

	Agustus 2024	oleh shopee dan tokopedia - Melakukan pembelian bahan baku dan mengirimkannya ke tempat produksi - Membuat konten video untuk promosi penjualan dan stock konten untuk di upload
6	2 - 7 September 2024	- Melakukan posting konten feed instagram dan story instagram - Melakukan <i>live</i> shopee dan tiktok - Pengecekan produk untuk keperluan bahan <i>live</i> - Melakukan pembelian baku untuk produksi
7	9 - 14 September 2024	- Melakukan analisis SEO pada pemasaran digital - Memperbaharui <i>keyword</i> pada Shopee dan Tokopedia - Melakukan <i>live</i> shopee dan tiktok - Melakukan pembelian baku untuk produksi dan mengirimkannya ke pabrik
8	16 - 21 September 2024	- Melakukan <i>live</i> Shopee, Tokopedia, dan Instagram - Melakukan laporan penyusunan kegiatan magang - Membuat konten video dan foto produk - Melakukan pembelian baku untuk produksi dan mengirimkannya ke pabrik - Berpamitan dengan pegawai dan owner perusahaan dan penyerahan serifikat magang

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Implementasi Digital Dengan *Shopee Live* pada Clarissa Project

Clarissa Project adalah perusahaan yang berkerak di bidang kerajinan dan craft. Dalam upaya meningkatkan daya Tarik kepada konsumen agar optimal dan efektif, Perusahaan melakukan strategi pemasaran menggunakan aplikasi penjualan E-Commerce dengan memanfaatkan fitur *Shopee* yaitu dengan *Shopee Live Streaming*. Menurut Sari (2024) Ada beberapa hal yang perlu di perhatikan dalam meningkatkan daya Tarik yang optimal dan efektif ketika melakukan pemasaran dan meningkatkan penjualan yaitu sebagai berikut :

1. Aspek video *Live Streaming* yang digunakan oleh Clarissa Project adalah mempersiapkan *live* dengan memperhatikan pencahayaan, audio, jaringan internet, dan penampilan *host live* itu sendiri untuk mendapatkan kualitas *live* yang baik dan menjadi daya Tarik bagi konsumen untuk membeli produk. Akan tetapi, masih dalam segi pencahayaan masih kurang dan karena distorsi tempat karena berwarna hijau menjadikan cahaya ketika *live* kurang maksimal.



Gambar 4. 1 Kondisi Live Clarissa Project

2. Pada Aspek Konten atau ajakan bagi penonton *Live Streaming* Clarissa Project membuat persiapan rancangan *live* yaitu dengan membuat poster pengumuman untuk *live* yang disebarluaskan ke berbagai Platform lainnya untuk menjaring penonton sebanyak mungkin seperti pada *whatsapp*, Instagram, Tiktok, Dan Shopee. Serta dengan memperhatikan foto sampul atau sebelum *live* supaya konsumen produk yang akan dipromosikan pada saat *live shopee* Clarissa Project.



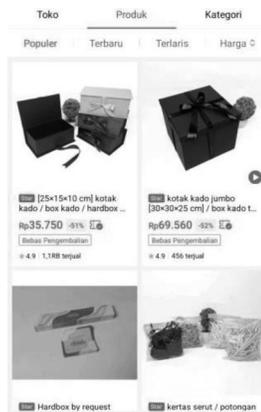
Gambar 4. 2 Konten iklan live shopee

Selain itu, Clarissa Project juga membuat ajakan lewat reels yang ada pada fitur shopee untuk menawarkan produk dan promo yang akan ditawarkan ketika *live shopee* dan promo atau diskon yang ada pada Shopee Clarissa Project pada saat itu.



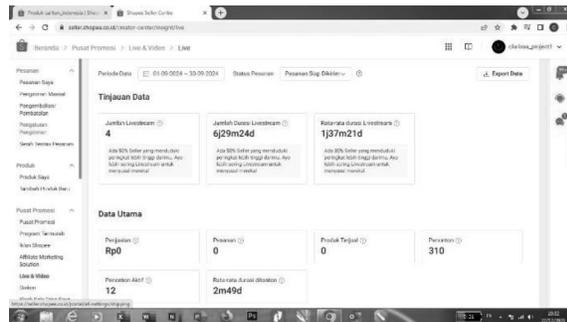
Gambar 4. 3 konten reels Shopee

3. Aspek harga yang diberikan oleh Clarissa Project sudah sesuai dengan prosedur pemberian harga pada setiap produknya dengan asumsi Perusahaan pada memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dan tingkat kesulitan setiap produknya.



Gambar 4 4 Harga produk Shopee Clarissa Project

4. Aspek Waktu *Live*, dalam melakukan *Live shopee* Clarissa Project tidak terjadwal. Mereka melakukan *live* hanya pada saat ada *event* dan ketika dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan untuk pelaksanaan *live*, dilakukan pada jam tertentu seperti pada saat jam makan siang yaitu jam 13:00-15:00 atau pada sore hari yaitu jam 15:00-17:00, dan jam malam yaitu jam 19:00-21:00. Melakukan sekali *live* 2 jam karena efektif untuk *vee* yaitu di *range* waktu 1-2 jam saja untuk mengurangi *booring* bagi konsumen dan kekuatan penyampaian dari *host*-nya sendiri.



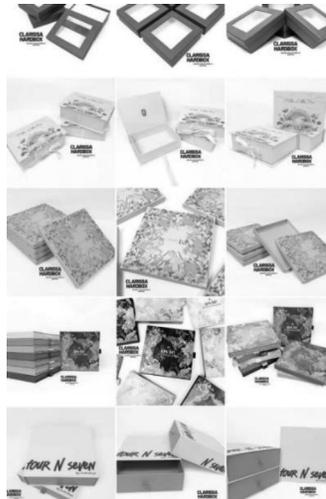
Gambar 4. 5 Waktu Shopee Live

5. Pada aspek Produk Clarissa Project selalu menyusun etalse produk *best seller* pada etalase nomor satu untuk merangsang konsumen melihat dan membeli pada produk tersebut. Sedangkan untuk produk yang tidak *best seller* di tempatkan pada etalase bawah atau terakhir akan tetapi tetap dikenalkan dengan mengulas setiap produk yang ada di etalase *shopee live*.



Gambar 4. 6 produk live shopee

Produk yang ada pada shopee ada produk *hardbox*, *paperbag*, amplop, dan lainnya. Dengan menempatkan produk *best seller* pada tampilan teratas pada beranda akun shopee Clarissa Project.



Gambar 4. 7 Produk Hardbox

6. Aspek testimoni pada Shopee terdapat pada setiap produk yang jual dan aka nada testimoni dari konsumen yang telah membeli produk Clarissa Project. Dengan testimoni dapat meningkatkan kepercayaan dan dorongan

konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini juga menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam membeli produk tersebut dan bahan evaluasi untuk Perusahaan dalam meningkatkan dan menjaga kualitas produk. Testimoni yang ada pada toko Shopee Clarissa project terbilang baik yaitu ada pada rata-rata 4.9 dari 4, angka ini sudah terbilang fantastis dalam hal pelayanan, produk, dan performa shopee dalam menghadapi konsumen.



Gambar 4. 8 Testimoni pada produk Shopee

Testimoni yang ada pada Clarissa Project juga ada beberapa yang dibuat menjadi konten, ini adalah upaya dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dalam membeli produk tersebut.



Gambar 4. 9 Testimoni konten story Shopee

B. Kendala implementasi digital *Shopee Live* pada Clarissa Project

Kendala pada Clarissa Project dalam pengimplementasian *digital marketing* masih banyak kendala yang dialami terutama dalam melakukan *live shopee*. Berikut adalah beberapa kendala pada pengimplemetasian digital *Shopee Live* pada Clarissa Project :

1. Pengimplementasian *digital marketing* clarissa melalui *Shopee Live* dianggap lebih rumit karena harus menyesuaikan waktu dengan customer, tidak adanya staff *host live* yang melakukan *live*. Karena semua dikerjakan oleh admin yang merangkap juga dengan kondisi pesanan yang ada pada Clarissa Project.
2. Dalam menentukan waktu *live* masih belum dikatakan efektif karena tidak ada jadwal khusus untuk *live shopee* dan waktu-waktu yang harus dipakai agar mendapatkan penonton yang banyak dengan penjualan yang banyak juga dan dengan bonus *Gift* dari penonton atau konsumen untuk Perusahaan.

3. Keterbatasan alat dalam melakukan *live shopee*, hal ini mengakibatkan kualitas *live* kurang baik dan banyak blur pada saat *live*. Seperti minimnya perangkat pencahayaan dan kualitas *handphone* yang kurang mendukung mengakibatkan kualitas video kurang baik dan pada saat *live* videonya akan patah-patah.