SIARAN PERS INI TELAH MENGIKUTI KAIDAH SEO

Kata Kunci: *Augmented Reality*, Fitur Tokopedia, *Brand* Lokal

Tokopedia Hadirkan Fitur *Augmented Reality* (AR), Masyarakat Bisa Mencoba *Makeup* Secara Virtual

Masyarakat kini bisa memanfaatkan fitur Augmented Reality (AR) dan sederet inovasi teknologi lainnya yang bisa membuat pengalaman belanja *online* makin praktis



Foto: Fitur Augmented Reality (AR) kini hadir di Tokopedia sehingga masyarakat bisa mencoba produk seperti *makeup* secara virtual.

Jakarta, 24 Mei 2023 - Perusahaan teknologi buatan Indonesia, Tokopedia, **meluncurkan fitur Augmented Reality (AR)**. Melalui fitur AR di Tokopedia, masyarakat dapat **mencoba berbagai produk *makeup*, seperti lipstik, *foundation* dan lain-lain, secara virtual sebelum membeli.**

“Inovasi teknologi AR Tokopedia hadir berkat kolaborasi bersama mitra strategis demi memberikan nilai tambah pada pengalaman belanja *online*. Dengan fitur ini kami berharap bisa makin membantu masyarakat mendapatkan produk *makeup* yang sesuai dengan warna kulit,” ungkap **Category Strategic Partnership Senior Lead Tokopedia, Azzahra Rahmani Ali.**

Untuk mencoba fitur AR Tokopedia, masyarakat cukup ketik dan klik ‘Virtual Try On’ pada kolom pencarian di halaman utama aplikasi Tokopedia. Pada halaman tersebut, masyarakat bisa mencoba berbagai produk dengan AR bertulisan ‘Cobain barangnya, yuk!’.

“Masyarakat juga bisa memilih hingga 4 varian warna produk secara bersamaan sehingga bisa membandingkannya secara lebih praktis. Fitur AR ini dapat dinikmati pengguna Android dan iOS dengan aplikasi Tokopedia versi terbaru,” jelas Azzahra.

Fitur Terbaru Lainnya: ‘Keyboard Tokopedia’ dan ‘Bagikan Alamat’ Bikin Belanja *Online* Makin Praktis

“Khusus untuk pengguna iOS, kini dapat menggunakan fitur **Keyboard Tokopedia**. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk **membagikan barang yang ada di *wishlist* Tokopedia mereka ke teman atau kerabat dengan lebih mudah**,” kata Azzahra.

Untuk mengaktifkan fitur Keyboard Tokopedia, pengguna bisa klik Settings (Pengaturan) di perangkat iOS dengan aplikasi Tokopedia versi 2.217 atau yang lebih baru, kemudian pilih Tokopedia. Selanjutnya, klik menu ‘Keyboards’ dan aktifkan *toggle* Tokopedia, serta Allow Full Access. Pengguna lalu hanya perlu ke aplikasi *chat* apa pun dan klik serta tahan ikon 🌐, dan klik Tokopedia.

Selain fitur Keyboard Tokopedia, Tokopedia juga telah meluncurkan fitur **Bagikan Alamat**. “Masyarakat bisa **mengirimkan *hampers*, hadiah atau berbagai produk lainnya kepada teman atau kerabat dengan lebih mudah** melalui dengan menggunakan fitur Bagikan Alamat. Dengan fitur ini, pengguna **tidak perlu ketik alamat penerima secara manual**,” jelas Azzahra.

“Untuk **meminta alamat** dari teman atau kerabat yang ingin dikirimi hadiah, pengguna bisa masuk ke aplikasi Tokopedia lalu klik ikon ☰ di pojok kanan atas halaman utama. Kemudian klik ikon ⚙ dan pilih ‘Daftar Alamat’. Pilih tab ‘Dari Teman’, lalu klik ‘Minta alamat ke teman kamu’. Setelah itu, pengguna dapat memasukkan email atau nomor *handphone* teman yang ingin dikirimkan permintaan alamat, lalu klik ‘Minta Alamat’,” jelas Azzahra.

Bagi **pengguna yang menerima permintaan alamat**, buka aplikasi Tokopedia dan klik ikon 🔔 di halaman utama Tokopedia, lalu klik notifikasi permintaan alamat, misalnya ‘Toppers meminta alamat kamu!’ dan pilih alamat untuk dibagikan, kemudian klik ‘Bagikan Alamat’.

"Pengguna juga dapat mengirimkan alamat yang terdaftar di aplikasi Tokopedia mereka secara langsung kepada teman atau kerabat (sesama pengguna Tokopedia lainnya) lewat fitur Bagikan Alamat. Caranya, klik ikon ☰ di pojok kanan atas halaman utama, kemudian klik ikon ⚙ dan pilih 'Daftar Alamat'. Klik ikon ⋔ pada alamat yang ingin dikirim, lalu masukkan email atau nomor *handphone* teman atau kerabat yang ingin dikirimkan alamat tersebut," tambah Azzahra.

Di sisi lain, **bagi pengguna yang sudah dikirimi alamat** dari teman atau kerabat lewat fitur Bagikan Alamat di Tokopedia, mereka hanya perlu klik ikon notifikasi 🔔 pada halaman utama Tokopedia. Kemudian, klik notifikasi yang memberi tahu bahwa teman atau kerabat telah mengirimkan alamat, misalnya 'Toppers mengirimkan alamat!'. Selanjutnya, pengguna bisa pilih alamat tersebut dan klik 'Simpan' dan setelah itu alamat akan tersimpan secara otomatis di Daftar Alamat.

Azzahra menekankan, "**Fitur Keyboard Tokopedia dan Bagikan Alamat berlaku untuk seluruh kategori produk yang ada di Tokopedia**, mulai dari kecantikan dan perawatan diri, makanan dan minuman, elektronik, *gadget* dan beragam kategori produk lainnya."

Inovasi Teknologi Tokopedia Bantu *Brand* Lokal Tingkatkan Daya Saing Bisnis

Selain menyediakan berbagai fitur untuk mempermudah pembeli berbelanja *online*, Tokopedia juga menghadirkan sejumlah fitur untuk membantu pelaku usaha di Indonesia, khususnya UMKM lokal, meningkatkan daya saing bisnis *online*.

"Ada berbagai **fitur terbaru yang bisa dimanfaatkan penjual**, yaitu fitur Spesifikasi, Katalog Tokopedia dan Kurir Rekomendasi. Fitur-fitur ini **berlaku untuk berbagai kategori produk,** mulai dari kecantikan dan perawatan diri, makanan dan minuman, elektronik, *gadget* dan masih banyak lagi," ujar Azzahra.

Pada **fitur Spesifikasi, penjual bisa memberikan informasi produk lebih lengkap,** seperti manfaat, kandungan produk hingga cara pakai, untuk lebih meyakinkan calon pembeli. Sedangkan **Katalog Tokopedia membantu penjual melakukan kurasi produk unggulan** agar pembeli bisa lebih mudah memilih dan membandingkan produk berdasarkan harga, ulasan dan lain-lain.

Di sisi lain, **Kurir Rekomendasi, menerapkan AI untuk merekomendasikan mitra logistik terbaik berdasarkan performa sehingga kualitas pengiriman makin terjaga.** Layanan ini tersedia di Jabodetabek, Medan, Deli Serdang, Yogyakarta, Bantul, Sleman, Semarang, Surakarta, Malang, Denpasar, Surabaya, Sidoarjo, Bandung dan akan terus bertambah di kota lainnya.

"Dengan Kurir Rekomendasi, **penjual bisa mengatur jadwal *pick up* barang.** Selain itu, penjual juga bisa ***live chat* bersama tim khusus** apabila terjadi kendala pengiriman," jelas Azzahra.

Animo Belanja *Online* Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di Pascapandemi Makin Tinggi

Riset e-Conomy SEA 2022 mengungkapkan **sekitar 80% konsumen digital di Indonesia akan meningkat atau setidaknya mempertahankan penggunaan layanan digital pada tahun 2023**.

BPOM di sisi lain mengungkapkan, pada tahun 2022, jumlah pelaku usaha di industri kecantikan di Indonesia tumbuh 20,6% dari tahun 2021. Peningkatan tersebut didominasi oleh UMKM, yakni sebesar 83%.

"Tokopedia sendiri sudah menjadi rumah bagi lebih dari 12 juta penjual dan hampir 100% UMKM, termasuk yang bergerak di kategori produk Kecantikan dan Perawatan Diri. Layanan kami pun bisa diakses oleh masyarakat di 99% kecamatan di Indonesia. Berdasarkan data-data itu, artinya potensi industri kecantikan di Indonesia masih sangat besar," kata Azzahra.

“Hal tersebut mendorong Tokopedia menggencarkan berbagai inisiatif demi membantu masyarakat, baik penjual maupun pembeli, menunjang penggunaan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari termasuk akan produk kecantikan dan perawatan diri. Salah satunya, kampanye Tokopedia Beauty,” ujar Azzahra. **Jacquelle** merupakan contoh *brand* lokal kecantikan yang berpartisipasi dalam Tokopedia Beauty. (Kisah inspiratif Jacquelle dapat dilihat di lampiran.)

Tokopedia di sisi lain menggencarkan inisiatif **Hyperlocal** yang menerapkan teknologi *geo-tagging* untuk mendekatkan penjual dengan pembeli di mana pun mereka berada. Contoh manifestasinya adalah **Kumpulan Toko Pilihan (KTP)**, halaman kurasi produk dari penjual terdekat dari lokasi pembeli, dan **Dilayani Tokopedia**, layanan pemenuhan pesanan yang memungkinkan penjual menitipkan produk di gudang-gudang pintar Tokopedia pada wilayah dengan permintaan tinggi.

Kriwil Indonesia merupakan contoh *brand* lokal perawatan rambut yang telah memanfaatkan layanan pemenuhan pesanan Dilayani Tokopedia agar produk perawatan khusus rambut keriting bisa dijangkau oleh seluruh masyarakat di Indonesia dengan lebih cepat dan efisien. (Kisah inspiratif Kriwil Indonesia dapat dilihat di lampiran.)

“Berkat Hyperlocal Tokopedia dan berbagai inisiatif lainnya, **penjualan produk Kecantikan dan Perawatan Diri di Tokopedia naik hampir 2 kali lipat** sepanjang kuartal I 2023 dibandingkan kuartal I 2022. **Sampo, pembersih wajah, lipstik, bedak** dan **masker wajah** menjadi beberapa produk yang paling laris di kategori Kecantikan dan Perawatan Diri di Tokopedia,” jelas Azzahra.

Pada produk Perawatan Diri, sepanjang kuartal I 2023 dibandingkan kuartal I 2022, Tokopedia mencatat wilayah dengan peningkatan tertinggi jumlah **transaksi,** dengan **rata-rata peningkatan hampir 2 kali lipat,** antara lain Kabupaten Gianyar (Bali), Lombok Utara (Nusa Tenggara Barat) dan Deiyai (Papua). Sedangkan wilayah dengan peningkatan tertinggi jumlah **penjual,** dengan **rata-rata peningkatan lebih dari 3 kali lipat,** yaitu Kabupaten Aceh Besar (D.I Aceh), Lombok Timur (Nusa Tenggara Barat) dan Berau (Kalimantan Timur).

Pada produk Kecantikan, sepanjang kuartal I 2023 dibandingkan kuartal I 2022, Tokopedia melihat wilayah dengan peningkatan tertinggi jumlah **transaksi,** dengan **rata-rata peningkatan lebih dari 3 kali lipat,** antara lain Kabupaten Lombok Utara (Nusa Tenggara Barat), Kota Tual (Maluku) dan Kabupaten Yahukimo (Papua). Sedangkan wilayah dengan peningkatan tertinggi jumlah **penjual,** dengan **rata-rata peningkatan lebih dari 4 kali lipat,** yaitu Kabupaten Langkat (Sumatra Utara), Kubu Raya (Kalimantan Barat) dan Kota Palopo (Sulawesi Selatan).

“Berkat Inisiatif Hyperlocal, pembeli bisa mendapatkan berbagai produk kecantikan dan perawatan diri dari penjual setempat atau dari luar kota/pulau dengan lebih cepat dan efisien. Dampaknya, **transaksi antarpulau tercatat tinggi;** contohnya, **transaksi dari penjual produk kecantikan dan perawatan diri di Kepulauan Maluku ke pembeli di Pulau Jawa meningkat lebih dari 2,5 kali lipat.** Di sisi lain, **transaksi dalam satu pulau yang sama juga tinggi;** contohnya, **transaksi di Pulau Papua akan produk kecantikan dan perawatan diri meningkat sebesar 7 kali lipat** selama kuartal I 2023 dibandingkan kuartal I 2022,” tutup Azzahra.

***

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 dan produk digital, fintech dan pembayaran, logistik dan fulfillment, serta Mitra Tokopedia. Tokopedia adalah bagian dari grup GoTo, ekosistem digital terbesar di Indonesia yang mencakup Gojek, Tokopedia dan GoTo Financial.

Kontak Media
Tim PR Tokopedia | pr@tokopedia.com

SIARAN PERS INI TELAH MENGIKUTI KAIDAH SEO

Kata Kunci: *Augmented Reality*, Fitur Tokopedia, *Brand* Lokal

Lampiran

Penjual di Tokopedia 'Jacquelle' - *Brand* Lokal Kecantikan Pertama di Dunia yang Berkolaborasi dengan Disney dan Animasi Jepang SPYxFAMILY



Berawal dari keinginan menghadirkan produk kecantikan lokal yang mampu bersaing dengan produk luar negeri, Budi Thomas dan Lianna Lie mendirikan Jacquelle pada tahun 2015. Tantangan di awal memulai dan membangun bisnis Jacquelle adalah sulit mendapat kepercayaan dari masyarakat terhadap produknya, namun hal ini tidak menghalangi mereka menciptakan peluang.

"Bersama puluhan karyawan yang mayoritas perempuan, kami ingin kehadiran Jacquelle dapat memudahkan masyarakat menggunakan produk lokal yang berkualitas bahkan bersaing dengan produk luar negeri sehingga bisa memajukan industri kecantikan tanah air," ujar **Budi Thomas, Head of Marketing Jacquelle**.

Jacquelle dikenal sebagai *brand* lokal yang rajin berinovasi. Jacquelle menjadi *brand* lokal kecantikan pertama yang meraih lisensi Disney untuk menghadirkan produk kolaborasi eksklusif. Selain Disney, Jacquelle juga telah berkolaborasi dengan karya animasi Jepang, SPYxFAMILY. Kolaborasi ini menjadi yang pertama di dunia.

"Jacquelle mengandalkan Tokopedia sejak tahun 2016. Kami rutin mengikuti berbagai kampanye, termasuk Tokopedia Beauty, dan menggunakan beragam fitur di Tokopedia, seperti fitur Spesifikasi dan Katalog Tokopedia. Dengan memanfaatkan fitur tersebut, kami bisa menghadirkan informasi produk dengan lebih detail sehingga mempermudah pembeli dalam memilih produk. Melalui Tokopedia, kami bisa mendapatkan omzet bulanan hingga ratusan juta rupiah," ujar Budi.

Penjual di Tokopedia 'Kriwil Indonesia' - Ajak Masyarakat Cintai Rambut Keriting lewat Produk dan Salon Khusus Rambut Keriting Pertama di Indonesia



Sejak kecil, **pendiri Kriwil Indonesia, Gracia Indriani,** merasa selalu didikte oleh standar kecantikan bahwa perempuan yang cantik adalah perempuan berambut lurus. Hal ini membuat Gracia tidak nyaman dengan rambut keritingnya dan merasa harus selalu meluruskan rambut.

"Saya ingin mendobrak standar kecantikan itu dan membuat para perempuan pemilik rambut keriting, seperti saya, bangga dengan rambut keritingnya. Akhirnya, saya membuat video dengan pesan 'cintai rambut aslimu' dan tidak disangka bisa viral," ungkap Gracia.

"Dengan modal Rp1,5 juta, pada tahun 2017, saya memberanikan diri untuk membuat produk perawatan rambut keriting, mulai dari minyak kelapa dan minyak *almond*. Seluruh proses pembuatan minyak rambut tersebut dilakukan autodidak. Lalu pada tahun 2018, saya mendirikan salon khusus rambut keriting pertama di Indonesia," jelas Gracia.

Gracia melalui Kriwil Indonesia berinovasi membuat berbagai produk yang sudah memiliki sertifikasi BPOM, seperti sampo, gel dan lain-lain, khusus untuk rambut keriting. **Produk Kriwil Indonesia dititipkan di gudang pintar 'Dilayani Tokopedia' untuk menunjang operasional bisnis, mulai dari penerimaan pesanan, pengemasan barang, pengantaran pesanan ke kurir, hingga penanganan jika ada kendala transaksi.**

"Berkat Dilayani Tokopedia, produk Kriwil Indonesia bisa diakses oleh masyarakat di seluruh wilayah di Indonesia, seperti di Papua dan Indonesia bagian timur lainnya. Transaksi antarkota kami bahkan

meningkat 2 kali lipat selama kuartal I 2023 dibandingkan kuartal I 2022. Dengan Dilayani Tokopedia, penjualan bisa terus berjalan meskipun sedang masa libur," tutup Gracia.