

STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN KONSUMSI TOKO ANTHONY

Diva Agripina Rotua Marpaung¹

¹Institut Teknologi Del, Indonesia

Jl. Sisingamangaraja Sitoluama-Laguboti, Toba Samosir 22381, Sumatera Utara-Indonesia
divamarpaung40@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to analyze the effect of Shopee Live and Shopee PayLater features on teenage consumer behavior. This research uses a quantitative approach with a survey method of 75 respondents who are teenagers in Bandung. Questionnaires were used for data collection, and SPSS 26 was used for data analysis using multiple regression lines. The research findings show that Shopee Live has a positive and significant impact on teenage consumer behavior, while Shopee PayLater has no noticeable impact. Together, Shopee Live and Shopee PayLater have a significant impact on teen consumer behavior. This research offers theoretical contributions to understanding consumer behavior in the digital age and practical implications for consumers, business owners, and financial regulators.*

Keywords: *Shopee Live, Shopee PayLater, Consumptive Behavior, Teenagers*

Abstrak.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh fitur Shopee Live dan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumen remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 75 responden yang merupakan remaja di Bandung. Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data, dan SPSS 26 digunakan untuk analisis data dengan menggunakan garis regresi berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Shopee Live memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen remaja, sedangkan Shopee PayLater tidak memiliki dampak yang nyata. Secara bersamaan, Shopee Live dan Shopee PayLater memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen remaja. Penelitian ini menawarkan kontribusi teoritis untuk memahami perilaku konsumen di era digital dan implikasi praktis bagi konsumen, pemilik bisnis, dan regulator keuangan.

Kata kunci: Shopee Live, Shopee PayLater, Perilaku Konsumtif, Remaja

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang terus berkembang dan juga didukung dengan infrastruktur serta kemudahan regulasi, mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha berbasis digital. Semakin meluasnya kegiatan bisnis yang menggunakan teknologi digital melalui platform media online yaitu e-commerce. Indonesia memiliki pengguna e-commerce terbanyak di dunia yaitu 88,1% dari

Received: Juni 12, 2024; Revised: Juli 18, 2024; Accepted: August 27, 2024; **Online Available:** August 29, 2024; **Published:** August 29, 2024;

*Corresponding author, e-mail address

seluruh pemakai internet (Lidwina 2021). Jumlah pengguna e commerce yang besar ini menjadi bukti perkembangan dari platform marketplace di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh DataIndonesia.id platform belanja online atau e-commerce yang paling sering digunakan adalah Shopee. Adapun berikut ini adalah data pada paruh kedua tahun 2024. Shopee berada di urutan pertama dengan 89%, di urutan kedua Tokopedia dengan 51% dan diikuti oleh platform e-commerce lainnya. Perbedaan persentase antar platform terpauh cukup jauh satu sama lain.

Tabel 1. Grafik Persentase E-Commerce yang paling sering digunakan

Sumber: GoodStats.Id, 2024

Grafik diatas menyajikan data, yang menyatakan bahwa Shopee sebagai aplikasi belanja daring yang paling sering digunakan para konsumen Indonesia tentu dengan pelayanan yang baik dan sistem yang memudahkan, sehingga menjadi platform e-commerce favorit konsumen Indonesia.

Tabel 2. Grafik Jumlah Pengunjung E-commerce Tertinggi

Sumber: GoodStats.Id, 2023

Menurut survei terkini yang dilakukan oleh Good Stats hingga pertengahan 2023, aplikasi belanja Shopee masih mempertahankan dominasi di pasar e-commerce Indonesia. Shopee meraih rata-rata kunjungan sebesar 158 juta kunjungan perbulan, yang mana jumlah ini jauh melampaui pesaing lainnya.

Shopee Live adalah sebuah fitur dari aplikasi e-commerce Shopee yang memberikan kesempatan kepada penjual untuk membuat sesi live streaming atau live streaming untuk mempromosikan produknya langsung ke pembeli. Live streamer adalah orang yang bertindak sebagai penyiar atau presenter yang memberikan informasi selama live streaming (Ratnawati, 2023). Melalui interaksi langsung pembeli akan mendapatkan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih baik serta menarik (Fitriyani et al., 2021).

Trend penggunaan fitur Paylater atau fitur kredit yang disediakan platform e-commerce, membuat sistem transaksi online menjadi praktis. Baik dalam segi persyaratan, pendaftaran, dan pengaktifan yang terbilang relatif mudah menjadikan paylater menjadikan sistem pembayaran kredit yang lebih unggul dibandingkan dengan bank. Berikut grafik penggunaan paylater platform e-commerce.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja di kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kehidupannya.

Masa remaja merupakan masa dimana jati diri seseorang masih belum ideal dan tergolong dalam masa peralihan. Remaja banyak mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana para remaja mencari dan berusaha 1 2 untuk mencapai pola diri yang ideal. Hal tersebut menyebabkan para remaja mudah untuk dipengaruhi oleh promosi-promosi produk dan jasa yang di

paparkan di sejumlah media massa ataupun yang secara langsung di promosikan dipasaran.

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang dinamis, strategi pemasaran menjadi elemen kunci dalam meningkatkan volume penjualan, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang menghadapi persaingan ketat (Rusydayanti & Suryadi, 2023). Toko Anthony, sebagai salah satu usaha local di Kecamatan Laguboti, menghadapi tantangan untuk meningkatkan daya saing serta bagaimana meningkatkan strategi digital marketing dalam media sosial. Oleh karena

bahasa Indonesia di sekolah harus mengikuti kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar karena bahasa Indonesia adalah bahasa asli yang berasal dari Indonesia (Romdhoningsih, 2022). Sejak masih sekolah dasar, kita memang diajarkan oleh para guru jika bahasa Indonesia harus menggunakan pola umum yang terdiri dari (S- P-O-K) subjek, predikat, objek, dan keterangan (Ruhamah, Adnan, Hajidin 2018). Dalam kehidupan ini, semua segmen masyarakat perlu menggunakan bahasa Indonesia untuk berkomunikasi dengan individu dari berbagai daerah atau latar belakang etnis yang berbeda, terutama remaja dan orang dewasa yang sering berinteraksi dengan orang lain, seperti di sekolah, kampus, tempat kerja, dan tempat lainnya. Meskipun demikian, terkadang bahasa yang digunakan tidak sesuai dengan standar baku (Romdhoningsih, 2022). Seperti yang disebutkan sebelumnya, bahasa Indonesia memiliki peran utamasebagai bahasa resmi dalam segala tingkatan pendidikan di Indonesia (Helwig et al., 2021). Oleh karena itu, dalam konteks pendidikan Indonesia, telah ditetapkan standar sebagai panduan normatif (Helwig et al., 2021). Sebagai pedoman normatif dalam pendidikan formal, penggunaan bahasa Indonesia baik lisan maupun tulisan harus mengikuti standar yang baku(Helwig et al., 2021). Proses pembelajaran melibatkan aktivitas mental yang membantu penguasaan pengetahuan, peningkatan kecakapan, perkembangan sikap , danpertumbuhan pengetahuan baru yang berdampak pada daya nalar dan kecerdasan seseorang (Ginting, 2020). Pelaksanaan pembelajaran, tidaklah sederhana, melainkan sebuah aktivitas yang kompleks. Untuk berhasil mentransformasi informasi dan pengalaman, guru perlu

menggunakan berbagai strategi dan memanfaatkan pengalaman mereka. Dengan demikian, wawasan dan pengalaman ini dapat membantu peserta didik dalam peningkatan kemampuan mereka (Ginting, 2020). Berdasarkan konsep bahasa tersebut, dapat disimpulkan bahwa bahasa terbentuk dari suara-suara yang terorganisir dan bersifat sewenang-wenang. Bahasa menjadi salah satu karakteristik khas yang membedakan manusia dari makhluk hidup lain di dunia ini (Nursalim et al., 2007). Juga selain faktor sekolah, kurangnya kemampuan siswa dalam menggunakan bahasa bakuyang benar adalah faktor lingkungan. Itu dikarenakan pada situasi zaman sekarang mayoritas penduduk Indonesia terutama para siswa SMP dan SMA lebih menyukai bahasa yang gaul, dikarenakan bahasa gaul itu terasa keren dan tidak kaku pada teman sebayanya. Faktanya, masih ada banyak individu atau kelompok masyarakat yang meyakini bahwa bahasa baku identik dengan bahasa yang baik dan tepat. Kami berupaya untuk menggunakan bahasa baku baik dalam konteks formal maupun informal, sesuai dengan keadaan, seperti disampaikan oleh (Nursalim et al., 2007). Akan tetapi di zaman sekarang, banyak sekali orang Indonesia yang tidak bisa menulis karya tulis ilmiah dengan benar. Oleh karena itu, penting untuk belajar dan memahami istilah kata yang baku, karena hal ini merupakan aspek dasar dari suatu bahasa sebagai sarana untuk menyatukan masyarakat (Ningrum, 2019: 23). Dengan demikian harapan saya, tulisan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pembaca mengenai penggunaan bahasa baku yang tepat sesuai dengan konteks kebahasaan. jika para mahasiswa dan siswa bisa membedakan. DOI: <http://dx.doi.org/10.17509/xxxx.xxx> p- ISSN 1412-4548 e- ISSN 2776-5911 Shalatin, M. A. A., dkk., Kemampuan Mahasiswa dan Siswa dalam Membedakan Bahasa Baku dan Tidak Baku Berdasarkan EYD | 42 bahasa baku yang baik dan bisa membedakannya maka dari itu mahasiswa dan siswa bisa menggunakannya dalam interaksi sehari-hari. Berdasarkan judul ini, para mahasiswa dan siswa masih memiliki kesulitan dalam membedakan dan menyampaikan pendapatnya menggunakan bahasa yang baku. Bahasa baku ini sudah jarang terdengar di kalangan para mahasiswa dan siswa dikarenakan mayoritas menggunakan bahasa gaul dan bahasa asing, Dalam

interaksi sehari-hari, masyarakat sering menggunakan bahasa gaul. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia(2008: 116). bahasa gaul merupakan bentuk bahasa nonformal dalam komunitas atau daerah tertentu untuk keperluan sosialisasi. Bahasa gaul tidak hanya digunakan oleh remaja, melainkan juga oleh orang dewasa, dianggap sebagai ekspresi yang lebih kontemporer dibandingkan bahasa Indonesia atau daerah. Hal ini mencerminkan sifat modern bahasa gaul yang berasal dari masyarakat perkotaan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008: 116) (Nursalim et al., 2007). Apakah mereka memiliki perspektif bahwa bahasa Indonesia yang baku adalah bahasa yang kaku dan kuno? Kesenjangan mengenai kemampuan mahasiswa dan siswa dalam membedakan bahasa baku dan tidak baku berdasarkan EYD memiliki beberapa faktor: a. Kurangnya pembelajaran, kurikulum pendidikan mungkin tidak cukup memperhatikan pada hal ini yang dapat menyebabkan mereka tidak memiliki pemahaman yang cukup. b. Penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat yang tidak sesuai EYD. c. Keterbatasan sumber belajar yang membuat siswa kurang memahami bahasa baku. d. Kurangnya latihan dan pemahaman tentang EYD dan cara mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. e. Membutuhkan guru yang berkualitas dalam memahami dan mengajarkan bahasa baku berdasarkan EYD. Pada penelitian ini, kita lebih berfokus pada mahasiswa yang belum bisa membedakan bahasa yang baku dan tidak baku. Tetapi penelitian ini juga bisa kita gunakan untuk siswa SD, SMP dan SMA/ sederajat. Serta untuk meminimalisir kesenjangan ini kita bisa mengajarkan bahasa baku kepada mereka dan memberikan pemahaman tentang bahasa baku dan tidak baku.

2. KAJIAN TEORITIS

Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

3. METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat rancangan penelitian meliputi disain penelitian, populasi/sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup merujuk ke referensi acuan (misalnya: rumus uji-F, uji-t, dll). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup dengan mengungkapkan hasil pengujian dan interpretasinya. Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN (Sub judul level 1)

Bagian ini memuat proses pengumpulan data, rentang waktu dan lokasi penelitian, dan hasil analisis data (yang dapat didukung dengan ilustrasi dalam bentuk tabel atau gambar, **bukan** data mentah, serta **bukan** dalam bentuk *printscreen* hasil analisis), ulasan tentang keterkaitan antara hasil dan konsep dasar, dan atau hasil pengujian hipotesis (jika ada), serta kesesuaian atau pertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya, beserta interpretasinya masing-masing. Bagian ini juga dapat memuat implikasi hasil penelitian, baik secara teoritis maupun terapan. Setiap gambar dan tabel yang digunakan harus diacu dan diberikan penjelasan di dalam teks, serta diberikan penomoran dan sumber acuan. Berikut ini diberikan contoh tata cara penulisan subjudul, sub-subjudul, sub-sub-subjudul, dan seterusnya.

Subjudul Kesatu (Sub judul level 2)

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kesatu.

1. Sub-Sub judul (Sub judul level 3)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul.

a) Sub-sub-subjudul (Sub judul level 4)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-sub-sub judul.

Sub judul Kedua (Sub judul level 2)

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kedua.

1. Sub-Sub judul (Sub judul level 3)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul.

a) Sub-sub-sub judul (Sub judul level 4)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-sub-sub judul.

Dst.....

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan ditulis secara singkat yaitu mampu menjawab tujuan atau permasalahan penelitian dengan menunjukkan hasil penelitian atau pengujian hipotesis penelitian, **tanpa** mengulang pembahasan. Kesimpulan ditulis secara kritis, logis, dan jujur berdasarkan fakta hasil penelitian yang ada, serta penuh kehati-hatian apabila terdapat upaya generalisasi. Bagian kesimpulan dan saran ini ditulis dalam bentuk paragraf, tidak menggunakan penomoran atau *bullet*. Pada bagian ini juga dimungkinkan apabila penulis ingin memberikan saran atau rekomendasi tindakan berdasarkan kesimpulan hasil penelitian. Demikian pula, penulis juga sangat disarankan untuk memberikan ulasan terkait keterbatasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH (Jika Diperlukan)

Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak penyandang dana penelitian, pendukung fasilitas, atau bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR REFERENSI

*Referensi berisi daftar jurnal, buku, atau referensi lain yang diacu dalam naskah yang terbit dalam 5 tahun terakhir dengan jumlah minimal 75% dari seluruh referensi yang digunakan. Mayoritas referensi adalah sumber primer yaitu jurnal ilmiah/prosiding. Jumlah referensi secara keseluruhan yang diacu minimal 20 buah, dan sebanyak 75%nya berasal dari publikasi jurnal ilmiah/prosiding hasil penelitian. Penulisan referensi secara alfabetis dan mengikuti gaya penulisan **American Psychological Association (APA) 6th Edition**. Manajemen penulisan referensi (dan kutipan) sangat disarankan menggunakan aplikasi Mendeley. Contoh penulisan referensi berdasarkan APA 6th Edition sebagai berikut:*

Artikel Jurnal (satu, dua, atau lebih dari dua penulis)

- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.

Artikel Prosiding

- Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).

Working Paper

- Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. *Occasional Paper Series*. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

- Belair, A. R. (2003). Shopping for Your Self: When Marketing becomes a Social Problem. *Dissertation*. Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.

Buku Teks

- Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Badan Pusat Statistik, 676. Jakarta. Diakses dari <https://www.LPPSP.go.id/index.php/publikasi/326>.

Artikel Surat Kabar/Majalah

Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Chain, P. (1997). Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE Conference. Swinburne University. Available at: <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.

Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)

StatSoft, Inc. (1997). Electronic Statistic Textbook. Tulsa OK., StatSoft Online. Available at: <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.

Catatan Kaki

Catatan kaki atau footnote tidak dapat digunakan untuk menulis referensi. Footnote hanya digunakan untuk memberikan informasi atau keterangan umum untuk memperjelas tulisan pada suatu halaman. Footnote ditulis dengan spasi tunggal dengan jenis huruf times new romans ukuran 10 pt dan diberikan penomoran, serta ditempatkan pada bagian akhir teks halaman terkait.

Penempatan Tabel

Tabel 1. Frekuensi Umur dalam tahun

Umur (dalam tahun)	Frekuensi
15 – 19	3
20 – 24	6
25 – 29	10
30 – 34	5
35 – 39	2

Sumber: SOSHUMDIK (2022).

Penempatan Gambar



Keterangan: Gambar harus jelas dan *fix* (tidak pecah).
Sumber: SOSHUMDIK (2022).

Gambar 1. Grafik pengunjung pada suatu website

Cara penulisan referensi di dalam naskah

Penulisan sitasi (body notes) sesuai dengan standar American Psychological Association (APA) 6th Edition. Berikut ini adalah contoh sitasi di dalam sebuah paragraf yang mengacu pada contoh daftar referensi di atas:

Sebagaimana yang tertera dalam Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1 tentang Sistem Pendidikan nasional dinyatakan bahwa “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar siswa secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. (Sukmadinata, 2009)

Refleksi diartikan sebagai berpikir mengenai pengalaman sendiri dari masa lalu atau mawas diri. Refleksi dilakukan oleh siswa setelah melaksanakan berbagai kegiatan dalam bentuk pengalaman belajar. Siswa antara satu dengan lainnya melakukan analisis, pemaknaan, penjelasan, penyimpulan, dan tindak lanjut dari pengalaman belajar yang dilalui (Rusman, 2011).