SIARAN PERS INI TELAH MENGIKUTI KAIDAH SEO
Kata Kunci: Tokopedia, ShopTokopedia, Tren Belanja *Online*, *Brand Fashion* Lokal

Tokopedia dan ShopTokopedia Bagi Tren Belanja *Online* Kuartal IV 2024

Simak dampak positif inisiatif Tokopedia dan ShopTokopedia terhadap tren belanja *online* produk *fashion*!



Foto 1: Tokopedia dan ShopTokopedia menyampaikan tren belanja online kuartal IV 2024 khususnya brand fashion lokal.

Indonesia, 5 Desember 2024 - Tokopedia dan ShopTokopedia terus membantu tumbuh kembang pelaku usaha di Indonesia--termasuk *brand fashion* lokal, seperti Batik Arkanza (*simak kisah pebisnis sukses yang pernah jadi driver ojol di sini*)--melalui berbagai inisiatif karena industri fesyen tanah air memiliki potensi yang besar.

Pada skala nasional, beberapa **produk *fashion* dengan kenaikan tertinggi jumlah transaksi** di Tokopedia dan ShopTokopedia, antara lain: atasan (kaos), *blouse* dan *outerwear,* hijab, baju tidur, serta sandal dan sepatu, dengan rata-rata hampir **7 kali lipat**. (*Sumber: Tokopedia dan ShopTokopedia, data kuartal IV 2024 dibandingkan dengan kuartal IV 2023*)

Communications Senior Lead Tokopedia and TikTok E-commerce, Antonia Adega, mengatakan, "Untuk makin mendorong geliat industri *fashion* termasuk batik dalam negeri, Tokopedia dan ShopTokopedia melakukan beragam inisiatif, seperti Promo Guncang, Beli Lokal, dan Melokal Dengan Batik."

Penjualan sejumlah *brand fashion* di 'Beli Lokal' Tokopedia dan ShopTokopedia naik 21 kali saat Promo Guncang 11.11

Promo Guncang berlangsung di Tokopedia dan ShopTokopedia setiap tanggal kembar untuk mempermudah masyarakat menjangkau produk kebutuhan termasuk *fashion* dengan lebih murah lewat beragam penawaran, seperti bebas ongkir, *cashback*, dan diskon. Di jam pertama puncak Promo Guncang 11.11 tahun ini, nilai transaksi di ShopTokopedia melalui fitur LIVE di TikTok meningkat hingga 26 kali lipat dibandingkan hari biasa. Di sisi lain, ada **Beli Lokal** yang memberikan etalase khusus bagi *brand* lokal termasuk *fashion* agar makin menjadi pilihan masyarakat.

"*Fashion* menjadi salah satu kategori produk paling laris pada kampanye Beli Lokal di Tokopedia dan ShopTokopedia saat Promo Guncang 11.11 tahun 2024 berlangsung. **Sejumlah *brand fashion* lokal bahkan merasakan peningkatan tertinggi nilai penjualan dengan rata-rata lebih dari 21 kali lipat melalui kampanye Beli Lokal saat Promo Guncang 11.11**," kata Antonia.

"Secara umum, *brand* yang berpartisipasi dalam kampanye Beli Lokal, dan mengalami peningkatan transaksi tertinggi saat Promo Guncang 11.11 berlangsung, berasal dari kategori produk *Groceries*, Elektronik, dan Rumah Tangga, dengan rata-rata kenaikan hampir 24 kali lipat," ungkap Antonia.

'Melokal Dengan Batik' Tokopedia dan ShopTokopedia buat transaksi sejumlah produk batik naik 6 kali lipat

Lewat **Melokal Dengan Batik**, Tokopedia dan ShopTokopedia berupaya meningkatkan kapasitas dan kapabilitas perajin batik lewat berbagai inisiatif kunci, yaitu akselerasi digitalisasi UMKM batik, halaman khusus Melokal Dengan Batik, *shoppertainment*, dan peningkatan kapasitas produksi. Inisiatif yang diluncurkan pada awal tahun 2024 ini juga bertujuan meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk batik lokal.

Berkat inisiatif **Melokal Dengan Batik,** di skala **nasional**, terdapat sejumlah **produk batik dengan kenaikan tertinggi jumlah transaksi** di Tokopedia dan ShopTokopedia, antara lain: atasan batik (jaket, *blouse*), kain batik, dan bawahan batik (rok, kamen), dengan rata-rata lebih dari **6 kali lipat**. (*Sumber: Tokopedia dan ShopTokopedia, data kuartal IV 2024 dibandingkan dengan kuartal IV 2023*)

SIARAN PERS INI TELAH MENGIKUTI KAIDAH SEO

Kata Kunci: Tokopedia, ShopTokopedia, Tren Belanja *Online*, *Brand Fashion* Lokal

Lampiran

Tentang Batik Arkanza

Batik Arkanza (akun: Tokopedia dan ShopTokopedia) didirikan oleh mantan *driver* ojek dan taksi *online*, Mahfud Fadholi, tahun 2019. Sambil mengisi waktu luang saat kuliah, Mahfud sempat memutuskan menjadi *driver.* Saat menjadi *driver,* Mahfud mendengar banyak cerita penumpang yang sukses berbisnis. Mahfud pun terinspirasi memulai usaha.

"Saya menabung penghasilan sebagai *driver* selama 3 tahun untuk dijadikan modal usaha," jelas Mahfud. Setelah melalui berbagai tantangan, Mahfud berhasil mendirikan Batik Arkanza yang menyediakan kain bermotif batik ("batik cetak"), batik cap, dan batik tulis. **Kini Batik Arkanza memiliki sekitar 60 karyawan yang sebagian besar anak muda.**

Batik Arkanza memberdayakan 100% sumber daya lokal. Bahan berupa kain diperoleh dari Solo dan Sragen, Jawa Tengah. Berbagai motif batik juga berasal dari kerja sama dengan para desainer lokal. Batik Arkanza pun menggandeng perajin lokal dari daerah Sragen, Jawa Tengah, dalam keseluruhan proses produksi.

Dahulu, saat belum lama dimulai, Batik Arkanza diterpa tantangan pandemi. **Batik Arkanza harus merumahkan sejumlah karyawan karena menyusutnya penjualan imbas pembatasan mobilitas masyarakat.** Untuk menjawab ini, Batik Arkanza **fokus pada penjualan *online*** termasuk lewat Tokopedia dan ShopTokopedia.

Tokopedia membantu Batik Arkanza memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Sedangkan konten video singkat maupun *live streaming* di TikTok, yang Batik Arkanza buat, mendorong peningkatan penjualan toko mereka di ShopTokopedia. Upaya ini juga berhasil menarik pelanggan berusia belia; mendorong lebih banyak anak muda untuk memakai batik lokal lebih sering.

Fitur di Tokopedia, seperti Bebas Ongkir, *Flash Sale,* dan fitur beriklan TopAds, dimanfaatkan Batik Arkanza untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan di ShopTokopedia, Batik Arkanza rajin melakukan *live streaming* bahkan 24 jam setiap hari dengan 6 *host* yang tampil bergantian. Batik Arkanza juga gencar berkolaborasi dengan *content creator* dan *affiliate creator* untuk terus mendongkrak penjualan di ShopTokopedia.

"Berkat pemanfaatan berbagai fitur di Tokopedia dan ShopTokopedia, omzet bulanan kami bisa mencapai belasan ribu pesanan per bulan. **Bahkan lewat *live streaming,* penjualan Batik Arkanza di ShopTokopedia meningkat hampir 2 kali lipat**," ujar Mahfud. Di sisi lain, berkat berpartisipasi dalam kampanye Tokopedia dan ShopTokopedia, seperti Melokal Dengan Batik, Promo Guncang, dan Beli Lokal, omzet Batik Arkanza pun bisa naik hingga 100% dibandingkan hari biasa.

***

Tentang Tokopedia

Tokopedia, perusahaan teknologi Indonesia, memiliki misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Visi Tokopedia adalah membangun sebuah Super Ecosystem dimana siapa pun bisa memulai dan menemukan apa pun. Saat ini, Tokopedia memberdayakan jutaan penjual dan pengguna melalui marketplace (Tokopedia dan ShopTokopedia) dan produk digital, fintech dan pembayaran, logistik dan fulfillment, serta Mitra Tokopedia.

Kontak Media

Tim PR Tokopedia | pr@tokopedia.com