

ABSTRAK

Peningkatan jumlah toko daring pada masa pandemi 2020 membuat tingkat persaingan pada toko daring meningkat. Dibutuhkan beberapa hal atau faktor yang dapat membantu para pelaku usaha daring untuk dapat bersaing dan meningkatkan penjualan serta keuntungan usaha mereka. Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah dengan menggunakan aplikasi pendukung dan data yang dihasilkan, memiliki sifat kepemimpinan digital, mengikuti promo *marketplace*, dan memanfaatkan bukti legalitas usaha dapat membantu meningkatkan penjualan maupun keuntungan toko daring dan dapat memenangkan persaingan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif melalui survei. Sampel penelitian ini berjumlah 170 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner elektrik yang dibagikan kepada penjual daring di *marketplace* Shopee Indonesia melalui fitur obrolan langsung (*live chat*). Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa aplikasi pendukung, kepemimpinan digital, promo *marketplace*, dan legalitas usaha secara individu maupun bersama-sama berpengaruh terhadap penjualan daring.

Kata Kunci: aplikasi pendukung, data aplikasi, aplikasi pemasaran, kepemimpinan digital, promo *marketplace*, legalitas usaha, penjualan daring.

ABSTRACT

The increase in the number of online stores during 2020 pandemic has increased the level of competition in online stores. Several things or factors are needed to help online business entrepreneur to be able to compete and increase their business sales and profit. Based on these problems, the purpose of this research is to find out whether using supporting applications and the generated data, having digital leadership traits, participating in marketplace promos, and utilizing evidence of business legality can help increase sales as well as profits of online stores and win the competition. This research is a descriptive research with a quantitative approach through a survey. The sample of this research amounted to 170 respondents and using purposive sampling technique. This research instrument uses an electric questionnaire that is distributed to online sellers in the Shopee Indonesia marketplace through the live chat feature. The obtained data were then analyzed using multiple regression test. The analysis result show that supporting applications, digital leadership, marketplace promos, and business legality individually or collectively have effect on online sales.

Keywords: supporting applications, applications data, marketing applications, digital leadership, marketplace promos, business legality, online sales.