

Analysis Of Discount Strategies On Sales Volume On Shopee (Mekaya_Im Case Study)

Analisis Strategi Diskon Terhadap Volume Penjualan Di Shopee (Studi Kasus Mekaya_Im)

Jehan Fitri Millania^{1,*}, Azizah Fauziyah², Arief Budiman³

Kewirausahaan, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota tasikmalaya, Indonesia^{1,2,3}

jehanfitri@upi.edu¹, azizahfauziyah@upi.edu², arief.budiman@upi.edu³

*Corresponding Author

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze and understand the impact of discounts on Mekaya_im's sales volume for one year. The research method used is a qualitative descriptive method using data collection techniques through interviews, observation, literature study and documentation with the owner of Mekaya_im. The primary data used involves interviews and observation, while secondary data is obtained from documentation and literature study. The research results show that Mekaya_im's discount strategy is to increase sales volume for one year by optimizing the features available on the Shopee application, such as vouchers and shop promos. In addition, a variety of payment methods, including COD, Shopee pay, Shopee pay letter, Seabank, COD-Check first, bank transfer, and others, are also provided to make the payment process easier for buyers.

Keywords: Strategy, Discounts, Sales Volume, Mekaya_im

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami dampak pemberian diskon terhadap volume penjualan Mekaya_im selama satu tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi dengan pemilik Mekaya_im. Data primer yang digunakan melibatkan wawancara dan observasi, sementara data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberian diskon oleh Mekaya_im untuk meningkatkan volume penjualan selama satu tahun dengan cara mengoptimalkan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Shopee, seperti voucher dan promo toko. Selain itu, variasi metode pembayaran, termasuk COD, Shopee pay, Shopee pay letter, Seabank, COD-Cek dulu, transfer bank, dan lainnya, juga disediakan untuk memberikan kemudahan kepada pembeli dalam proses pembayaran.

Kata Kunci: Strategi, diskon, volume penjualan, mekaya_im

1. Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi dapat memengaruhi kehidupan sehari-hari (Lestari, 2021). Perkembangan teknologi internet terus berkembang seiringnya zaman, memasuki berbagai bidang, salah satunya di bidang bisnis yaitu yang ditandai dengan munculnya berbagai platform jual beli *online* seperti Shopee, TokoPedia, BukaLapak, Lazada dan lain-lain (Wahyuni, 2022). Menurut Pratama (2021), kemajuan teknologi juga memengaruhi kegiatan berbelanja. Dunia bisnis juga akan terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman (Nurlita, 2021). Menurut Auli (2022), Penggunaan *e-commerce* shopee menjadi platform belanja yang sedang diminati oleh para konsumen dengan total unduhan terbanyak di *Playstore* ataupun *AppStore* Berdasarkan data *idprice.co.id*, shopee merupakan *e-commerce* dengan jumlah kunjungan situs tertinggi di Indonesia pada kuartal 2 tahun 2022.

Shopee ialah sebuah aplikasi yang digunakan untuk menjual dan membeli secara online yang dapat diakses secara mudah dan cepat dengan menggunakan *handphone*. Selain itu dengan kemudahan saat ini, pelanggan lebih menyukai berbelanja secara *online* daripada *offline* (Muklis, 2023). Adanya pergeseran berbelanja secara *online* yang sangat cepat ini

menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para pebisnis untuk lebih kreatif dan inovatif mengembangkan model bisnis baru yang memberikan kenyamanan bagi konsumen agar semakin aktif bertransaksi. Menurut Kholifah(2020) dalam (Terasha,2022) Melalui *smartphone* proses pembayaran dapat dilakukan dengan mudah dan aman hanya dengan melakukan pembayaran elektronik.

Industri rumahan ataupun dikenal sebagai *home industry* adalah tempat tinggal yang berfungsi sebagai tempat usaha, baik itu berupa bisnis jasa, kantor, atau perdagangan (Hidayah,2021). Mekaya merupakan usaha rumahan yang bergerak dibidang produksi makanan ringan yaitu Keripik Tike. Keripik tike merupakan makanan ringan khas Indramayu yang berbahan dari umbi tanaman purun atau umbi tike. Keripik tike ini suatu pemanfaatan gulma pertanian yang diolah secara tradisional dengan cara memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dalam proses pengolahannya sehingga menjadi cemilan yang bernilai tinggi yang kaya akan protein dan karbohidrat. Pengolahan keripik tike ini sudah ada sejak tahun 1970an dan sudah menjadi sumber penghasilan tetap bagi masyarakat setempat.

Berdasarkan informasi dari pemilik mekaya_im sebelum mengetahui *e-commerce* shopee penjualan yang dilakukan ialah dengan memasarkan produk tersebut secara konvensional atau tradisional ke toko oleh-oleh wilayah Majalengka, Cirebon dan sekitarnya ataupun kekonsumen wilayah indramayu saja. Namun seiringnya berjalannya waktu pemilik mekaya_im memanfaatkan dan memaksimalkan pemasaran *online* melalui marketplace shopee. Pemasaran *online* yang dilakukan di shopee sudah dari tahun 2019, namun volume penjualan dari tahun 2020-2022 mengalami penurunan Diperoleh informasi permasalahan yang terjadi pada mekaya_im yang saat ini mempengaruhi volume penjualan kurangnya strategi pemasaran sehingga penjualan tidak berkembang dan melemah. Menurut Sfenrianto(2018) dalam (Amelia,2023), Dengan menerapkan strategi pemasaran dan media yang efektif serta tepat, dapat berhasil menarik perhatian pasar yang diincar, sehingga volume penjualan selalu mengalami peningkatan. Sebagai gambaran dapat ditunjukkan data volume penjualan pada mekaya_im yakni pada table berikut. Volume Penjualan mekaya_im Periode Tahun 2020-2022.

Tabel 1. Volume penjualan mekaya_im Tahun 2020-2022

No	Tahun	Volume penjualan
1	2020	91 Pcs
2	2021	373 Pcs
3	2022	207 Pcs

Pada tabel di atas menunjukkan adanya penurunan tingkat penjualan selama tiga tahun terakhir. Karena itu, masalah menurunnya volume penjualan ini harus diselesaikan. Sebagai hasil pengamatan dan wawancara dengan pemilik Mekaya_im, peneliti menemukan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah kurangnya strategi yang efektif oleh Mekaya_im. Jika bisnis ingin bertahan harus mempertimbangkan masalah yang menghambat peningkatan volume penjualan(Hulu, 2021).

Menurut Jannah (2019:166) dalam (Fransiskho,2021) Diskon adalah salah satu taktik penjualan yang dapat menarik minat pembeli untuk membeli barang yang dijual. Selain itu, marketplace menjadi salah satu alat pemasaran *online* yang efektif yang dapat digunakan bisnis untuk mempromosikan barang-barang yang ditawarkannya dengan memberikan diskon (Santoso,2022). Saat ini, banyak bisnis yang menggunakan dengan memberikan diskon untuk menarik pelanggan(Kusnawan,2019).

Toko online biasanya menawarkan berbagai jenis diskon untuk menarik pembeli(Muklis, 2023). Oleh karena itu, memberikan diskon kepada pelanggan untuk meningkatkan ketertarikan mereka terhadap barang yang dijual. Menurut Fransiskho (2021:21)" Penetapan harga diskon dilakukan untuk lebih menarik pembeli agar membeli

dalam jumlah tertentu". Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemberian harga diskon saling berkaitan dan memiliki dampak signifikan pada peningkatan volume penjualan.

Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fransiskho (2021) yang berjudul pengaruh kepuasan konsumen dan diskon terhadap volume penjualan PT. Atmindo tbk tanjung morawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan latarbelakang permasalahan yang terjadi dan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik melakukan penelitian serupa dengan tujuan mengetahui pengaruh dari diskon terhadap meningkat volume penjualan dengan judul " Analisis strategi diskon terhadap volume penjualan di shopee (studi kasus mekaya_im)".

2. Tinjauan Pustaka

Diskon

Menurut Rusni(2022:169)"Diskon adalah pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli saat membeli barang atau jasa". Menurut Kotler (2012) dalam Alghifari (2021) menyatakan bahwa diskon adalah pengurangan langsung dari harga barang yang dibeli selama periode waktu tertentu. Menurut Supma (2019:21) dalam Nurita (2021) mendefinisikan *Price discount* adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan yang biasanya merupakan strategi dalam promosi. Menurut Santoso (2022:25)" Diskon merupakan hal yang wajib ada, pentingnya pemberian diskon ini merupakan hal yang digunakan sebagai strategi yang dilakukan oleh perusahaan demi menarik konsumen untuk melakukan pembelian".

Volume penjualan

Menurut Daryono (2011:187) dalam Santi (2019) bahwa volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Menurut Stapelton (2005:185) dalam Hulu (2021)"volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik atau volume". Banyak cara yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan mengadakan promosi, kualitas produk dan menambah keanekaragaman produk(Anjayani,2022). Menurut Ahmadi(2020) Volume penjualan adalah jumlah hasil yang ingin dicapai atau dapat dicapai dalam jangka waktu tertentu melalui aktivitas penjualan dan yang diharapkan dapat dicapai untuk memaksimalkan laba. Menurut Pianti (2017) dalam (Ummah,2022) menyimpulkan bahwa ada beberapa indikator dari volume penjualan yaitu sebagai berikut : 1) Pencapaian penjualan 2)Pendapatan laba 3) Pertumbuhan penjualan.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode deskriptif kualitatif. penelitian ini dilakukan pada mekaya_im, dengan tujuan menganalisis dan mengetahui strategi diskon yang diterapkan oleh pemilik mekaya_im untuk meningkatkan volume penjualan di *ecommerce* Shopee. Pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan memperoleh keterangan baik secara lisan maupun melalui dokumen dari pemilik usaha dan karyawan mekaya_im.

Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini berlokasi di UMKM Mekaya_im berlokasi di kecamatan losarang kabupaten Indramayu. Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti seluruh kegiatan yang ada ditempat usaha tersebut.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer
Data primer adalah data informasi yang diperoleh secara langsung dari pemilik dan karyawan mekaya_im.
2. Data sekunder
Data sekunder adalah data informasi berupa publikasi yang berasal dari perusahaan berupa sejarah singkat mekaya_im, struktur organisasi, data jumlah karyawan dan lainnya.

Analisa Data

Dalam menyusun laporan ini, peneliti menerapkan metode deskriptif yang menguraikan penjelasan mendalam terhadap data yang berhasil dikumpulkan dari pemilik mekaya_im. Data tersebut kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang relevan dengan tujuan pelaporan, dan kesimpulan ditarik dari hasil analisis tersebut.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, metode pengumpulan data menjadi faktor penting yang berperan penting dalam keberhasilan penelitian. Dalam hal ini mencakup cara pengumpulan data, sumber data yang digunakan, dan alat yang digunakannya. Jenis sumber data adalah mengenai darimana data diperoleh. Apakah data diperoleh peneliti dari sumber langsung (data primer) atau diperoleh peneliti dari sumber tidak langsung (data sekunder).

1. Wawancara/Interview
Wawancara adalah proses bertanya kepada karyawan atau pemilik usaha untuk mendapatkan informasi terkait penelitian (Rusdi,2019). Wawancara ialah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara komunikasi langsung antara peneliti dan pemilik usaha.
2. Observasi
Observasi adalah proses dimana penulis melakukan pengamatan yang dilakukan terhadap masalah perusahaan (Rusdi,2019) Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan permasalahan objek pada awal penelitian.
3. Dokumentasi
Dokumentasi adalah metode pengambilan pengumpulan data visual yang berasal dari rekaman buku catatan dan objek yang sedang diteliti.
4. Studi Pustaka
Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dan analisis teori yang berkaitan dengan isu penelitian dari berbagai sumber literatur.

5. Hasil Dan Pembahasan

Mekaya_im telah berdiri sejak Januari 2018 yang dikelola oleh Jehan Fitri Millania, yang bertempat di Blok Jangga Tua RT 003 RW 003 Desa jumbleng Kecamatan Losarang, Indramayu. Pemilik mekaya_im ini memulai usahanya dengan memasarkan atau menjual produknya secara *offline*, hanya pesanan dan menitipkan produk ke toko oleh wilayah Indramayu, Cirebon dan Majalengka dengan sistem pembayaran kosinyasi. Pada tahun 2019 pemilik mekaya_im mulai memasarkan produknya melalui *online* seperti facebook, instagram dan berbagai marketplace seperti tokopedia, lazada, shopee dan lainnya. Pemilik mekaya_im memaksimalkan penjualan melalui marketplace shopee dikarenakan pengoprasian pada *seller centre* yang mudah dan diminati oleh masyarakat umum. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti kepada pemilik mekaya_im terdapat beberapa masalah yang mempengaruhi volume penjualan yaitu:

1. Persaingan harga jual offline yang dibawah standar.

2. Sistem pembayaran konsinyasi yang membutuhkan modal besar.
3. Resiko kerugian pengembalian produk yang tidak laku ditukar dengan produk yang baru.
4. Penjualan melalui media online seperti marketplace shopee belum optimal.

Dengan adanya masalah tersebut pemilik mekaya_im harus mencari solusi atau cara untuk mengatasi masalah yang terjadi pada usahanya dengan melakukan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan sehingga menghasilkan laba yang diharapkan. berikut adalah solusi yang harus dilakukan oleh mekaya_im adalah :

1. Harga

Penetapan harga jual merupakan hal yang utama, hal ini menghindari perang harga dengan kompetitor lainnya, dimana harga jual tersebut sudah termasuk perhitungan atau penjumlahan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dengan mempertimbangkan laba yang ingin didapatkan.

2. Optimalisasi marketplace shopee

untuk mengatasi semua permasalahan yang terjadi pemilik mekaya_im harus beralih dan memanfaatkan pemasaran melalui media online serta mengoptimalkan penjualan melalui marketplace shopee agar jangkauan pemasaran lebih luas dibandingkan dengan offline atau konvensional. Oleh karena itu optimalisasi yang dilakukan pemilik mekaya_im untuk meningkatkan volume penjualan pada marketplace shopee menggunakan fitur- fitur yang tersedia untuk menarik para konsumen membeli produk tersebut menggunakan strategi diskon.

Strategi Diskon

Beberapa cara untuk meningkatkan volume penjualan mekaya_im di shopee ialah menggunakan fitur yang tersedia pada aplikasi tersebut diantaranya :

1. Promosi toko

Promosi toko ini ialah fitur yang meliputi promo toko, voucher, flash sale , paket diskon, kombo hemat, promo ongkir toko, hadiah dengan minimal belanja dan lainnya.

- a. Promo toko

Promo toko fitur ini menggunakan potongan harga berupa presentase, dimana pada fitur tersebut dapat diatur waktu memulai, waktu berakhir dan produk mana saja yang akan didisplay untuk didiskon. Diskon yang diberikan pemilik mekaya_im untuk menarik pembeli ialah dari 10% hingga 20%. Pada fitur tersebut pemilik toko juga dapat mengatur jumlah produk yang akan didiskon.

- b. Voucher

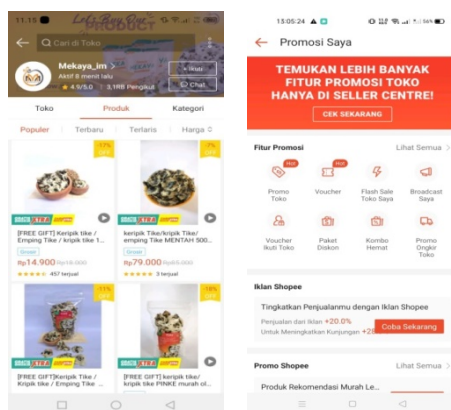
Selain itu berbagai macam voucher yang diaktifkan seperti voucher toko, voucher ini digunakan minimal belanja Rp.100.000 dengan potongan harga Rp.2000. Kemudian voucher ikuti toko, pada voucher ikuti toko ini berfungsi untuk memaksimalkan pengikut toko lebih banyak lagi, pemilik mekaya_im mengatur dengan minimal pembelian Rp.220.000 mendapatkan potongan harga sebesar Rp.5.000.

- c. Paket diskon

Promo yang ditawarkan kepada pembeli dengan cara membeli produk bersamaan dengan mendapatkan harga yang lebih murah serta pemberian hadiah gratis berupa sedotan stainless minimal pembelian Rp.50.000.

- d. Gratis ongkir

Gratis program yang disediakan oleh shopee bagi penjual untuk memberikan voucher gratis ongkir kepada para pembeli, sehingga pembeli tidak perlu membayar ongkir ataupun adanya potongan ongkir yang sudah otomatis terpotong dari shopee dengan menyesuaikan jarak pembeli dan berat produk yang dibelinya.



Gambar 1. Marketplace shopee mekaya_im

Berdasarkan uraian diatas pemilik mekaya_im menggunakan strategi diskon yang telah tersedia pada fitur di aplikasi shopee berupa promo toko, voucher toko, voucher ikuti toko, paket diskon dan gratis ongkir untuk terus meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga pembayaran bisa dilakukan dengan COD, ShopeePay, dan tranfer bank, seabank, COD cek dulu, shopeepayletter dan lainnya untuk memudahkan proses pembayaran para pembelinya.

Volume Penjualan

Salah satu analisis terpenting yang dilakukan oleh perusahaan adalah analisis volume penjualan. Tujuan analisis ini adalah untuk menilai sejauh mana kemajuan atau kemunduran perusahaan dalam memasarkan produk-produknya Dengan melakukan analisis ini, kita dapat menentukan apakah penjualan produk perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan., peneliti mencoba menentukan apakah volume penjualan mekaya_im telah meningkat atau menurun selama priode 1 tahun dari bulan januari sampai desember 2023. Berikut volume penjualan mekaya_im periode satu tahun 2023 :

Tabel 2. Volume penjualan mekaya_im Tahun 2023

No.	Bulan	Volume Penjualan
1.	Januari	29 pcs
2.	Februari	37 pcs
3.	Maret	35 pcs
4.	April	43 pcs
5.	Mei	22 pcs
6.	Juni	36 pcs
7.	Juli	32 pcs
8.	Agustus	26 pcs
9,	September	34 pcs
10.	Oktober	55 pcs
11.	November	21 pcs
12.	Desember	38 pcs
Total		408 pcs

Dari table diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan pada bulan januari hingga desember 2023 mengalami kenaikan total penjualan sebesar 408 pcs pada tahun 2023. Berdasarkan data sebelum melakukan strategi diskon pada tahun 2019 adalah 91 Pcs, pada tahun 2020 mengalami kenaikan penjualan menjadi 373 pcs namun pada tahun 2021 mengalami penurunan hingga 207 pcs. Dengan adanya data tersebut menunjukkan bahwa strategi diskon berhasil meningkatkan volume penjualan usaha mekaya_im pada marketplace shopee.

5. Penutup kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian dan pembahasan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mekaya_im, yaitu kurangnya kemajuan strategi untuk mengatasi penurunan volume penjualan, oleh karena itu mekaya_im telah mengidentifikasi dan memperbaiki strategi pemasarannya setelah melalui proses penelitian.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi diskon memiliki dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan, terutama dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee, seperti gratis ongkir, voucher potongan harga, dan voucher mengikuti toko. Selain itu, variasi metode pembayaran seperti COD, Shopeepay, Shopeepayletter, seabank, COD-Cek dulu, transfer bank dan lainnya juga disediakan untuk memberikan kemudahan bagi pembeli dalam proses pembayaran.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan terdapat saran yang diberikan kepada pemilik mekaya_im dimana terus mengikuti dan melakukan model bisnis baru agar keberlangsungan usaha tetap terjaga serta volume penjualan tidak mengalami penurunan.

Selain itu pemilik mekaya_im harus melihat peluang-peluang yang ada, melakukan berbagai promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan lainnya sehingga penjualan terus meningkat.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, R. S., Harnani, N., & Setiadiwibawa., L.(2020). Peningkatan Volume Penjualan Pada Umkm Industri Kreatif Makanan, Minuman Melalui E-Commerce Di Kota Bandung. *Sosiohumaniora*, 22(2), 172-180.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 223-236.
- Amelia, R., & Sudrartono, T. (2023). Pemanfaatan Marketplace Shopee dalam Peningkatan Volume Penjualan Jaket Hoodie Toko Mikayla Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 118-124.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610-3617.
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(15), 111-121.
- Fransiskho, G., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Diskon terhadap Volume Penjualan PT. Atmindo Tbk Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis Kolega*, 7(2), 20-29.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76-82.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya. *Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 16-25.

- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2), 137-160.
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh fenomena harbolnas (hari belanja online nasional) pada e-commerce shopee melalui diskon dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1482-1491.
- Muklis PD, A. C., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Potongan Harga dan Iklan Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Shopee. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337-347.
- Nurita, A. R., & Wijayanti, R. F. (2021). PENGARUH IKLAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 165-168.
- Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204-209.
- Rusdi, M., (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49-54.
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167-179.
- Santi, N. W. A., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 116-128.
- Susanto, M. W. B., Zulianto, M., & Widodo, J. (2022). PENGARUH DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA KESILIR KABUPATEN JEMBER). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 24-29.
- Terasha, C., Fazri, A., & Musnaini, M. (2022). Pengaruh Diskon, Voucher, Dan Cashback Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Shopeepay. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 20-27.
- Ummah, M., Arifin, R., & Brotosuharto, M. K. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Desain Produk Terhadap Volume Penjualan Industri Hasil Rumahan (Studi Pada Pelaku Industri Tas di Tanggulangin Sidoarjo). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 249-263.
- Wahyuni, A., Handoko, T., & Widodo, Z. D. (2022). PENGARUH MINAT BELI MASYARAKAT TERHADAP DISKON SHOPEE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA BAGI PENGGUNA SHOPEE (Study Kasus Bagi Pengguna Shopee di Sragen). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(4), 869-879.