untuk pembeli juga beragam: dompet digital, kartu kredit, hingga cicilan.

b. Pengaturan Pengiriman:

- Buka *TikTok Shop Seller Center*
- Masuk ke menu “*Shipping Settings*”.
- Pilih ekspedisi (TikTok terintegrasi dengan J&T, SiCepat, ID *Express*, dll).
- Atur alamat gudang dan area pengiriman.

- Penjual mencetak resi dari sistem dan menunggu kurir menjemput paket. Semua pelacakan dapat dilihat oleh pembeli secara *real-time*.

Pemanfaatannya dalam Marketplace : TikTok Shop menggabungkan *e-commerce* dengan konten hiburan, namun tetap menawarkan sistem pengiriman dan pembayaran yang profesional. Ini memberikan kepercayaan tinggi kepada konsumen meskipun mereka membeli lewat video atau *live streaming*. TikTok juga mendorong konversi dengan proses transaksi yang cepat dan tidak ribet.