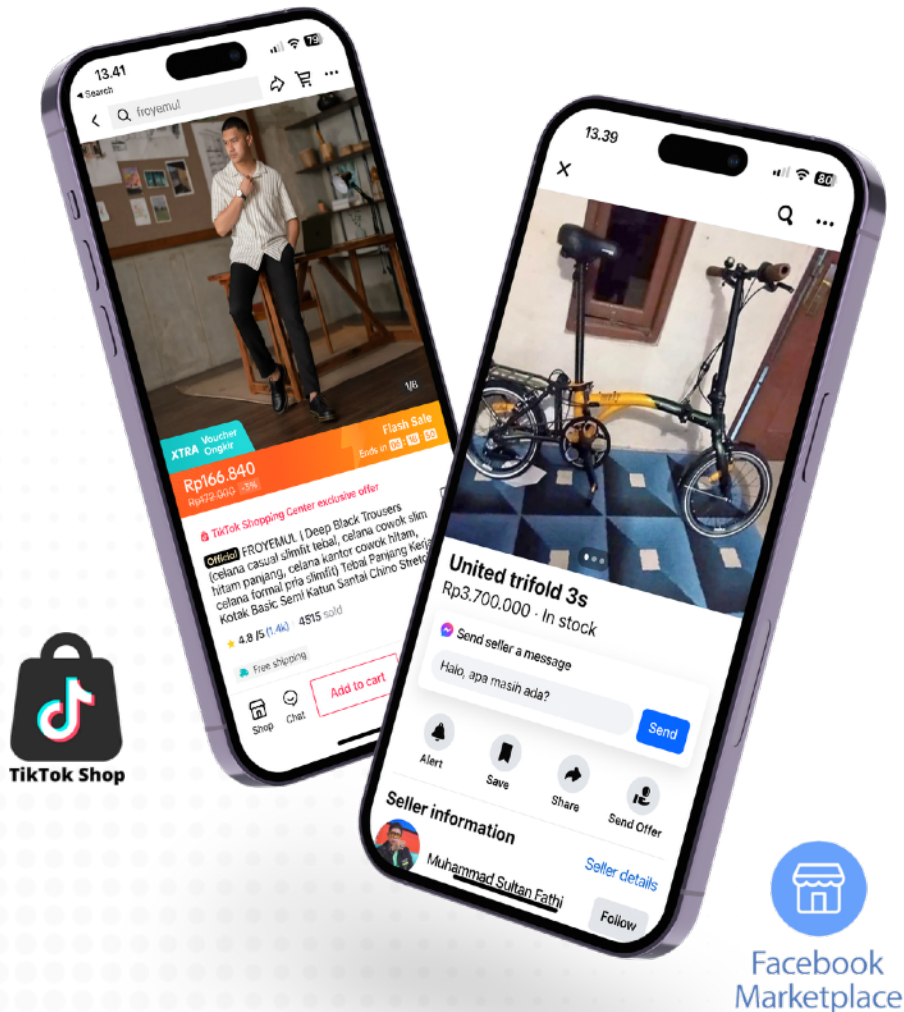


Social Media Commerce Insight: Case of Indonesia

01 Januari – 30 Juni 2023

Background

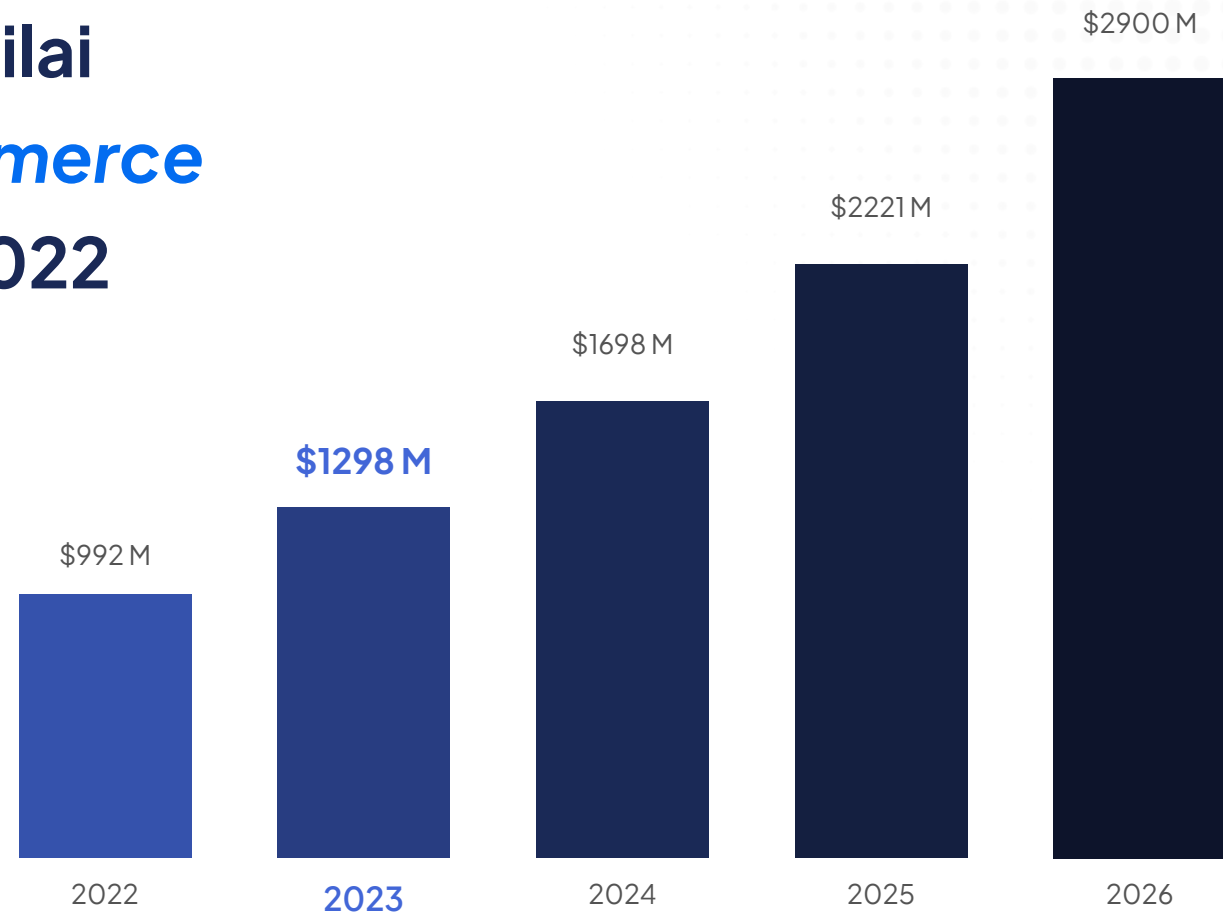


Social Media commerce adalah proses penjualan produk dan layanan yang menggunakan sosial media sebagai sarana untuk mempromosikan produk serta layanan.

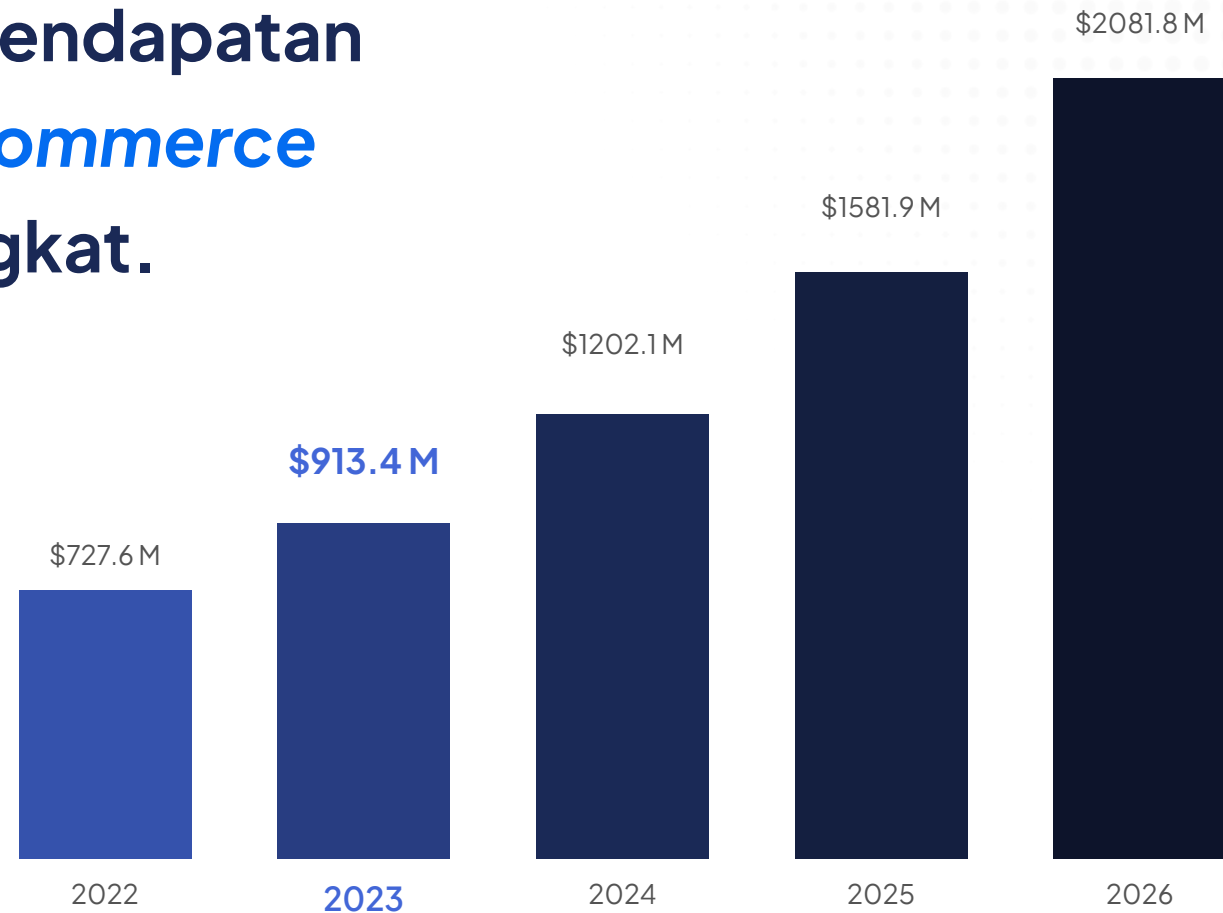
Dengan demikian, konsumen dapat melakukan pembelian mereka dalam pengalaman media sosial mereka. Di sisi lain, e-commerce mengacu pada pengalaman berbelanja melalui situs e-commerce, toko online, atau aplikasi bermerek khusus.

Terdapat peningkatan tren nilai penjualan **social media commerce** di seluruh dunia dari tahun 2022 hingga 2026.

Penjualan **social media commerce** diprediksi akan meningkat sepanjang tahunnya dengan tingkat pertumbuhan gabungan tahunan sebesar 30,8%.



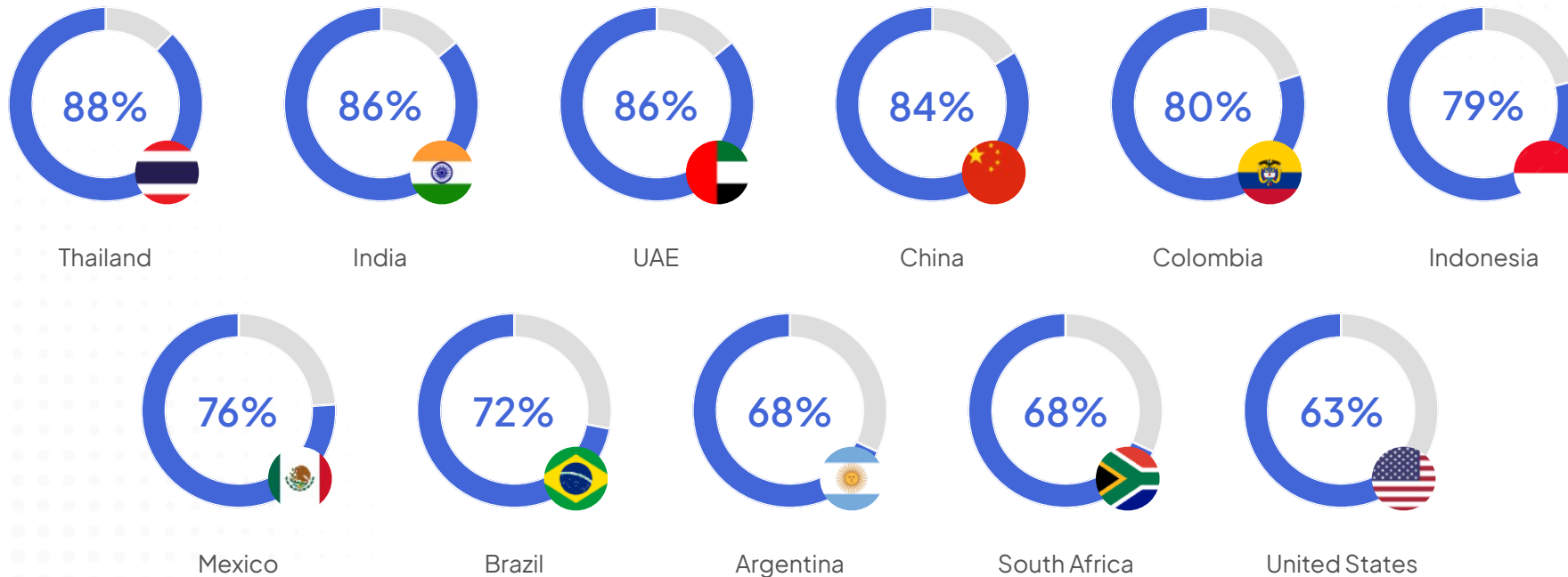
Sejalan dengan penjualan, Pendapatan dari Platform *social media commerce* diprediksi akan terus meningkat.



<https://www.statista.com/statistics/1231944/social-commerce-global-market-size/>

Indonesia sendiri memiliki potensi *social media commerce* yang besar karena pengguna sosial media yang masif dan aktif.

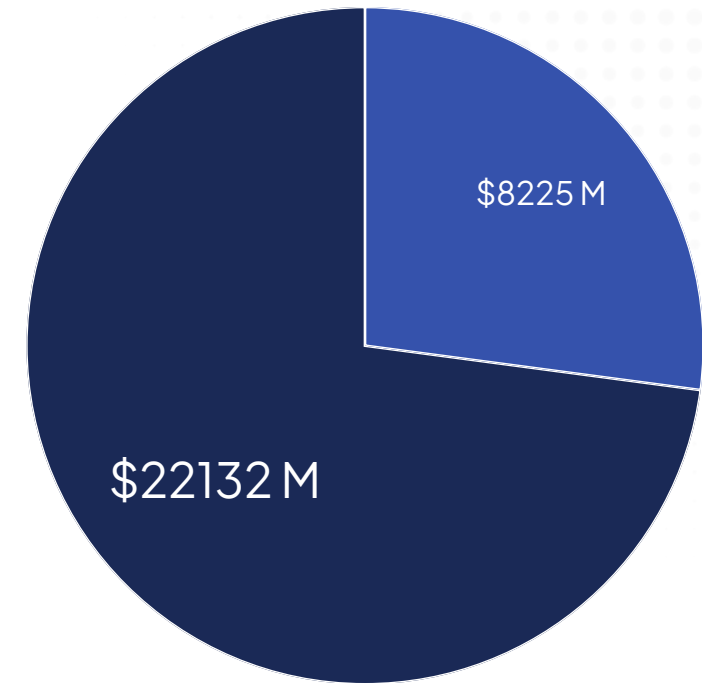
Bahkan, Indonesia menempati posisi ke-6 dalam daftar negara dengan konsumen online paling aktif di *social media commerce*.



Sumber: [statista.com/statistics/1252481/social-buyers-worldwide-countries/](https://www.statista.com/statistics/1252481/social-buyers-worldwide-countries/)

Pada akhir 2022, 86% masyarakat Indonesia sudah pernah melakukan transaksi di sosial media.

Bahkan, Gross Merchandise Value Social Media Commerce di Indonesia diprediksi akan meningkat dari 2023 - 2028. Oleh karena itu, *Social Media Commerce* dapat dilihat sebagai “the next big thing” dalam industri penjualan Indonesia.



GMV Social Media Commerce
dalam juta USD

Sumber: <https://www.statista.com/statistics/1256663/indonesia-social-commerce-gross-merchandise-value/>

Background

NoLimit Dashboard

Tingkatkan Strategi Bisnis dengan Data Dari Social Media

Ukur performa media sosial, dapatkan hasil analisis menarik, dan pimpin persaingan industri.



Meningkatkan Pemasaran Anda
dengan melacak trending



Kelola Reputasi Brand
dengan sentiment analysis



Memimpin Industri
dengan keunggulan kompetitif



Facebook



Twitter



YouTube



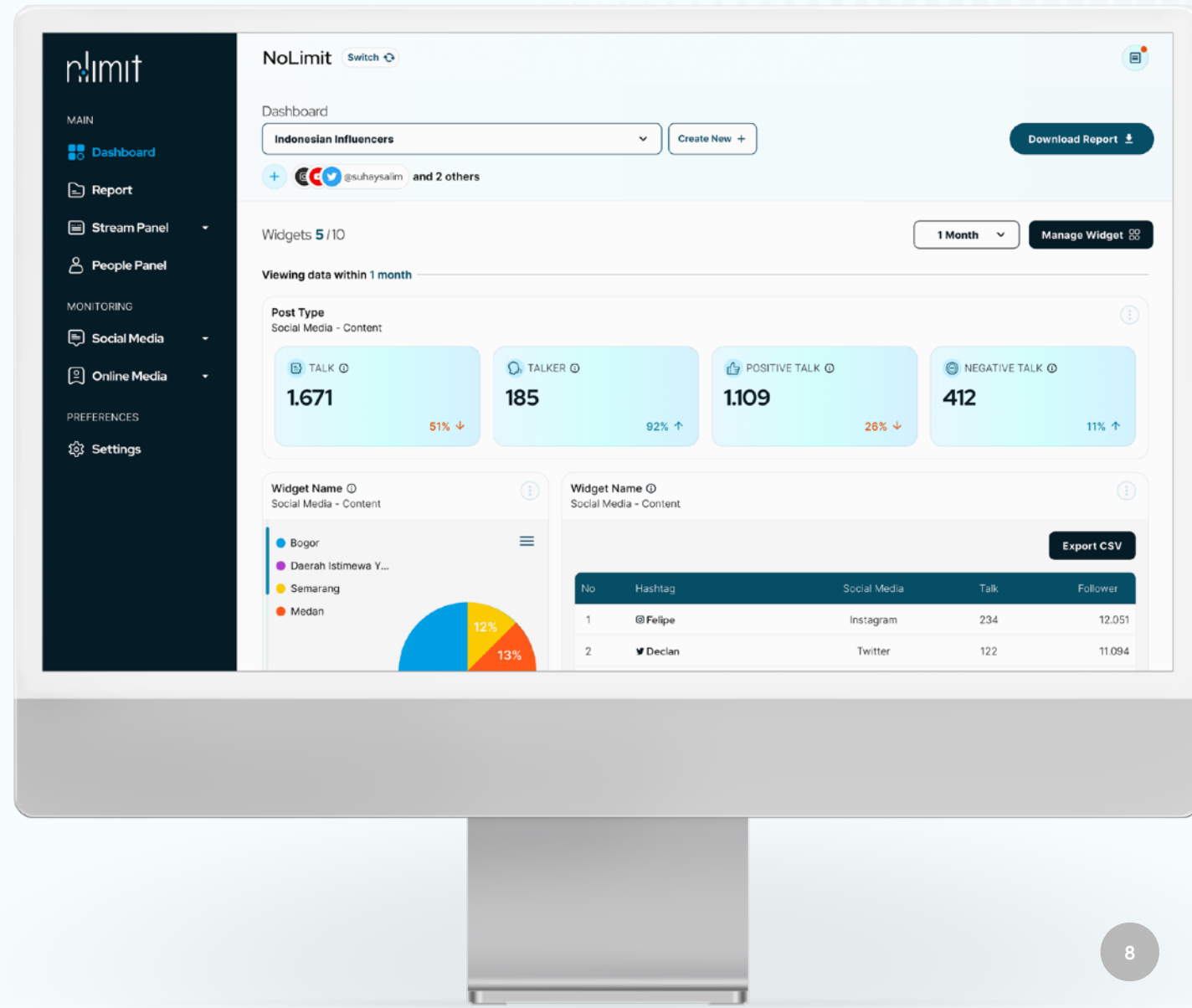
Instagram



TikTok



Online News





Meningkatkan Konten

- Engagement
- Peak Time
- Top Post



Mengoptimalkan Kampanye

- Reach
- Impression
- Total Talk



Mengelola Reputasi

- Sentiment Analysis
- Talk by Media
- Followers' Growth



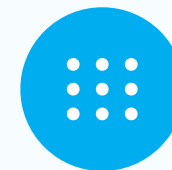
Menemukan Tren dan Isu

- Top Talk
- Top Influencer
- Word Cloud



Menganalisis Kompetitor

- Brand Position
- Talk by Media
- Share of Voice



Dan masih banyak lagi..

Optimalkan Penggunaan Dashboard Anda dengan **Manage Service**



Initial Research

Membantu tujuan klien ke dalam social profile, keyword, & hashtag



Set Up Assisting

Membantu mengatur setiap objek dengan fitur include & exclude agar data lebih relevan



Custom Report

Memberikan laporan bulan setiap bulan, dua minggu, mingguan, atau harian



Adalah platform social media campaign all-in-one pertama untuk brands di Indonesia.

Dimana mereka dapat manage, monitor, dan mendapatkan insights dari social media campaign yang telah terdaftar.



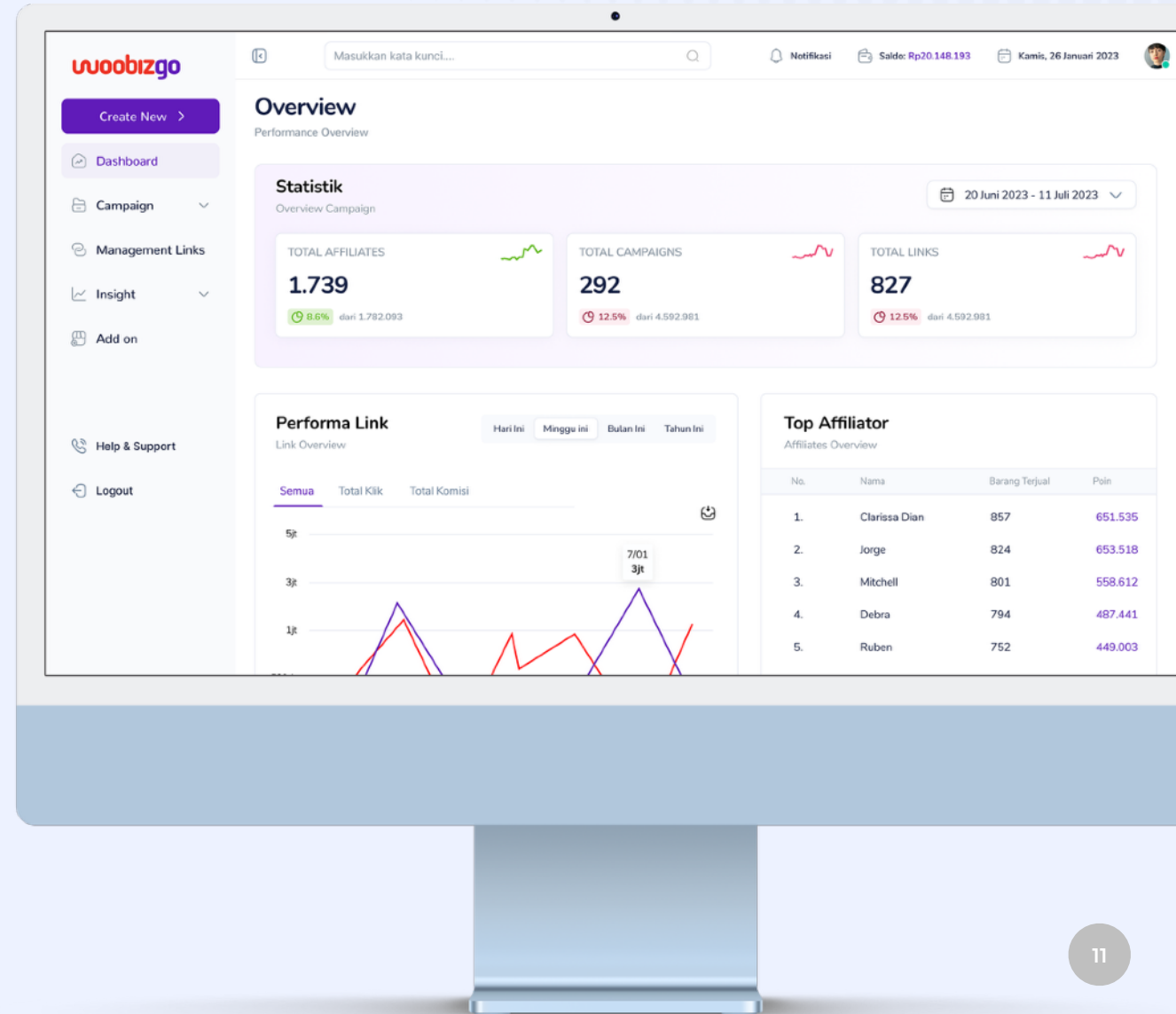
Monitor



Manage



Insight



Manage

Brands dapat mengelola campaigns media sosial mereka dengan program kami yang dibuat khusus.

Bantu Promosi

Komunitas Mitra Woobiz

membantu mempromosikan Brands campaigns di jaringan Media Sosial mereka sendiri.

Bantu Jualan

Komunitas Mitra Woobiz

membantu brands dengan menjual produk ke jaringan mereka sendiri.

Monitor

Brands dapat memantau campaigns media sosiao mereka melalui Sistem Tautan Woobiz.



Insight

Brands dapat memperoleh insight tentang keseluruhan sentimen mereka di media sosial secara real time.

Brands dapat melihat performa insights (data internal) sehingga dapat:



Brands dapat melihat insight eksternal terkait (data eksternal) sehingga mereka dapat:



Insight

47%

Banyak Promo

52%

Ongkir Mahal



Terdapat 9% pembicaraan positif terkait *Social Media Commerce*, 47% pembicaraan positif terkait **banyak nya promo** jika bertransaksi di *social media commerce* dikarenakan banyaknya diskon yang diberikan.

Namun terdapat 8% pembicaraan negatif, 52% pembicaraan negatif terkait **harga ongkir mahal** yang dialami *customer*.

20%

Kategori produk yang paling banyak dibeli di *social media commerce* adalah **Fashion & Aksesoris** sebesar 20% dikarenakan banyaknya netizen yang membeli **sepatu, tas, rok, dll.** 66% netizen memilih untuk berbelanja di Shopee dikarenakan dinilai memiliki semua jenis kebutuhan.



Kategori produk yang paling banyak dijual menggunakan link adalah **Fashion & Aksesoris** sebesar 24%, **Future & Dekorasi** sebesar 17% **Handphone & Gadget** sebesar 9%. 65% netizen melakukan penjualan menggunakan *link marketplace* Shopee.

24%

Fashion & Aksesoris

17%

Future & Dekorasi

9%

Handphone & Gadget



24%

JNE dan J&T menjadi Jasa pengiriman yang paling banyak digunakan di transaksi *social media commerce* sebesar **24%** dikarenakan JNE dinilai memiliki **Packaging Aman** dan J&T dinilai **Mudah di akses.**





64%

COD dan E-Wallet menjadi system pembayaran yang paling banyak digunakan di transaksi *social media commerce* sebesar 64% dan 21%. ShopeePay menjadi *e-Wallet* yang paling banyak digunakan sebesar **52%**.

Kendala pada transaksi jual beli di *social media commerce* dibagi menjadi 2 bagian yaitu Kendala pada sisi penjual dan pembeli.

“Barang COD di retur” menjadi kendala tertinggi pada penjual sebesar **69%** dan “Banyak penipuan” menjadi permasalahan tertinggi pada pembeli sebesar **50%**.

69%

Barang Retur

50%

Banyak Penipuan



Overview Social Media Commerce

Social Media Commerce mendapatkan 8.335.489 pembicaraan di sosial media. 83% pembicaraan bersifat netral, 9% bersifat positif, dan 8% bersifat negatif.

8.335.489

Talk

1.386.201

Talker



Sentiment

83%

Pembicaraan bersifat
Netral

9%

Pembicaraan bersifat
Positif

8%

Pembicaraan bersifat
Negatif



Social Commerce

-34%

Dari bulan ke bulan pembicaraan terkait *Social Media Commerce* mengalami penurunan hingga di bulan Juni sebesar 34%.

Talker by Gender



Wanita

61%

39%

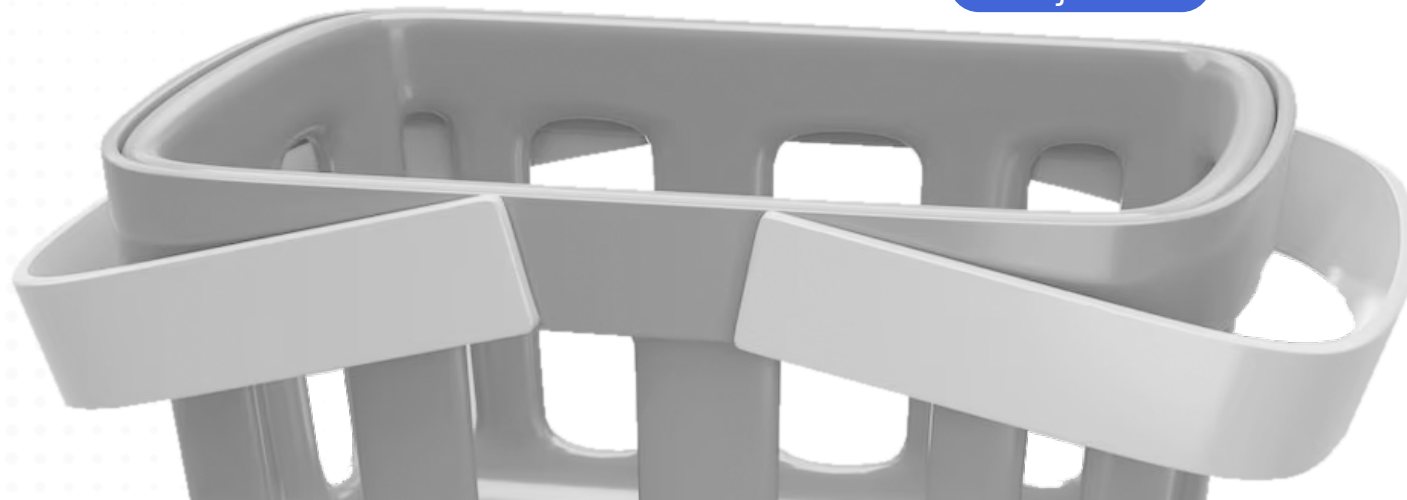
Pria



Topik Social Media Commerce

64%

Topik yang paling banyak dibicarakan
di *Social Media Commerce* terkait **Penjualan**.



Overview Social Media Commerce

Persepsi Terhadap Social Media Commerce

Positif (+)

47%

Banyak Promo

28% Mudah Dijangkau

14% Harga Murah

6% Lebih Hemat

5% Efektif

Negatif (-)

51%

Ongkir Mahal

20% Pengiriman Lama

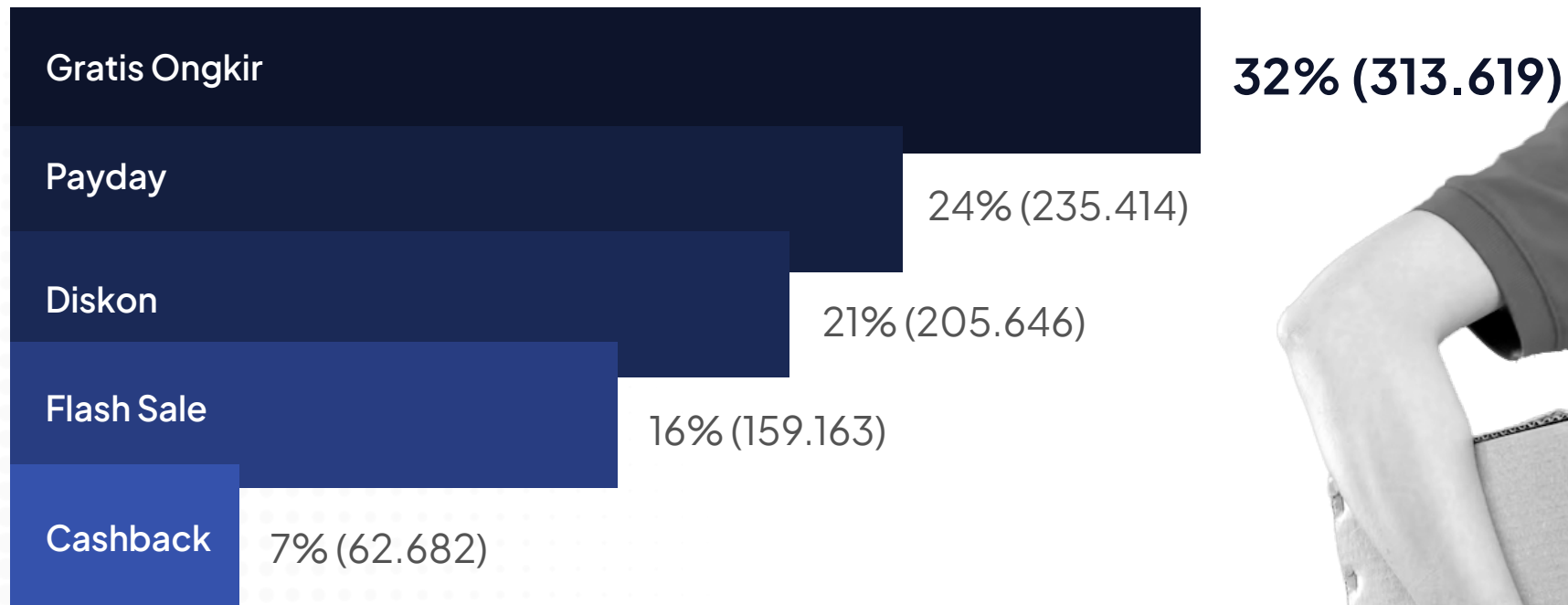
19% Banyak Penipuan

7% Barang Rusak

4% Barang Tertukar

Gratis Ongkir

Jenis Promo yang paling banyak dibicarakan pada transaksi di *Social Media Commerce* adalah **Gratis Ongkir** sebesar 32% (313.619).



Toko Palsu

Jenis Penipuan yang paling banyak
dibicarakan pada transaksi di Social
Commerce adalah **Toko Palsu** sebesar 49%.



49%

Toko Palsu



27%

Dana Tidak Kembali

6%

Barang tidak sampai
ke customer



4%

Barang yang dikirim
kosong / tidak ada isi

Jenis Barang yang banyak dijual di Social Media Commerce

Kategori produk yang paling banyak dijual di *Social Media Commerce* adalah **Fashion & Aksesoris** sebesar 20%, Furniture & Dekorasi sebesar 12%, dan Komputer sebesar 12%.

- 6% Kecantikan
- 5% Peralatan Kantor, Buku
- 4% Merchandise K-Pop
- 3% Otomotif & Aksesoris, Kesehatan
- 2% Elektronik, Olahraga
- 1% Kamera, Olahraga
- <1% Mainan, Alat Musik





91.296

Rak

39.920

Cermin

26.751

Kemeja

24.842

Lampu

10.624

Kursi

9.035

Lemari

8.181

Galon

7.860

Gelas

7.096

Bantal

6.870

Piring

Top 10 produk **Furniture & Dekorasi** yang sering dibicarakan



76.277

Laptop

48.970

Printer

7.427

PC

6.249

Monitor

5.588

RAM

5.176

Bluetooth

5.005

Flash Disk

3.307

Keyboard

2.944

Processor

2.924

Mouse

Top 10 produk **Komputer** yang sering dibicarakan



Overview Social Media Commerce

65.543

HP

56.655

Case HP

45.637

Charger

23.453

Earphone

11.563

Power Bank

10.234

Tab

7.702

iPad

3.283

Anker

2.962

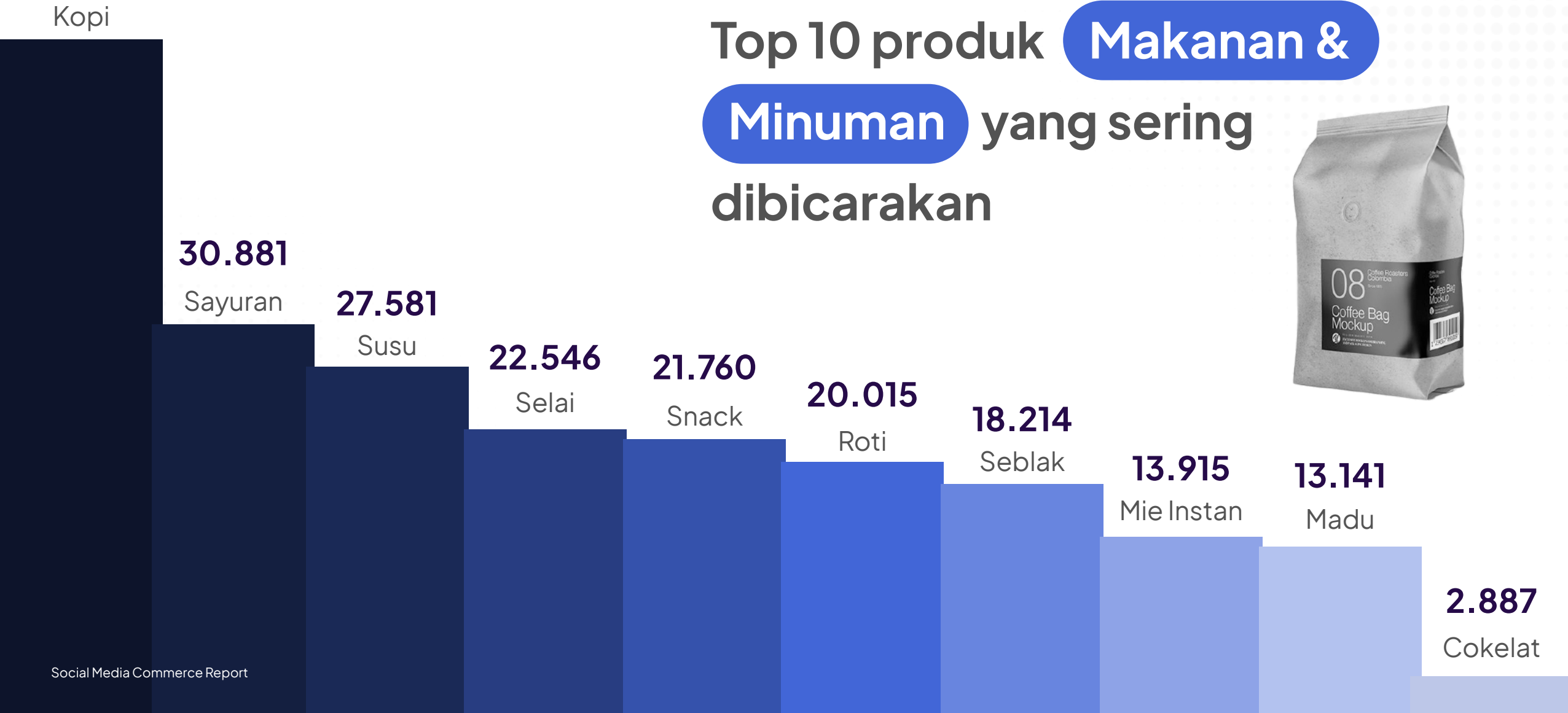
Smartphone

2.051

Airpod

Top 10 produk **Handphone & Gadget** yang sering dibicarakan





Top 5 produk yang sering dibicarakan



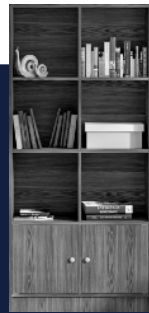
Sepatu

56% Sneakers

14% Flatshoes

11% Slip-on

10% Docmart, Heels



Rak

34% Rak Buku

25% Rak Dinding

20% Rak Sepatu

13% Rak Dapur

8% Rak Kosmetik



Komputer Jinjing

26% Lenovo

24% Macbook, ROG

14% Toshiba

12% Acer



Telepon Genggam

35% iPhone, Samsung

12% Realme, Oppo

7% Xiaomi



Kopi

59% Toraja

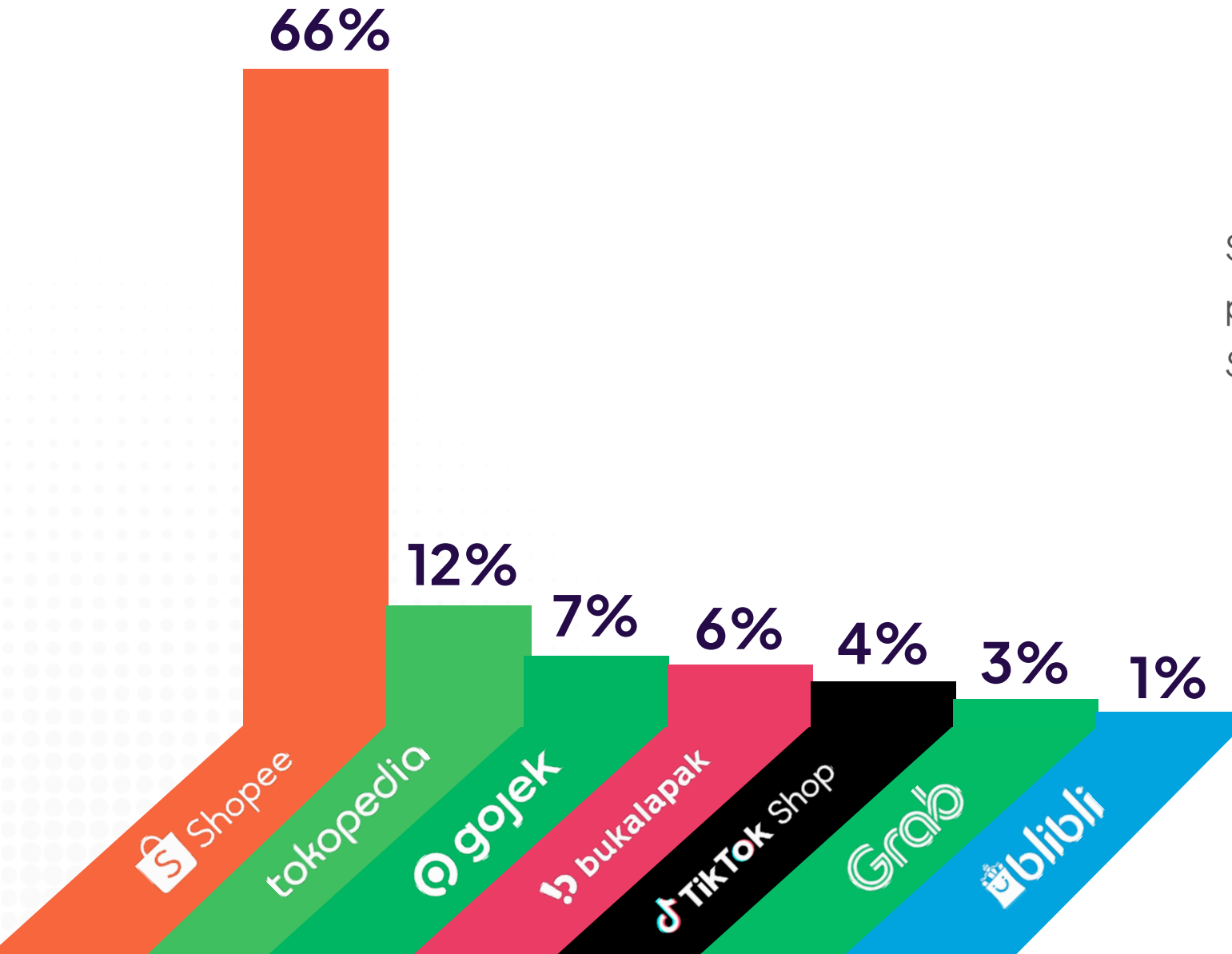
28% Robusta

9% Americano

3% Luwak

2% Tubruk

Overview Social Media Commerce



66%

Shopee menjadi Marketplace yang paling banyak digunakan di transaksi Social Media Commerce sebesar 66%.

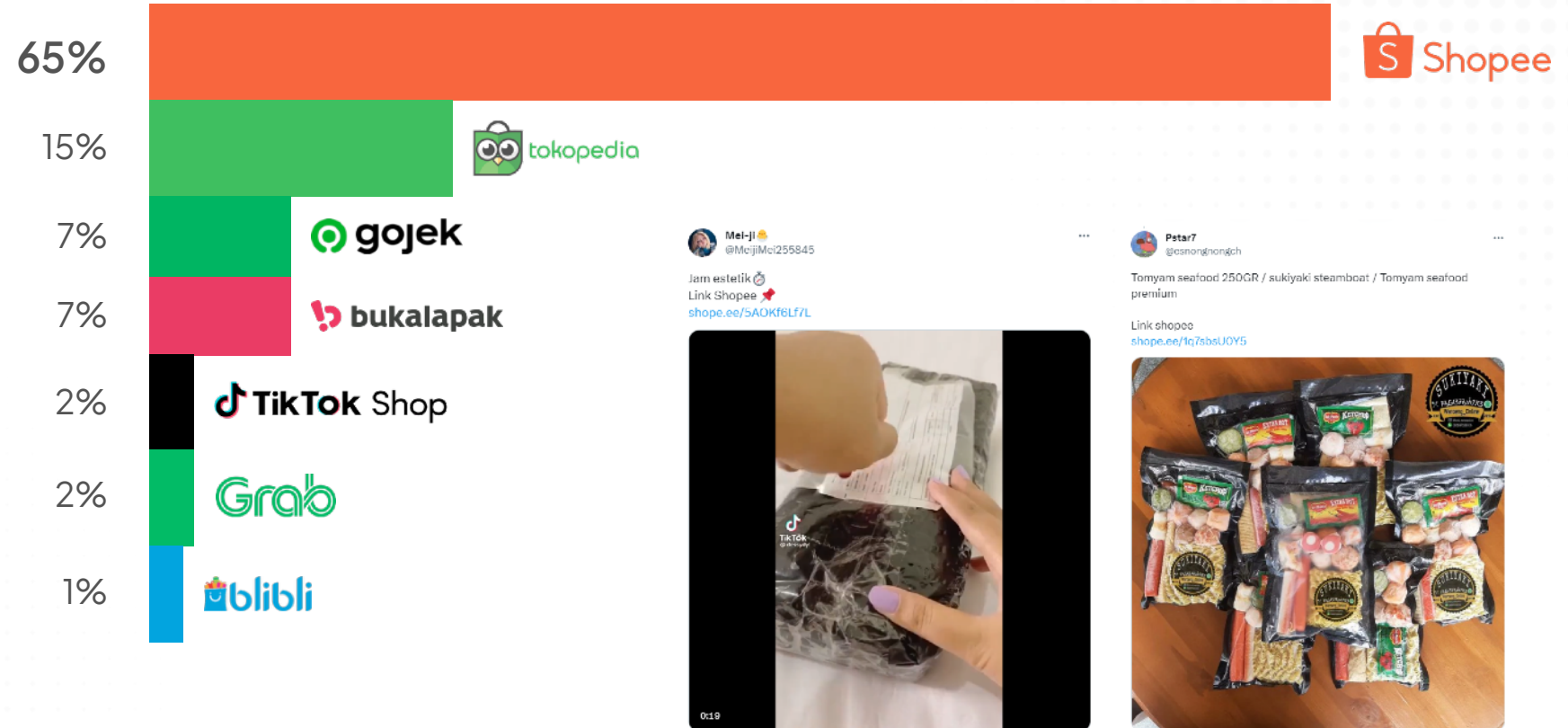
Shopee menjadi Marketplace yang paling banyak dibicarakan

Jenis Marketplace	Talk	Persepsi	Kategori Produk yang paling banyak dibeli	Produk yang paling banyak dibeli
Shopee	905.252	Terdapat semua jenis kebutuhan	Fashion & Aksesoris	Baju
Tokopedia	165.551	Banyak jenis promo	Elektronik	Spare part Komputer
Gojek	97.274	Pengiriman cepat	Makanan & Minuman	Fast food
Buka Lapak	82.465	Pengiriman cepat	Otomotif	Sparepart kendaraan
Tiktok Shop	60.881	Harga Produk murah	Fashion & Aksesoris	Baju
Grab	36.035	Pengiriman cepat	Makanan & Minuman	Fast food
Blibli	17.803	Harga produk terjangkau	Kecantikan	Make up

Overview Social Media Commerce

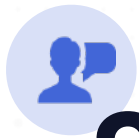
Shopee menjadi
Marketplace yang paling
banyak digunakan dalam
menjual produk
menggunakan link
sebesar 65%.

65%



Contoh promosi link produk pada platform X / Twitter.

Kota yang paling banyak
membicarakan Social Media
Commerce yaitu **Kota Bandung**

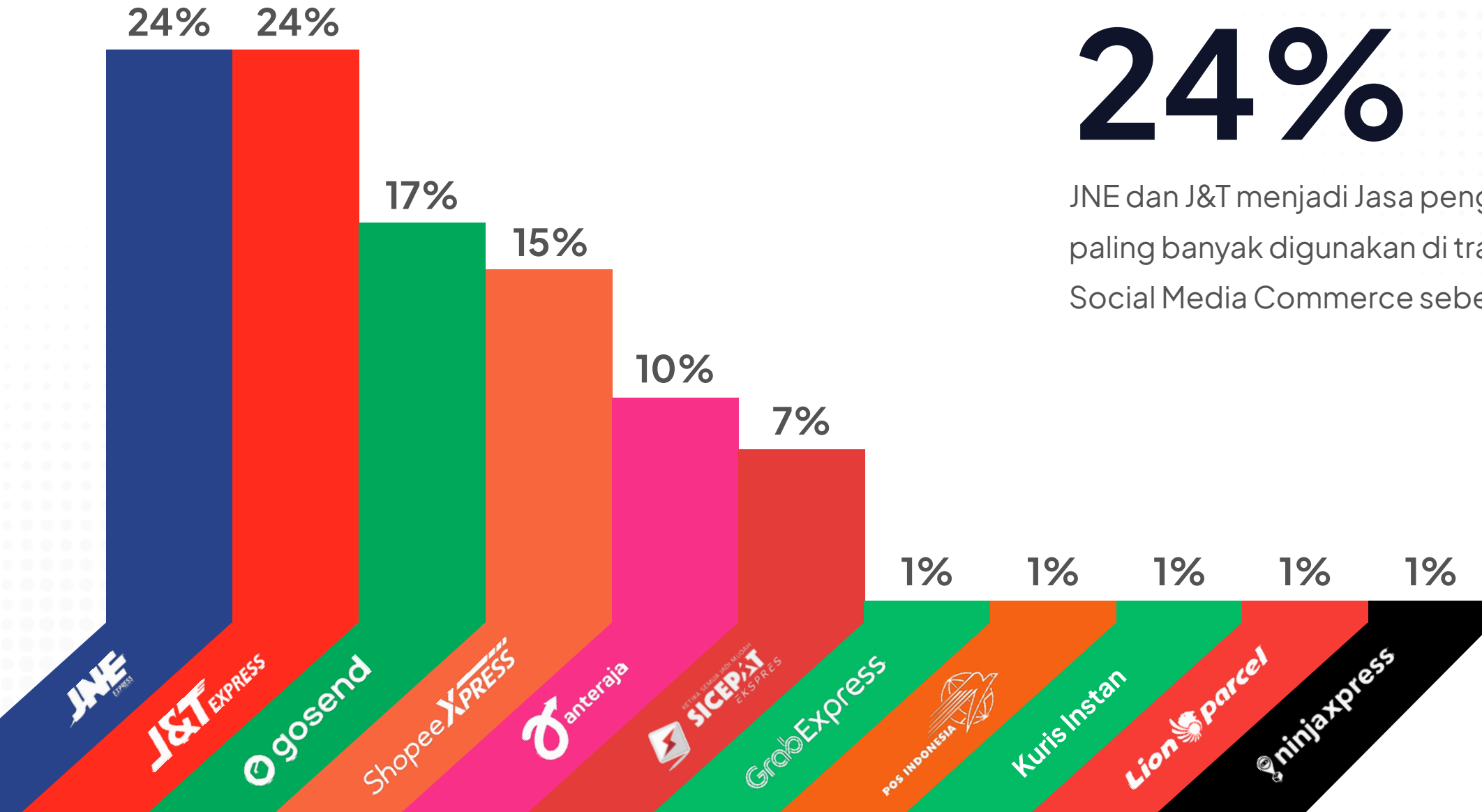


88.747

Total pembicaraan dari
seluruh kota di Indonesia



Overview Social Media Commerce



24%

JNE dan J&T menjadi Jasa pengiriman yang paling banyak digunakan di transaksi Social Media Commerce sebesar 24%.

JNE menjadi layanan pengiriman yang paling banyak dibicarakan

Layanan Pengiriman	Talk	Persepsi Positif	Persepsi Negatif
JNE	8.277	Packaging Aman	Pengiriman lama
J&T	8.174	Mudah di akses	Pengiriman sering tertunda
GoSend	5.856	Pengiriman cepat	Mahal
Shopee express	5.117	Murah	Wilayah jangkauan sempit
Anteraja	3.284	Mudah di akses	Tracking tidak update setiap saat
SiCepat	2.538	Ongkir Murah dan Terjangkau	Pengiriman lama
Grab Express	338	Pengiriman cepat	Mahal
Pos Indonesia	334	Murah	Pengiriman lama
Kurir Instan	298	Harga Terjangkau	Wilayah jangkauan sempit
Lion Parcel	193	Pengiriman cepat	Mahal
Ninja Express	79	Mudah di akses	Tracking tidak update setiap saat

Cash on Delivery

COD menjadi system pembayaran yang paling banyak digunakan di transaksi Social Media Commerce sebesar 64%.

COD (64%)

E-Wallet (21%)

Paylater (5%)

Swayalan (4%)

Transfer, Kredit (3%)



COD menjadi Sistem pembayaran yang paling banyak dibicarakan

Sistem Pembayaran	TALK	Persepsi Positif	Persepsi Negatif
COD	350.981	Tidak perlu melengkapi sistem pembayaran di aplikasi	Harus menunggu kurir saat pesanan datang
E-Wallet	116.917	Mudah di akses	Harus melakukan top up
Paylater	28.247	Tidak perlu top-up	Bunga terlalu besar
Swalayan	19.447	Tidak ada biaya admin	Harus mencari swalayan yang memfasilitasi
Transfer	16.096	Mudah di akses	Biaya admin besar
kredit	15.810	Bisa dicicil	Over limit

Overview Social Media Commerce

Top 5 Kendala Transaksi Social Media Commerce

Penjual

69%

Barang COD Diturunkan

10% Mendapatkan Review Buruk

9% Complain Dari Pembeli

8% Pick-up Barang Lama dari Kurir

4% Sulit Memasarkan Produk

Pembeli

50%

Banyak Penipuan

29% Ongkir Mahal

12% Pengiriman Lama

6% Barang Tidak Sesuai

4% Barang Rusak



Have Any Questions?

Reach Us:

NoLimit Indonesia

contact@nolimit.id

+62 811-2207-900

www.nolimit.id

Woobiz

cs@woobiz.id

+62 813-2981-0910

www.woobiz.id