

## **Analisis Penjualan Produk Mitra Tokopedia Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19**

Iin Kurniasi<sup>1</sup>,✉Irwan Septayuda<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Manajemen, Universitas Bina Darma

### **Abstrak**

Pandemi Covid-19 merupakan peristiwa penyebaran Coronavirus Disease 2019 (disingkat covid-19) di seluruh dunia untuk semua Negara Penyakit ini disebabkan oleh virus corona jenis baru yang disebut SARS-Cov-2 Wabah Covid-19 terdeteksi pertama kali di kota Wuhan, Hubei, China pada 31 Desember 2019, dan dinyatakan sebagai pandemi oleh World Health Organization (WHO) pada 11 Maret 2020 , Dalam Waktu relatif singkat, pola pemasaran berubah, terutama ketika jarak sosial dan pembatasan Sosial Berskala Besar. Pemasar harus memutar otak untuk biasa memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen, sebagai strategi brand untuk bertahan di tengah pandemi virus corona . Para pebisnis mengoptimalkan online marketing dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya, Melihat permasalahan tersebut, pelaku usaha harus bereaksi secara cepat dan tepat untuk mengubah strategi penjualannya. Diharapkan tidak ada penurunan penjualan yang signifikan saat social distancing diterapkan . Di masa pandemi Covid-19, aplikasi Mitra Tokopedia banyak digunakan karena memudahkan pembelian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa keluar rumah, cukup di rumah saja, produk pesanan akan dikirim. Berjualan produk melalui aplikasi saat ini sangat diandalkan oleh semua orang, selain mudah harganya juga lebih murah.Mitra Tokopedia merupakan salah satu sektor yang diperbolehkan untuk melanjutkan kegiatannya meyalurkan kebutuhan masyarakat, karena produk yang dijual adalah kebutuhan rumah tangga & makanan.Selain itu, metode penjualan berbasis Mitra tokopedia.Belanja Online juga mendukung upaya pemerintah untuk mengurangi kontak langsung antara penjual & pembeli agar semakin banyak orang yang membeli kebutuhannya melalui Aplikasi Tokopedia.penelitian ini mengambil objek penelitian pada Mitra Tokopedia Palembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis penjualan produk pada Mitra Tokopedia Palembang pada masa Pandemi Covid-19.

**Kata Kunci:** Penjualan Produk, Mitra Tokopedia, Pademic

Copyright (c) 2023 Iin Kurniasi

---

✉Corresponding author :

Email Address : irwan.septayuda@binadarma.ac.id

### **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit koronavirus 2019 (disingkat Covid-19) di seluruh dunia untuk semua Negara.Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah Covid-19 pertama kali didektesi di kota Wuhan, Hubei, Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020 . Dalam waktu yang cukup singkat, pola pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar.Pemasar harus putar otak untuk bisa

memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen, sebagai strategi *brand* bertahan di tengah pandemi virus corona. Pada pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran *online* dan *digitalbranding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Melihat permasalahan tersebut, para pelaku usaha harus menyikapinya dengan cepat dan tepat untuk mengubah strategi penjualannya. Diharapkan tidak terjadi drop penjualan yang signifikan saat diberlakukannya *social distancing*.

Dimasa pandemi Covid-19 Aplikasi Mitra Tokopedia banyak digunakan karena memudahkan pembelian untuk memenuhi kebutuhan sehari - hari tanpa perlu keluar rumah. Cukup di rumah saja maka produk yang di pesan akan di kirim. Penjualan produk melalui aplikasi saat ini sangat di andalkan semua orang, selain mudah juga harganya lebih murah. Mitra Tokopedia menjadi salah satu sektor yang di perbolehkan terus beraktifikasi mendistribusikan kebutuhan masyarakat, karena produk yang dijual adalah kebutuhan rumah tangga & makanan. Selain itu metode penjualan Mitra Tokopedia yang berbasis *Online Shopping* juga mendukung upaya pemerintah untuk mengurangi kontak langsung antara penjual & pembeli sehingga banyak orang yang membeli kebutuhan mereka lewat Aplikasi Tokopedia.

Penelitian ini mengambil objek penelitian pada Mitra Tokopedia Palembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui dan Menganalisis Penjualan Produk Pada Mitra Tokopedia Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19.

Menurut (Setyaningsih, 2021) Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaankonsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi .

Menurut (Yudha & Irawan, 2022) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara menguntungkan bagi perusahaan. Menurut (Yudha & Irawan, 2022) manajemen pemasaran adalah suatu proses manajemen, yang meliputi penganalisaan, perencanaan pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan .

Berdasarkan pendapat ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang dapat membangun hubungan yang erat dengan konsumen untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan .

Menurut (Zahra Yuswana et al., 2022) Penjualan dapat dilakukan dengan kegiatan terhadap perusahaan di dalam menghasilkan sesuatu dari suatu proses pertukaran yang terjadi di pasar . Di sebagian besar Perusahaan, penjualan adalah satu - satunya penghubung terpenting dengan pelanggan. Istilah penjualan mencakup berbagai situasi dan aktivitas penjualan. Misalnya, posisi penjualan di mana perusahaan diperlukan untuk menyampaikan produk kepada pelanggan secara teratur atau berkala. Penjualan dapat menyediakan mekanisme pertukara, dan melalui proses ini pelanggan kebutuhan dan keinginan terpenuhi. Perusahaan yang berorientasi pada penjualan adalah perusahaan di mana fokus usaha perusahaan beralih ke fungsi penjualan.

Menurut (Valia Ogana et al., 2020) " Penjualan sebagai suatu kegiatan yang ditunjukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhan dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak . Menurut (Sitorus & Kurniawan, 2021) Penjualan adalah " Suatu Kegiatan bertemunya seorang pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, saling mempengaruhi dan mempertimbangkan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang Menurut (Zahra Yuswana

et al., 2022) penjualan adalah suatu tindakan untuk menukar barang jasa dengan uang dengan cara mempengaruhi orang lain agar mau memiliki barang yang ditawarkan sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dan kepuasan

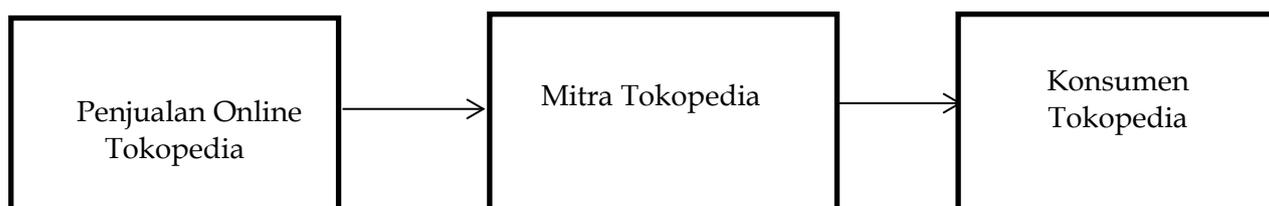
Berdasarkan kesimpulan diatas, Penjualan merupakan transaksi penyerahan barang atau jasa sehingga menimbulkan pendapatan bagi pihak penjual yang dapat dilakukan baik secara tunai maupun secara kredit

Menurut (Putri, 2019) penjualan tidak langsung (Online), yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur, sosial media, internet dan lain-lain. Menurut (Wahyuni et al., 2020) Penjualan Online atau biasa disebut e-commerce adalah proses jual beli yang dilakukan dengan bantuan internet kemudian website digunakan sebagai penghubung dalam melakukan transaksi tersebut. Penjualan *Online* adalah melakukan aktifitas penjualan dari mencari calon pembeli sampai memberikan bentuk perhatian kepada konsumen dengan memanfaatkan jaringan internet yang didukung dengan seperangkat alat elektronik sebagai penghubung dengan jaringan internet. (Sutrisni, 2020)

Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Penjualan. Hasil penelitian : 1. Kejadian Pandemi Covid-19 yang merupakan bencana non alam (non nature disaster) menjadi salah satu faktor dari lingkungan luar (external environment) yang memberikan dampak penurunan aktivitas bisnis konvensional (offline), 2. Selama masa pandemic Covid-19 adalah bisnis transportasi umum, Pariwisata, Perhotelan, pusat perbelanjaan, serta perdagangan offline yang hanya fokus pada kunjungan langsung konsumen. 3. Kegiatan bisnis yang masih bertahan dan eksis melayani konsumen (melalui penyesuaian model interaksi layanan menggunakan platform aplikasi online) 4. Kegiatan bisnis yang berkembang pada masa pandemic adalah telekomunikasi, penyedia/vendor platform online, farmasi produk kesehatan melalui penyesuaian platform bisnis berbasis online.

(Nabilah et al., 2021) Dampak pandemi Covid-19 terhadap umkm (studi Kasus umkm Zea food Di kota Mataram) Hasil Penelitian : 1. Melakukan penjualan melalui e-commerce. 2. Melakukan promosi produk dengan memanfaatkan internet dan media sosial. 3. Melakukan perbaikan kualitas produk dan pelayanan. 4. Customer Relationship Marketing (CRM) untuk menciptakan kepercayaan konsumen serta menumbuhkan loyalitas pelanggan bahwa strategi beradaptasi yang dapat dilakukan di era new normal adalah strategi diversifikasi produk maupun jasa, dengan menerapkan protokol kesehatan seketat mungkin untuk mencegah pandemi berlangsung lama, sering membersihkan area servis dengan desinfektan untuk memenangkan kepercayaan konsumen, menerapkan penjualan online, take away dan delivery order, memanfaatkan transaksi non tunai untuk memperkecil resiko penularan, mengolah dan mengemas produk secara higienis sesuai tuntutan konsumen.

(Ezizwita & Sukma, 2021) Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Beradaptasi di Era New Normal. Hasil Penelitian Strategi yang dapat dilakukan oleh Bisnis Kuliner adalah diversifikasi produk dan jasa. Bisnis kuliner harus bisa mendapatkan kepercayaan konsumen dengan produk yang aman, sehat, dan higienis, menerapkan protokol kesehatan, memaksimalkan pemasaran online, memenuhi permintaan take away dan delivery order, membuat diversifikasi atau inovasi produk berupa makanan sehat dan frozen food dan meningkatkan kualitas produk.



Sumber : Data yang diolah 2021

Tokopedia sebagai pemilik brand *Online Shopping* melakukan pengembangan bisnis dengan membuat Mitra Tokopedia sebagai aplikasi online shopping yang di khususkan pada kota tertentu di Indonesia yang di peruntukan untuk melayani konsumen Tokopedia dengan harga grosir pengantaran barang dalam jarak dekat atau domestik dan dengan harga yang lebih murah sehingga dapat di jual kembali

## METODOLOGI

Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Mitra Tokopedia. Yang beralamat di Kota Palembang. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Rayliem et al., 2022) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data secara langsung dari Mitra Tokopedia Palembang dan diambil dengan cara Wawancara kepada informan yaitu pemilik usaha, karyawan, dan para konsumen Mitra Tokopedia Palembang untuk mendapatkan informasi sesuai masalah yang diangkat. Menurut (Rayliem et al., 2022) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti Jurnal skripsi dan buku - buku referensi serta laporan evaluasi Mitra Tokopedia.

Subjek dan Objek Penelitian adalah menggunakan teknik Purposive Sampling. Menurut (Rayliem et al., 2022) mengatakan purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Informan yang digunakan merupakan informan yang mengetahui kondisi dan informasi penjualan produk pada Mitra Tokopedia kemudian melakukan wawancara dengan jumlah Informan dari 10 Toko dan 10 Konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara dengan Informan dan observasi di Mitra Tokopedia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Wawancara Pemilik Toko I/ Merry

Toko Merry menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membelian berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19 pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informan produk yang di jual akurat, lengkap, & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang diterima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

### 2. Wawancara Pemilik Toko II/ Ali

Toko Ali menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informan produk yang di jual akurat, lengkap, & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

### 3. Wawancara Pemilik Toko III/ Mila

Toko Mila menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi pada produk yang di jual tidak akurat & tidak lengkap. Produk yang dijual berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **4. Wawancara Pemilik Toko IV / Dewi**

Toko Dewi menyatakan Mitra Tokopedia menudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi pada produk yang di jual akurat, lengkap, & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **5. Wawancara Pemilik Toko V / Amin**

Toko Amin menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan nya selama pandemi covid-19 pemasanan & pembayaran mudah juga aman. Namun informasi pada produk yang di jual tidak akurat & tidak lengkap. Produk yang dijual berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **6. Wawancara Pemilik Toko VI / Hafid**

Toko Hafid menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap, & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang dikirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **7. Wawancara Pemilik Toko VII / Tria**

Toko Tria menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **8. Wawancara Pemilik Toko VIII / Lili**

Toko Lili menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **9. Wawancara Pemilik Toko IX / Yudi**

Toko Yudi menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. produk yang di jual berkualitas baik, aman & terlindungi, informasi yang di sediakan mudah di pahami, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali. Namun, informasi pada produk yang di jual tidak akurat & tidak lengkap, pengiriman produk selama pandemi juga tidak tepat waktu.

#### **10. Wawancara Pemilik Toko X / Erni**

Toko Erni menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan toko nya selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap & berkualitas baik, informasi yang di sediakan

mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **11. Wawancara Konsumen I/ Leni Marlina**

Leni Marlina menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Produk yang dijual berkualitas baik, aman & terlindungi, informasi yang di sediakan mudah di pahami, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa tukar kembali. Namun Informasi pada produk yang di jual tidak akurat & tidak lengkap, pengiriman produk selama pandemi juga tidak tepat waktu

#### **12. Wawancara Konsumen II/ Meylin**

Meylin menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap, & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **13. Wawancara Konsumen III/ Okta**

OKTA menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **14. Wawancara Konsumen IV/ Trisman**

Trisman menyatakan Mitra Tokopedia tidak memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19. Meskipun, pemesanan, pembayaran mudah dan aman. Informasi produk yang dijual akurat, lengkap, & berkualitas baik informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **15. Wawancara Konsumen V/ Susi**

Susi menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Produk yang dijual berkualitas baik, aman & terlindungi, informasi pada produk yang di jual akurat & lengkap, respon terhadap konsumen juga baik bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali. Namun, informasi yang di sediakan tidak mudah di pahami, pengiriman produk selama pandemi juga tidak tepat waktu.

#### **16. Wawancara Konsumen VI/ Wendi**

Wendi menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid -19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap, & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu & aman terlindungi respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **17. Wawancara Konsumen VII/ Eka**

Eka menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Produk yang dijual berkualitas baik, aman & terlindungi, informasi yang di sediakan mudah di pahami, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali. Namun, informasi pada produk yang di jual tidak akurat & tidak lengkap, pengiriman produk selama pandemi juga tidak tepat waktu.

#### **18. Wawancara Konsumen VIII/ Diki**

Diki menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah

di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **19. Wawancara Konsumen IX/ Elis**

Elis menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Informasi produk yang di jual akurat, lengkap & berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik

bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

#### **20. Wawancara Konsumen X/ Wati**

Wati menyatakan Mitra Tokopedia memudahkannya dalam membeli berbagai produk kebutuhan selama pandemi covid-19, pemesanan & pembayaran mudah juga aman. Namun, Informasi pada produk yang di jual tidak akurat & tidak lengkap. Produk yang dijual berkualitas baik, informasi yang di sediakan mudah di pahami, barang yang di kirim tepat waktu, aman & terlindungi, respon terhadap konsumen juga baik, bahkan jika barang yang di terima ada yang cacat bisa di tukar kembali.

Berdasarkan perbandingan hasil wawancara dengan 10 Responden dari pemilik toko dan 10 Responden dari konsumen yang menjadi pelanggan di Mitra Tokopedia, menunjukkan respon positif terhadap Mitra Tokopedia dalam menjual produk nya selama masa pandemi covid-19. Mitra Tokopedia dinyatakan memberikan kemudahan kepada konsumen ketika membeli berbagai produk kebutuhan mereka di masa pandemi, proses pemesanan dan pembayaran di Mitra Tokopedia mudah dan juga aman.

Informasi mengenai produk yang di jual akurat dan lengkap, produk yang di jual berkualitas baik. Mitra Tokopedia juga memberikan informasi yang mudah dipahami sehingga sesuai dengan konsume. Meskipun di masa pandemi covid-19 namun pengiriman barang tepat waktu, barang yang di kirim aman dan terlindungi. Kecepatan merespon permintaan konsumen tetap baik, dan ketika barang yang diterima konsumen ada yang cacat maka dapat di tukar kembali, bahkan ada responden yang menyatakan bahwa selama ini barang yang mereka terima selalu dalam keadaan baik.

## **SIMPULAN**

Penelitian memberikan wawancara yang terdiri dari 5 Indikator, dengan kesimpulan sebagai berikut :

### **1. Proses Pembelian Produk**

Dari hasil wawancara dengan 10 Pemilik Toko & 10 Konsumen. 10 /10 Pemilik Toko & 9 / 10 Konsumen menyatakan bahwa Mitra Tokopedia memudahkan dalam membeli berbagai kebutuhan mereka di masa pandemi covid-19, dengan proses pemesanan dan pembayaran yang mudah aman.

Sedangkan 1 konsumen menyatakan Mitra Tokopedia tidak memudahkan dalam membeli kebutuhan selama pandemi covid-19.

### **2. Proses Penjualan Produk**

Dari hasil wawancara dengan 10 pemilik Toko & 10 konsumen. 7/10 Pemilik Toko & 7/10 Konsumen menyatakan bahwa Mitra Tokopedia memberikan informasi produk yang akurat dan lengkap, dengan kualitas barang yang baik.

Sedangkan 3 /10 Pemilik Toko & 3 / 10 Konsumen menyatakan Mitra Tokopedia tidak memberikan informasi produk yang akurat dan juga tidak lengkap.

### **3. Ketersediaan Sarana Pendukung**

Dari hasil wawancara dengan 10 pemilik Toko & 10 Konsumen 7/10 Pemilik Toko & 10 / 10 Konsumen menyatakan bahwa Mitra Tokopedia memberikan informasi yang mudah dipahami, dengan jaringan informasi yang sudah sesuai dengan harapan konsumen.

#### 4. Kesiapan Sumber Daya Manusia

Dari hasil wawancara dengan 10 pemilik Toko & 10 Konsumen 9 / 10 pemilik toko & 8 / 10 Konsumen menyatakan Mitra Tokopedia mengirim barang tepat waktu meskipun di masa Pandemi Covid - 19, barang yang dikirim dalam keadaan aman dan terlindungi.

Sedangkan 1 / 10 Pemilik Toko & 2 / 10 Konsumen menyatakan pengiriman barang tidak tepat waktu.

#### 5. Kecepatan Merespon Konsumen

Dari hasil wawancara dengan 10 Pemilik Toko & 10 Konsumen. 10 / 10 Pemilik Toko & 10 / 10 Konsumen menyatakan bahwa Mitra Tokopedia memberikan kecepatan merespon permintaan konsumen di masa pandemi covid -19, dan ketika ada barang yang cacat saat diterima konsumen maka dapat ditukar kembali. Bahkan, ada konsumen yang menyatakan bahwa selama ini yang dikirim oleh Mitra Tokopedia selalu dalam keadaan baik.

#### Referensi :

- Ezizwita, E., & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51-63. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.169>
- Nabilah, S., Nursan, M., & Suparyana, P. K. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm (Studi Kasus Umkm Zea Food Di Kota Mataram). *Inovasi Penelitian*, 1(12), 2655-2660.
- Putri, L. R. (2019). *Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ladyfame Shop di Bandar Lampung)*. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/7019>
- Rayliem, R., Yuliana, & Arwin. (2022). Analisis Disiplin Kerja Pada PT. Mekada Abadi Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 204-209. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.514>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221-230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sitorus, M. C., & Kurniawan, A. (2021). PENGARUH PENJUALAN TUNAI DAN PENJUALAN KREDIT TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN PADA PD GLORIA BANDUNG. In *Jurnal Financia* (Vol. 2, Issue 1). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/financia>
- Sutrisni, N. K. E. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Penjualan Berbasis Online Di Bali. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 5(2), 102-109. [file:///D:/2826-Article Text-6469-1-10-20210115 \(1\).pdf](file:///D:/2826-Article%20Text-6469-1-10-20210115%20(1).pdf)
- Valia Ogana, S., Ariyanti, I., Novianti, L., Studi, P., Manajemen, D.-I., Jurusan, I., Informatika, M., Sriwijaya, N., Sriwijaya, J., Bukit Besar, N., Lama, B., & Kunci, K. (2020). PENERAPAN E-COMMERCE PENJUALAN PRODUK RUMAH KREATIF BATURAJA MITRA BINAAN PT SEMEN BATURAJA (Persero) Tbk. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 102.
- Wahyuni, S., B, M., Lubis, A., & Batubara, S. (2020). Penjualan Online Ikan Asin sebagai salah satu Usaha Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Nelayan Bagan Deli. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 8(1), 5214. <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i1.5214>

Yudha, A. P., & Irawan, A. W. (2022). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*  
*ANALISA IKLAN MELALUI FITUR INSTAGRAM ADS TERHADAP MINAT BELI*  
*KONSUMEN FROZEN FOOD*. 8(1), 55-74.  
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/index>

Zahra Yuswana, A., Dewatmoko, S., Sitti Rochmah, T., Garnida, A., Tinggi Ilmu  
Administrasi Bagasasi, S., & Sekretari dan Manajemen Taruna Bakti, A. (2022). Analisis  
Strategi Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Saung Angklung Udjo. In *Jurnal*  
*Ilmu Manajemen dan Bisnis* (Vol. 13).