



Suara UKM Negeri Vol.2

Indonesia



Daftar isi

What is Live Selling & why is Live Selling important? 05

The Unsexy Side of Live Selling (Challenges) 11

- *Managing Live Shoppers*
- *Choosing the Live Selling channel(s)*
- *Setting up for Live Selling*

Solutions to Live Selling Challenges 21

- *Live Selling channels with end-to-end Live Selling Solutions*
- *Live Selling solutions that can integrate with Live Selling channels*

Tentang Ninja Xpress 27

Live Selling di Indonesia

Sebagai penjual e-commerce, penting bagi kita untuk mengetahui situasi di Indonesia saat ini dan bagaimana kita memastikan bahwa kita akan selalu mengikuti tren pertumbuhan e-commerce?

01

Konsumen digital Indonesia mencapai 168 juta orang, terbesar dibandingkan negara Asia Tenggara lainnya.

03

1 dari 3 penjual e-commerce Indonesia yang disurvei melakukan *Live Selling*. Motivasi mereka adalah melakukan penjualan langsung karena mendatangkan pelanggan baru, merupakan cara yang baik untuk menjalin hubungan yang lebih dalam dengan pelanggan, menghasilkan lebih banyak perhatian, dan kesadaran untuk bisnis online mereka.

02

E-commerce pada tahun 2022 mencapai US\$56 miliar atau Rp. 842,3 triliun, meningkat 14% dari tahun 2021. Peningkatan GMV e-commerce Indonesia sejalan dengan meningkatnya populasi konsumen digital di Indonesia.

04

Live Selling saat ini menjadi strategi penjualan yang menjanjikan, salah satu contohnya adalah program live selling di TikTok. Dalam program TikTok Shopping Hoki Sale pada Januari 2022, TikTok mencatatkan peningkatan nilai transaksi (GMV) hingga 411% dan peningkatan pesanan di TikTok Shop hingga 564,1% dibandingkan periode sebelumnya.

Source:

1. <https://dataindonesia.id/digital/detail/meta-prospek-e-commerce-indonesia-masih-positif-pada-2022>
2. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533135628/ingin-tingkatkan-penjualan-brand-lokal-ramai-ramai-manfaatkan-live-streaming-sales-di-tiktok>

Metodologi

Pada November 2022, kami mengumpulkan lebih dari 300 tanggapan* dari penjual e-commerce Ninja Xpress dan Pembeli di seluruh Indonesia untuk lebih memahami fenomena ini.

Waktu survei:

Semua kutipan dalam laporan dikumpulkan pada November 2022, dan telah disunting untuk mempersingkat dan kejelasan editorial.

Kuantitatif:

Ninja Xpress melakukan kerja lapangan kepada 316 penjual e-commerce (*shipper*) pada November 2022 untuk menghasilkan data yang menjadi dasar laporan ini. Penimbangan data negara yang setara telah diterapkan pada kumpulan data ini untuk mewakili Indonesia.

Kualitatif:

Selain survei kuantitatif, Ninja Xpress juga mewawancarai total 6 orang, yaitu *Live Shopper* aktif dari Indonesia untuk mengetahui lebih lanjut tentang perilaku *Live Shopping* mereka.



What is Live Selling & Why is it important?

Ingat Saluran TV Home Shopping?

Mereka biasanya terlihat seperti ini:

Pembawa acara, dengan pembawaan yang menyenangkan, sedang mendemonstrasikan kemampuan *vacuum cleaner*, mendorong Anda untuk **“HUBUNGI SEKARANG”** agar mendapatkan promosi 50% terbatas untuk 50 pembelian pertama. Untuk menambah keseruan dan keputusan membeli, mereka juga akan **memberikan pel gratis untuk setiap pembelian yang dilakukan saat sesi berlangsung.**



Live Selling sangat bermanfaat untuk produk dengan penanganan mudah seperti fashion, kecantikan & makanan/minuman

Prdt. categories sold

		
	Fashion	25%
	Beauty & Personal Care	22%
	Food and beverages	18%
	Home & Living	10%
	Home Appliances	13%
	Baby and toys	12%
	Health & Wellness	9%
	Electronic Accessories	12%
	Watches, Bags & Accessories	11%



Setelah mensurvei lebih dari 300 penjual e-commerce yang menggunakan layanan Ninja Xpress di Indonesia, kami menemukan

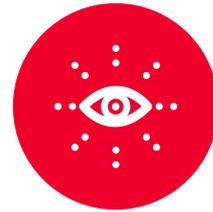
3 alasan tertinggi kenapa mereka menggunakan *Live selling*:



Mendatangkan
Pembeli baru



Cara yang baik untuk
memiliki hubungan
yang lebih dalam
dengan pelanggan



Menghasilkan
awareness untuk
bisnis dengan
lebih banyak
penonton

Untuk penjual e-commerce, taktik pemasaran ini dapat **mempercepat** *journey* pembeli dari melihat hingga akhirnya membeli barang

“

“Saya dapat mengumpulkan informasi produk sebanyak yang saya butuhkan langsung dari sesi *Live Shopping* untuk membantu saya memutuskan apakah saya ingin membelinya saat itu juga.”

*Athika Devi, 32, Freelancer, Yogyakarta, Indonesia
Live Shopper produk fashion dan barang-barang unik*

“Ketika saya membeli dari sesi *Live Selling*, saya melihat bagaimana penjual menggunakan produk, saya mendengarkan bagaimana mereka mendeskripsikan produk, saya merasa ingin membeli produk. Ada rasa urgensi yang tidak saya dapatkan dari saluran [penjual] lain.”

Ferisa Mega Putri, 26, Special Project Assistant Manager, Jakarta, Indonesia. Live Shopper makanan ringan dan barang-barang unik

“Hostnya sangat menarik dan membuat *Live Selling* lebih menarik”

*Syifa, 28, Senior Executive, Bekasi, Indonesia
Live Shopper produk fashion*

”



Bagi pembeli, semua produk telah disajikan. Alih-alih mencari sesuatu yang mereka butuhkan, mereka sekarang menemukan **produk yang mereka tidak pernah sadar mereka inginkan.**

“

“Bagi saya, itu dimulai sebagai rasa ingin tahu! Saya tidak bermaksud membeli sesuatu, tetapi kemudian Saya melihatnya dan Saya menginginkannya.”

Cindara, 26, PR Officer, Jakarta, Indonesia

Live Shopper produk fashion dan barang rumah tangga

“Saya baru saja *scrolling* di TikTok. Itu benar-benar tergantung pada siapa dan apa yang dijual saat saya membukanya, dan boom, checkout belanjaan!

Adiba Jeyhan, 26, Marketing Assistant Manager, Jakarta, Indonesia

Live Shopper pakaian

”

Dengan *Live Selling*, Anda juga dapat menguji kinerja produk baru sehingga Anda tahu apa produk yang laku dan tidak dari umpan balik real-time *Live Shoppers*!



The Unsexy Side of Live Selling (Challenges)



The Unsexy Side of Live Selling:

Managing Live Shoppers





Pengalaman produk dan Interaktivitas merupakan dua faktor umum dari partisipasi *Live Shoppers*. Inilah mengapa penjual e-commerce pada akhirnya melakukan *Live Selling* yang merupakan cara yang baik untuk **memiliki hubungan yang lebih** dalam dengan pelanggan.

Dan hubungan **membutuhkan waktu dan upaya** untuk terjalin, seperti yang disinggung oleh lebih dari 300 penjual e-commerce Indonesia yang disurvei oleh Ninja Xpress saat menjawab pertanyaan tentang tantangan yang dihadapi pada *Live Selling*.

1 dari 4

Mengatakan bahwa melakukan sesi *Live Selling* membutuhkan banyak usaha dan tenaga.

1 dari 3

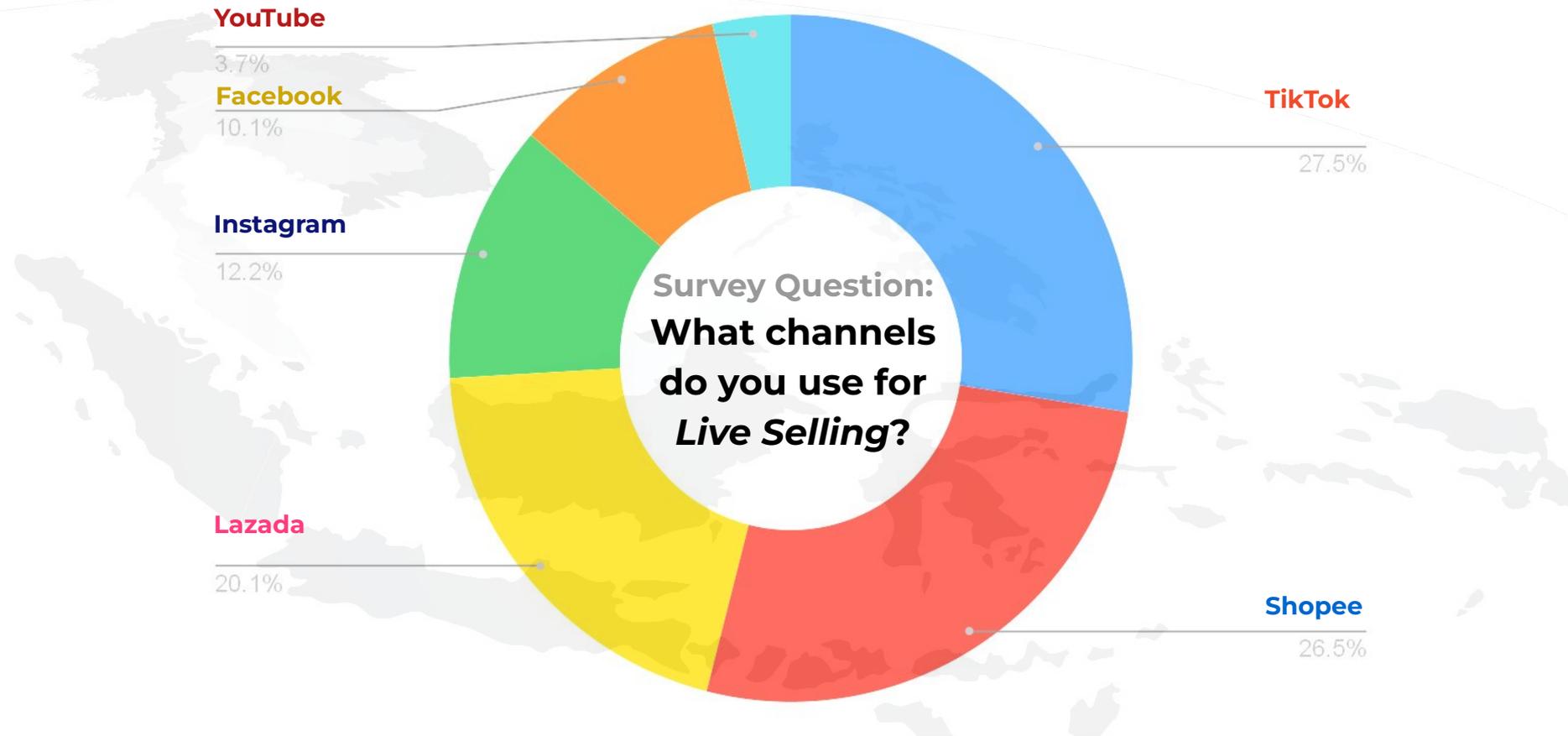
Mengatakan bahwa *Live Selling* adalah proses yang memakan waktu.

1 dari 3

Mengatakan bahwa menghibur dan membuat *Live Shoppers* terlibat adalah sebuah tantangan.

The Unsexy Side of Live Selling:

Choosing the Live Selling channel(s)



Di Indonesia, TikTok(27.5%) dan Shopee (26.5%) adalah yang paling populer, dengan Lazada (20.1%) berada di peringkat ketiga.

1-2 JAM

Durasi rata-rata penjual e-commerce melakukan sesi *Live Selling*.

MINGGUAN

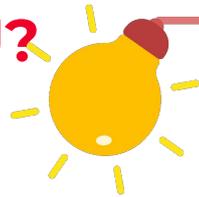
Frekuensi rata-rata sesi *Live Selling*.

Perhitungan awal memberi tahu kami bahwa penjual e-commerce Indonesia yang kami survei **menyisihkan waktu hingga enam jam per minggu untuk *Live Selling***.

APAKAH KAMU TAHU?

Tiktok memberi sanksi kepada penjual yang berbicara beberapa kata kunci seperti: pesaing, sekarat, dan lain-lain

Ini adalah pelanggaran tingkat sedang di bawah kategori "Spamming".



A professional camera with a large lens is mounted on a tripod in a studio. The camera is the central focus, with soft, diffused lighting from a large light source in the background. The background is slightly blurred, showing a person in a white shirt standing near a doorway. The overall mood is professional and focused.

The Unsexy Side of Live Selling:

Setting up for Live Selling

Live Selling bisa terlihat sangat mudah.

Penonton **hanya bisa melihat apa yang ada di layar:**

1-2 orang berbicara dan mendemonstrasikan produk kepada mereka dari bingkai potret smartphone.



[@sgkeelat](#) on TikTok



[Oasis Live Mall](#) on Facebook



[Lovito](#) on Shopee

Ruang kecil terlihat mudah untuk diisi, sementara kontennya tampak hampir ad hoc (dapat berubah sesuai dengan komentar). Banyak yang berasumsi bahwa mempersiapkan hal itu mudah dilakukan.

Yuk, kita lihat tampilan *behind the scenes.*

Tentu saja dapat terlihat semudah ini:



Dua orang Host sedang melakukan *live selling* melalui kamera HP mereka, menggunakan naskah sebagai acuan topik pembicaraan. Dua orang Host memeriksa HP mereka untuk memilih komentar yang ingin dijawab untuk membangun ikatan dengan pembeli.

Namun, di balik layar akan tampak rumit seperti ini:



Dua orang Host melakukan *live selling* dengan kamera profesional, menggunakan teleprompter sebagai kode saat *live* berlangsung serta menjaga kontak mata dengan kamera (atau pembeli); kru di balik layar memonitor dan memoderatori saat *live* dengan memilihkan komentar yang akan dijawab atau direspons oleh Host.

Selain persiapan *Live Selling* itu sendiri, penjual e-commerce juga perlu mengatur penjualan dan pasca penjualan – sama seperti transaksi pada e-commerce lainnya.



Berikut beberapa hal yang paling umum disiapkan:

- Apa yang akan Anda katakan selama sesi *Live selling*?
- Berapa barang yang disiapkan untuk *Live selling*?
- Apa promo khusus yang diberikan pada saat *Live selling*?
- Bagaimana Anda melacak dan memenuhi pesanan dari sesi *Live selling*?

Solutions to Live Selling Challenges



Ya, *Live Selling* itu **sulit**. Itulah mengapa 50% dari penjual e-commerce yang disurvei yang belum melakukan *Live Selling* mengatakan bahwa mereka tidak akan mencoba melakukan *Live Selling* dalam tiga bulan ke depan. Tapi apakah hal ini akan menjadi status quo untuk waktu yang lama?

Jika Anda melihat peningkatan *Live Selling* di Indonesia, Anda akan melihat bahwa pasar mendukung *Live Selling* sebagai gambaran ritel di masa depan.

Sama seperti berapa banyak pengusaha cerdas yang melihat peluang untuk *ride-hailing* di Indonesia (Gojek menjadi salah satunya), semakin banyak bisnis yang bergegas maju untuk memenuhi permintaan *Live Selling*.

Dengan sepenuhnya *Live Selling* bersinergi dengan pasar e-commerce yang berkembang, tampaknya “tren” ini akan terus ada..

Jadi, sekarang mari kita lihat beberapa solusi *Live Selling* yang dapat meringankan tantangan yang Penjual e-commerce hadapi.



Pilih saluran *Live Selling* dengan solusi *Live Selling* yang *end-to-end*



Marketplaces

Marketplace populer, seperti Shopee dan Lazada*, memiliki seperangkat alat *Live Selling built-in*. Cara mudah untuk langsung eksplor *Live Selling*.

Keuntungan terbesarnya adalah audiens di lingkungan ini memiliki niat untuk membeli.

Namun, ini dapat berkembang menjadi situasi *pay-to-win*. Algoritma channel akan menguntungkan penjual yang memiliki biaya lebih untuk tayangan di saat *prime-time*.

Namun demikian, tempat ini adalah tempat yang sangat baik untuk melatih keterampilan *Live Selling* Anda.



Social Media

TikTok Shop*, cabang e-commerce dari TikTok, memungkinkan Anda untuk menjual dengan mudah di dalam platform media sosial.

Dalam waktu kurang dari satu tahun peluncurannya di Asia Tenggara, saluran ini sudah menempati peringkat teratas saluran *Live Selling* di antara penjual e-commerce yang di-survei Ninja Xpress.

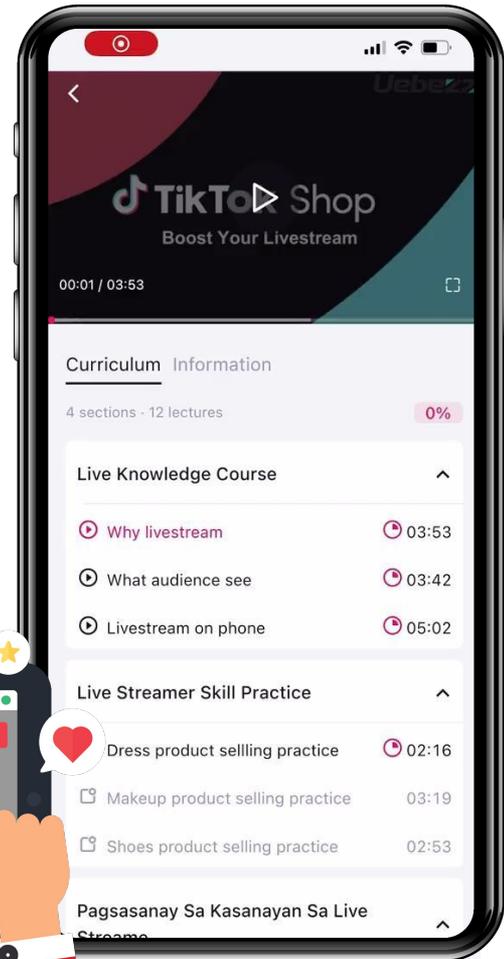
Terlepas dari rangkaian alat *Live Selling* bawaannya, TikTok Shop hadir dengan fitur unik: *traffic democratisation*. Terlepas dari basis pengikut Anda, TikTok akan mengarahkan traffic baru ke sesi *Live Selling* Anda. Selama Anda terus membuat konten berkualitas dan mempertahankan penonton, TikTok akan mengirimkan lebih banyak penonton untuk Anda

Belajar *Live Selling* online

Kaibo telah meluncurkan [kursus pelatihan TikTok Live Selling](#) gratis di aplikasinya untuk Anda pelajari dan praktekkan sesuai keinginan shipper.

Segmen latihan keterampilan *Live Streamer* memungkinkan Anda untuk berlatih *Live Selling* dengan naskah yang tersedia dan mengirimkan rekaman terbaik Anda untuk skor yang dihitung oleh AI yang menilai kinerja Anda di bidang berikut:

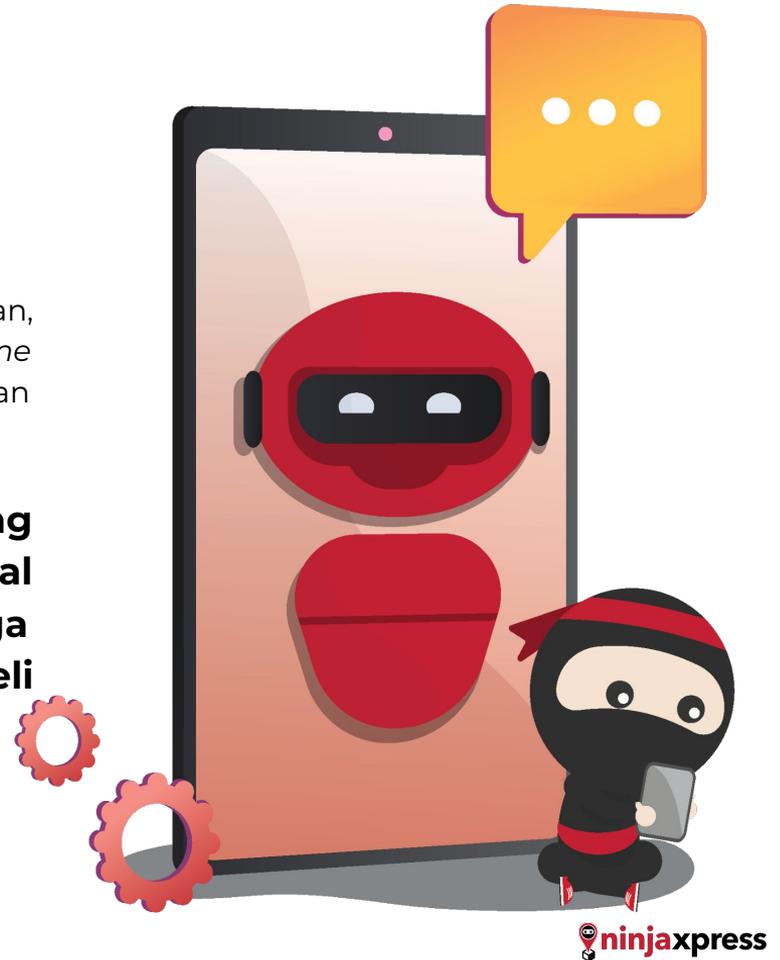
1. Volume
2. Kecepatan
3. Wajah
4. Riasan
5. Keterampilan
6. Interaksi
7. Sikap
8. Nada
9. Kontrol Waktu



Pilih solusi *Live Selling* yang dapat terintegrasi dengan *Channel Live Selling*

Ada banyak alat – bot obrolan, sistem manajemen pesanan, manajemen hubungan pelanggan, dan analitik prediktif *real-time* yang dapat digunakan para *Live Sellers* untuk meringankan beban mereka.

Di Indonesia, Ninja Xpress memiliki program yang dirancang khusus yang dapat membantu Penjual e-commerce dalam proses *Live Selling* sehingga mereka dapat fokus untuk menarik pembeli selama sesi *Live Selling*.



Ninja Xpress Seller Booster

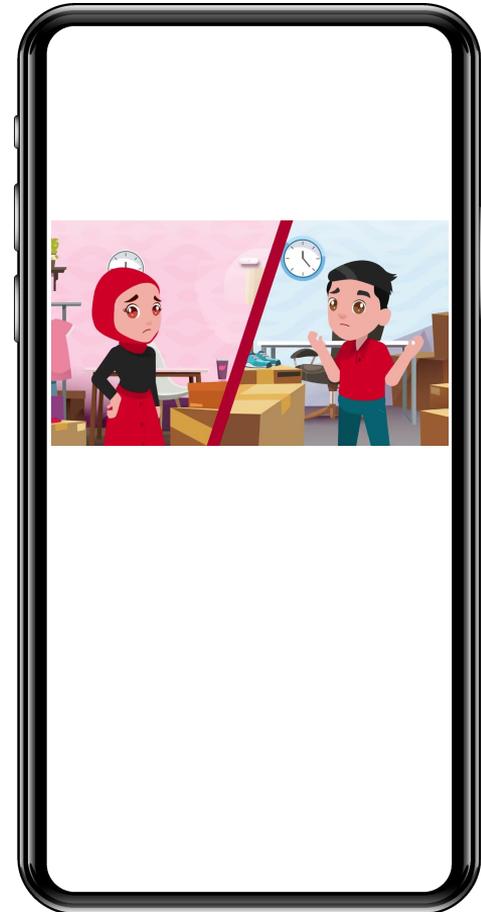
Layanan yang kami desain khusus untuk Penjual e-commerce di Indonesia.

Ninja Xpress Seller Booster terdiri dari :

- Media *Live Selling* : **TikTok**
- Yang disediakan: **Tempat, Host, Semua peralatan yang dibutuhkan dalam *Live Selling***
- Program diberikan hanya untuk shipper
- Selain program *Live Selling*, juga diberikan Creative Business Solution: **Foto dan video Katalog Produk untuk dipajang di halaman penjualan**
- Bagaimana cara menggunakan layanan ini? Bisa isi form [disini](#)

"Saya benar-benar ingin memiliki dukungan untuk produk saya, tetapi saya tidak memiliki anggaran, tidak ada staf untuk mendukung saya dan saya tidak memiliki produk foto yang bagus. Namun berkat Pinjaman Modal dan Solusi Bisnis Kreatif Ninja Xpress, sekarang saya dapat memiliki lebih banyak staf untuk membantu saya dan juga saya memiliki gambar dan video promosi yang tepat untuk produk saya!"

-Hadania, Baneska, Indonesia



Tentang Ninja Xpress

Ninja Xpress adalah perusahaan jasa pengiriman berbasis teknologi terkemuka di Indonesia. Hadir sejak tahun 2015, Ninja Xpress memberikan pilihan layanan regular, same day, hingga COD ke 100% Wilayah Indonesia. Layanan pengiriman ini juga didukung dengan layanan konsumen yang profesional melalui Respons Cepat dan Resolusi Tepat.

Ninja Xpress juga selalu #SiapBantuSampaiTujuan mengantarkan sukses bagi pelaku UKM lokal dengan menghadirkan berbagai program yang siap mendukung perkembangan bisnis UKM lebih cepat dan strategis melalui Ninja Xpress seller booster yang terdiri dari Pinjaman Modal, Point Rewards, Creative Hub, KOL, Aksilerasi, Ninja Direct, hingga Ninja Fulfillment.



THANK
YOU



selalusiap.ninjapress.id