

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Selama pelaksanaan Kuliah Praktek di Toko Cat Kenari Warna, penulis melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan promosi produk dan peningkatan penjualan secara daring, khususnya melalui platform Shopee dan media sosial. Adapun hasil kegiatan yang diperoleh antara lain:

1. Peningkatan Promosi Daring

Foto produk telah diperbarui dengan kualitas yang lebih baik sehingga tampak lebih menarik bagi calon konsumen. Deskripsi produk diperjelas dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, meliputi ukuran, fungsi, serta rekomendasi pemakaian.

2. Pelaksanaan *Live Streaming*

Live streaming dilakukan secara terjadwal setiap hari untuk memperkuat brand awareness dan interaksi dengan pelanggan. Konten *live streaming* dikembangkan menjadi lebih interaktif, meliputi sesi tanya jawab, edukasi penggunaan cat, hingga pemberian promo khusus.

Bulan	Tanggal	Total Penonton	Penonton Aktif	Total Pembeli	Penjualan (Rp)
Juli	1	6	2	1	6.063
Juli	4	4	4		
Juli	5	7	6	1	166.900
Juli	6	9	2	2	119.750
Juli	7	2	0		
Juli	8	6	3	1	27.490
Juli	9	3	8		
Juli	10	8	3	1	115.900
Juli	11	3	5	1	79.900
Juli	12	4	2		
Juli	13	7	4	2	203.500
Juli	14	9	3	4	522.800
Juli	15	4	2	2	991.500
Juli	16	9	3	3	
Juli	17	5	2	1	4.000
Juli	18	0	0	5	863.150
Juli	19	5	2	5	479.900
Juli	20	3	1	3	235.400
Juli	21	5	2	3	190.800
Juli	22	5	2	3	1.193.395
Juli	23	5	1	23	189.400
Juli	24	3	2	1	952.323
Juli	25	7	4	1	35.000
Juli	26	4	3	3	
Juli	27	4	2	2	650.000
Juli	28	4	3	1	39.500
Juli	29	3	3	2	586.920
Juli	30	7	3	2	204.300
Juli	31	9	4	1	29.500

Agustus	5	108	89	1	0
Agustus	7	3	3	3	0
Agustus	10	33	5	1	0
Agustus	11	7	5	5	0
Agustus	12	3	1	5	0
Agustus	13	3	1	3	0
Agustus	16	7	1	3	0
Agustus	19	54	15	3	796.052
Agustus	20	15	7	2	0
Agustus	22	11	8	3	0

Tabel 4.1 Tabel Pelaksanaan *Live Streaming*

Tanggal	Jumlah Live Streaming	Rata-rata Durasi
1	01:37:34	01:37:34
2	05:29:01	05:29:01
3	02:23:50	01:11:55
6	01:52:38	01:52:38
7	01:10:36	01:10:36
11	03:28:13	01:09:24
13	03:12:55	03:12:55
14	03:59:29	01:59:44
15	04:29:44	02:14:52
16	03:47:09	03:47:09
17	05:05:13	02:32:36
18	04:58:00	02:29:00
19	04:08:37	04:08:37
21	03:55:28	03:55:28
22	03:44:28	03:44:28
23	04:56:54	02:28:27
24	04:18:38	02:09:19
25	04:47:21	02:23:40
26	03:24:41	01:42:20
29	04:22:50	02:11:25

Tabel 4.2 Tabel rata rata durasi *live streaming* bulan Juli

Tanggal	Jumlah Live Streaming	Rata-rata Durasi
5	01:01:18	00:30:39
7	01:18:34	01:18:34
10	01:23:23	01:23:23
11	07:02:57	01:24:35
12	01:29:16	00:44:38
13	01:12:24	01:12:24
16	02:12:15	02:12:15
14	04:09:59	04:09:59
20	05:03:17	05:03:17
22	04:06:02	04:06:02
25	01:57:26	01:57:26

Tabel 4.2 Tabel rata rata durasi *live streaming* bulan Agustus

3. Strategi Promosi Penjualan

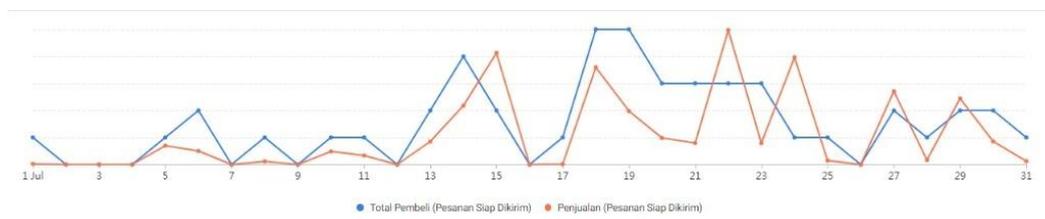
Toko Cat Kenari Warna memanfaatkan program diskon 8% dari Shopee yang berlaku untuk seluruh produk cat dan perlengkapan cat.

Program ini secara otomatis memberikan potongan harga kepada konsumen, sehingga harga jual lebih menarik dan kompetitif dibandingkan dengan toko

lain yang tidak mengikuti program serupa. Pemanfaatan promo bawaan Shopee juga mendukung peningkatan visibilitas toko karena produk dengan label diskon lebih sering ditampilkan pada rekomendasi pencarian.

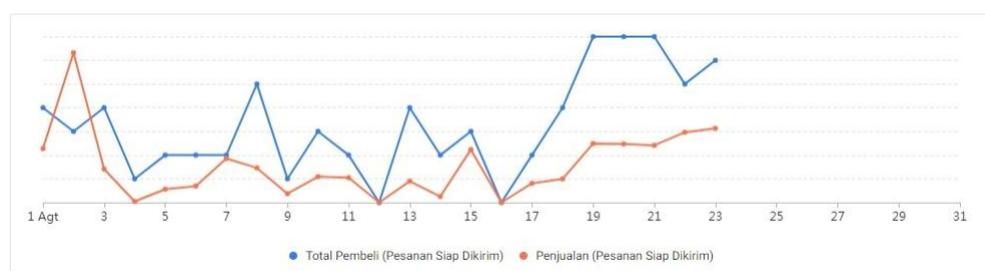
4. Analisis Data Penjualan dan Trafik

Data penjualan selama periode magang dianalisis untuk melihat tren permintaan produk. Hasil menunjukkan peningkatan jumlah interaksi dalam *live streaming*, meskipun jumlah penonton masih fluktuatif.



Gambar 4.1 Grafik Data Penjualan bulan Juni

Grafik bulan Juli menunjukkan adanya fluktuasi yang cukup tinggi baik pada jumlah pembeli maupun nilai penjualan. Di awal bulan Juli (tanggal 1–10), jumlah pembeli masih rendah dan penjualan cenderung kecil. Memasuki pertengahan bulan, terutama pada tanggal 13–15 dan 18–22, terlihat adanya lonjakan signifikan baik jumlah pembeli maupun nilai penjualan, yang menandakan adanya promosi atau aktivitas pemasaran yang cukup efektif. Namun setelah itu, grafik kembali berfluktuasi dengan beberapa titik penurunan hingga akhir bulan. Pola ini memperlihatkan bahwa penjualan di bulan Juli masih belum stabil dan sangat dipengaruhi oleh momen tertentu.



Gambar 4.2 Grafik Data Penjualan bulan agustus

Sementara itu, grafik bulan Agustus memperlihatkan kondisi yang relatif lebih stabil meskipun jumlah pembeli dan penjualan tidak setinggi bulan Juli. Pada awal Agustus, jumlah pembeli dan penjualan masih rendah

dengan pergerakan yang fluktuatif. Namun mulai pertengahan bulan, khususnya pada tanggal 18–21, terlihat peningkatan jumlah pembeli yang cukup signifikan, meskipun penjualan tidak melonjak setinggi pada bulan

Juli. Hal ini menunjukkan adanya perbaikan pada jumlah interaksi dan ketertarikan konsumen, tetapi belum sepenuhnya berdampak pada nilai penjualan. Secara keseluruhan, Juli lebih unggul dari sisi penjualan, sedangkan Agustus cenderung memperlihatkan tren konsistensi pada jumlah pembeli meskipun dengan nilai transaksi yang lebih kecil.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa temuan penting yang dapat dibahas:

1. Meningkatkan Konsistensi Penjualan Secara Daring

Program peningkatan penjualan difokuskan melalui *live streaming* terjadwal yang dilengkapi dengan promo khusus dan voucher diskon. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan transaksi selama sesi siaran berlangsung, sehingga konsistensi penjualan dapat terjaga. Pengaruh *Live Streaming*. Hal ini di buktikan dengan data berikut ini



Gambar 4.3 data funnel penjualan bulan Juli



Gambar 4.3 data funnel penjualan bulan Agustus

Berdasarkan perbandingan data funnel penjualan bulan Juli 2025 dan Agustus 2025, terlihat adanya perubahan signifikan baik dari sisi jumlah

pengunjung maupun performa penjualan.

Pada bulan Juli 2025, jumlah pengunjung mencapai 5.274 orang, meningkat hampir 1.976% dibanding bulan sebelumnya. Namun tingkat konversi dari pengunjung menjadi pesanan sangat rendah, hanya 0,87%,

sehingga meskipun trafik tinggi, hanya sedikit yang berakhir dengan transaksi. Total pembeli tercatat 46 orang dengan nilai penjualan Rp 8,34 juta, dan pesanan siap dikirim mencapai 42 transaksi dengan total nilai Rp 7,88 juta. Rata-rata penjualan per pembeli berada di angka Rp 187 ribu, justru menurun sekitar 9% dibanding bulan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa meski banyak pengunjung, mayoritas belum termotivasi untuk membeli, dan transaksi cenderung bernilai kecil.

Sebaliknya, pada bulan Agustus 2025, jumlah pengunjung justru menurun drastis menjadi 2.262 orang (turun 50,92%). Namun tingkat konversi melonjak tajam hingga 3,45%, sehingga meski trafik lebih rendah, lebih banyak yang benar-benar melakukan pembelian. Total pembeli meningkat menjadi 78 orang dengan nilai penjualan Rp 23,38 juta, naik lebih dari 315% dibanding Juli. Pesanan siap dikirim juga naik signifikan menjadi 72 transaksi dengan total Rp 20,44 juta, sementara rata-rata penjualan per pembeli meningkat menjadi Rp 283 ribu (naik 79%). Tingkat keberhasilan pengiriman juga stabil tinggi di atas 92%.

Secara keseluruhan, Juli unggul dari sisi jumlah pengunjung, tetapi lemah dalam konversi dan nilai transaksi. Sementara itu, Agustus jauh lebih efisien, dengan pengunjung yang lebih sedikit tetapi menghasilkan konversi lebih tinggi, jumlah pembeli lebih banyak, serta nilai penjualan yang jauh lebih besar. Artinya, strategi yang dijalankan di bulan Agustus lebih efektif dalam mengubah kunjungan menjadi transaksi nyata.

2. Meningkatkan Jumlah Penonton dan Interaksi Pelanggan dalam *Live Streaming*

Live streaming dirancang dengan format interaktif melalui tanya jawab, demo penggunaan cat, serta pemberian *voucher* belanja langsung. Penjadwalan yang konsisten membantu menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan partisipasi audiens. Strategi Diskon dan Bonus

3. Menyediakan Layanan Pengiriman yang Lebih Cepat untuk Memenuhi Kebutuhan Pelanggan

Program pengiriman instan berhasil diterapkan setelah pengajuan formulir ke pihak Shopee. Persyaratan yang dipenuhi, seperti status *Star Seller* dan tidak adanya pelanggaran, membuat Toko Cat Kenari Warna dapat menyediakan layanan pengiriman instan. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pelanggan yang membutuhkan produk dengan segera.

4. Meningkatkan Jumlah Kunjungan Toko Melalui Program Affiliate Shopee

Strategi dilakukan dengan memanfaatkan Shopee Affiliate sebagai sarana promosi tambahan. Melalui kerja sama dengan kreator konten, influencer, maupun pengguna afiliasi lainnya, jangkauan promosi produk dapat meluas, sehingga jumlah kunjungan ke toko daring meningkat.

5. Membuat Strategi Pemasaran yang Dapat Bersaing dengan Kompetitor

Program pemasaran meliputi pemberian diskon untuk produk cat premium, bonus pembelian dalam jumlah banyak, serta promosi terpadu melalui media sosial. Selain itu, promo toko juga dipadukan dengan diskon dari Shopee, sehingga daya saing terhadap kompetitor dapat meningkat secara signifikan.